



HAL
open science

L'institutionnalisation de la haine dans les productions médiatiques d'aujourd'hui : une tyrannie de la méchanceté éditoriale ?

Gautier Roos

► **To cite this version:**

Gautier Roos. L'institutionnalisation de la haine dans les productions médiatiques d'aujourd'hui : une tyrannie de la méchanceté éditoriale ?. Sciences de l'information et de la communication. 2016. dumas-01671468

HAL Id: dumas-01671468

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01671468>

Submitted on 22 Dec 2017

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.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias et management

L'institutionnalisation de la haine dans les productions médiatiques d'aujourd'hui

Une tyrannie de la méchanceté éditoriale ?

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Valérie Patrin-Leclère

Nom, prénom : ROOS, Gautier

Promotion : 2014-2015

Soutenu le : 07/11/2016

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Je remercie chaleureusement Mme. Valérie Patrin-Leclère, ma directrice de mémoire, dont les encouragements et les conseils avisés auront rendu ce travail particulièrement plaisant.

Je remercie également M. Antoine Boilley, mon rapporteur professionnel, pour l'intérêt porté au sujet, et pour le partage de nombreuses anecdotes qui aura permis d'orienter et d'enrichir ce travail.

Je remercie également Mme. Céline Leclaire pour son suivi académique et administratif pendant ces 18 mois de recherches.

Je remercie enfin l'ensemble des élèves la promotion C3M 2014-2015, toujours prompts à me prévenir dès qu'ils voyaient surgir dans l'actualité une idée susceptible de m'intéresser - ainsi que les enseignants du CELSA, qui m'ont fourni de précieuses clefs de lecture pour m'approprier le sujet.

RÉSUMÉ

Avènement de la figure du sniper, généralisation du clash à tous les étages, grossièretés proférées à une heure de grande écoute : une certaine idée de la méchanceté semble s'être confortablement installée ces dernières années dans nos médias de tous les jours.

Ce phénomène semble accompagner une ère de l'emballement médiatique où les sites d'info et les réseaux sociaux se nourrissent de ces séquences d'invectives efficace (une vanne peut se réduire à trois mots) et potentiellement virales (une confrontation est toujours spectaculaire) pour générer facilement de l'audience. Souvent associée à de la haine, la méchanceté éditoriale montre un visage protéiforme : certains formats donnent à réfléchir dessus (*Cam Clash*), d'autres la ritualisent au sein même de l'écriture de l'émission (*talk* et *reality-show*), certains en font même une modalité d'expression vis à vis du spectateur, auditeur, ou lecteur (pastilles humoristiques). Une valorisation de la méchanceté semble même être à l'oeuvre dans les productions faisant la publicité de ces formats : génériques, couvertures de livres, interviews promotionnelles miseraient désormais sur ce qu'on pourrait appeler un marketing de la haine/méchanceté. Que recouvre vraiment ce phénomène supposé ? Se résume-t-il à une aubaine éditoriale, s'inscrit-il en rupture totale avec les productions médiatiques généralistes telles que nous les connaissons jusque-là ? N'est-il pas le nouvel avatar d'une société où le comique passe désormais par les canaux de la méchanceté pour mieux se distiller ?

MOTS-CLÉS

Humour, haine, *hate*, clash, violence, vulgarité, agressivité, divertissement, médias, comicocratie, sniper, polémiste, vanne, satire, rire, comique, méchanceté, audiovisuel, télévision, radio, presse, lien social, indignation, dérision, second degré, esprit Canal, *twee*, provocation, humiliation, discrimination, vulgarité

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	2
RÉSUMÉ	3
TABLE DES MATIÈRES	4
INTRODUCTION	6
PROBLÉMATIQUE ET	9
PÉRIMÈTRE DU SUJET	9
HYPOTHÈSES	12
DÉFINITION DU CORPUS ET MÉTHODOLOGIE	15
DÉVELOPPEMENT	19

I. LA HAINE : APPORTS THÉORIQUES SUR UNE "ODIEUSE PASSION" 19

I.1. La haine : esquisse d'une définition	19
I.1.1. Deux sortes de haine	20
I.1.2. Le pendant naturel de l'amour	22
I.1.3. La fascination pour l'objet	23
I.1.4. La structure paradoxale du sentiment haineux : réduire l'homme...à ce qu'il n'est pas	24
I.2. Pérenne, incurable et originaire	26
I.2.1. Une passion qui n'admet pas de compensation...	26
I.2.2....et qui peut surgir sans raison	27
I.2.3. La haine vue par la psychanalyse : un premier contact avec l'extérieur	28
I.3. L'exemple d'une passion haineuse : l'antisémitisme	29

II. LA HAINE COMME MOTIF ÉDITORIAL : NOUVEL EL DORADO DES MÉDIAS TRADITIONNELS ? 33

II.1 Le modèle traditionnel des médias de masse : quand la proximité passe par la convivialité	33
II.1.1 "L'esprit Michel Drucker" : l'hospitalité sur canapé - un exemple de "télévision relationnelle"	35
II.1.2. Foyer partagé : les speakerines, hôtesse du tube cathodique	38
II.1.3. Droit de réponse : quand l'altercation s'invite au sein du modèle convivial	41
II.2 Quand la haine se fond dans le décor : la méchanceté en guise de spectacle	45
II.2.1. A l'école des snipers	45
II.2.1.a. Le sniper - la vanne en guise de cartouche	45
II.2.1.b. Le marché concurrentiel de la raillerie, ou quand le sniper tire à blanc	47
II.2.1.c. Retourner la persécution : quand s'ériger en martyr devient un business	50
II.2.2. Zemmour et Naulleau : l'invective au service de l'idée	52
II.2.2.a. "Les deux siamois de la critique" : la fièvre du samedi soir	52
II.2.2.b. Un marketing de la méchanceté qui puise ses codes dans l'humour	54
II.2.3. L'esprit de la bande : la vanne en tir groupé	57
II.2.3.a. Quand le gang remplace le groupe	57
II.2.3.b. Humiliation télévisuelle et bouc-émissariat cathodique	59
II.2.4. Le clash est-il vraiment "méchant" ?	62

<u>II.2.4.a.</u> La contagion du "clash" : des plateaux télé jusqu'aux bancs de l'Assemblée	62
<u>II.2.4.b.</u> <i>Yo Momma</i> : une parodie de l'imagerie gangsta	64
<u>II.2.4.c.</u> Quand le "clash" pactise avec le "cool"	66
II.2.5. <i>Connasse</i> , ou la jubilation d'être détestée	68
<u>II.2.5.a.</u> Quand le quotidien devient abject	68
<u>II.2.5.b.</u> Du marketing de la méchanceté au marketing de l'auto-dérision ?	70
<u>II.2.5.c.</u> Aporie de l'humour décomplexé : quand l'irrévérence reproduit les stéréotypes	72
II.3. Le récepteur pris à partie : un regard complice sur la haine ?	76
II.3.1 - <i>Le maillon faible</i> : la flagellation sur un plateau	76
<u>II.3.1.a.</u> Une scénographie de la méchanceté	76
<u>II.3.1.b.</u> Une cruauté qui ne peut carburger que dans le ludique	78
II.3.2. Du <i>mean tweet</i> au confessionnal : l'art partagé du "bitching"	82
<u>II.3.2.a.</u> Le <i>mean tweet</i> (<i>Un soir à la tour Eiffel, ONPC</i>) : vacheries sans filtre	82
<u>II.3.2.b.</u> Le confessionnal dans les <i>reality-show</i> : confier ses pires horreurs au spectateur	84
II.3.3. " <i>Salut, bande de salopes</i> " : quand le spectateur devient une cible (<i>Les tutos de Jérôme, Kaira Shopping</i>)	88
<u>II.3.3.a.</u> Quand le cozy côtoie l'obscène	88
<u>II.3.3.b.</u> L'esprit <i>twee</i> : un peu de douceur dans ce monde de brutes	91
II.3.4. Le <i>billet dur</i> de Christophe Conte (<i>Les Inrocks</i>) : l'art inoffensif de taper sur des proies faciles	94
II.3.5. <i>Cam Clash</i> : rendre visible la haine ordinaire	98
<u>II.3.5.a.</u> #CAM CLASH : Réagissez, vous êtes filmés	98
<u>II.3.5.b.</u> " <i>Les injustices du quotidien</i> " : une vision tronquée du réel ?	99
<u>II.3.5.c.</u> Réconforter le téléspectateur : cultiver une haine à dessein	101

III. DE LA HAINE À LA "HATE" : POURQUOI LA HAINE N'A PLUS RIEN DE MÉCHANT 103

III.1. <i>Le Plus</i> du Nouvel Obs, <i>Causeur</i> : ce que produit vraiment la culture de l'indignation	103
III.1.1. <i>Le Plus</i> : café du commerce 2.0.	103
III.1.2. L'indignation sur un pin's : une protestation qui tourne à vide	107
III.1.3. Tous susceptibles : quand la culture de l'indignation nourrit d'abord l'esprit de sérieux	109
III.1.4. La parole contrite : le risque de ne plus pouvoir s'exprimer	111
III.2. La haine comme exutoire : recréer de l'altérité dans un monde sans autre ?	114
III.2.1. Le rempart à un climat "altericide" ?	114
III.2.2. Une passion qui n'a plus d'objet : j'ai la haine, mais de quoi ?	116
III.2.3. Quand la haine recrée de l'identité	117
III.3. <i>Homo comicus</i> : une "comico-cratie" qui nuit à l'esprit de subversion	121
III.3.1. Un intégrisme de la rigolade ?	121
III.3.2. La <i>hate</i> : une fusion du rire contemporain et de la méchanceté bénigne	122
III.4. Le grand détournement : la violence devenue ambiance	126
III.4.1. Le rire post-moderne : humour partout, donc humour nulle part	126
III.4.2. La méchanceté post-Hara-Kiri : un pastiche de l'humour guerrier ?	127

CONCLUSION 131

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES 134

TABLE DES ANNEXES 141

INTRODUCTION

Passion immémoriale, la haine semble avoir pourtant suscité l'intérêt de nombreux médias ces derniers mois. La presse magazine culturelle en a fait l'écho à travers deux titres qui se proposent de décrypter l'époque (*Technikart* a proposé à l'été 2014 un dossier intitulé « *7 milliards de haters – mais pourquoi sommes-nous si méchants ?* », *Les Inrockuptibles* ont eux consacré leur couverture du 16 novembre 2014 à un dossier baptisé « *Internet : chronique de la hate ordinaire* »). *Courrier international* y a également vu une tendance de fond (Dossier *Internet rend-il méchant ?* datant du 27 novembre 2014), quand d'autres titres de la presse généraliste se sont servis du motif pour illustrer des faits d'actualité (couverture « *LA HAINE DES RICHES* » pour *Le Point* en avril 2012 sur l'entre deux-tours de la campagne présidentielle, une de *Libération* sur « *La haine en réseau* » suite aux nombreux commentaires de soutien adressés au bijoutier de Nice en septembre 2013). Etrange jargon employé aujourd'hui, dans un climat de naturelle pacification sociale (nous sommes indéniablement moins violents que nos ancêtres), par une génération qui n'a pas connu la guerre.

Cette affluence du terme de « haine » a été le point de départ de ma réflexion sur le sujet, et a stimulé mon envie de parcourir le motif haineux dans les médias contemporains, thème assez peu exploré au sein des productions universitaires. J'ai d'abord voulu orienter mon travail sur la « condition » du commentaire à l'heure des réseaux sociaux et du web 2.0. (étant rédacteur pour le site Yahoo.fr, j'ai moi-même fait les frais, à l'occasion de nombreux papiers, d'un certain degré de violence qui gagne les lecteurs assidus de site au moment de commenter les articles). La plateforme est réputée pour être massivement consultée, et dans le même temps soumise à de très violentes critiques de la part de ses « usagers » réguliers (phénomène par ailleurs assez surprenant : on n'imagine mal des consommateurs mécontents franchir chaque semaine le seuil de la porte du même magasin). J'étais

également surpris par l'emphase et la surenchère dans la violence exposée à chacun sur ces sites : il n'est en soit pas étonnant que ce soient les opinions les plus tranchées qui s'expriment sur ces nouveaux espaces publics ; en revanche, il est surprenant de voir que même un sujet de la plus grande légèreté appelle parfois à des commentaires graves et délibérément belliqueux.

Après quelques échanges avec mon rapporteur universitaire, j'ai finalement décidé de réorienter mon sujet de recherche, tout en conservant cette (supposée) omniprésence médiatique du motif haineux comme toile de fond. J'ai laissé de côté mes recherches préliminaires sur la figure du *hater*, du *troll*, ou de tout activiste « hargneux » qui sévit dans les bas-fonds d'internet, dans la mesure où travailler sur le « commentaire des internautes à l'ère du numérique » me paraissait extrêmement compliqué à généraliser de façon scientifique. Etant donné la quantité de commentaires en circulation sur le web, difficile d'employer une méthode fiable et adaptée pour tirer des enseignements stables et durables sur le phénomène. Dans le fond, les multiples facteurs qui ont permis la prolifération de ces commentaires « hargneux » sont probablement déjà connus de la plupart d'entre nous : démocratisation et facilité d'accéder à des moyens d'expression rapides et globalisés, protection garantie par un certain anonymat, potentiel de viralité accrue des idées ou opinions tranchées, crise économique et sociale qui appelle inévitablement à une critique comme nécessaire exutoire...Le phénomène ne fait finalement que transposer ces petites vacheries et attaques verbales dont nous avons tous fait l'expérience « dans la vraie vie » : notre appétence éternelle pour la critique, le jugement et le blâme sont certes intéressants à étudier dans le détail, mais peut-être un peu éloignés du champ des sciences de l'information et de la communication.

J'ai donc par la suite déplacé le cœur du sujet **pour le border uniquement aux contenus et productions médiatiques contemporaines** (émissions de télévision, de radio, titres de presse, sites internet ayant une résonance dans l'espace public, comptes Twitter et chaînes Youtube de médias

institués...) pratiquant une instrumentalisation de la haine. J'ai en effet constaté que de nombreux médias en ont fait l'un des caractères distinctifs de leur offre, quelque soit la finalité de leurs motivations : humour, exutoire, fins politiques, institutionnalisation du « coup de gueule » et du « ras le bol », exploitation de la dimension spectaculaire de la violence, volonté d'agressivité qui trancherait avec « la télé à papa »...Au sein de ces productions médiatiques, on distingue deux catégories distinctes : certaines ont fait de la haine un motif éditorial à part entière (un concept d'émission reposant sur une forme particulière de violence haineuse, par exemple). D'autres ne pratiquent pas de haine à proprement parler, mais surfent en revanche sur le succès (supposé, encore une fois) du discours haineux : ils en ont fait un argument marketing (un slogan, une publicité, une façon de parler d'eux-mêmes qui emprunte à une rhétorique ou à un champ sémantique du motif haineux). Mon postulat est qu'il existe au sein de ces productions s'adressant à un large public un « marketing de la méchanceté », du clash et de la vacherie, phénomène récent qui semble trouver un écho favorable au sein de la population puisque même les médias institués les plus « sérieux » s'y attèlent désormais.

PROBLÉMATIQUE ET PÉRIMÈTRE DU SUJET

Quelles productions médiatiques peuvent rentrer dans le champ d'études observé ? Partant du postulat que la haine « médiatisée » est massive, et qu'elle a gagné un certain écho dans l'espace public ces dernières années, je borne donc mon corpus à **des productions/médias institués**. Par « institué », il faut entendre une entreprise médiatique pouvant s'asseoir sur une légitimité symbolique (qu'on retrouve, par exemple, dans l'expression « chaine de télé historique ») ou effective (audience importante que réunit, par exemple, un nouveau titre de presse ou une nouvelle émission à succès). Comme il est compliqué de définir avec précision ce qui rencontre ou non un écho dans l'espace public, un critère d'audience pourra donc nous aider à trancher et définir les productions à prendre en compte. Sont inclus dans le champ d'études les productions médiatiques qui émanent d'entreprises de média relevant des critères suivants :

- sites internet s'adressant à une audience généraliste cumulant au moins 10 000 visites uniques par mois
- programmes diffusés par des chaînes historiques ou emblématiques du câble et de la TNT, retransmis à une heure de grande écoute, qui s'adressent à une audience large et non à une niche
- podcasts émis par des stations de radio historiques et généralistes
- titres de presse dont la diffusion s'élève à plus de 10 000 exemplaires

Les productions ou sites non institués ne sont ainsi pas inclus dans le champ d'études observé, à moins que ces formats « à la marge » ne bénéficient d'un écho important au sein de médias généralistes (nombreuses citations

dans la presse, à la télévision et à la radio, au sein de médias institués justement).

Une fois ce cadre établi, la problématique du mémoire se pose de la sorte :

Dans quelle mesure la haine est-elle devenue une forme de discours récurrente au sein des productions médiatiques françaises contemporaines, et dans quelle mesure ces mêmes productions font-elles de la méchanceté un argument marketing nouveau au sein du paysage médiatique traditionnel ?

Avant d'esquisser une définition précise de ce qui relève de la « haine » ou la méchanceté, accordons-nous sur les supports pris en compte pour mener à bien cette recherche, ainsi que les modalités de ce supposé discours de haine. Le périmètre d'étude du mémoire ne se résume pas aux discours produits dans les productions médiatiques en tant que tel, il inclut également tout ce qui peut accompagner le discours promotionnel de ces productions. Une bande-annonce, la page principale d'un site présentant une émission de télévision, un compte Twitter ou Facebook officiel, un spot radiophonique : ces objets, en tant qu'éléments signifiant disant des choses sur la production en question, sont donc aussi susceptibles de nous intéresser. Autre précision : la haine comme vecteur d'idées politiques n'est pas le sujet du mémoire. Les titres de presse régulièrement suspectés de racisme, antisémitisme, islamophobie (catégorie très large qui inclut *Minute*, *Valeurs actuelles*, et parfois *Charlie Hebdo*...) ou les médias dit « réactionnaires » (*Radio Courtoisie*, *Sud Radio*...) suspectés de libérer une parole haineuse ne pas intégrés en tant que tel au champ d'études. Ce qui nous intéresse ici, ce sont des productions médiatiques qui mettent en scène une certaine forme de haine (méchanceté qui peut être la toile de fond du format, ou exprimée de façon beaucoup plus succincte à l'occasion d'une courte séquence), ou qui l'utilisent dans leur façon de s'adresser à des lecteurs-auditeurs-spectateurs (vulgarité, agressivité, impulsivité...). C'est donc la haine comme

modalité éditoriale ou modalité d'expression qui définit ici nos axes de recherche.

L'objet de ce mémoire est donc de tenter d'expliquer pourquoi ce motif présumé a réussi à trouver un écho au sein du public, s'il est véritablement le propre de notre époque médiatique où s'il est en germe depuis un certain temps, si l'imaginaire violent qui lui est associé (la "haine" est, on va le voir, l'un des affects les plus brutaux qui soient) ne recouvre là pas d'autres notions et tendances sur lesquelles il faudrait mettre le doigt. Indirectement, nous nous essaierons aussi à des hypothèses sociétales : que dit-cette supposée prolifération du motif haineux de notre époque, a fortiori de notre époque médiatique ?

HYPOTHÈSES

Postulat numéro 1 : **Les programmes, sites, contenus grand public ayant intégré une certaine forme de haine à leur projet éditorial ont proliféré ces dernières années.**

La haine médiatique qui sert de toile de fond au mémoire revêt évidemment plusieurs formes. L'idée du mémoire est d'interroger à la fois les productions médiatiques qui ont inscrit les codes de la haine dans leur habillage éditorial, mais aussi celles qui se sont données pour mission de la prélever au sein du corps social, en en faisant un thème à part entière : c'est par exemple le cas de *Cam Clash* sur France 4. Puisque nous supposons que cette haine est une forme médiatique récente qui s'est développée avec l'émergence de productions contemporaines, il s'agira aussi d'observer quelle place la haine a pu jouer dans l'univers des médias traditionnels. Nous essaierons d'avérer ou d'infirmer des intuitions qui paraissent assez courantes : si nous parlons volontiers « d'ère du clash » pour caractériser nos temps modernes avides de rixes en tout genre, il est évident que cette forme particulière de confrontation médiatique ne date pourtant pas d'hier. Il s'agira donc de trier ce qui relève du monde médiatique contemporain, et ce qui, malgré de premières intuitions, est en fait un phénomène antérieur.

L'idée est aussi de prouver que le phénomène n'est pas marginal, qu'il ne trouve pas que sa place dans les bas-fonds du net. De nombreux sites web « culturels » surfent explicitement sur la vague de la vulgarité, souvent sur le mode parodique. Un petit aperçu du nom même de ces sites en témoigne : **Fdpdelamode.com** (qui se présente de la sorte : "*Une salve de haine gros calibre pour redresser ce pays de fiottes à coup de mornifles ! Un énorme coup de crosse dans les ratiches de ta liberté d'expression de tante*") / **Jetenculetherese.net** (ironiquement sous-titré "*votre magazine lifestyle de bon goût*" et faisant de chaque chronique un papier au vitriol) / **Ragemag.fr** /

la "page pute" de **Brain**... Si ces médias souffrent d'un manque de notoriété pour intégrer notre champ d'études (on ne peut décemment pas dire qu'il joue un rôle au sein de l'espace public), nous tenterons de prouver que leur vulgarité éhontée trouve un écho y compris au sein des productions émanant de média dits « sérieux ». D'autant plus que ces médias institués vont de nos jours chercher « à la marge » les tendances et concepts avant de les récupérer. Pour ne citer rien qu'un exemple : c'est ainsi que les humoristes du studio Bagel sont passés de l'univers ultra-concurrentiel de la *home-made video* Youtube au plateau d'accès bien plus exposé de Canal + (*Le Before* puis *Le grand journal*).

Postulat numéro 2 : Cette tendance éditoriale s'inscrit en rupture par rapport à la convivialité et la bienveillance traditionnellement de mise au sein des productions émanant des médias traditionnels.

Si le phénomène a pu proliférer, c'est parce qu'il contrevient à un certain modèle de bienséance qui a toujours prévalu au sein des médias grand public jusque là. Ce nouveau modèle produit un contre-champ, une rupture avec un magma informe caractérisé par des idées aussi vagues que le « politiquement correct », le « consensus », et le « discours formaté » des médias institués tel que nous les connaissions. La façon même de s'adresser au téléspectateur/auditeur/lecteur a changé : si nous nous gardons de dire qu'elle est plus permissive de nos jours, la sollicitude qu'elle met en avant n'est plus uniquement guidée par de la bienséance. Là où l'histoire se complique, c'est que (nous tenterons de le démontrer) les productions médiatiques qui intègrent la haine ne le font pas forcément au détriment de l'esprit convivial qu'ils véhiculent. Nous tenterons d'avérer l'idée que la haine peut aujourd'hui baigner dans une ambiance qui lui est parfaitement antinomique par nature. Autrement formulé, les médias dont il est question pratiquent un savant mélange des genres, dans une forêt sémantique où les signes ne sont plus vraiment à leur place, et où une image produite peut

vouloir dire une chose et son contraire. Deux humeurs, deux atmosphères radicalement distinctes peuvent très bien cohabiter au sein d'un même programme, voire au sein d'une même séquence. Nous devons donc dès à présent le reconnaître : toute la démonstration que nous allons tenter d'établir pourrait bien s'avérer facilement « balayable » d'un revers de main, si l'on applique une grille de lecture logique et dualiste sur les phénomènes médiatiques. Ce n'est pas parce que nous parions sur le fait que les productions médiatiques qui exploitent des sentiments de haine pullulent, que les productions exploitant des affects contraire à la haine (la gentillesse, l'empathie, l'accueil, l'esprit d'hospitalité, la tendresse) disparaissent (à l'occasion d'un autre mémoire, on pourrait tenter de démontrer qu'elles pullulent elles aussi...). Mais nous partons du postulat, du sentiment que ces productions « bienveillantes » ont toujours eu « pignon sur rue » au sein des médias traditionnels, ce qui n'est *a priori* pas le cas des médias qui institutionnalisent le motif éditorial de la haine.

DÉFINITION DU CORPUS ET MÉTHODOLOGIE

Comment choisir de façon méthodique ce qui relève ou non d'un discours de haine ? Au sein du champ que nous nous sommes donnés d'étudier, trois types de productions médiatiques seront examinées et nous serviront à avérer ou nuancer ces intuitions :

- **des formats dont la construction narrative prévoit une ou plusieurs séquences au cours desquelles un spectacle de méchanceté/haine est "ritualisé" à travers des acteurs purement fonctionnels** : c'est le cas des programmes ayant recours à des *snipers* (*Salut les Terriens* sur Canal+, matinales de radio généralistes...), des polémistes (*On n'est pas couché* sur France 2), des bandes "castées" pour s'envoyer des vacheries (*Touche pas à mon poste* sur D8, *Yo Momma* sur MTV), de personnages assignés à un archétype (*La Connasse* de Canal+) ou un animateur de jeu (*Le Maillon faible* de TF1). Ce rituel peut ainsi s'incarner à travers des personnes, mais aussi par l'intermédiaire de lieux destinés à une certaine forme de médisance : nous ajouterons à cette liste les jeux de télé-réalité ou de magazine ayant intégré un confessionnal, dans la mesure où cet espace vise à recueillir une certaine forme de discours "méchant" (c'est l'une de leurs principales fonctions au sein de la trame narrative).

- **des formats employant un ton agressif, violent, vulgaire, vache ou délibérément haineux envers le récepteur**. Parmi eux se divisent ceux qui s'adressent à un tiers (*Le billet dur* de Christophe Conte est indirectement destiné à une victime qui n'est pas le lecteur) et ceux qui visent directement ce récepteur (*Les Tutos de Camille*, *Kaira Shopping*)

- **des formats dont la haine est à proprement parler le thème de l'émission ou d'une séquence que nous isolerons, formats qui intègrent donc cette méchanceté avec un regard déjà distancié** : c'est le cas de *Cam Clash* et des Mean tweets qu'on retrouve dans *Un soir à la Tour Eiffel* et, dans une moindre mesure, au sein d'*On n'est pas couché*.

Précisons qu'il y a au sein du corpus bien plus de productions médiatiques diffusées sur la télévision que sur tout autre support (radio, internet, presse) : nous considérons, et c'est peut-être un peu rétrograde de notre part, que la télévision - bien que moins regardée aujourd'hui - dicte encore son tempo à la société. En perpétuel mouvement, constamment abreuvée d'études sur le comportement de ses spectateurs-utilisateurs, elle est bien plus sensible aux tendances que ses "concurrents" médiatiques.

Puisque nous cherchons à interroger la "contemporanéité" de cette haine au sein des productions médiatiques, nous nous attacherons donc à intégrer dans le corpus des formats qui ont au maximum 15 ans d'existence, c'est-à-dire produits ou diffusés à partir de 2001. Ce balisage nous permet de prendre en compte les premiers formats de télé-réalité importés en France (*Loft Story* notamment), dont on peut présumer qu'ils ont inauguré une nouvelle ère de discours "décomplexé" à la télévision. Si nous évoquons parfois des productions antérieures à 2001, ce sera pour mieux révéler les contrastes formels ou symboliques qui tranchent avec cette haine - aux contours flous il faut bien l'admettre - vraisemblablement associée aux productions d'aujourd'hui. Par ailleurs, il est important de préciser que tous les éléments du corpus appartiennent à un **registre non-fictionnel** : magazines, *talks*, *reality-shows*, caméras cachées, jeux télévisés, éditoriaux de magazines¹... Nous n'examinerons pas les discours produits dans les séries, téléfilms et autres écritures romancées : notre démonstration vise à attester une certaine prégnance de la "haine" ou de la "hate" au sein même du corps social : les traits de caractère d'un JR dans *Dallas* ou d'un *Dexter* dans la série éponyme ne nous intéressent pas, puisque restreints à des formats d'écritures fictives.

Par quel moyen allons-nous procéder pour prélever et tenter une unification

¹ Les pastilles de Canal+ *Les tutos* et *Connasse* sont à la frontière ténue entre le fictionnel et le "réel", mais nous estimons que le discours qui y est

de ce présumé motif haineux ? Voici les outils méthodologiques dont nous allons nous saisir :

- une **analyse de type sémiologique** visant à analyser les signes produits au sein même de ces formats : la déconstruction et l'isolement d'éléments signifiants pourra se faire selon le champ sémantique ou le champ lexical employé.

- une **analyse du discours** qui prend en compte le contexte de l'énonciation et les conditions dans lequel ce discours est professé puis transmis à des locuteurs. Un format "haineux" institué par TF1, Canal+, ou MTV se distingue selon l'énonciateur (qui parle ?) : ils ne s'adressent pas aux mêmes personnes et visent à s'inscrire dans la construction de l'identité du média qui les émet. Nous verrons ainsi comment la méchanceté peut alors servir une stratégie éditoriale d'une chaîne de télé, de média, ou de titres de presse. Cette forme d'analyse s'intéresse également aux registres de langue et au ton employé : les registres familiers, argotiques ou orduriers pourront nous servir de clef de lecture pour classer ce qui relève ou non d'un discours de haine.

Rappelons que les productions médiatiques présentées dans ce corpus ne seront pas les seules à être prises en compte pour déterminer l'existence de ce supposé "motif éditorial". Puisque nous cherchons à démontrer que la méchanceté recueille un écho public et sert une stratégie commerciale (d'où l'expression "marketing de la méchanceté" consacrée dans une de nos hypothèses), notre analyse s'étend ainsi aux éléments suivants :

- **toute production visant à informer sur les formats haineux** présents dans le corpus : articles de presse, interviews des protagonistes évoquant le format en question, dossier thématiques consacrés à des tendances médiatiques, etc.

- **toute production servant à assurer la publicité des formats haineux** présents dans le corpus : site officiel d'une émission, compte Facebook ou Twitter, réclame, descriptif établi par le producteur ou l'éditeur du format en question, 4ème de couverture d'un livre, etc. C'est-à-dire tout ce qui porte, à

l'extérieur du format, le discours du format en question.

- **tout élément signifiant présent à l'intérieur même des formats haineux** présents dans le corpus : génériques, habillage, iconographie, mise en page, scénographie, direction artistique...

Voici comment se divise notre développement :

- **dans un premier temps**, nous nous attacherons à définir précisément ce que recouvre la notion de haine, à travers des concepts philosophiques et psychanalytiques notamment.

- **dans une seconde partie**, nous analyserons les formats du corpus en auscultant avec précision de quelle forme de haine ces productions sont les dépositaires. A l'intérieur de cette partie, les productions médiatiques "haineuses" sont classés en deux catégories : les premières sont celles dont la méchanceté se donne uniquement comme élément faisant partie du spectacle médiatique (*Quand la haine se fond dans le décor : la méchanceté en guise de spectacle*), les deuxièmes sont celles chez qui la haine joue un rôle plus ambigu vis-à-vis du récepteur de ces productions (un spectateur invité à produire un discours méchant, ou un dispositif dans lequel ce dernier est lui-même l'objet d'une invective : *Le récepteur pris à partie : un regard complice sur la haine ?*).

- **dans une ultime partie**, nous verrons ce que cette méchanceté médiatique recouvre et dissimule, nous appuyant sur les travaux d'essayistes et de penseurs en sciences sociales notamment.

DÉVELOPPEMENT

I. LA HAINE : APPORTS THÉORIQUES SUR UNE "ODIEUSE PASSION"

I.1. La haine : esquisse d'une définition

Difficile de définir avec la plus exacte précision ce qu'est la haine. En philosophie comme en psychanalyse, le terme a été approché, disséqué, ausculté, souvent par le biais de la comparaison avec des notions voisines (la colère, la vengeance, la rage) ou des concepts antagonistes (la haine comme strict opposé de l'amour, ou comme pendant naturel du désir). Les contours qui définissent le concept sont évasifs et rarement fixés dans l'immuable, et pourtant chacun a déjà fait l'amère expérience de cette funeste passion. Il convient ici de revenir sur cette notion floue, affect que toute personne d'ici-bas a déjà éprouvé, en prenant soin de détailler le point de vue de philosophes, sociologues, écrivains, intellectuels ayant travaillé cette terminologie au sein de leur oeuvre. Car de tout temps, la haine semble avoir exercé une singulière fascination sur les fins observateurs de l'époque, et on ne s'étonnera pas d'en trouver une présence bien visible dans la littérature comme dans le large corpus constitué par les sciences sociales. Il ne s'agit pas ici de relever de façon exhaustive tout ce qui a été dit sur cette obscure passion, mais d'isoler les points qui permettent de mieux la situer sur la vaste palette que composent nos affects, et ainsi de contextualiser la notion au sein du sujet du mémoire, en isolant les éléments qui nous semblent déterminants pour la suite. Quel rapport peut-il y avoir entre une haine qui motive les génocides les plus marquants de l'histoire, et cette novlangue parlée aujourd'hui sur de nombreux plateaux de télévision qui constitue probablement un abus de langage ? La notion recouvre tout une palette

d'émotions et de ressentis distincts, qu'il s'agit ici de relever pour y voir plus clair.

1.1.1. Deux sortes de haine

Avant d'entrer dans le vif, voyons dans le détail ce que la "haine" peut bien recouvrir. Comment la qualifier et la placer sur la cartographie de nos affects ? La première chose qu'on peut en dire, c'est qu'elle est une chose que l'on « éprouve », s'immisçant à la frontière ténue qui existe entre le sentiment et la passion. Dans son livre *Les philosophes et la haine*², Philippe Saltel introduit son sujet en précisant qu'il "existe deux modes fondamentaux du sentiment haineux", tout en précisant qu'il ignore si les deux modalités diffèrent dans leur nature ou dans le degré. Le premier mode vise "à souhaiter, voire à chercher à produire le malheur d'autrui" et renvoie à la "haine d'agression" ; celle-ci présuppose alors une disposition "active" du sujet animé par ce sentiment. Dans sa deuxième acception, "le nom de haine est également donné à toute aversion à l'égard de quelqu'un ou de quelque chose", qui opère au contraire sur le mode de la réception (c'est la "haine de répulsion"). Ces deux catégories se distinguent en fait par le mode de résistance entrepris par le sujet haineux : l'attaque dans la première situation, la défense dans la seconde. Si l'on met ces distinctions de côté, on peut en tout cas avérer le prédicat suivant au sujet de notre objet d'étude : la haine consiste toujours en une relation entre un sujet A, animé d'un sentiment haineux à l'égard d'un objet B.

Lorsqu'il traite de "*haine de répulsion*" (deuxième catégorie de haine selon Philippe Saltel), le langage courant confond le mot "haine" avec l'idée d'aversion. Cette acception prend soin de mentionner explicitement une distance entre le sujet et l'objet haï. *Averti* signifie en effet "détourner", "éloigner" en latin, et c'est cette même idée du primat spatial et géographique qui donne son sens à une expression comme "Loin des yeux,

² SALTEL Philippe, *Les philosophes et la haine*, Paris : Ellipses, coll. "Philo-Essais", 2001

loin du coeur" : plus on a quelque chose en aversion, plus on cherche à s'en éloigner. C'est par cet éloignement que se distend le lien affectif qui unit le sujet à son objet. On ne s'étonnera donc pas de constater que cette haine là a souvent été mise en parallèle avec son pendant positif, le désir (lui aussi produit par le manque, la distance entre le sujet qui désire et l'objet désiré). Thomas Hobbes place d'ailleurs ces deux passions sur un même pied d'égalité, creusant entre elles un symétrique jeu de miroir : si « *ces petits commencements de mouvement qui sont intérieurs au corps de l'homme reçoivent communément (...) le nom d'effort* », « *cet effort, quand il tend à nous rapprocher de quelque chose, est appelé désir ou appétit (...), et quand (il) tend à nous éloigner de quelque chose, on l'appelle généralement aversion* »³. Ainsi, alors que le désir est toujours orienté vers ce qui paraît nous manquer (un objet soit perdu, soit hors de portée), l'aversion vise généralement un objet qui ne manque pas, mais qui au contraire brille par sa totale et encombrante présence. Ce n'est plus la nostalgie de l'étoile qui est ici en jeu, comme le présuppose l'étymologie du mot "désir", mais bien quelque chose encore vif, toujours présent, inscrit dans une permanence certaine, offrant une compagnie dont on se serait bien passé. L'objet haï est toujours du côté du trop-plein, de l'abondant, et on ne saurait jamais haïr quelque objet que l'on trouve trop rare. La haine n'est donc pas qu'un simple désir négatif (un désir de "ne pas" vouloir quelque chose ou quelqu'un). L'intensité de la relation entre objet et sujet est probablement aussi forte dans l'amour que dans la haine. Ce qui explique évidemment pourquoi la haine est à des années lumière de l'indifférence, notion dans laquelle la relation entre un sujet et un objet tend alors à s'effacer, se dissoudre. A cet égard, le terme contraire de la notion de haine pourrait bien être l'indifférence (bien plus donc que l'amour, qui partage au moins avec la haine l'élaboration d'une intense relation).

³ HOBBS Thomas, *Léviathan*, VI, trad. F. Tricaud, Paris : Sireyn, 1971, p.47

Philippe Saltel précise encore que la haine, aussi privative soit elle, implique toujours un minimum de courage. Elle ne consiste pas à craindre l'objet ou à le redouter (comme on peut craindre un examen de fin de semestre, ou un inconnu au loin dont l'attitude nous paraît douteuse), elle n'est pas que stratégie d'évitement. Elle présuppose une disposition active du sujet. La crainte conduit toujours à s'absenter du monde, là où la haine pousse le sujet à prendre l'initiative, à inscrire sa démarche dans une action qui culmine dans l'affrontement. Le trouble subi par l'agoraphobe ou l'arachnophobe relève donc plus du registre de la crainte que de la haine, car la peur dont il est "victime" se manifeste plus par le retrait que par l'action. Comme le mentionne Philippe Saltel dans son livre *Une odieuse passion. Analyse philosophique de la haine* : "l'aversion ne se présente pas comme un simple refus : quand elle s'affirme, elle engage l'être tout entier, tandis que le renoncement, l'opposition, la négation peuvent également provenir d'un choix qui exposera ses raisons, les soumettra au jugement d'autrui et pourra même les réviser. La langue fait ici une juste distinction : refuser la violence est une chose, avoir la violence en horreur en est une autre"⁴. Plus attirée par la confrontation que par l'évitement, la haine est ici le moteur de l'action, c'est d'ailleurs ce qui explique pourquoi elle peut motiver et engendrer la violence. A ce titre, elle est toujours sous-tendue par les idées de force et d'énergie : la haine inerte n'existe pas.

1.1.2. Le pendant naturel de l'amour

Outre le désir, c'est aussi à l'amour que la haine est souvent rattachée : les deux sentiments forment un binôme si complémentaire que les sciences humaines comme la culture populaire les ont souvent présenté comme les deux versants d'une même pièce (souvenons-nous du « meurtrier » Robert Mitchum et de ses deux phalanges, l'une recouverte par le mot "love" et l'autre par la mention "hate", dans le film *La nuit du chasseur* réalisé en 1955 par Charles Laughton). Dans son célèbre poème *De la nature*, Empédocle

⁴ SALTEL Philippe, *Une odieuse passion. Analyse philosophique de la haine*, Paris, : L'Harmattan/UPMF, 2007, p.41

voit dans l'amour et dans la haine les deux forces cosmiques à l'origine des quatre "racines" de notre réalité : le feu, l'air, la terre et l'eau. A l'origine de ces quatre éléments (et donc de leur combinaison, union ou séparation), Amour et Haine ordonnent le cosmos et l'agentent à leur guise. Amour conduit à l'unité, permettant le rapprochement et l'agrégation des éléments, alors que Haine provoque la séparation, l'éloignement, la dispersion. Ces deux forces opposées sont mues par un conflit sans fin, insolvable, qui est à l'origine de toutes les transformations du monde et de son éternelle cyclicité (les morts qui suivent les naissances, les périodes de paix qui succèdent aux temps de guerre, et ainsi de suite). Cette tension entre puissances contraires, c'est aussi celle qu'on retrouvera dans l'oeuvre de Sigmund Freud, à travers les figures d'Eros et Thanatos (Amour et Mort) luttant à l'intérieur de notre psychisme comme à l'intérieur de l'histoire de la civilisation (le père de la psychanalyse validant ainsi l'intuition première d'Empédocle).

1.1.3. La fascination pour l'objet

Si l'on met ces considérations métaphysiques et psychanalytiques de côté, on constate quand même un parallèle certain entre l'amour et la haine : s'y joue ici une même fascination pour l'objet, un même attachement à la chose visée, tantôt perçu comme source de plaisir, tantôt comme source de déplaisir. Intéressons-nous à la première acception du terme mis en avant par Philippe Saltel (la haine active donc, celle qui est mue par l'agressivité et qui vise à exterminer). Cette haine là est probablement plus violente et plus malade que la "simple" haine de répulsion, c'est celle que peut éprouver l'archétype du "méchant" dans la fiction, celui qui n'existe autrement que par sa fonction de fauteur de troubles ou d'obstacle dans la quête du héros. La haine ici "n'écarte" plus (comme elle le fait dans l'aversion), elle "écartèle", pour reprendre l'habile jeu de mot de Philippe Saltel dans son livre *Les philosophes et la haine*. Cette passion là provoque pour le méchant la faculté de jouir du spectacle de la souffrance de sa victime, comme peut le ressentir le bourreau aiguisant ses instruments de torture en songeant au sort de ses tristes invités. La relation à l'objet est ici prépondérante car c'est bien elle qui

est source de plaisir : celui qui éprouve cette haine ne s'imagine pas un jour ne plus pouvoir jouir devant pareil spectacle. Anéantir ou lui retirer l'objet de haine serait ici synonyme de privation pour le sujet : ce dernier ne peut donc pas souhaiter vraiment l'extermination totale de son objet. La passion sordide qui motive le serial-killer par exemple est satisfaite dans le geste de l'extermination, et dans le même temps cette satisfaction n'est que partielle car impossible à réitérer (on peut donc supposer que c'est la raison pour laquelle il est amené à recommencer en choisissant d'autres victimes). Loin d'être cantonné au seul sadique ou au cas pathologique associable, ce mode de haine là est bien plus diffus qu'on ne pourrait croire. Nous en faisons l'étonnante expérience tous les jours : quel malheur ce serait de ne plus pouvoir médire, d'être privé de l'objet qui focalise notre souveraine attention quand l'envie nous prend de bassement critiquer ! Non pas parce que notre liberté d'expression s'en verrait bafouée, mais surtout parce que cette forme de haine là nous relie tout entier à un objet auquel nous sommes attachés, solidement fixés, voire (et c'est aussi valable dans l'amour) obsédés. Cette relation de haine, ainsi stimulée par une forte intensité, s'explique aussi par la temporalité très lente qu'elle institue : cette passion là est écrite pour toujours, c'est d'abord par son inscription dans le long terme qu'elle se caractérise. Contrairement à l'amoureux ardent, le haineux n'est pas pressé de quoi que ce soit, il n'a pas peur de voir son sentiment entamé par les oeuvres du temps. Il sait que sa passion est là pour un moment, et qu'elle ne saurait céder aux intermittences du coeur et tout autre atermoiement sporadique. Si l'on peut désirer quelque chose à la petite semaine, on ne change pas, en revanche, l'objet de sa haine du jour au lendemain : le sentiment qui lui est attaché est quasi-viscéral.

1.1.4. La structure paradoxale du sentiment haineux : réduire l'homme...à ce qu'il n'est pas

Là où la haine d'aversion peut prendre pour objet des entités abstraites (avoir des principes "en horreur" par exemple) ou même des bestioles (c'est celle que peut ressentir celui qui passe l'après-midi à s'amuser avec sa tapette à

mouche), la haine d'agression ne s'intéresse elle qu'à des sujets doués de conscience. On comprend facilement pourquoi cette modalité haineuse là ne peut viser que l'être humain : ne peuvent être réduites à néant que des choses ou des formes caractérisées par leur conscience, un supposé libre-arbitre, une possibilité d'avoir des intentions. Qu'elle vise des hommes ou des classes d'hommes, la haine d'agression vise précisément à transformer des êtres en chose(s), c'est-à-dire à faire surgir autant de néant qu'il est possible dans l'être lui-même. C'est là que se situe la structure foncièrement paradoxale de cette forme de méchanceté : elle considère toujours à la fois l'humain comme ce qu'il est (un homme), tout en le réduisant au rang de chose, c'est-à-dire pour moins qu'il n'est. Dans cette relation particulière qui émane du sujet, l'objet honni est tout et rien à la fois. On remarquera là encore qu'un parallèle peut être établi dans l'amour : l'amour des valeurs, des idées, des animaux se distingue nettement du sentiment amoureux, qui ne saurait s'éprendre d'autres choses que des hommes. Pour appuyer ce caractère paradoxal de la haine, citons Jean-Paul Sartre qui, dans ses *Réflexions sur la question juive*, insiste sur le caractère ambivalent du libre-arbitre laissé par le sujet haineux (ici l'antisémite) à son objet (le Juif) : *"Tout s'éclaire si nous renonçons à exiger du Juif une conduite raisonnable et conforme à ses intérêts, si nous discernons en lui, au contraire, un principe métaphysique qui le pousse à faire le mal en toute circonstance, dût-il pour cela se détruire lui-même. Ce principe, on s'en doute bien, est magique : pour une part, c'est une essence, une forme substantielle et le Juif, quoi qu'il fasse, ne peut la modifier, pas plus que le feu ne peut s'empêcher de brûler. Et, pour une autre part, comme il faudrait pouvoir haïr le Juif et qu'on ne hait pas un tremblement de terre ou le phylloxéra, cette vertu est aussi liberté. Seulement, cette liberté dont il s'agit est soigneusement limitée : le Juif est libre pour faire le mal, non pour le bien, il n'a de libre arbitre qu'autant qu'il faut pour porter la pleine responsabilité des crimes dont il est l'auteur, il n'en a pas assez pour pouvoir se réformer. Etrange liberté qui, au lieu de précéder et de constituer l'essence, lui demeure entièrement soumise, n'en est qu'une qualité irrationnelle et demeure pourtant liberté. Il n'est qu'une créature, à ma*

*connaissance, qui soit ainsi totalement libre et enchaînée au mal, c'est l'Esprit du Mal lui-même, c'est Satan*⁵. Question qui apparaît centrale ici : quelle part d'humanité alloue celui qui hait à celui qu'il déteste ? Quel part de libre-arbitre lui reconnaît-il ? Si cette part est réduite à portion congrue, comme on serait tenté de répondre intuitivement, celui déteste n'a aucune raison d'éprouver du ressentiment à son encontre : toute intention échapperait en conséquence à la responsabilité de ce dernier. Bien difficile d'en vouloir à quelqu'un qu'on ne tient pas pour responsable de ses actes ou des idées...

1.2. Pérenne, incurable et originaire

1.2.1. Une passion qui n'admet pas de compensation...

L'inscription dans le temps long rend donc ce sentiment aussi vivace que pérenne. Durabilité qui explique pourquoi la haine d'agression se traduit par un acharnement que rien ne saurait moduler, comme le montre le délire infini de l'extermination qui a secoué l'Europe lors de la Seconde Guerre Mondiale. Vladimir Jankélévitch qualifie la haine de "*passion boulimique*" dans son *Traité des vertus* : "*rien n'a désarmé les tortionnaires d'Auschwitz, aucune souffrance, aucune misère ; rien ne désarme la haine pure : ni la conversion, ni l'adhésion aux doctrines de haine. On dirait que cette haine démentielle veut régler à l'infini un contentieux inépuisable, un contentieux impossible à liquider*"⁶. La haine voudrait pour ses victimes "*un tourment éternel*" que seules les flammes de l'Enfer pourraient assurément garantir, et c'est aussi la dimension tragique de la haine : il n'y a strictement "rien à faire" pour la résorber. "Le mal est fait" affirme le dicton populaire. La justice, quand elle est bien faite, apporte une compensation, mais n'efface jamais le sentiment de celui qui s'est senti volé, molesté, blessé au cours d'un litige haineux. Il en

⁵ SARTRE Jean-Paul, *Réflexions sur la question juive*, Paris : Gallimard, 1954, rééd. coll. "Folio", 1991, p.45-46

⁶ JANKELEVITCH Vladimir, *Traité des vertus*, tome III, *L'innocence et la méchanceté*, Paris : Bordas, 1970

va de même avec la vengeance, qui en dépit de son caractère expiatoire, ne répare jamais véritablement le dégât causé : "*Peut-être notre adversaire nous a-t-il fait perdre notre fortune, notre rang, nos amis, nos enfants, - la vengeance ne rachète pas ces pertes, la réparation ne se rapporte qu'à une perte accessoire qui s'ajoute à toutes les pertes mentionnées*" estime de façon somme toute tragique Friedrich Nietzsche dans *Humain trop humain*⁷. Insurmontable est aussi la haine dans la bouche de Jean Baudrillard, qui rappelle ce caractère irascible dans un article paru dans *Libération* en 1995, *Le degré Xerox de la violence*⁸ : "*On ne peut pas la démotiver, puisqu'elle n'a pas de motivation explicite. On ne peut pas la démobiliser, puisqu'elle n'a pas de mobile. On ne peut guère la punir, puisque la plupart du temps elle s'en prend à elle-même : elle est le type même d'une passion aux prises avec elle-même*".

1.2.2....et qui peut surgir sans raison

Cette pérennité, c'est d'ailleurs ce qui, chez Aristote, permet de distinguer la haine de la colère : "*la haine est incurable*" alors que "*le temps peut guérir la colère*"⁹. Rien ne semble pouvoir endiguer, enrayer une haine (*echthra*) logée au plus profond de l'être, pas même un violent coup de sang ou une boîte de puissants tranquillisants. Et c'est bien normal : contrairement à la colère (l'*orgê*, que le Litré définit comme un "*sentiment d'irritation contre ce qui nous blesse*"), la haine n'a même pas besoin d'exprimer rationnellement ses motifs pour advenir. Nul besoin de se sentir offensé ou brimé pour éprouver ce sentiment de détestation, nul besoin d'argumenter ou d'expliciter de façon raisonnée le pourquoi de cette haine ; celle-ci n'a pas besoin nécessairement qu'on la provoque pour exister (la haine "*peut être ressentie*

⁷ NIETZSCHE Friedrich, *Le voyageur et son ombre, Deuxième partie : Humain, trop humain*, Paris : Mercure de France, 1880 (édition de 1902), p.245

⁸ BAUDRILLARD Jean, « Le degré Xerox de la violence », *www.libération.fr*, [En ligne], «http://www.libération.fr/tribune/1995/10/02/le-degre-xerox-de-la-violence_148194», mise en ligne le 02/10/95, consultée le 09/12/14.

⁹ ARISTOTE, *Rhétorique*, II, 4, 1382a, p.71

sans raison personnelle : si nous supposons qu'une personne a tel ou tel caractère, c'est assez pour que nous la haïssions" nous dit encore Aristote dans sa *Rhétorique*). La haine peut donc advenir sans raison, au sens où une supposition peut suffire à la déclencher. Ajoutons, dans le sillage du Stagirite, que la haine ne connaît pas la mesure, elle est sans nuance, elle penche toujours du côté de l'excès : Aristote explique d'ailleurs qu'il n'existe pas d'excès ou de défaut de haine. Elle est toujours paroxystique (admettre qu'une haine peut être excessive, c'est supposer qu'il existe une haine non excessive, or celle-ci prendrait dans ces conditions plutôt le nom de colère justement). Contrairement à la colère qu'on dit souvent passagère, dans l'*echthra*, même l'abolissement de l'objet honni ne saurait nécessairement la faire disparaître, tant son ampleur est radicale, comme peut l'être le mal radical chez Emmanuel Kant ou chez Hannah Arendt. Le philosophe de Königsberg présente d'ailleurs la haine comme l'une des "*passions les plus violentes et qui s'enracine le plus profondément dans l'âme humaine*"¹⁰, une manière pour nous de comprendre son triste "succès" à travers l'histoire, mais aussi de présumer qu'elle existera toujours et qu'elle est un bien (ou un mal, c'est selon) universellement partagé.

1.2.3. La haine vue par la psychanalyse : un premier contact avec l'extérieur

Cette haine "à la racine" trouve une justification chez Freud, pour qui il existe une haine originaire chez le bébé, haine qui s'adresse en premier lieu au monde extérieur, dans un premier temps éprouvé et assimilé à une menace. S'il apporte au moi ses premières excitations, ce monde du dehors est ressenti comme étranger et par conséquent comme non maîtrisable, ce qui explique le fait que ce premier contact aboutisse forcément à un sentiment de déplaisir. La haine est donc le premier affect que ressent le sujet au cours de cette initiale rencontre avec l'extérieur. Haïr procède donc d'une tentative pour conserver l'illusion d'une toute puissance autarcique, dès lors que le

¹⁰ KANT Emmanuel, *Anthropologie d'un point de vue pragmatique*, trad. J. Tissot, Paris : Ladrance, 1863, p.216

moi narcissique rencontre le dehors, et se manifeste ainsi par une réaction de rejet à l'encontre du monde extérieur. Rejet qui n'est pas synonyme pour autant de destruction de l'objet extérieur : en posant la première limite différenciatrice entre le dedans et le dehors, la haine assure la permanence de l'objet et se trouve même au principe de sa constitution. La fonction première du sentiment haineux est donc de tracer des frontières, d'assigner un espace aux objets, et ce sentiment souvent peu agréable est donc un préalable nécessaire pour distinguer l'environnement qui nous entoure ("*omnis détermination est negatio*" - toute détermination est négation, pour reprendre l'expression consacrée par Spinoza). Et puisque c'est cette haine qui établit notre première relation à l'objet, elle est forcément antérieure à l'amour, qui ne peut s'établir qu'ultérieurement ("*la haine, en tant que relation à l'objet, est plus ancienne que l'amour*" affirme Freud dans *Pulsions et destins des pulsions*¹¹ en 1915). C'est d'abord la relation au déplaisir qui est déterminante, et ce déplaisir se confond ici avec sa source, sa localité : l'extérieur, l'étranger, le dehors, l'objet. La haine trouve sa source dans les pulsions de conservation du Moi et non pas dans les pulsions sexuelles. En 1986, Roger Dorey assurera la permanence de la pensée de Freud en avérant cette primauté, voire prééminence, de la haine sur l'amour : "*il y a entre l'un et l'autre une parenté profonde : non seulement la haine précède l'amour mais sans doute n'y a-t-il amour que parce qu'il y a haine, aux origines mêmes du sujet*"¹². La psychanalyse renoue ainsi avec l'intuition cosmologique d'Empédocle, renforçant ce lien particulier qui unit les deux forces, tout en insistant sur la prévalence originaire de la Haine.

I.3. L'exemple d'une passion haineuse : l'antisémitisme

¹¹ FREUD Sigmund, « *Pulsions et destins des pulsions* », dans Freud Sigmund, *Métopsychoanalyse*, Gallimard, 1940.

¹² DOREY Roger, « L'amour au travers de la haine », *Nouvelle revue de psychanalyse*, n°33, 1986, p.75-93

Il suffit d'ouvrir un livre d'histoire pour constater que la haine résiste aux affres du temps, que malgré toutes les tentatives mises en place pour y remédier, rien n'y personne ne saurait en triompher. Cette passion immémoriale traverse les millénaires, elle y prend des formes diverses, qui souligne en tous les cas le goût inébranlable qu'a l'Histoire pour la répétition et l'éternel recommencement. Les peuples persécutés varient d'époque à époque, les centres névralgiques de violence se déplacent à mesure que le temps fait son affaire, mais la haine ne saurait trop longtemps se passer d'un nécessaire bouc émissaire. Une même communauté peut souffrir de différentes attaques au gré des siècles, l'imagination des oppresseurs trouvera toujours d'infinies ressources en guise de justifications. C'est le cas du peuple juif depuis les premières croisades. Tantôt attaqué en tant que tel (forme primaire d'antijudaïsme), tantôt en tant que race (antisémitisme), tantôt en tant que projet politique (notion ambiguë que recouvre le terme d'"antisionisme"), la communauté s'est vue affubler de noms franchement peu glorieux au cours des siècles. Le moyen importe ici peu, du moment que la finalité, en l'occurrence l'ostracisation d'un même ennemi, aboutit. Cette fin n'est autre que la mise au ban d'une même communauté ethnique, religieuse, politique (parfois vilipendée pour être les trois à la fois). Les motifs évoluent, le fond reste le même : aversion pour un Juif pris à partie et pointé du doigt comme un ennemi du genre humain. Cette remarquable régularité dans l'attaque, André Glucksmann l'associe à une "*question-écran*" dans *Le discours de la haine*, au même titre que Freud parlait des "*souvenirs-écran*" de ses patients. Le père de la psychanalyse désignait par cette expression des souvenirs en apparence insignifiants et à première vue sans intérêt, qui pourtant ressurgissent avec une netteté, une régularité et une insistance exceptionnelle, et dont la signification contraste avec l'innocence de leur contenu. L'écran dont il est fait mention ici cache en réalité un souvenir refoulé masqué par la conscience. La psychanalyse se doit alors ici de révéler un contenu bien moins innocent qu'il n'en a l'air. De la même manière, André Glucksmann associe l'ostracisation dont la communauté juive est l'objet à une "*question-écran*" qui rejaillit périodiquement et qui

signifie bien plus que ce que son vernis anodin ne laisse présager. La "question juive" enfouit, dissimule, voile le refoulé d'une société toute entière, en touchant "*dans son apparence gratuite, aux enjeux les plus fondamentaux de la condition humaine*"¹³. Celui qui a appartenu au courant des Nouveaux philosophes reprend ensuite fidèlement l'analyse de Sartre, et son portrait magistral qu'il peint de l'antisémite dans ses *Réflexions sur la question juive* (un ouvrage utile pour comprendre la haine puisqu'en dépit de son titre trompeur, les réflexions portent ici bien plus sur le sujet haineux que sur l'objet abhorré).

Rappelons que le racisme comme l'antisémitisme présupposent un mal provoqué non pas par accident, mais enraciné dans la nature. Ces deux passions affirment la prévalence de l'action de groupe sur l'individu, les caractères communs niant l'idiosyncrasie des membres de la communauté visée : ici le tout écrase toujours les parties, au grand mépris des singularités de chacun. Ici, l'essence précède l'existence, et le raciste n'a d'yeux que pour le premier de ces deux termes. Faire preuve de racisme, c'est donc nier la complexité du réel, en attribuant à l'essence seule la possibilité de déterminer : "*Nous entendons d'abord par là qu'un autre, quel qu'il soit, ne saurait être ramené à une essence sans que cet acte même ne soit une injure portée à celui dont il n'est pas de savoir constituable, dont nous pouvons toujours dire qu'il est autre chose que ce que nous en connaissons, singularité complexe, résultant d'une histoire à grand peine compréhensible, comme je le sais de moi-même*", précise encore Philippe Saltel¹⁴. Le jugement hostile condamne définitivement, puisque haïr présuppose que l'on associe le mal à l'objet, de telle sorte qu'ils paraissent intrinsèquement liés et absolument impossibles à séparer. "*La sentence ignore la diversité des choses*" nous dit encore Saltel : "*le haïssable ne peut que faire le mal, blesser, porter préjudice, etc.*". Armé d'une inaliénable certitude, le jugement haineux méprise également la temporalité qui fait de nous des individus

¹³ GLUCKSMANN André, *Le discours de la haine*, Paris : Plon, 2004, p.235

¹⁴ SALTEL Philippe, *Une odieuse passion. Analyse philosophique de la haine*, op. cit., p.104

sujets au changement : il élève l'immutabilité et la permanence au-dessus de tout. Sartre ne dit pas autre chose : *"L'homme sensé cherche en gémissant, il sait que ses raisonnements ne sont que probables, que d'autres considérations viendront les révoquer en doute ; il ne sait jamais très bien où il va; il est "ouvert", il peut passer pour hésitant. Mais il y a des gens qui sont attirés par la permanence de la pierre. Ils veulent être massifs et impénétrables, ils ne veulent pas changer : où donc le changement les mènerait-il ?"*¹⁵. La permanence de la pierre, c'est donc l'idée selon laquelle les choses et les gens sont ce qu'ils sont, qu'ils n'obéissent qu'à une seule et même nécessité : demeurer toujours les mêmes sans la moindre possibilité d'évolution. Haïr, c'est donc attribuer aux qualités des hommes les caractéristiques des choses.

Maintenant que nous avons exploré ce que peut recouvrir cette notion ambiguë de haine, voyons ce qu'elle produit lorsqu'elle devient un motif éditorial qu'utilisent les médias de masse. Nous tenterons d'explorer l'effet que peut produire une surexploitation d'une passion présente à la fois partout et nulle part : un motif qui prolifère dans un espace médiatique gagne en visibilité en même temps qu'il perd de sa charge symbolique. Les définitions présentées ci-dessus sont ainsi appelées à bouger au terme de la démonstration.

¹⁵ SARTRE Jean-Paul, *Réflexions sur la question juive*, op. cit., p.20-21

II. LA HAINE COMME MOTIF ÉDITORIAL : NOUVEL *EL DORADO* DES MÉDIAS TRADITIONNELS ?

"En fait, toute retransmission comporte cette dimension de tutoiement, tout ce qui est livré à domicile invite au tutoiement"¹⁶

Günther Anders, *Considérations philosophiques sur la radio et la télévision* (1956)

II.1 Le modèle traditionnel des médias de masse : quand la proximité passe par la convivialité

Le rapport qu'entretient le lecteur avec son titre de presse n'est pas neutre. Ce rapport sous-tend un lien particulier qui renvoie au « contrat de lecture », concept défini par Eliseo Veron. Le contenu du média (ce qui est raconté, montré) n'est pas le seul critère pour définir l'identité du média. Le producteur de discours - en l'occurrence le média - propose à travers ce dispositif d'énonciation une matière brute donc (le contenu), mais également une façon de dire, qui influe sur la relation qui unit ces deux agents. La façon dont le titre de presse interpelle le lecteur contribue à lui proposer une certaine représentation de lui-même : *"L'analyse du contrat de lecture permet ainsi de dégager la spécificité d'un support, de faire ressortir, preuves à l'appui, les dimensions qui constituent la manière particulière qu'il a de construire sa relation avec ses lecteurs"¹⁷*. A travers la lecture de tel ou tel support, le lecteur projette ainsi une certaine idée de son identité, identité qui peut être fantasmée ou réelle. A titre d'exemple, la revue *Schnock*, née en 2011, s'adresse avec un brin d'ironie *"aux Vieux de 27 à 87 ans"* (une fourchette assez large pour englober également les

¹⁶ ANDERS Günther, « Considérations philosophiques sur la radio et la télévision », *L'obsolescence de l'homme*, Paris : Ivrea, 1956

¹⁷ « Du contrat de lecture à l'expérience », www.pressemagazine.com, [En ligne], «<http://www.pressemagazine.com/tribune/du-contrat-de-lecture-a-l-experience.html>», mise en ligne le 06/05/10, consultée le 11/02/16.

jeunes). Prenant pour objet la culture populaire d'hier à travers une maquette qui sent bon les années Pompidou, le titre ne cherche évidemment pas à ce que son lecteur s'identifie à un "vieux" lorsqu'il feuillette ces pages où s'invitent régulièrement Pierre Richard, Miou-Miou, Jean Yanne ou encore Jean-Pierre Marielle¹⁸. En revanche, le titre établit avec son lecteur un pacte qui admet certains postulats (comme par exemple celui d'une certaine primauté des productions artistiques et culturelles des années 1960-1970), ensemble de croyances partagées qui va nourrir la construction identitaire de ce même lecteur. Ou du moins, influencer sur la représentation qu'il se fait de lui-même.

Puisque les titres se distinguent les uns des autres en proposant des modèles identitaires à leur lecteur, il paraît donc logique que les représentations ainsi induites soient non-dépréciatives, qu'elles ne conduisent pas à froisser l'idée que le récepteur se fait de lui-même. Pour des raisons pragmatiques - et aussi facilement compréhensibles que la logique marchande - le titre de presse va chercher à s'adresser à son lecteur par des modalités d'expression plutôt bienveillantes (à moins qu'il ne présuppose chez lui un caractère masochiste, ce qui reste quand même une exception dans le paysage médiatique). Le ton employé par le média, qu'il fasse explicitement mention du sujet-lecteur ou qu'il relève du discours indirect, tend ainsi soit vers une certaine idée de la convivialité, soit vers une neutralité qui n'aura a priori rien de déshonorant pour celui à qui ces mots s'adressent. On peut assez raisonnablement supposer qu'un lecteur qui estimerait qu'on lui manque de respect, ou à qui on met sous les yeux une vision dévalorisante de sa personne, serait tenté d'aller voir ailleurs. Ce fonctionnement est par ailleurs renforcé par le poids non négligeable des annonceurs au sein des médias de masse : tous les titres financés par des rentrées publicitaires doivent prendre en compte le fait qu'ils s'adressent à la fois à des lecteurs et des consommateurs. Les marques ont tout intérêt à ce que le fidèle lecteur se sente valorisé au sein de l'union qui le lie à son journal fétiche. Cet accord

¹⁸ Voir *Annexe 1*

implicite s'étend, on l'aura compris, au-delà de la presse écrite : c'est bel et bien un contrat qui unit le média émetteur à son lecteur, auditeur, ou spectateur. A la télévision ou à la radio, il est tout autant question de positionnement éditorial, de représentations et de constructions sociales, et d'identité du récepteur. La forme particulière de haine qui est au coeur de ce mémoire semble renverser une certaine tendance historique à la bienveillance éditoriale : certaines des productions médiatiques choisies au sein du corpus font le choix de s'adresser à leurs récepteurs en mettant de côté la traditionnelle bienséance qui prévalait jusque là. Une nouvelle culture, télévisuelle notamment, charrie avec elles des codes en rupture avec la télévision traditionnelle (le pacte contracté avec le public ne passe plus forcément par la politesse ou la neutralité : nous tenterons de démontrer que la vulgarité, l'invective, voire l'avanie sont des phénomènes nouveaux et emblématiques d'une nouvelle façon de s'adresser au public). Mais avant d'étudier ces nouvelles modalités d'expression, penchons-nous sur des modèles de représentations qui ont longtemps prévalu au sein des productions médiatiques que nous connaissons.

II.1.1 "L'esprit Michel Drucker" : l'hospitalité sur canapé - un exemple de "télévision relationnelle"

Forte d'une expérience de cinquante ans dans le paysage audiovisuel, une personnalité est emblématique de cette télévision conviviale et hospitalière : Michel Drucker. Chaque dimanche, l'animateur s'entretient avec des invités issus du monde des arts et du spectacle, dans un style fait d'empathie et de cordialité, marque qui colle aujourd'hui solidement à la peau de l'animateur vedette. Le canapé rouge de *Vivement Dimanche* est devenu un espace symbolique d'échange d'amabilités dominicales, ce que traduit à la fois la scénographie (des sofas disposés de façon circulaire comme dans un living spacieux, sur lesquels s'assoient des personnalités dans des postures décontractées) et le dispositif narratif de l'émission (une distribution de la parole "apaisée" qui s'établit de façon bien plus lente que dans les talk-shows traditionnels). Diffusé le dimanche après-midi, *Vivement dimanche* est

évidemment programmé de façon stratégique : c'est probablement le moment de la semaine le plus propice pour réunir une famille devant le petit écran. La bonhomie et la chaleur de l'animateur sont tellement ancrées dans l'inconscient collectif que le substantif "druckerisation" (et son corollaire sémantique "se druckeriser" ou "se faire druckeriser") sont désormais des occurrences régulières des sites qui décortiquent la télévision : *Le Huffington Post* parle de "*druckerisation des esprits*"¹⁹, Europe 1 nous informe que Cyril Hanouna est "*en voie de Druckerisation*"²⁰, le site *OZAP* demande à Pascale Clark si elle ne risque pas "*de se druckeriser en recevant Isabelle Huppert pour la dixième fois*"²¹. Gad Elmaleh révèle lui qu'il est "*content*" de s'être fait "*Druckeriser*" ("*la Druckerisation, à un moment donné, c'est comme la canonisation*"²²), sans même prendre la peine de définir ce que tout cela veut dire.

S'il n'est pas la peine de démontrer en quoi cet esprit cordial n'est pas l'apanage du seul Michel Drucker (dans un style différent, pensons au désormais célèbre "*Mes petites beautés*" asséné quotidiennement par Cyril Hanouna à ses millions de spectateurs), se pose quand même la question de la généralisation : cet état d'esprit particulier est-il une grille de lecture applicable au gigantesque continent de programmes produits par la

¹⁹ « De la "druckerisation" des esprits », <http://archives-lepost.huffingtonpost.fr>, [En ligne], «http://archives-lepost.huffingtonpost.fr/article/2011/04/16/2468180_de-la-druckerisation-des-esprits.html», mise en ligne le 16/04/11, consultée le 17/02/16.

²⁰ « #PDLP : Cyril Hanouna en voie de "Druckerisation" ? », www.europe1.fr, [En ligne], «<http://www.europe1.fr/medias-tele/pdlp-cyril-hanouna-en-voie-de-druckerisation-2631061>», mise en ligne le 04/12/15, consultée le 17/02/16.

²¹ « Pascale Clark : "Changer de fuseau horaire va m'éviter de m'encroûter" », www.ozap.com, [En ligne], «<http://www.ozap.com/actu/pascale-clark-changer-de-fuseau-horaire-va-m-eviter-de-m-encrouter/453983>», mise en ligne le 26/06/14, consultée le 17/02/16.

²² BONNET Dominique « Gad Elmaleh, content de s'être fait "Druckeriser" », www.parismatch.com, [En ligne], «<http://www.parismatch.com/People/Spectacles/Gad-Elmaleh-invite-de-Nikos-Aliagas-sur-Europe-1-raconte-ses-debuts-au-Quebec-et-evoque-ses-deux-fils-632618>», mise en ligne le 11/10/14, consultée le 17/02/16.

télévision française depuis l'après-guerre ? Avec Dominique Mehl, nous rappellerons qu'il n'existe pas de définition univoque et singulière du média télé : son rôle, sa fonction, les relations qu'il met en oeuvre avec le public résisteront toujours à l'appel de la généralisation (chaque modèle théorique peut être démonté par un contre-exemple, il n'existe donc pas de "modèle pur"). Nous nous risquerons néanmoins à parler d'une "*transformation de l'âme de la télévision*", pour reprendre les mots de Jacques Mousseau dans un article²³ consacré au livre de Dominique Mehl, *La fenêtre et le miroir*, sorti en 1992. La sociologue distingue en effet deux registres : **une télévision messagère**, "*fenêtre sur le monde*" qui vise avant tout à informer, qui appuie sur la question du contenu et du sens, et qui ne ménage que peu de place à un public discret ou absent²⁴. Cette télévision vise avant tout à susciter la curiosité, la réflexion, et stimuler l'appétit de savoir du spectateur. A cette fenêtre sur le monde se substitue un "*miroir*", tendu par l'autre modèle proposé par Dominique Mehl : **la télévision relationnelle**, qui instaure avec le public "*une relation sur le mode de la convivialité, de la complicité, voire de la fusion. La télévision de relation se rapproche de la radio, plus que du cinéma, elle est fondée sur un rapport affectif, une «relation de confiance»*"²⁵. Si Dominique Mehl refuse une lecture diachronique de l'évolution des programmes en France, et rappelle que l'infotainment emprunte par exemple aux deux registres qu'elle a elle même distingués, le constat général reste le suivant : la télévision messagère des débuts a cédé de plus en plus de place à la télévision relationnelle, comme en témoigne l'émergence des reality-shows (vaste catégorie qui englobe à la fois *L'amour en danger*, *Perdu de Vue*, *La nuit des héros* et les nombreuses télé-réalités qui seront produites en série au début des années 2000). Dans un contexte où la relation prime désormais nettement sur le contenu, la figure de l'animateur prend de

²³ MOUSSEAU Jacques, "La fenêtre et le miroir : Dominique Mehl - La télévision et ses programmes", *Communication et langages*, n°95, 1er trimestre 1993, pp. 114-116

²⁴ MEHL Dominique, *La fenêtre et le miroir. La télévision et ses programmes*, Paris : Payot, 1992

²⁵ BREGMAN Dorine. "D. Mehl, La fenêtre et le miroir : la télévision et ses programmes", *Politix*, vol. 6, n°21, Premier trimestre 1993, pp. 152-155.

l'importance et se place au coeur de la connexion entre le programme et le spectateur : les émissions se différencient en s'incarnant, et la personnalité d'un Michel Drucker, d'une Sophie Davant ou d'un Jean-Pierre Pernaut imprime alors une pâte émotionnelle au contenu même du programme. D'un JT anciennement présenté par plusieurs animateurs, nous basculons dans un registre où tous les attributs d'un unique narrateur sont mis en valeur : voix, regard, affect disséminé dans le récit ("*on peut penser ici par exemple au discours de Jean-Pierre Pernaut qui présente le journal de 13 heures sur TF1 et dont les "mimiques" semblent vouloir faire vivre le récit tout autant que le récit lui-même*"²⁶). A la fin des années 1980, cette télévision, qui n'a plus comme vocation première de rapporter des faits, devient en quelque sorte une auxiliaire de vie : elle est investie d'un rôle social nouveau (apparition du Téléthon, émissions d'accompagnement présentées par Jacques Pradel qui auront leur influence sur le *Sans aucun doute* de Julien Courbet et le *Y'a que la vérité qui compte* du duo Bataille/Fontaine). Même si les missions que s'assignent la télévision sont nombreuses et infiniment complexes, il est cependant difficile de contester que c'est un idéal de proximité, sinon d'accompagnement, qui caractérise la relation établie avec son public.

II.1.2. Foyer partagé : les speakerines, hôtesse du tube cathodique

Si la télévision passe de nos jours beaucoup par le vecteur du relationnel (et moins par celui du messenger), la dimension accueillante et accessible du médium ne date pas d'hier. Aujourd'hui tombée dans l'oubli, la speakerine reste l'une des figures emblématiques de la télévision, une présence cathodique qui a accompagné le spectateur dès les premières retransmissions en direct. Armée d'une diction irréprochable et d'un sourire ravageur, la « femme-tronc » est avant tout un visage – filmé en très gros plan ou en plan taille - qui produit de la familiarité avec le foyer. Jacqueline Joubert, Catherine Langeais, Denise Fabre, Evelyne Dhéliat : quelques noms

²⁶ SPIES Virginie, *La télévision dans le miroir : Théorie, histoire et analyse des émissions réflexives*, Paris : L'Harmattan, 2004, p. 77

bien connus ont donné leur lettres de noblesse à la profession depuis les années 1950, des femmes qui avaient principalement la mission d'annoncer le programme télévisé et de rassurer le téléspectateur en cas de problèmes techniques (elles permettaient notamment à la chaîne de s'incarner en présentant des excuses). *"En plus d'une bonne diction, la speakerine est en quelque sorte l'hôtesse qui vient chaque jour à la maison"* résume Anoucha Sikorsky, qui a officié sur RTL de 1981 à 1988²⁷ : la speakerine s'invite clairement au sein du foyer où elle est retransmise, ce que traduit souvent le bouquet de fleurs posé à ses côtés dans le cadre. L'espace scénographique qui apparaît à l'écran agit "par réflexion" à l'espace où il est regardé : c'est un espace domestique que le spectateur peut symboliquement habiter.

Souvent passée par les bancs du théâtre, la speakerine greffe de l'incarnation sur une relation pourtant très impersonnelle (la télévision cherche par nature à s'adresser au plus grand nombre, d'autant plus à une époque où il n'existe qu'une ou deux chaînes). Informations, brèves, retards dans la prise d'antenne : sur une matière quelconque et mécanique qui pourrait s'exprimer d'ailleurs aussi froidement qu'à travers un communiqué de la chaîne, les speakerines ont donc la lourde tâche d'incorporer de la vie, de transformer de l'inerte en vivant. Car ce sont aussi les lapsus et les fourires que nous retenons de ces convives du quotidien, leur capacité à ne pas réciter de façon robotique et désincarnée leur texte (la plupart d'entre elles officiait d'ailleurs sans prompteur, apportant une dose de naturel à un discours paradoxalement calibré). Elles doivent donner au spectateur un reflet humain, dans un poste de télévision qui agit comme un jeu de miroir avec celui qui la regarde. La présence des speakerines cherche à abolir la frontière que constitue l'écran, et qui sépare le spectateur du monde s'affichant sous ses yeux : *"la télévision ne doit pas être quelque chose d'anonyme. La speakerine permet donc ce lien humain avec le public. A*

²⁷ STAAL Fabrice, « La speakerine a-t-elle encore un avenir sur RTL », www.cinetelerevue.be, [En ligne], «<http://www.cinetelerevue.be/fr/Tele/dossiers/les-speakerines.html>», consultée le 13/02/16.

l'époque de RTL Télévision, beaucoup de gens m'envoyaient des lettres touchantes et me remerciaient d'être leur présence chez eux." ajoute encore Anoucha Sikorsky. Dans cette logique de création de lien social, la forme importe au moins autant que le fond, et ce qu'énonce la speakerine vaut autant pour la réalité objective de l'information que le moyen mis en oeuvre pour l'énoncer. La fonction phatique y est par ailleurs déterminante, dans la mesure où il y a primauté de la relation sur le contenu (ce qui explique pourquoi le silence - l'interruption momentanée du lien - est aujourd'hui encore honnie des directeurs de chaînes). Ce lien est soutenu par un sourire des plus chaleureux et une extrême politesse vis-à-vis du spectateur : l'animosité ou la "parole déplacée" n'y ont pas droit de cité.

Alors qu'est-ce qui a changé depuis l'époque pas si lointaine des speakerines ? Les *talk-shows*, les présentateurs du JT, les émissions où une seule et unique personne s'exprime face caméra n'ont pas disparu, bien au contraire. La télévision joue encore aujourd'hui ce rôle de "*folle du logis*"²⁸, amie domestique qui crée de la convivialité et de la chaleur au sein du foyer. France 5 a d'ailleurs puisé dans l'esthétique de l'appartement pour ses émissions à succès *C à vous* et *La Quotidienne* : ce sont des lofts, probablement moins impersonnels que des studios, qui y servent de décors. L'ambiance "cosy" (terme imprécis et pourtant parlant, l'adjectif définit bien cet état d'esprit au croisement du douillet et de l'agréable) sert toujours de toile de fond à de nombreux programmes (pensons aux canapés de *Bienvenue chez Caulet* ou au sofa en cuir de Sébastien Folin dans *Le Lab.Ô*). Il ne s'agit donc pas d'affirmer que la convivialité cathodique décrite dans ce chapitre aurait cédé sa place à un motif haineux, moins convivial par définition, apparu récemment : les deux formes ne sont pas exclusives, elles peuvent très bien cohabiter au sein des productions médiatiques actuelles. En revanche, nous pouvons supposer que cette haine diffuse, dont nous nous attacherons à prouver qu'elle innerve quantité de productions

²⁸ MISSIKA Jean-Louis, WOLTON Dominique, *La Folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques*, Paris : Gallimard, 1983

aujourd'hui, n'aurait probablement pas pu voir le jour quelques décennies plus tôt. Si les codes de la bienséance, de l'amabilité et de la déférence ont longtemps été ceux des médias grand public, il semblerait que ce ne soit plus un impératif absolu. A ce titre, une émission comme *Voyage au bout de la nuit* sur D8 est emblématique d'une hospitalité de surface. Le principe de l'émission tient sur un ticket de métro : installée sur un sofa face-caméra, une lectrice - parfois vêtue d'une simple nuisette - lit à haute voix un grand classique de la littérature. Si cette dernière est évidemment tenue de regarder de temps en temps le spectateur, son activité l'empêche de fait de s'y tenir (puisqu'elle passe la quasi-intégralité de l'émission le nez plongé dans le livre en question). Le dispositif rappelle donc celui de la speakerine (une personne seule dans le champ qui tient la parole sans interruption) tout en étant drastiquement différent. Là où la speakerine composait avec son vocabulaire propre et le risque d'imprévus inhérents à la pratique, la lectrice de *Voyage au bout de la nuit* se voit retirer la possibilité même d'une imprévisibilité : les seuls mots qu'elle émet ne sont pas les siens. Surtout, là où la speakerine s'adressait au spectateur en feignant les conditions de la discussion avec lui, l'animatrice de l'émission de D8 n'est qu'un corps qui prononce des mots (vitrine spéculaire qu'on ne peut "que" regarder et non pénétrer) : elle n'est pas là pour que le spectateur s'imagine dialoguer avec elle. La scénographie de l'émission de D8 a beau se nourrir là encore d'une esthétique de l'appartement qui renvoie à l'intérieur du spectateur (canapé, coussins, véranda), l'espace entre l'émetteur et le récepteur n'est pas un espace commun²⁹. De l'esthétique du miroir, nous avons basculé dans celle de la vitrine, qui cherche à rétablir la frontière. Etrange hospitalité que promeut ce décorum, à travers cette scène sur laquelle le spectateur n'est en fait pas le bienvenu...

II. 1.3. Droit de réponse : quand l'altercation s'invite au sein du modèle convivial

²⁹ Voir Annexe 2

La spontanéité naturelle de l'ère des speakerines n'a pas disparu non plus. L'imprévu dicte toujours son tempo à l'esprit du tube cathodique : le succès du clash repose sur une certaine idée de la spontanéité (bien qu'aujourd'hui mise en scène), et les images du zapping sont avant tout nourries par des dérapages, lapsus, et autres langues qui se mettent inévitablement à fourcher. Les bêtisiers, qui foisonnent depuis la naissance de la TNT, ne sont d'ailleurs que des compilations d'imprévus, de ratés, de choses accidentelles qu'on remarque d'autant plus qu'elles surgissent dans un espace normé. L'idée que tout peut arriver, que *"tout est permis"*, pour reprendre le titre de l'émission à succès présentée par Arthur, persiste tel l'argument de vente sanctifié du divertissement. C'est aussi ce qui a fait le sel des émissions de débat, dont Michel Polac - et dans une moindre mesure Christophe Dechavanne - vont incarner d'irrévérencieuses figures. De 1981 à 1987, *Droit de réponse*, "émission pionnière en matière de polémique-spectacle ou de clash, en langage moderne"³⁰, invente une télévision où l'impertinence est sincèrement encouragée, et où la parole est équitablement répartie entre vedettes du petit écran et illustres inconnus présents sur le plateau. L'émission donne un coup de balai à la "la télévision académique et ronronnante (au sens propre comme au figuré) qui régnait alors". Un goût de l'altercation et du sang savamment mis en scène par l'animateur, avant même le début de l'émission : "Il y aura certainement de la controverse, des sujets polémiques"³¹ annonce Michel Polac au journal de 20 heures la veille de la première. La retransmission en direct promet à ce petit café-théâtre où tout le monde fume, boit, et discute d'inévitables dérapages, diffusés sur une chaîne encore publique à l'époque : les insultes entre extrémistes de tout bord fusent, les cendriers volent, et les verres de whisky valsent (l'animateur

³⁰ « Mort de Michel Polac, celui par qui le scandale arrive », www.humanite.fr, [En ligne], «<http://www.humanite.fr/medias/mort-de-michel-polac-celui-par-qui-le-scandale-arrive-502089>», mise en ligne le 08/08/12, consultée le 16/02/16.

³¹ DE SAINT VINCENT Bertrand « Droit de réponse : la fièvre du samedi soir », www.lefigaro.fr, [En ligne], «<http://www.lefigaro.fr/programmes-tele/2009/07/17/03012-20090717ARTFIG00494-droit-de-reponse-la-fievre-du-samedi-soir-.php>», mise en ligne le 31/07/09, consultée le 16/02/16.

est parfois obligé d'intimer l'ordre au réalisateur d'envoyer "le générique de fin et de couper le son"). Les confrontations virulentes entre personnes que rien ne saurait réconcilier - surtout pas un débat télévisé aussi englué dans un dispositif de spectacle - servent de matériel éditorial fécond aux émissions qui suivront : citons *Ciel mon mardi !* à la fin des années 1980 et, dans un registre bien plus sérieux, *Ce soir ou Jamais* depuis 2006 (sur France 3 puis France 2). Le *clash* porte donc derrière lui une assez longue tradition : nous ne tomberons pas dans l'écueil qui supposerait qu'il n'est arrivé que récemment à la télévision, ni que le marketing de la méchanceté est un marché émergent (souvenons-nous de Paul Amar et de cette fameuse paire de gants de boxe sortie à l'occasion du duel télévisé qui opposa Bernard Tapie à Jean-Marie Le Pen en 1994). Ce qui semble en revanche faire irruption dans ce monde du clash généralisé, c'est l'idée que ces nouvelles confrontations semblent se passer des idées, justement. Tous les affrontements cités dans les exemples ci-dessus s'établissent dans le but de nourrir un échange, de servir le débat : s'ils relèvent eux aussi du spectacle, ils trouvent précisément un alibi dans la défense de l'affrontement idéologique, noble cause s'il en est. Malgré un penchant évident pour le sensationnalisme (*Ciel mon mardi !* invitait à s'exprimer autant sur la peine de mort que sur une possible invasion extraterrestre), l'horizon commun reste l'avancée du débat public. S'il est souvent reproché à Frédéric Taddeï de mettre en face à face des personnalités explosives sujettes au pugilat de plateau ("*A plusieurs reprises, j'avais proposé à Taddeï d'inviter Luc Boltanski mais il tenait absolument à m'opposer Raouf Dafri. Quel intérêt, sinon pour créer une polémique ? Quelquefois, j'ai l'impression qu'il privilégie le spectacle au débat approfondi*"³² déplore même Alain Finkielkraut après son "*Taisez-vous !*" qui a fit la joie des réseaux sociaux en 2014), *Ce soir ou jamais* reste l'un des rares espaces qui valorise la culture à la télévision. Inversement, la forme de haine dont il est question dans ce mémoire se

³² DOUCET David « Frédéric Taddeï: Ce soir ou plus jamais ? », www.lesinrocks.com, [En ligne], «<http://www.lesinrocks.com/2014/02/27/actualite/taddei-le-spectacle-des-idees-11476179/>», mise en ligne le 27/02/14, consultée le 16/02/16.

nourrit peu des idées, parfois un peu des opinions, mais très souvent des "embrouilles", "règlements de comptes" et autres "prises de tête", pour reprendre un vocabulaire puisé sur la plateforme www.grosclash.com (site créé en 2015 qui s'est assigné pour mission de relayer toute sorte de clash, qu'il vienne du monde du rap, du sport, de la musique, de la politique ou de la télé-réalité). Il s'agira donc dans les chapitres qui suivent de révéler ce qui fait la spécificité de ces nouvelles formes discursives, et de voir comment elles ont contaminé une large gamme de productions médiatiques d'aujourd'hui.

II.2 Quand la haine se fond dans le décor : la méchanceté en guise de spectacle

II.2.1. A l'école des snipers

II.2.1.a. Le sniper - la vanne en guise de cartouche

Depuis une quinzaine d'années, la figure du **"sniper"** a conquis à la fois chaînes de télévision et stations de radio généralistes. A l'heure de la prolifération des talk-shows, les amuseurs de plateau, chargés de détendre une atmosphère parfois pesante, se sont eux aussi multipliés. Depuis une dizaine d'années, l'émergence des snipers témoignent de ce mélange souvent incestueux entre l'information et l'humour : Laurent Baffie dans les émissions de Thierry Ardisson (d'abord dans *Double Jeu* puis dans *Tout le monde en parle*), Guy Carlier (*On ne peut pas plaire à tout le monde*), Fabrice Eboué (*T'empêches tout le monde de dormir*), Stéphane Guillon (*20h10 pétantes !* puis *Salut les terriens*) ont tous aiguisé leurs armes au sein de talk-shows. Si sa fonction sur le plateau diffère selon le format du programme, le *sniper* se caractérise d'abord par une science du sarcasme maîtrisée, un goût prononcé pour l'ironie et la critique ordinaire, ainsi qu'une faculté à trouver des cibles cathodiques sur laquelle il "flingue" régulièrement (Jean-Luc Lahaye pour Laurent Baffie, Carole Rousseau ou Elisabeth Tessier pour Guy Carlier, Benjamin Castaldi pour Stéphane Guillon...). Les snipers apportent un cachet "impertinence" aux émissions qui les accueillent, que ce soit le temps d'une chronique ou sur tout la durée du programme. Adeptes d'un humour noir qu'elle dit volontiers sans concession, cette caste pratique "une violence, symbolique mais crue, qui tente de se hisser à la hauteur de l'insensibilité croissante de l'époque, dans une surenchère "de la bonne vanne". Quitte à tirer trop souvent sur l'ambulance"³³ estime le site belge *Moustique.be*. Les cartouches des snipers innervent ainsi le média radio,

³³ SCHEURETTE Pierre, « Au pays de la haine ordinaire », *www.moustique.be*, [En ligne], «<http://www.moustique.be/1399/au-pays-de-la-haine-ordinaire>», mise en ligne le 03/02/15, consultée le 20/09/15.

friand de formats courts destinés à circuler sur les réseaux sociaux et alimenter des banques de podcasts : Sophia Aram, Didier Porte, Christophe Alévêque, Pierre-Emmanuel Barré, Guillaume Meurice ont eux aussi droit à leur trois minutes de "dézinguage" quotidien, commentant l'actualité politique et sociétale sur un ton acerbe et volontairement fielleux. Ces "chroni'tueurs"³⁴, devenus "les nouvelles stars du paf", agacent, blessent, exaspèrent ("et pourtant on adhère !" confie le site purepeople.com). Plongeant souvent la tête la première dans la mauvaise fois, leur style cynique s'est exporté bien au-delà des émissions de débat : Pierre Ménès, l'un des journalistes sportifs les plus populaires du paysage audio-visuel (100% foot, Canal Football Club), n'a-t-il pas bâti sa carrière sur son franc parler et son goût pour la castagne verbale ? Dans un style différent, Jean-Michel Apathie, après neuf ans passés sur le plateau du *Grand journal*, est bel et bien devenu l'incarnation du commentateur politique redoutable et redouté, apôtre de la question rentre-dedans. Révélé au grand public par l'émission de Franz-Olivier Giesbert sur France 2 *Semaine critique !*, Nicolas Bedos est lui aussi devenu l'une de ces figures iconoclastes du PAF, qui aiment faire mousser (et qui institutionnalise complètement "sa tête à claques", "son regard moqueur et son ton pédant"³⁵). Remplaçant d'Aymeric Caron sur le plateau d'*On n'est pas couché* à la rentrée 2015, l'écrivain Yann Moix a de son côté fait la une du mensuel *Technikart* de juin avec la mention "Pourquoi vous allez adorer le détester"³⁶. Non seulement ces personnalités agacent ceux qu'ils ont dans le collimateur (en premier lieu les hommes politiques), mais ils savent jouir de leur côté clivant et volontiers non-consensuel, qui agace également les auditeurs et téléspectateurs.

³⁴ BREEN Chloé, « Les "Méchants" sont à la mode à la télévision. Venez les découvrir, ils sont... Chan mé ! », www.purepeople.com, [En ligne], «http://www.purepeople.com/article/les-mechants-sont-a-la-mode-a-la-television-venez-les-decouvrir-ils-sont-chanme_a27624/1», mise en ligne le 17/04/09, consultée le 20/09/15.

³⁵ RINGOT Emmanuelle, « 5 raisons pour lesquelles Nicolas Bedos nous met mal à l'aise », www.marieclaire.fr, [En ligne], «<http://www.marieclaire.fr/pourquoi-nicolas-bedos-nous-met-il-mal-a-l-aise,722982.asp>», mise en ligne le 09/10/14, consultée le 20/09/15.

³⁶ Voir *Annexe 3*

II.2.1.b. Le marché concurrentiel de la raillerie, ou quand le sniper tire à blanc

Est-ce vraiment un phénomène récent ? Guy Bedos, Jean Yanne, ou Thierry Le Luron n'ont-ils pas pratiqué cet humour vachard à forte résonance critique pendant des décennies ? Quelle différence avec l'humour frondeur des *Grosses têtes*, jamais avarés en bons mots et petites saillies critico-comiques ? Ces nouveaux poils-a-gratter du PAF ne s'inscrivent-ils pas dans la continuité de leurs pairs ? De nos jours, la cruauté a changé de visage, elle s'est distillée partout (c'est-à-dire nulle part). La posture d'amuseur de plateau a enfermé les snipers dans une case : celle de fanatiques de la gâchette, qui, dans leur volonté de n'épargner personne, cèdent parfois à la critique la plus ordinaire qui soit. Se présentant volontairement comme méchants ou corrosifs, les snipers doivent aujourd'hui composer avec une concurrence elle aussi féroce : les commentaires proliférants des internautes (qui ne se privent pas pour disséminer des décharges en 140 signes), les pamphlétaires dissidents à qui on donne volontiers la parole pour s'exprimer sur tout et sur rien (Eric Zemmour, Robert Ménard, Elizabeth Lévy, Eric Brunet...), les chaînes d'info généralistes qui relaient en bouclent les dernières bisbilles politiques et autres sacro-saintes "petites phrases". A l'heure où nombreux sont ceux qui pensent qu'on "*peut plus rien dire*"³⁷, le commentaire dépréciatif sur l'actualité est partout, ce qui ne facilite pas toujours le travail de ces militants du rire armé. Si la voix des snipers portent dans l'espace médiatique aujourd'hui, le caractère provocateur dont ils se font volontiers le porte-étendard n'est pas forcément perçu comme tel. "*Payé 40.000 euros par mois sur Canal Plus pour dire que Mimie Mathy est petite et que DSK est un coureur... L'humour même corrosif n'est pas interdit mais il faut que ça soit drôle (...)* Je dis juste que Guillon confond la provocation et

³⁷ *On peut plus rien dire* : chanson humoristique écrite et interprétée par Didier Bourdon en 2005 sur la (supposée) réduction de la liberté d'expression de notre époque.

l'humour : s'il a été viré, c'est qu'il a tenu des propos très peu drôles" résumait François Jost dans un entretien donné au site Atlantico en 2012 sur *"la fin de la provoc' à la télévision"*³⁸. Fort étrangement, alors que les snipers ont colonisé les médias d'information, les "grandes gueules" du petit écran se comptent sur le doigt de la main : *"Aujourd'hui, on a l'impression qu'on peut fabriquer une chronique humoristique facilement. A la première blague de cul, on ramène DSK : quelle pauvreté d'imagination ! Ceux qui savent sortir de ça en allant à contre-courant, ce serait eux les nouveaux provocateurs et je n'en vois pas tellement"* livre encore le professeur en sciences de l'information et de la communication. Les francs-tireurs sont partout, certes, mais est-ce pour autant le signe d'une bonne santé du discours critique ? N'est-ce pas au contraire, le témoin masqué de son amenuisement, à travers une méchanceté universellement partagée, bien plus conventionnelle qu'elle ne le prétend ?

Et si le rire est partout, la grimace n'est jamais bien loin. *"On est dans la tyrannie du rire obligatoire. Le drame de l'époque, c'est l'esprit Canal, cette mécanique de la déconne. C'est un totalitarisme ! On n'en peut plus des rires forcés à la télé"* déplore Fabrice Luchini, qu'on peut difficilement accuser d'un sérieux irréprochable lors de ses interventions sur les plateaux³⁹. Une virulence d'autant plus étonnante qu'elle apparaît dans un papier intitulé *"Faire rire, c'est ma nature"*...L'acteur révélé par Eric Rohmer n'est pas le seul à s'en prendre à cet intégrisme du rire : moins flamboyant et plus austère, Alain Finkielkraut déplore l'ère du *"politiquement ricanant"* : *"Le rire contemporain ne relève plus de l'humour. Il est, entre l'injure et le crachat,*

³⁸ MERET Valérie, entretien avec François Jost « Mise à l'écart des Ménard, Guillon, Zemmour, Pulvar... Fin de la provoc' à la télévision ? », www.atlantico.fr, [En ligne], «<http://www.atlantico.fr/decryptage/television-grandes-gueules-franchise-epuration-menard-pulvar-zemmour-guillon-provocation-francois-jost-418211.html/page/0/1>», mise en ligne le 13/07/12, consultée le 18/09/15.

³⁹ « "Faire rire, c'est ma nature" - Fabrice Luchini », www.leparisien.fr, [En ligne], «<http://www.leparisien.fr/espace-premium/culture-loisirs/faire-rire-c-est-ma-nature-15-03-2013-2641949.php>», mise en ligne le 15/03/13, consultée le 20/09/15.

une forme d'incivilité (...) Le débat ne se suffit jamais à lui-même: il faut le pimenter. De nos jours, certains chroniqueurs ont pour mission d'être méchants. On les appelle fièrement des «snipers». (...) Plus ça cogne, plus ça marche! La critique argumentée de Freud n'intéresse personne. Le portrait du fondateur de la psychanalyse en monstre et en escroc excite tout le monde (...). Ce qui aggrave encore les choses, c'est le déferlement de la dérision sur toute forme d'autorité ou d'éminence"⁴⁰. Le succès des sites d'info-tainment (Buzzfeed, Topito, Minutebuzz, Démotivateur...), l'avènement des fake-news (ces sites comme *Le Gorafi* qui singent l'actualité en présentant sous une forme sérieuse et authentique des informations erronées), la montée des formats hybrides façon *Petit journal* - bref, l'ère de l'infotainment rutilante - n'a-t-elle pas confondu la dérision avec le dérisoire ? Rien ne résiste aujourd'hui à la grande machine à broyer qu'est l'humour : "la vanne et la caricature étant devenues la matière première principale de toute médiatisation, leur "force de frappe" écrase toute tentative de faire passer quelque message que ce soit"⁴¹. Aujourd'hui, la plume acerbe du comique se fond dans un décor aux allures de fourre-tout humoristique, où l'on croise des gifs animés de photomontages d'hommes politiques (des tumblr comme *Les politiques sont nos amis*), des agrégateurs de contenus comme *Melty.fr* où l'info sérieuse côtoie le plus que superficiel, des formats humoristiques initiés par les chaînes d'info généralistes elles-mêmes (sur BFM TV notamment, avec *Politico Zap*)...L'humour léger est partout, à tel point que l'on se demanderait presque si l'info survivra à cet enrobage "lol" qui stimule des millions de clics chaque jour. C'est à la fois une consécration pour les snipers, puisque leur novlangue est désormais partagée et assimilée par

⁴⁰ LE FOL Sébastien, « Finkielkraut : "le rire contemporain est une forme d'incivilité" », *www.blog.lefigaro.fr*, [En ligne], «<http://blog.lefigaro.fr/le-fol/2010/05/finkielkraut-le-rire-contemporain-est-une-forme-dincivilite.html>», mise en ligne le 02/05/10, consultée le 20/09/15.

⁴¹ REIMS Nathalie « Nathalie Rheims : "la dictature du rire" », *www.lepoint.fr*, [En ligne], «http://www.lepoint.fr/invites-du-point/nathalie-rheims/nathalie-rheims-la-dictature-du-rire-20-12-2013-1772937_1452.php», mise en ligne le 20/12/13, consultée le 20/09/15.

tous, et c'est en même temps la fin de ce qui a fait leur originalité des années durant.

II.2.1.c. Retourner la persécution : quand s'ériger en martyr devient un business

Nombreux sont les repentis de l'humour qui ont exploité avec talent leur situation à des fins mercantiles ou marketing. C'est une autre particularité distinctive des snipers : leur propension brillante à très bien utiliser leur statut de victimes (le plus souvent, d'un licenciement) pour gonfler leur ventes de livres et autres recueils de chroniques multi-édités. Suite à leur éviction quasi-simultanée de France Inter, Didier Porte a publié coup sur coup *Insupportable : Chronique d'un licenciement* et *Incorrigible : Chroniques d'un multirécidiviste* en 2010 et 2011, quand Stéphane Guillon a lui opté pour des livres au nom évocateur (*Stéphane Guillon aggrave son cas, On m'a demandé de vous virer*). Sur l'affiche promotionnelle du spectacle de ce dernier, *Liberté très surveillée*, l'humoriste se glisse dans la peau d'une personne en garde à vue, moyen de signifier à quel point son impertinence chagrine toute forme d'autorité.⁴² Le DVD *Portraits au vitriol* qui regroupe les meilleures chroniques du comédien diffusées sur Canal + déploie une subtile rhétorique de récupération : l'humoriste se nourrit constamment des critiques qui peuvent lui être adressées. On peut lire au verso de l'emballage du produit⁴³ : "*En face des invités, il ose un ton inédit, parfois insolent et irrévérencieux mais toujours hilarant et révèle ainsi avec facétie et perspicacité les faces troubles ou cachées de Jean Dujardin, lam, Christophe Lambert... (...) Et retrouvez en bonus, les invités en colère qui ne voulaient plus jamais entendre parler de leur autoportrait !*". Une communication rondement menée, qui joue à la fois la carte de la position victimaire et celle du poil à gratter corrosif : gage d'impertinence puisqu'il énerve ceux qu'il égratigne dans ses portraits. Avec talent, l'humoriste arrive donc à exploiter

⁴² Voir Annexe 4

⁴³ Voir Annexe 5

et retourner les charges émises contre lui. La campagne d'un de ses spectacles cite des déclarations peu reluisantes à son égard, émanant du corps politique, cible privilégiée de l'humoriste : "*L'humour ce n'est pas drôle quand c'est principalement de la méchanceté*" lâche DSK / "*Stéphane Guillon gâche son réel talent*" affirme Eric Besson / "*C'est injurieux, c'est vulgaire, c'est méchant*" estime Nicolas Sarkozy⁴⁴). Logique subtile de l'arroseur arrosé : l'agresseur devient à son tour l'agressé, renforcé par les critiques dont il fait l'objet. Les réponses du personnel politique sont alors le témoin du caractère corrosif de Guillon, elles avèrent en fait l'efficacité de ce "tireur d'élite"...Les attaques dont Guillon est l'objet servent totalement la stratégie communicationnelle de l'humoriste, de même que son éviction de France Inter conforte sa position médiatique, qu'il aime tant à considérer en dehors du système. Se servir de ses ennemis pour attester de la supériorité de ses compétences : c'est incontestablement sur ce plan que l'humoriste a réussi. Se posant contre le triumvirat politiquement correct/bienpensance/censure, Guillon et consorts aiment endosser les apparats des derniers combattants officiant pour la liberté d'expression. Christophe Alévêque ne s'est-il pas affublé du costume de *Super-rebelle* (personnage qu'il a campé sur les planches de 2009 à 2012, et qu'il a porté sur nombre de plateaux télé à l'époque) ? Un rire de résistance, tellement clamé sous les toits qu'on se demande bien à quelle oppression il peut bien faire face...Il y a quelque chose de risible à voir ces porteurs d'un humour sans limite se toiser du plus grand des sérieux dès qu'on les interroge sur la portée politique de leur art⁴⁵...

⁴⁴ Voir *Annexe 6*

⁴⁵ Voir la vidéo *Rire, une arme pour exorciser la peur du terrorisme*, diffusée sur BFM TV deux semaines après les attentats du 13 novembre 2015 : Stéphane Guillon y revient sur son sketch Barbie Daesh, fragment de l'émission de Thierry Ardisson *Salut les Terriens*, diffusée sur Canal + le 28/11/2015, dans lequel l'humoriste décapite une Barbie à burka pour singer les horreurs de l'autoproclamé Etat islamique. Il conclut le sketch en professant "*Y'aura une fatwa sur moi avec mes conneries*", façon à peine voilée de mettre en avant sa science du courage. Une posture héroïque renforcée par la voix-off toujours complaisante de la première chaîne d'info de France : "*L'humoriste plaisante même des conséquences éventuelles de son sketch...mais il confie ne pas avoir peur*". Comme si critiquer avec violence Daesh était une marque indélébile de bravoure (c'est ce que font par ailleurs d'une même voix tous les autres humoristes du PAF, les commentateurs politiques, le personnel politique - pour ne citer qu'eux...)

II.2.2. Zemmour et Naulleau : l'invective au service de l'idée

II.2.2.a. "Les deux siamois de la critique" : la fièvre du samedi soir

A quelques encablures du *sniper*, une autre figure toute aussi vindicative a vu le jour ces dernières années : celle du polémiste cathodique, qui consent volontiers à délaisser l'humour (du moins, faire rire n'est pas son métier) au profit du débat d'idées. Laurent Ruquier est celui à qui revient la paternité du genre : après le départ du tandem Ardisson/Baffie en 2006, *On n'est pas couché* remplace *Tout le monde en parle* sur la case du samedi en deuxième partie de soirée sur France 2. Se substitue au couple de forcenés inséparables de la vanne deux chroniqueurs encore peu connus du grand public : Eric Zemmour et Eric Naulleau (ce dernier remplace dès la première saison un Michel Polac souffrant de problèmes de santé), qui deviendront rapidement les "*frères siamois de la critique*" selon les termes de Laurent Ruquier. Chaque week-end, ces deux agitateurs d'idée disent leur quatre vérités à un invité politique, un écrivain venu défendre sa dernière création, un journaliste en manque de visibilité médiatique, un duo d'acteurs transformés en attachés de presse le temps de promouvoir leur film. Vie politique, sujet de société, cinéma, musique, sport, littérature : les impitoyables bessons donnent leur avis sur tout, y compris sur des territoires qui ne relèvent pas de leur expertise première (Zemmour est d'abord un journaliste politique et essayiste, Naulleau vient du monde de la littérature). Intransigeants dans l'attaque, peu conciliants avec leurs adversaires, les deux Eric n'épargnent absolument personne, quitte à forcer parfois le trait et afficher, sans chercher à le maquiller, une ostensible mauvaise foi. Les invités deviennent peu à peu craintifs, pas vraiment habitués à endosser le rôle de punching-ball quand ils s'invitent à l'antenne du service public. Cali qui grimpe sur la table pour témoigner sa colère, Francis Huster qui tourne le dos à Eric Zemmour pour lui signifier son mépris, Jacques Attali ou Christophe Hondelatte qui quittent le

plateau en plein milieu d'une interview musclée : les querelles nocturnes et les noms d'oiseau qui les accompagnent sont aujourd'hui ce qu'on retient du programme. Les séquences d'affrontements caustiques cumulent depuis des années les clics sur Youtube (la chaîne Youtube officielle de l'émission a d'ailleurs initié une playlist "Les meilleurs clashes", qui cumule plus de 500 000 vues⁴⁶). La presse télé et média, évidemment friande de ces spectacles corrosifs, invente même une expression quasi-tombée dans le langage courant : se faire "démonter", "massacrer", ou "dégommer" "chez Ruquier". Une surcharge dans la violence sémantique qu'avait intégrée Yann Moix avant même de récupérer le poste au sein de l'émission (en juin 2015, l'écrivain déclarait : "*Dans On n'est pas couché, y'en a qui vont morfler !*")⁴⁷.

Pas étonnant que Laurent Ruquier, qui a entamé cette saison sa dixième année à la tête de l'émission, ait choisi des remplaçants tout aussi "rentre-dedans" pour succéder au duo à partir de 2011 : Natacha Polony, Audrey Pulvar, Aymeric Caron, Léa Salamé, Yann Moix avaient tous déjà fait leur preuve dans le "clash", même confidentiel, avant leur recrutement (Nicolas Sarkozy, Nadine Morano, et Patrick Cohen en avaient notamment fait les frais). En fait, ces chroniqueurs stars (leur passage dans l'émission les a tous propulsés sur le devant de la scène) n'ont fait que tirer parti au maximum de ce que "faire polémique" veut dire : allier l'esprit guerrier (le mot vient du grec "*polemos*") à la dimension hypertrophique du spectacle. Comme le comprendra plus tard la bande de Cyril Hanouna sur D8 : un affrontement, même dérisoire, attise toujours plus la curiosité qu'un concert de louanges. Eric Zemmour affirme par ailleurs que "*la télé est un média grossissant et c'est pareil pour tout le monde*"⁴⁸, façon d'expliquer que le média amplifie les

⁴⁶ Voir *annexe 7*

⁴⁷ IRIARTE Romain « Yann Moix: "Dans On n'est pas couché, y'en a qui vont morfler!" », *www.bfmtv.com*, [En ligne], «<http://vous.bfmtv.com/actu-tele/yann-moix-dans-ion-n-est-pas-couche-iy-en-a-qui-vont-morfler-893586.html>», mise en ligne le 10/06/15, consultée le 20/02/16.

⁴⁸ « Zemmour Naulleau «On s'est pas couché !» », *www.technikart.com*, [En ligne], «<http://www.technikart.com/zemmour-naulleau-on-sest-pas-couche/>», mise en ligne le 25/08/11, consultée le 12/09/15.

dispositifs qu'il met lui même en oeuvre, quitte à parfois verser dans le caricatural. Mais gare au mauvais procès : si les "deux Eric" n'y vont jamais avec le dos de la cuillère, il serait caricatural de les réduire uniquement à leur sanglantes altercations. Si l'attitude d'Eric Zemmour et Eric Naulleau peut sembler agressive et parfois outrancière, il serait faux d'affirmer qu'ils n'ont cherché qu'à provoquer la querelle sur le plateau. En faisant aveuglément confiance à leur sulfureuse réputation, on a peut-être un peu trop vite trié Zemmour et Naulleau dans la catégorie des "méchants", des haineux à la missive facile, dégainant plus vite et plus violemment encore que leur ombre. A de nombreuses reprises, les deux tontons flingueurs se sont montrés douillets et élogieux envers leurs invités, à mille lieux du jeu de massacre dont on les affuble souvent. *On n'est pas couché* est l'émission de débat la plus ancienne au sein des chaînes généralistes, et c'est l'un des rares plateaux où les idées trouvent un peu d'espace pour s'exprimer (l'émission, souvent étendue sur trois heures, comporte peu de pastilles et de magnétos, et n'est pas interrompue par des coupures publicitaires). La virulence n'est pas qu'une pose chez les deux compères : ils l'emploient le plus souvent pour traiter des sujets qui fâchent, et la mettent au service du débat d'opinion. Comme l'a résumé Karl Zéro : *"ils s'expriment normalement sans mettre uniquement en valeur leurs gueules. Ils sont même là pour, chose rare à la télé, se permettre d'énoncer des... idées. Quitte à choquer ou à blesser parfois certains invités"*⁴⁹.

II.2.2.b. Un marketing de la méchanceté qui puise ses codes dans l'humour

En dépit de cela, les deux trublions ont tout fait pour surfer sur cette image de boxeurs irréductibles du PAF : le choix des émissions dans lesquels ils ont officié en témoigne. *Ca se dispute* a opposé pendant longtemps Eric

⁴⁹ « Zemmour et Naulleau en font-ils trop ? », *www.leparisien.fr*, [En ligne], «<http://www.leparisien.fr/loisirs-et-spectacles/zemmour-et-naulleau-en-font-ils-trop-14-02-2009-410544.php>», mise en ligne le 14/02/09, consultée le 12/09/15.

Zemmour à un contradicteur sur Itélé, quand Eric Naulleau a d'abord été chroniqueur puis présentateur de *Ca balance à Paris* sur Paris Première : deux noms de programmes où l'esprit de la joute et le franc parler sont déjà présents. Mis sur la touche par France 2 en 2011, les deux complices ont trouvé refuge sur Paris Première dans une émission où, désormais seuls maîtres à bord, ils continuent de vitupérer. Le générique de l'émission, sobriement baptisée *Zemmour et Naulleau*, s'ouvre sur la musique facilement identifiable d'*Amicalement vôtre*, une référence ironique au thème de John Barry (les deux polémistes ne sont pas vraiment réputés pour leur côté amical et accueillant). Toujours en 2011, les deux Eric s'étaient offert la une du mensuel *Technikart*, affublés de lunettes de soleil et de gilets pare-balles⁵⁰, pour d'illustrer "*l'interview sniper*" que le journal leur avait consacrés. Eric Naulleau publiera en 2012 un recueil de ses "*chroniques et polémiques*" chez Jean-Claude Gawsewitch intitulé "*Pourquoi tant d'E.N. ? - Eric Naulleau*"⁵¹. Outre le jeu de mots peu convaincant, on comprend pourquoi, en jetant un coup d'oeil à la couverture, l'agitateur la désavouera par la suite⁵² : on y voit le visage sévère de l'animateur feindre des cornes de diables avec ses deux index, sur un fond obscur très contrasté qui fait ressortir outrageusement l'intransigeance du personnage. Une "image de marque" acrimonieuse, décidée de concert avec l'éditeur, qui l'a probablement aidé à écouler de nombreux exemplaires... Bien qu'il se défende de verser dans un style impitoyable ("*Je trouve qu'on a été vachement sympas, toutes ces saisons...*" confesse le principal à *Technikart* en 2011), Eric Naulleau a sciemment compris que le marketing de la méchanceté pouvait rapporter gros. Une rhétorique publicitaire qui semble donner le beau rôle au bourreau, et qui tranche probablement avec les codes visuels consensuels qui ont prévalu jusque là (c'est par ailleurs de cette façon là qu'Eric Zemmour explique le succès du clash à l'heure actuelle : "*Si les gens ont voulu ce genre*

⁵⁰ Voir annexe 8

⁵¹ Voir annexe 9

⁵² Emission de Paris Première *17ème sans ascenseur*, accessible au lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=7hLgRb4q3wl>

d'affrontements, c'est parce qu'ils étaient frustrés. Depuis les années 90, il n'y avait plus que des émissions extrêmement consensuelles. Tout ce qui faisait dissension était éliminé").

Le marketing éditorial de la haine serait donc une réponse disruptive à un univers du *talk* policé et sans aspérité : il réintroduit du différenciant dans un paysage médiatique qui s'en était débarrassé. Comme les snipers, les polémistes de plateau ont manufacturé leur image de persécuteur : la cruauté est devenu un argument de vente à part entière, fond de commerce auquel il faut probablement ajouter le franc-parler et la propension à l'auto-dérision. Car il semblerait que pour intégrer le cercle des "méchants" de la télévision, l'humour et la dérision soient des impératifs. Pourquoi, en dépit de sa parole sans réserves et de sa façon de n'épargner personne, un "*mécontemporain*"⁵³ comme Alain Finkielkraut n'a pas sa place au sein cette caste aux contours imprécis ? L'esprit de dérision semble lui manquer : il refuse de jouer les vedettes cathodiques habituées des *talks*, il s'érige contre la pitrerie (son esprit de sérieux lui confère une image de grincheux colérique), et son humour discret n'est connu que de ses auditeurs sur France Culture. La propension humoristique est prépondérante chez les petits boutiquiers de haine qu'incarnent les snipers ou les polémistes du PAF (y compris quand ce n'est pas leur métier). Cette méchanceté-là se double d'un allié objectif presque oxymorique pour avancer : le comique. Sous quoi nous pouvons avancer cette forme de haine "cool" renoue avec une certaine idée de l'humour cruel, que c'est même là sa modalité d'expression principale, et que le caractère haineux ne réussit à gagner les ondes que s'il peut se parer d'un alibi humoristique (souvent sarcastique ou ironique).

⁵³ Néologisme inventé par Alain Finkielkraut dans son ouvrage consacré à Charles Péguy (*Le Mécontemporain. Péguy, lecteur du monde moderne*) et que la presse utilise désormais pour parler de l'Académicien.

II.2.3. L'esprit de la bande : la vanne en tir groupé

II.2.3.a. Quand le gang remplace le groupe

Si le phénomène des bandes à la télévision n'est pas neuf (on se souvient des émissions de débat de Christophe Dechavanne, ou de celles qui se sont succédées à la tête de *Nulle part ailleurs*), cet art du collectif est plus présent que jamais depuis quelques années, les chaînes de la TNT ayant permis l'émergence de nombreux talk-shows. Laurent Ruquier a été le chef de file du mouvement, en transbahutant ses fidèles dans ses émissions de télé et radio (Pierre Bénichou, Christine Bravo, Florin Gazan, Jérémy Michalak, Steevy Boulay...). Le site *labandearuquier.com* résume tout le projet de l'animateur : installer une logique de rendez-vous à travers des visages connus et des personnalités bien identifiées, individualités qui s'adressent entre eux comme le ferait une "bande de potes". *C à vous* sur France 5 conserve la même logique d'ensemble sur un ton cette fois plus cordial qu'amical : la présentatrice, les chroniqueurs et les invités sont réunis dans un loft parisien autour d'un dîner confectionné par un chef en vogue. Arthur a lui aussi exporté ses acolytes d'émissions en émissions (Ary Abittan, Malik Bentalha, Rachid Badouri, Florent Peyre...). Mais c'est probablement Cyril Hanouna, en déployant une typologie extrêmement précise des chroniqueurs qui l'entourent, qui incarne aujourd'hui au mieux ce mouvement de fond. Ses complices occupent un registre purement fonctionnel, pour ne pas dire caricatural, qui les contraint à surjouer le rôle dont ils sont dépositaires : Jean-Michel Maire y campe un dragueur lubrique, Thierry Moreau incarne le bon élève à l'humour lourdeau, Jean-Luc Lemoine poursuit sa carrière de sniper (dont la séquence isolée, *Les questions en 4/3*, constituent "*une fenêtre de tir*"⁵⁴), Enora Malagré joue la carte de l'agitatrice qui n'a pas sa langue dans sa poche... Bien sûr, le succès d'audience impressionnant de l'émission ne tient pas qu'à la caractérisation précise et archétypale de ces personnages (ils conservent tout de même une certaine autonomie à

⁵⁴ MICHALET Thibaud, « Chroniqueurs TV - La guerre des bandes », GQ, numéro 74, avril 2014, p.72.

l'intérieur du carcan définie par la "Bible" de l'émission, ce cahier des charges ultra confidentiel qui sert de base aux producteurs qui importent le programme dans leur pays). Mais force est de constater que les chroniqueurs qui sortent du rang, non-réductibles à toute tentative de "pitchage", quittent la bande aussi rapidement qu'ils l'ont intégrée ("*Je n'étais ni la caillera, ni le sniper, ni le ronchon, ni le Casanova*" déclare Raphaël Yem après quelques mois passés au sein de *Touche pas à mon poste*). Le ciment collectif ne se crée que si chacun met de côté son individualité pour incarner un rôle prédéfini. Les vanes entre chaque membre de l'équipe, principe canonique de l'émission, ne fonctionnent que si elles s'adressent à des personnages aux contours bien définis (et non à des êtres humains infiniment plus complexes) : le programme a été élaboré de telle sorte que la plaisanterie, la raillerie et le sarcasme fonctionnent le plus efficacement possible. Chacun y incarne scrupuleusement le rôle qui lui a été préalablement assigné, socle qui permet aux chamailleries de plateau et aux clash entre chroniqueurs de fuser. L'émission emprunte d'ailleurs au registre du feuilleton : elle se poursuit sur les réseaux sociaux - où les fans de l'émission réagissent aux coups de gueule des uns et des autres - émulation qui nourrit à son tour "l'épisode" de TPMP du lendemain puisque Cyril Hanouna y revient régulièrement. Le mélange des genres entre personnalités bien distinctes peut également faciliter la prolifération des insultes, ce que remarque Hélène Marzolf dans *Télérama* : "*Les émissions de bandes, type Touche pas à mon poste !, propices aux prises de bec entre cousins éméchés, se multiplient. Partout, des Anges de la télé-réalité 5, le mag jusqu'à Ce soir (ou jamais !), on mixe des personnalités viscéralement incompatibles*"⁵⁵.

⁵⁵ MARZOLF Hélène, « Concert de clashes : la foire d'empoigne sur les plateaux de télé », *www.television.telarama.fr*, «<http://television.telarama.fr/television/concert-de-clashes-la-foire-d-empoigne-sur-les-plateaux-de-tele,107958.php>», mise en ligne le 01/02/14, consultée le 21/02/16.

II.2.3.b. Humiliation télévisuelle et bouc-émissariat cathodique

Matthieu Delormeau, qui a rejoint l'équipe de *Touche pas à mon poste* à la rentrée 2015, est emblématique de cette façon dont l'émission circonscrit à chacun à un rôle : la presse people et média en parle comme du nouveau venu bizut qui sert la fonction de "souffre-douleur" auprès de la joyeuse bande⁵⁶. Les sketches visant à son intégrité s'accumulent (la production menace de détruire sous ses yeux sa Smart personnelle, Cyril Hanouna demande à un invité de lui verser un bol de nouilles dans le caleçon, ce que ce dernier finit par faire)...Le rituel prétendument scélérat n'a pas manqué de faire réagir les chaînes et stations d'info traditionnelles. Le 1er février 2016, Bruno Donnet, décrypteur d'images qui a officié au *Grand journal* puis dans *Médias, le mag*, déclarait au micro de France Inter : "*Il y a un chroniqueur dans ce programme qui est devenu le souffre-douleur de tous les autres, il s'appelle Matthieu Delormeau (...) Personne n'ose dire à Cyril Hanouna que ce qu'il fait avec Delormeau est immonde*"⁵⁷. Témoin d'un comportement

⁵⁶ Le terme caractérise le chroniqueur dans de nombreuses occurrences, parmi lesquelles :

« Vidéo : Matthieu Delormeau, souffre-douleur d'Aymeric dans TPMP ! », *www.public.fr*, [En ligne], «<http://www.public.fr/News/Video-Matthieu-Delormeau-souffre-douleur-d-Aymeric-dans-TPMP-825437>», mise en ligne le 02/09/15, consultée le 21/02/16.

« VIDEO. Qui est Mathieu Delormeau, le chroniqueur «maltraité» de «Touche pas à mon poste»? », *www.20minutes.fr*, [En ligne], «<http://www.20minutes.fr/television/1778587-20160202-video-mathieu-delormeau-chroniqueur-maltraite-touche-poste>», mise en ligne le 02/02/16, consultée le 21/02/16.

Vermelin Jérôme « TPMP : la Smart de Matthieu Delormeau détruite en direct... pour de faux », *www.metronews.fr*, [En ligne], «<http://www.metronews.fr/culture/tpmp-la-smart-de-matthieu-delormeau-detruite-en-direct-pour-de-faux/moji!AnZDliYLvAHM/>», mise en ligne le 09/10/15, consultée le 21/02/16.

⁵⁷ MERCEREAU Damien, GEFFRAY Emilie « Un journaliste de France Inter dénonce la normalisation de l'humiliation dans TPMP », *www.tvmag.lefigaro.fr*, [En ligne], «<http://tvmag.lefigaro.fr/le-scan-tele/polemiques/2016/02/01/28003-20160201ARTFIG00263-un-journaliste->

"sans précédent dans l'histoire de l'abjection à la télévision", Bruno Donnet accuse l'émission de normaliser "un comportement qui ne l'est pas", en l'occurrence l'humiliation, dressant le parallèle avec le bizutage à l'école (qui lui peut au moins se prévaloir d'être sanctionné par des adultes). Si le procès en avilissement du média télé n'est pas récent (le documentaire diffusé sur France 2 le 18 mars 2010, *Le temps de cerveau disponible*, sonnait déjà la charge en imputant à la télé réalité d'avoir ouvert une ère de la cruauté et de l'humiliation psychologique et sexuelle à la télévision), Bruno Donnet étend donc le champ de l'abjection au *talk* diffusé quotidiennement à une heure de grande écoute. Le succès de l'émission de Cyril Hanouna est en partie attribuable au fait qu'il a subtilement pioché dans l'arsenal de la télévision d'enfermement quelques recettes qui ont fait florès : une façon de typer de manière très pointilleuse les participants-chroniqueurs, la volonté de tout dire au téléspectateur en montrant les coulisses du programme (ce à quoi sert notamment la rubrique de Jean-Luc Lemoine), l'institutionnalisation et la valorisation de la capacité d'évaluation de chacun (au confessionnal - où les participants désignent celui qu'ils souhaitent voir partir - se substitue le *Je zappe, Je mate*, où les chroniqueurs évaluent hâtivement un programme pour clore l'émission). Au procès moral instruit par Bruno Donnet (le chroniqueur n'est pas le seul à critiquer vivement l'émission), la réponse de Cyril Hanouna semble se résumer au motto lapidaire que l'animateur clame à chaque fin d'émission : "*La télé, ça n'est que de la télé*". Réagissant aux propos de Bruno Donnet, l'animateur a déclaré "*Je ne sais pas qui est cette personne. Je ne sais pas où vivent ces gens. Ils n'ont pas compris qu'il faut qu'ils sortent un peu, qu'ils aillent voir des gens, qu'ils arrêtent de rester entre eux. Ils ne comprennent que les jeunes aujourd'hui, ils ne font que de se charrier, de s'amuser, de se vanner*". L'esprit de dérision est aussi présent dans la réponse de Matthieu Delorme : "*Si les gens nous aiment un petit peu c'est parce qu'ils se rendent compte que les premiers dont on se moque c'est d'abord nous, qu'on mouille la chemise et qu'à la fin des deux heures,*

de-france-inter-denonce-la-normalisation-de-l-humiliation-dans-tpmp.php», mise en ligne le 01/02/16, consultée le 21/02/16.

on a tout donné". Le masque que porterait chacun des "personnages" réunis autour de la table préserverait TPMP de normaliser l'humiliation : *"C'est un spectacle, donc ce n'est pas la vie normale (...)* Touche pas à mon poste, *c'est un spectacle qui se fait avec l'équivalent de comédiens, adultes, rémunérés et qui jouent un personnage. Ce ne sont pas des scènes d'humiliation de la vie réelle*"⁵⁸. A l'humour enrobé d'un esprit "cozy" (faut-il encore préciser que l'animateur ouvre ses séquences par *"Mes petites beautés"* ?) s'ajoute donc une éthique de la légèreté, qui absout complètement les comportements les moins justifiables. La dérision croise ici le chemin du spectacle, au sens où les deux phénomènes dévitalisent, amenuisent, assèchent profondément les signes qui s'y déploient. Le rire est-il une lessiveuse tellement puissante qu'elle légitime nos petites abjections quotidiennes ? Après tout, un programme extrême comme *Jackass* réussissait déjà, auprès de ses fans, à convertir les souffrances épouvantables de ses protagonistes en fines tranches de rigolades pour le spectateur. Cyril Hanouna a trouvé la parade parfaite pour ridiculiser le moindre reproche qui peut viser l'émission : si la télé n'est que de la télé, instruire un procès contre le programme c'est déjà prendre au sérieux ce qui se défend de l'être. Opération de recouvrement presque cabalistique qui consiste à tout passer à la moulinette de la dérision, à transformer de l'estimable en dérisoire, à remplacer le sérieux par la pacotille. Stratégie qui discrédite toute tentative de désapprobation en l'intégrant au cœur de son propre système : si l'objet est dérisoire, la critique qui se penche dessus ne peut - de fait - pas être très sérieuse non plus. La bande a encore de beaux jours devant elle.

⁵⁸ Propos du pédopsychiatre Stéphane Clerget dans : RANDANNE Fabien « Polémique sur Delormeau: "TPMP ne normalise pas l'humiliation, c'est un spectacle" », *www.public.fr*, [En ligne], «<http://www.20minutes.fr/television/1778139-20160202-polemique-delormeau-tpmp-normalise-humiliation-spectacle>», mise en ligne le 02/02/16, consultée le 21/02/16.

II.2.4. *Le clash est-il vraiment "méchant" ?*

II.2.4.a. *La contagion du "clash" : des plateaux télé jusqu'aux bancs de l'Assemblée*

"Affrontements musclés", "déclarations polémiques", "joutes en direct" : tous ces termes nous paraissent aujourd'hui terriblement familiers, tant la culture du clash charrie avec elle une novlangue qui innerve à la fois la télévision, les réseaux sociaux, et les plateformes de commentaires du web. Pas un jour ne passe sans qu'une altercation médiatique nourrisse notre société hyper-consommatrice de médias d'informations. Aucun domaine n'est épargné : la politique ("*clash à l'assemblée entre Christian Jacob et Manuel Valls*"⁵⁹), le sport ("*PSG - Clash : Blanc sort du silence et démonte Serge Aurier*"⁶⁰), la scène intellectuelle ("*Débat clash d'anthologie: Michel Onfray vs Jacques Attali*"⁶¹), le monde du show-bizz grimé en univers hip-hop testostéroné ("*Booba clash La Fouine en direct sur le plateau télé*"⁶²). Bref : on croise sa route à à peu près toutes les strates médiatisées où peut s'immiscer une caméra légère, un micro, ou un objectif de smartphone. On comprend sans difficulté ce qui peut motiver la télévision à générer du clash à la pelle : ces petites séquences spectaculaires et facilement isolables nourrissent à la fois les canaux des journaux télévisés, ceux des émissions de débat, ceux des programmes qui prennent les médias pour objet (*Le Tube, Touche pas à mon poste, Médias, le mag...*), et évidemment ceux de la toile, locomotive à viralisation s'il en est. En plus de générer du trafic, les clashes ont aussi l'avantage d'agiter le débat public en faisant aussi réagir ceux qui pestent contre ladite culture du clash. Tout cela relève presque du discours commun, pour quiconque a allumé sa télévision rien qu'une fois au cours de ces dix dernières années : "*Le clash est devenu le moyen le plus efficace pour créer*

⁵⁹ <http://lci.tf1.fr/videos/2015/clash-a-l-assemblee-nationale-entre-christian-jacob-et-manuel-8679034.html>

⁶⁰ <http://www.le10sport.com/football/ligue1/psg/psg-clash-blanc-sort-du-silence-et-demonte-serge-aurier-222937>

⁶¹ <https://www.youtube.com/watch?v=WCwuZaY0D14>

⁶² <https://www.youtube.com/watch?v=-SlcsqmeJYU>

de l'événement, donc de la visibilité" commente Valérie Patrin-Leclère, maître de conférence au Celsa⁶³.

Nous l'avons déjà dit plus tôt : la tradition du bourre-pif télévisuel ne remonte pas à hier, et émoussait déjà des émissions comme *Droit de réponse* au début des années 1980. Mais c'est la concurrence des chaînes - qui s'est considérablement accrue depuis - ainsi que les nouvelles modalités de reprise de ces séquences, qui expliquent en partie la prolifération du phénomène. La prégnance du clash est telle dans la société que le terme infuse également des disciplines qui sortent du champ médiatique, à coup d'anglicismes qui hérissent le poil des linguistes : le psychiatre Bernard Geberowicz parle de "*baby-clash*" pour évoquer les turbulences traversées par un couple juste après la naissance du premier bébé⁶⁴, quand il n'est pas rare d'entendre désormais parlé de "clash diplomatique" pour évoquer ce qu'on appelait jusque là un simple "incident". Le mensuel sociétal *Technikart* postule que cet esprit d'affrontement spectaculaire a tellement déteint dans le corps social qu'il imprime jusqu'à l'attitude de nos parlementaires ("*l'Assemblée nationale n'est-elle pas régie par cette même logique d'affrontement caricaturale qui anime les Bloods et les Crips ?*")⁶⁵. Le journaliste Julien Barret rappelle que le phénomène, aujourd'hui généralisé, traîne derrière lui une longue tradition : "*ce qu'on appelait jadis disputes, diatribes, pamphlets ou libelles est aujourd'hui qualifié de clash. Le terme évoque, par le détour de la culture afro-américaine, une tradition séculaire de*

⁶³ MARZOLF Hélène, « Concert de clashes : la foire d'empoigne sur les plateaux de télé », *www.television.telarama.fr*, «<http://television.telarama.fr/television/concert-de-clashes-la-foire-d-empoigne-sur-les-plateaux-de-tele,107958.php>», mise en ligne le 01/02/14, consultée le 21/02/16.

⁶⁴ ACOU-BOUAZIZ Katrin, « Baby-clash: comment éviter une crise de couple après l'arrivée du bébé ? », *www.lexpress.fr*, «http://www.lexpress.fr/styles/enfant/baby-clash-comment-eviter-une-crise-de-couple-apres-l-arrivee-du-bebe_1568973.html», mise en ligne le 16/09/14, consultée le 21/02/16.

⁶⁵ SANTOLARIA Nicolas, « Le nouvel esprit du gangsta », *Technikart*, numéro 179, Février 2014, p.27

*la joute verbale qui part de la querelle antique pour venir jusqu'à nous*⁶⁶.

II.2.4.b. *Yo Momma* : une parodie de l'imagerie gangsta

Adaptant les codes du "*dirty dozen*", MTV a lancé en 2006 *Yo Momma*, contest de joutes oratoires où des challengers - le plus souvent issus de la communauté noire américaine - s'envoient des vanes visant les mères de chacun. Sur le modèle de la télé-réalité, chaque participant, avec l'appui des habitants du quartier, défie des adversaires à coup de saillies très référencées ("*Ta mère est tellement vieille, que dans sa première photo de classe on voit Jésus*", "*Ta mère est tellement conne, que pour s'acheter un magnétoscope elle a vendu sa télé*")⁶⁷. Les adversaires doivent faire preuve d'ingéniosité et de répartie pour empocher le "pactole" et glaner le titre de "plus grande gueule de la soirée" à la fin de l'émission. L'animateur Wilmer Valderrama incarne explicitement une fonction qui rappelle celle d'arbitre de boxe, dans une atmosphère ludique où la violence se réduit toujours à un jeu de langage (les coups à encaisser ne sont que symboliques, la mise en scène du combat est volontairement feinte). Malgré les insultes, la *battle* reste des plus conviviales, et les compétiteurs se quittent souvent par une accolade en forme de "shake" et un sourire partagé ostensiblement. On peut donc se poser la question suivante : à quelle forme de haine avons-nous ici à faire, dans la mesure où, similairement au catch, les participants, l'arbitre et les spectateurs feignent totalement d'adhérer à la rivalité ? Même le doublage en français des compétiteurs (dans la séquence d'introduction, chacun exhibe ses pectoraux en expliquant pourquoi c'est lui le meilleur),

⁶⁶ BARRET Julien, « Rap, stand-up, Twitter : le clash, nouvel avatar de la joute verbale », *leplus.nouvelobs.com*, «<http://leplus.nouvelobs.com/contribution/621115-rap-stand-up-twitter-le-clash-nouvel-avatar-de-la-joute-verbale.html>», mise en ligne le 05/09/12, consultée le 23/02/16.

⁶⁷ Ce sont les deux exemples de vanes que MTV France a choisies pour le descriptif de l'émission (voir la page officielle : <http://www.mtv.fr/emissions/yo-momma/fjb3hl>). Voir *annexe 10*

délibérément ridicule, témoigne d'une surenchère dans le second degré. L'affrontement se joue sur le mode parodique : tout ce qui peut évoquer la culture *gangsta* a été dissous : on ne parle dans l'émission jamais de drogue, jamais de haine de la police, jamais de règlement de comptes armés, jamais de succès susceptibles de cliver...La misogynie caractéristique du rap *hardcore* n'a évidemment pas sa place en quotidienne sur MTV : si on s'attaque aux mères, on prend bien soin de ne jamais passer pour un macho. La dimension ludique fonctionne à plein régime. Contrairement à d'autres émissions de la chaîne, le spectateur ne jubile pas de voir l'un des candidats se faire humilier. *"Ici encore, seule l'image est dans le champ du jeu, et le spectateur ne souhaite pas la souffrance réelle du combattant, il goûte seulement la perfection d'une iconographie"*⁶⁸ : les mots de Roland Barthes pour définir le plaisir de celui qui assiste à un match de catch dans l'après-guerre s'appliquent pleinement au spectateur qui, cinquante ans plus tard, goûte aux joutes musclées de *Yo Momma*. *"Le public se moque complètement de savoir si le combat est truqué ou non, et il a raison ; il se confie à la première vertu du spectacle, qui est d'abolir tout mobile et toute conséquence : ce qui lui importe, ce n'est pas ce qu'il croit, c'est ce qu'il voit"* ajoute encore le sémiologue en ouverture de ses *Mythologies*. On comprend dès lors pourquoi aucun parent ne s'indigne de la diffusion d'un programme dont l'insulte, l'invective et la vulgarité sont pourtant la règle : le vernis comique désamorce l'agressivité, dans un pastiche de clash qui oscille *"entre blagues Carambar trashy et humour burlesque"*⁶⁹. Il serait donc outrancier de considérer la haine comme un motif éditorial de l'émission à proprement parler. En revanche, nous pouvons affirmer qu'MTV a cherché à exploiter l'imagerie *gangsta* avec tout ce qu'elle charrie de stéréotypes (surreprésentation de la bande et du quartier, survalorisation exacerbée du moi façon ego-trip, vainqueurs rémunérés en "cash"...) et que cet univers par définition "violent" - bien que délavé par une grande entreprise

⁶⁸ BARTHES Roland, *Mythologies*, Paris : Editions du Seuil, 1957, p.18

⁶⁹ MOUNEYRES Pascal, « Rap ta mère sur MTV », *www.lesinrocks.com*, «<http://www.lesinrocks.com/2009/02/24/actualite/medias-actualite/rap-ta-mere-sur-mtv-1143991>», mise en ligne le 24/02/09, consultée le 21/02/16.

d'édulcoration humoristique - constitue l'argument même du programme.

II.2.4.c. Quand le "clash" pactise avec le "cool"

"C'est une culture fondée sur le défi et la compétition visant à trouver « entre soi » le respect qui vous est refusé par une société ambiante pratiquant l'exclusion et le mépris"⁷⁰ : les mots du sociologue Georges Lapassade pour définir la culture hip-hop ne sont-ils plus d'actualité pour décrire celle du clash, à l'heure où il nourrit autant les médias dit "sérieux" que la presse people ou les tabloïds. De quelle exclusion et mépris peut se targuer la population très large qui y recourt aujourd'hui, ces discours succincts émanant aujourd'hui de productions médiatiques s'adressant au plus large public possible ? Que reste-t-il de l'esprit du clash à l'heure où l'empoignade médiatique est présente partout ? Comment une rhétorique minoritaire peut-elle rester authentique une fois qu'elle a éradiqué toute barrière symbolique pour gagner les rangs du "dominant" ou du "massif" ? Cette profusion du clash ne pouvait pas laisser le phénomène indemne. Le clash est devenu un symptôme de l'agitation des temps modernes, qui n'exprime plus grand chose, si ce n'est un besoin d'exprimer quelque chose. Le sociologue Jean-Marie Durand voit le phénomène comme l'expression d'un désarroi global, témoin d'une machine médiatique qui s'emballe et qui n'est pas loin d'atteindre la surchauffe : "*Les pulsions agressives et acrimonieuses se lâchent au grand jour. La culture du clash est devenue centrale dans le débat public. Au lieu d'esquisser des issues possibles à la furie ambiante, le désarroi généralisé et diffus produit une stérile foire d'empoigne qui accable et épuise tout le monde*"⁷¹. De façon assez étonnante, le sociologue oppose en préambule de son livre *Le cool dans nos veines*, cette culture du clash à la recherche du cool par chacun : "*Si tout le monde reconnaît que le monde va*

⁷⁰ LAPASSADE Georges, « Le défi, la compétition dans le hip hop » dans LAPASSADE Georges, *Du stade au quartier. Le rôle du sport dans l'intégration sociale des jeunes*, Paris, éditions Syros, 1993, p. 43-48

⁷¹ DURAND Jean-Marie, *Le cool dans nos veines*, Paris : Robert Laffont, 2015, p.10-11

mal, personne ou presque n'aspire à autre chose dans sa vie qu'à y faire régner le modèle du cool." Le cool serait en quelque sort un remède, une tentative de pacification des relations sociales d'aujourd'hui particulièrement tendues, dont la culture du clash serait le plus évident symptôme. Tentons l'hypothèse suivante : plutôt que d'opposer les deux phénomènes, gageons qu'ils sont les deux versants d'une même pièce. Le clash comme le cool promeuvent l'art de la parole décomplexée ; ils valorisent la spontanéité et l'authenticité au détriment de la civilité ; ils érigent l'insolence en point cardinal jusqu'à en faire une "valeur" (pour reprendre les hypothèses, un brin conservatrices, de Claude Habib)⁷². L'attitude nonchalante prônée par le cool serait aujourd'hui un impératif, une injonction bien plus sérieuse et normative que le cool ne veut bien l'avouer : le "be cool" et "keep cool" des marques iraient de pair avec la tyrannie écrasante des modes de vie, qui ringardisent tous ceux qui n'y souscrivent pas. De la même manière que le dandy prône la désinvolture tout en étant bien trop consciencieux de son image pour réellement être détaché, le cool transformé en impératif social relève plus du sérieux que du laisser-aller. *"Le jeu consiste à mêler, à une inertie qui ne suit pas l'usage, une inventivité qui le défait (...) Le bon usage d'aujourd'hui, c'est d'attaquer gratuitement, en plaisantant, sans aucune agressivité"*⁷³. L'attaque sans l'agression, l'offensive assénée sur le mode cool et parodique : n'est-ce pas précisément ce qui instruit le passage de la haine à la "hate", forme violente et conviviale à la fois, méchante mais hospitalière, féroce et pourtant parfaitement inoffensive ?

⁷² HABIB Claude, « Sur le cool », dans HABIB Claude, RAYNAUD Philippe, *Mais dans la civilité ?*, Paris : Perrin, 2012, cité dans DURAND Jean-Marie, *Le cool dans nos veines*, Paris : Robert Laffont, 2015, p.167

⁷³ HABIB Claude, « Et si la "cool attitude" était l'une des formes les plus paradoxales de la servitude ? », *atlantico.fr*, «<http://www.atlantico.fr/decryptage/et-cool-attitude-etait-formes-plus-paradoxales-servitude-claude-habib-philippe-raynaud-480475.html>», mise en ligne le 15/09/12, consultée le 23/02/16.

II.2.5. *Connasse, ou la jubilation d'être détestée*

II.2.5.a. Quand le quotidien devient abject

"Pour être une *connasse* intense, il ne faut penser qu'à soi, n'avoir aucune conscience des autres et tout faire pour arriver à ses fins, sans se poser la moindre question"⁷⁴ : en trois lignes, la comédienne Camille Cottin a résumé ce qui a fait le succès de *Connasse*, pastille corrosive de Canal Plus créée en 2013 par Eloïse Lang et Noémie Saglio. Initialement diffusé dans *Le Before*, puis dans *Le grand journal*, le concept a rapidement donné lieu à une adaptation au cinéma (*Connasse, princesse des coeurs*, sorti en avril 2015). Le principe de cette pastille culottée est simple : une parisienne sans-gêne fait subir à ses victimes - les passants qu'elle croise dans des lieux publics - le comportement d'une véritable "*connasse*" de la vie quotidienne. À la piscine, chez le tatoueur, dans un bar gai ou dans une station de ski : pendant deux minutes, Camille Cottin rivalise d'ingéniosité débraillée pour casser les pieds de ceux qui ont le malheur de croiser sa route, à la manière d'un François Damiens quelques années plus tôt. Bien qu'écrit et scénarisé, le concept doit avant tout son succès à la capacité d'imagination de son interprète principale, toujours prompte à trouver la petite phrase qu'on se garde bien, en général, de dire en public. Excellente actrice, Camille Cottin alterne entre la posture d'adolescente bruyante adepte de selfies, et la bourgeoise vieux jeu intransigeante sur la question des mœurs, bien qu'elle conserve - à chaque fois - une dimension profondément exécrationnelle. Des personnages que nous avons tous croisés dans la vie : on peut attribuer une partie de la réussite de la pastille au fait qu'elle parvient à saisir des moments de réel que nous sommes susceptibles d'expérimenter quotidiennement, ou que nous avons déjà connus dans le passé. Pratiquant un original art du pastiche, le programme fait indirectement écho aux nombreuses émissions

⁷⁴ OUADHI Sonia « Camille Cottin, une sacrée "*Connasse*" », www.metronews.fr, [En ligne], «<http://www.metronews.fr/culture/camille-cottin-une-sacree-connasse/mncb!fiexMgVbTYXBE/>», mise en ligne le 02/03/14, consultée le 01/03/16.

dérivées de la télé-réalité dont la toile de fond est un lieu public : de la même façon que les séquences de rue de *Belle toute nue* (M6) servent à recueillir les témoignages de soutien visant à reconforter une personnalité complexée, *Connasse* nous montre par contraste un monde bien moins aseptisé, où les échanges d'amabilités sont réduits à portion congrue. Sans filtres et sans retenue : *Connasse* prend le parti de ne pas nous donner une vision convenue ou arrangée de la réalité, là où les discours polis et tièdes ont en général pignon sur rue à cette heure-ci sur une grande chaîne. Dans le même temps, le personnage exaspérant de Camille Cottin nous rassure : il est infiniment plus monstrueux que ce commun des mortels qui lui sert de victime expiatoire. Les incivilités lui sont rarement rendues : son personnage fonctionne comme un révélateur inversé, et permet de mettre en évidence, par contraste, le peu d'agressivité dont nous faisons finalement preuve dans nos rapports sociaux. La grande trouvaille des scénaristes, c'est que le spectateur peut s'identifier à la fois au personnage imbuvable de Camille Cottin (chacun ayant déjà rencontré des situations où l'envie ne manquait pas de remettre quelqu'un en place) et au reste du monde (chacun ayant déjà été victime d'une remarque ou d'un comportement déplacé). Il y a donc un peu de nous dans *Connasse*, que ça plaise ou non : le CSA a été saisi d'une plainte en avril 2014 pour une prétendue "*injure faite aux femmes*"⁷⁵, là où l'humoriste Florence Foresti a regretté la même année la banalisation des expressions "*bitch*" ou "*connasse*" qu'encouragerait notamment cette pastille jugée "*sexiste*"⁷⁶. Il faut dire que c'est semble-t-il la première fois dans l'histoire de télévision française qu'un programme prend le nom d'un juron en forme d'insulte sur une chaîne historique (MTV avait par ailleurs initié en 2006 l'émission de libre antenne, *Rien à branler !*). Les guillemets qui

⁷⁵ « Au CSA, on est un peu «connasse» », www.liberation.fr, [En ligne], «http://www.liberation.fr/ecrans/2014/04/21/au-csa-on-est-un-peu-connasse_1001777», mise en ligne le 21/04/14, consultée le 01/03/16.

⁷⁶ DECANT Charles « Florence Foresti : "'Connasse' sur Canal+, c'est sexiste, ça ne me fait pas rire" », www.ozap.com, [En ligne], «<http://www.ozap.com/actu/florence-foresti-connasse-sur-canal-c-est-sexiste-ca-ne-me-fait-pas-rire/455366>», mise en ligne le 18/09/14, consultée le 01/03/16.

entourent le titre sur le logo⁷⁷ ont leur importance dans la ponctuation : elles viennent signifier que nous sommes dans le registre du discours rapporté (elle pourraient incarner le discours impulsif que nous serions amenés à tenir si nous rencontrions un tel personnage sur notre chemin). On peut aussi supposer qu'elles s'apparentent à des guillemets d'ironie (le docteur ès lettres en linguistique Jacques Drillon précise qu'on les emploie "*pour se désolidariser de ce qu'on dit, pour ajouter une distance, une nuance d'ironie ou d'étrangeté*")⁷⁸, ce qui laisserait penser que la "connasse" n'en est une qu'à travers le regard des autres, qui sont aussi ses semblables. En tous les cas, il y a bien une rupture, ne serait-ce que dans l'habillage éditorial de l'émission, avec programmes de caméra cachée ou de télé-réalité traditionnels (types de format où là aussi, l'un des protagonistes prend souvent un malin plaisir à se faire détester).

II.2.5.b. Du marketing de la méchanceté au marketing de l'auto-dérision ?

L'odieux (mais jubilatoire) personnage campé par Camille Cottin s'inscrit donc dans cette série de programmes surfant sur une certaine modalité de la haine (carrefour sémantique où se croisent ici la méchanceté, la vulgarité, et l'agressivité) et qui, comme les exemples cités dans les chapitres précédents savent le faire, la détournent dans une finalité comique. On peut voir le programme comme un jeu sur les stéréotypes à plusieurs niveaux. D'abord, ceux qui visent les Français urbains et plus particulièrement les Parisiens, à savoir leur côté snob, fier et hautain, traits de caractère que la presse étrangère aime régulièrement railler. Mais la "connasse", c'est aussi le pendant inverse de l'image fantasmée et universellement partagée de la femme parisienne : la jolie fille "charmante, gracieuse, délicate", tel que le

⁷⁷ Voir annexe 11

⁷⁸ DRILLON Jacques « Des guillemets et de l'italique », www.bibliobs.nouvelobs.com, [En ligne], «<http://bibliobs.nouvelobs.com/essais/20081215.BIB2648/des-guillemets-et-de-l-039-italique.html>», mise en ligne le 15/12/08, consultée le 01/03/16.

générique de début l'explique clairement (les adjectifs écrits en gros s'y succèdent rapidement, avant de laisser place au moins reluisant "connasse"). Nous pouvons aussi supposer que l'identité de la chaîne qui émet ce type de programmes à son importance : Canal +, chaîne au positionnement éditorial très marqué, jouit probablement d'un capital symbolique plus fort que l'ensemble de ses concurrentes (tout le monde sait définir, même vaguement, ce qu'est "l'esprit Canal"). En mettant en scène un personnage qui cumule avec outrage les critiques qui ont pu viser la chaîne (arrogance, nombrilisme, humour potache, condescendance envers le "plouc-émissaire", pour reprendre les termes de Philippe Muray)⁷⁹, *Connasse* amplifie ces attaques pour mieux les tourner en dérision. L'auto-dérision devient d'ailleurs le pare-feu idéal : se moquer des reproches dont on est la cible, c'est faire fi de son intelligence en montrant qu'on les a compris et digérés.

Plus qu'un simple créneau éditorial, l'auto-dérision est devenue une opportunité marketing, qui fait vendre bien au-delà du champ médiatique. La célèbre collection *Pour les Nuls* a enfanté un nouveau champ de l'édition pour sous-doué(e)s : citons *Les Paresseuses*, kit de survie pour filles normales, ou encore *Les Pintades* ("La collection d'ethno-guides touristiques pour les filles sérieuses et frivoles à la fois"). Le succès de *viedemerde.fr*, condensé interactif et sarcastique des petites humiliations du quotidien (rencard qui tourne mal, galères corporelles, bourdes suite au décès d'un proche...) a engendré une galaxie de sites voisins qui déclinent le principe en entreprise : *stage-de-merde.fr*, *jobdemerde.com*... NT1 a même transposé le principe dans une fiction de 60 épisodes en 2013 : *VDM, la série*. Si le ridicule ne tue pas, gageons qu'il fait vendre. Un marketing de la haine de soi, là encore mâtiné d'humour, qui prend à rebours les standards et traditionnels discours de vente en misant sur le territoire de l'auto-dépréciation : la marque Félicie Aussi s'est fait une spécialité des bijoux où

⁷⁹ MURAY Philippe, *Festivus Festivus, conversations avec Elisabeth Lévy*, Paris : Librairie Arthème Fayard, 2005

sont inscrits des épithètes comme "greluche", "morue", ou "chieuse", quand *levindemerde.com* mise sur le mauvais goût pour écouler, avec succès, ses bouteilles (le logo de la marque n'est autre qu'une mouche)⁸⁰. A côté des marques qui sont fières de s'adresser à des consommateurs moyens et éloignés de l'imagerie valorisante traditionnellement de mise dans la publicité, on observe donc l'émergence de produits ouvertement repoussants. L'effet de disruption, conjugué à la curiosité que peuvent susciter des produits qui pour une fois ne recherchent pas la mise en valeur, explique probablement cet engouement pour le minoratif. Le second degré nourrit cette fois une haine introspective (et non la méchanceté, qui s'adresse à autrui). La dérision renverse complètement les standards de performance érigés à la fois par la publicité et la presse genrée.

II.2.5.c. Aporie de l'humour décomplexé : quand l'irrévérence reproduit les stéréotypes

L'esthétique du franc-parler, voire du trash-talking, a été disséminé dans un autre produit culturel en 2013, un des best-sellers de l'année : le court opuscle des soeurs Anne-Sophie et Marie Aldine Girard, *La femme parfaite est une connasse*. Un raz-de-marée commercial qui avait, sur le papier, un but plus que louable : décomplexer les femmes imparfaites, dans une époque où les diktats de performance énoncés par la presse féminine génèrent forcément de la frustration. Ainsi, le livre entend déconstruire un discours porteur de névrose et extrêmement normatif sur la gent féminine ("*Nous avons passé notre vie à vouloir ressembler à toutes ces femmes des magazines*")⁸¹. Le problème, c'est qu'on trouve dans cette centaine de pages exactement les mêmes préoccupations superficielles que promeuvent Cosmo, Biba, ou Marie-Claire : une importance absolument édifiante accordée au physique et au poids (Jean-Marc Proust relève que cette

⁸⁰ Voir annexe 12

⁸¹ GIRARD Anne-Sophie, GIRARD Marie-Aldine, *La femme parfaite est une connasse - Guide de survie pour le femmes "normales"*, Paris, : J'ai lu, 2013

question revient "plus de 20 fois" dans ces multiples chapitres)⁸², un imaginaire où la femme ne s'accomplit qu'à travers la dépense et la consommation (les références aux fringues, au maquillage, aux rendez-vous chez le coiffeur sont légion) et une omniprésence du sexe dont on se demande bien ce qu'il peut encore avoir de déculpabilisant (chapitres "*Faut-il coucher le premier soir ?*" ou encore "*Dis-moi combien tu as eu de partenaires sexuels, je te dirai qui tu es*"). On pourrait faire l'inventaire des stéréotypes de genre reconduits par un livre qui s'en défend, clichés aussi peu valorisants pour les hommes que pour les femmes (chapitres "*Au secours ! Mon mec porte des Crocs*" ou "*Au secours ! Mon mec est radin*"). Au propos faussement novateur s'ajoute une forme lapidaire faite de schémas, encarts à proverbes, citations pleine page, bullet-points à peine déguisés qui ne présument pas vraiment l'intelligence des lectrices. En réalité, c'est un livre lui aussi déguisé, qui appartient plus au genre de la presse qu'à celui de l'édition : il pourrait sans difficultés faire office de hors-série de l'été "zéro complexe" de *Elle* ou *Glamour*, et c'est à ce titre qu'il trouve sa place dans ce mémoire. Evidemment, on objectera qu'il y a plusieurs façons de lire ou de recevoir un message médiatique, et qu'il est évidemment possible d'être consommateur de cette presse sans pour autant adhérer à cette vision normative des choses. Sans doute, mais cela n'excuse qu'en partie l'accueil très favorable réservé par la presse dite sérieuse à un ouvrage perçu comme un salvateur vade-mecum qui se moque des conventions et des normes (alors qu'il prend effectivement les normes sociales très au sérieux : pour ses auteurs, la femme n'existe qu'à travers le regard ô combien superficiel d'autrui). A croire que l'humour, l'esprit de légèreté, et le ton ostensiblement décomplexé (au lieu de pénis, "*les auteurs ont une préférence pour le mot « bite », qu'elles trouvent bien plus rigolo*" peut-on lire p.74) ont une nouvelle fois désamorcé toute initiative critique.

⁸² PROUST Jean-Marc « La Femme parfaite est une connasse »: ce livre est une connasse », www.slate.fr, [En ligne], «<http://www.slate.fr/story/83229/femme-parfaite-est-une-connasse>», mise en ligne le 10/02/14, consultée le 01/03/16.

Sans extrapoler vers des digressions qui nous amèneraient à traiter des productions médiatiques qui ne sont pas circonscrites à notre champ d'études, notons tout de même que le phénomène est absolument similaire dans le cas du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu ?*, sorti en 2014. Là encore, le film se présente comme un espace qui nous invite à mettre de côté les tabous et laisser à la maison les stéréotypes : le spectateur est invité à se payer une bonne tranche de rire à travers la houleuse question du racisme. Tous les personnages du film sont racistes, mais ce racisme est "acceptable", pour la simple et bonne raison qu'il est universellement partagé : chacun en prend pour son grade, et c'est ce qui rapproche chacun au sein des différentes communautés. A la réception publique excellente (plus de 13 millions d'entrées cumulées) s'ajoute une réception critique plutôt favorable⁸³, la presse ayant aimé cette comédie qui *"promeut la tolérance multiculturelle sur le ton de l'autodérision"* (*Les Fiches du Cinéma*), qui *"dézingue"* les clichés (*Metro*), et qui repose sur l'idée non conventionnelle que *"l'intégration, au final, n'y est pas gagnée contre le racisme et les clichés, mais au contraire, et en quelque sorte, grâce à eux"* (*Chronic'art.com*). Cette question de l'intégration est cruciale, puisqu'en décortiquant le film, on se rend compte qu'elle n'est acquise qu'une fois que chacun a totalement gommé ses différences culturelles. Alors que le film laisse entendre que des cultures radicalement différentes vont devoir trouver un terrain d'entente pour cohabiter (c'est d'ailleurs l'argument d'un scénario où chaque personnage est volontairement réduit à son stéréotype de race ou d'ethnie), les cartes sont biaisées d'entrée de jeu. Les beaux fils de Christian Clavier partagent tous, en dépit de confessions différentes, un même cadre de vie confortable et bourgeois, somme toute assez proche de celui de cette famille catholique : le musulman est avocat, le juif séfarade est un entrepreneur marié à une dentiste, le chinois est banquier...L'intégration dont il est question ici ne se fait pas en acceptant l'autre, la différence ; elle s'établit entre des personnages bien plus similaires qu'ils n'en ont l'air. La grande

⁸³ Les citations de critiques qui suivent sont tirées de la page "Critiques presse" du film sur Allociné, accessible ici : <http://www.allocine.fr/film/fichefilm-222259/critiques/presse/>

communion s'effectue une fois que les personnages ont effacé le peu de différences qui les sépare, en chantant conjointement "*il est né le divin enfant*" dans une église pour faire plaisir au beau-père chrétien : assimilation totale entre des éléments déjà peu différents à l'origine. La tolérance selon "le bon dieu" n'est pas une main tendue vers l'autre, c'est une main tendue vers le même, dans un paysage social qui relève du pur fantasme (comme si les problèmes d'intégration en France concernait d'abord les franges les plus aisées de chaque communauté...). Un simulacre de vivre-ensemble qu'on croirait presque iconoclaste alors que, là encore, il reproduit du stéréotype sur fond d'humour (la moindre réplique du film est une "vanne" - littéralement - visant une minorité). On pourrait se demander en quoi cet objet culturel nous paraît pertinent dans le cadre d'un mémoire sur le motif haineux au sein des productions médiatiques. Il nous semble que, comme pour *La femme parfaite est une connasse*, la corrosivité du propos semble donner une caution "politiquement incorrect" au produit (enfin un livre qui ose appeler une femme une connasse, enfin un film qui montre qu'on peut faire des blagues racistes sans être raciste). Dans les deux cas, cet anticonformisme (de pacotille) semble avoir séduit des critiques qui ont complètement mordu à l'hameçon d'un marketing faussement sulfureux. L'humour décomplexé (où tous les coups sont permis) permet d'avancer masqué : on peut grâce à lui maquiller les discours les plus insipides et convenus en prosopopées stoïques, morceaux de bravoure frisant l'insolence. C'est un second degré qui confond l'irrespect et l'irrévérence, et qui produit l'effet inverse de celui escompté : renforcer l'ordre social plutôt que de l'effriter. A ce titre, ce n'est pas parce que l'humour méchant tant vanté sur les plateaux de télé rigole à très haute voix qu'il frappe très fort : il se pourrait même que ce soit l'inverse.

II.3. Le récepteur pris à partie : un regard complice sur la haine ?

II.3.1 - Le maillon faible : la flagellation sur un plateau

II.3.1.a. Une scénographie de la méchanceté

Avec *Le Maillon faible* première version (l'adaptation de l'émission *The Weakest Link* diffusée à partir du 9 juillet 2001), TF1 et Laurence Bolocolini ont délibérément rompu avec les codes du jeu télé accueillant et bienveillant. Finies les accolades tactiles entre l'animateur et les participants, pourtant coutumiers sur la première chaîne (Pascal Dechavanne, comme Arthur et ses massages adressés aux candidats dans *A prendre où à laisser*, en ont fait l'un de leur trait d'animateur distinctif). Les sourires du présentateur, gimmick distinctif du jeu télévisé s'il en est, disparaît au profit d'un regard de marbre conjuguant sévérité et austérité. Les lunettes rectangulaires, la coupe de cheveux à la garçonne, la tunique noire : c'est bien de la panoplie de la maîtresse d'école sévère que Laurence Boccolini s'est affublée pour les besoins du show. Dans cette adaptation française du jeu de la BBC, l'autorité remplace la convivialité, et la maîtresse de maison jouit ici de tous les attributs de la matonne omnipotente, ayant pour directive de brusquer (pour ne pas dire insulter) les aspirants à la cagnotte. La gestion de l'espace et la scénographie détonnent par rapport aux plateaux traditionnels. Alors que l'animateur a souvent l'habitude de naviguer entre les participants, de circuler dans un espace où le mouvement permet la jonction entre les candidats et le public, la posture de Laurence Boccolini dans le jeu est droite, fixe, et bien trop immobile pour relever du naturel. Cette stabilité imperturbable rappelle le roi assis sur son trône, le pape (ou le dictateur) professant son allocution devant la foule (bref, les propriétés d'une toute puissance). Une qualité que pourraient aussi partager les candidats, puisqu'eux aussi sont immobiles durant les phases où se succèdent les questions (ils sont autorisés à se déplacer uniquement pour quitter le plateau

suite à une élimination). Mais eux ne sont pas positionnés au centre du dispositif, contrairement au personnage joué par Laurence Boccolini : une position panoptique vers laquelle tous les regards sont tournés, qui est de fait coercitive (Deleuze définit à la suite de Bentham et Foucault une "formule abstraite du Panoptisme" qui "*n'est plus « voir sans être vu », mais « imposer une conduite quelconque à une multiplicité humaine quelconque »*")⁸⁴. L'animatrice dispose d'une vue d'ensemble sur tous les candidats puisqu'elle est fixée sur un plateau rotatif qui tourne de façon à ce qu'elle soit toujours face au candidat à qui elle pose les questions.

La terminologie même du jeu, où les candidats doivent se servir des compétences des autres pour faire augmenter les gains avant de chercher à les éliminer (pour empocher seul la cagnotte) renvoie aux champs lexicaux de la lutte et de l'humiliation. Le titre *Le Maillon faible* insiste bien sur la différence à revendiquer (le pronom déterminé "le") au sein d'un collectif qui littéralement enchaîne ("maillon"). La "mort subite" est le nom donné à la dernière séquence du jeu pour déterminer un vainqueur en cas d'égalité lors de la finale. Les gimmicks verbaux prononcés par Laurence Boccolini à chaque émission - la présentatrice répète à chaque épisode les mêmes répliques écrites, de façon à renforcer encore le caractère mécanique de sa fonction, au détriment de toute émotion - participent de cette même dynamique : "*Derrière moi, neuf candidats. Ils ne sont pas de la même famille, ils ne sont pas amis, ils ne se connaissent même pas, et pourtant, ils vont devoir jouer en équipe. Un seul d'entre eux pourra peut-être remporter la somme de 20 000 €, les autres repartiront sans rien, les mains vides. À chaque manche, un candidat sera éliminé par les autres, parce qu'il aura été considéré comme étant le Maillon faible (...) En jouant beaucoup mieux, vous auriez pu remporter la somme de [MONTANT] francs/euros*". Ajoutons que la logique même du jeu ne répond à aucun code déontologique : ce n'est pas le plus vertueux ou le plus vif d'esprit qui gagne, le meilleur camarade qui

⁸⁴ DELEUZE Gilles, *Foucault*, Paris : Editions de Minuit (coll. « Critique »), 1986, p.41

s'impose, le plus juste dans ses réponses qui triomphe, mais simplement celui qui montre les meilleurs qualités de stratégie. Comme le résume la journaliste Laurence Debril : *"L'humiliation cathodique est à la fois psychologique et physique, comme dans Koh-Lanta, où les candidats affamés doivent lutter pour leur survie en milieu hostile. Les alliances s'y font et s'y défont pour neutraliser les vainqueurs potentiels. Le Maillon faible, présenté par Laurence Boccolini, en est l'illustration : le meilleur candidat, dangereux pour le groupe, est éliminé par les autres"*⁸⁵. Le personnage avilissant de Laurence Boccolini s'est imposé comme un label déposé, notamment sur les produits dérivés du jeu. Le jeu vidéo du *Maillon faible* reprend fidèlement les vacheries et autres bassesses locatives de l'animatrice (elle s'adresse aux participants virtuels de façon aussi peu aimable que sur le plateau matériel de l'émission), tandis que le verso de la jaquette du DVD interactif stipule : *"Qui osera affronter les sarcasmes de LAURENCE BOCCOLINI ? Présente tout au long de la partie, elle arbitre le jeu et n'est pas en manque de critiques..."*⁸⁶

II.3.1.b. Une cruauté qui ne peut carburger que dans le ludique

"Bien entendu, tout cela n'est qu'une mise en scène (...). (Laurence Boccolini) joue le rôle de la « méchante » ; elle ne l'est pas vraiment, comme nous le rappellent le rapide clin d'œil et le fugitif sourire qui ponctuent la fin de l'émission : soulagement... Cependant, cette irruption sans complexe de l'agressivité revendiquée au sein d'un jeu n'est pas innocente et rompt brutalement avec l'image joyeuse de ce style de programmes, avec la bonhomie protectrice des animateurs et les égards dus aux candidats

⁸⁵ DEBRIL Laurence, « Humiliation en prime time », *www.lexpress.fr*, [En ligne], «http://www.lexpress.fr/culture/tele/humiliation-en-prime-time_497077.html», mise en ligne le 23/01/03, consultée le 20/09/15.

⁸⁶ Voir annexe 13

malheureux comme aux vainqueurs"⁸⁷ constate Emmanuelle Giuliani, aujourd'hui chef du service culture de *La Croix*. La proximité d'un Jacques Martin, la bienveillance tendre d'un Michel Drucker, la bonhomie quasi-débonnaire d'un Jean-Luc Reichmann sont donc à l'opposé du style cinglant et froid de l'animatrice de TF1. Il suffit d'ailleurs de taper l'expression "animateur télé" sur Google Images pour constater à quel point le sourire, la joie, le ravissement sont presque des figures imposées associées à la fonction⁸⁸. On peut néanmoins tempérer le propos d'Emmanuelle Giuliani sur le clin d'oeil et le sourire qui concluent chaque épisode. Certes, on peut voir dans ce clin d'oeil une dédramatisation des enjeux, qui pourra servir d'alibi à la chaîne pour faire taire les critiques suscitées par le jeu à l'époque (Etienne Mougeotte adoptera exactement la même défense en déclarant pour sa part : *"c'est un jeu (...) Ca n'est en rien de l'exclusion. C'est simplement une forme de dérision et à la fin du Maillon faible, Laurence fait un énorme clin d'oeil et les enfants comprennent ! Donc, ne mélangeons pas tout !"*)⁸⁹. Mais l'explication va sans doute au-delà : ce clin d'oeil n'est-il pas le signe d'une complaisance à l'égard du spectateur, d'un spectacle de l'humiliation qui excite la pulsion voyeuriste de celui qui regarde, d'une complicité mal placée ? Les spectateurs ont sans doute des dizaines de bonnes (ou mauvaises) raisons pour assister à ce spectacle (exutoire, goût de la gentille moquerie, besoin de satisfaire une culture générale...), mais les fidèles du programme tolèrent de fait la représentation spéculaire d'un show qui humilie sciemment le moindre de ses participants, et qui en fait même son principal argument marketing⁹⁰. En fait, ce clin d'oeil en rappelle un autre, tiré du cinéma celui-là

⁸⁷ GIULIANI Emmanuelle, « Télévision », *Études*, Tome 395, octobre 2001, p. 397-399.

⁸⁸ Voir annexe 14

⁸⁹ www.telesatellite.com, [En ligne], «<http://www.telesatellite.com/actu/5144-etienne-mougeotte-vice-president-et-directeur-general-de-antenne-de-tf1.html>», mise en ligne le 16/11/02, consultée le 26/09/15.

⁹⁰ En juillet 2001, *Stratégies* écrit : *"Sur la photo, Laurence Boccolini ne sourit pas. «C'est contractuel», s'excuse-t-elle. Le costume noir, les lumières, le décor, la musique du Maillon faible, le jeu qu'elle présente sur TF1 depuis le 9 juillet, font aussi partie du contrat. La «bible» de The Weakest Link, diffusée sur la BBC et dont s'inspire Le Maillon faible, stipule aussi que l'animatrice doit être la plus odieuse possible avec les candidats. En Angleterre, Anne Robinson est comparée par les tabloïds à « un mélange de Cruella et de mère d'Hitler »."* « LAURENCE BOCCOLINI : CRUELLA »,

: celui que l'un des deux tortionnaires de *Funny Games*⁹¹ (film de Michael Haneke où deux intrus pénètrent la maison de vacances d'une petite famille bourgeoise et s'amuse à leur faire subir les plus horribles sévices) adresse au spectateur face-caméra pendant qu'il commet ses effroyables exactions. Le réalisateur, qui provoqua un léger malaise sur la Croisette en 1997 (le film était présenté en compétition officielle au Festival de Cannes), justifiera ce choix de mise en scène en expliquant que le spectateur a toujours une responsabilité vis-à-vis de ce qu'il regarde : tout ceci n'a beau être "qu'un film" ou "qu'un jeu", celui qui choisit d'y assister n'est jamais un simple témoin, c'est sa probité morale qui est soumise à épreuve. En choisissant de poser son regard sur une image qui n'est jamais neutre, le spectateur éprouve un sentiment de culpabilité, une responsabilité inhérente au fait même de regarder.

En adressant ce clin d'oeil, Laurence Boccolini ne justifie pas les horreurs des oppresseurs sanguinaires de *Funny Games*, certes, mais elle joue à son tour avec la complicité d'un spectateur qui digère plutôt bien les dégradations avilissantes de victimes consentantes. Il y a donc une mise en abyme où un spectateur consentant adhère à l'humiliation de victimes tout aussi consentantes : les participants du show sont tout autant responsables du succès du show que la présentatrice et les spectateurs. Ces derniers ne sont pas dupes pour autant : *"Dans ces émissions, le spectateur a la possibilité de s'identifier à l'animateur humiliant, au candidat humilié, mais aussi de regarder ce spectacle comme une mise en scène cocasse qui ne le concerne d'aucune manière. C'est bien d'ailleurs ce qui pourrait expliquer que ces émissions scandalisent les plus de quarante ans alors qu'elles rencontrent un vif succès auprès des jeunes. (...) ils peuvent tirer du spectacle d'une humiliation théâtralisée parce qu'ils la subissent moins que par le passé dans leur vie quotidienne, et surtout parce qu'ils se sentent*

www.strategies.fr, [En ligne],

«<http://www.strategies.fr/articles/r20710W/laurence-boccolini-cruella.html>», mise en ligne le 20/07/01, consultée le 20/09/15.

⁹¹ Voir annexe 15

*mieux armés pour y faire face (...) Ils prennent alors du plaisir à voir une émission dans laquelle les gens sont d'accord pour jouer ce jeu, justement parce que, pour eux, ce ne peut-être qu'un jeu*⁹². La haine et la méchanceté montrées ici obéissent à des impératifs fonctionnels : tout le monde sait que c'est bien un rôle qu'assigne la production à Laurence Boccolini pour les besoins du jeu (celui de la marâtre, en l'occurrence) ; de même que les victimes (participants) ne sont consentantes que dans la mesure où cette haine n'est qu'une méchanceté de plateau caricaturale et forcément surjouée, mise à contribution pour le bon déroulement du show. Injonction paradoxale d'une émission qui demande à la fois au spectateur de croire à la proposition scénique (il est avéré que c'est bien le candidat qui aura su le mieux exploiter les compétences des autres qui remporte la cagnotte) et en même temps de ne pas y croire tout à fait. Paradoxalement, cette méchanceté exacerbée produit les mêmes effets que la haine "édulcorée" que nous avons rencontrée dans d'autres productions médiatiques : elle prétend tellement taper fort qu'elle ne détruit pas ou très peu.

⁹² TISSERON Serge, *Le bienfait des images*, Paris : Odile Jacob, 2002, p.32

II.3.2. Du mean tweet au confessionnal : l'art partagé du "bitching"

II.3.2.a. Le mean tweet (*Un soir à la tour Eiffel*, ONPC) : vacheries sans filtre

S'il n'est en 2016 plus vraiment la peine de montrer en quoi Twitter est devenu (du moins dans l'imaginaire collectif) un repaire où s'expriment constamment des vacheries sans filtres, les émissions de *talk* ont bien compris comment intégrer ces offenses en 140 signes au sein même du programme. Le concept a d'abord vu le jour aux Etats-Unis en mars 2012 avec le segment "Mean Tweets" du *Jimmy Kimmel Live!* : des stars seules dans le cadre lisent à haute voix sur leur smartphone un tweet méchant qui leur est adressé, et peuvent s'ils le souhaitent esquisser une réponse face caméra. Chaque lecture s'accompagne d'une pluie de rires dans le public, avec une régularité tellement soutenue qu'on pourrait presque les croire enregistrés. Cette séquence vacharde a d'abord concerné les stars du cinéma et du petit écran, avant de progressivement s'élargir à d'autres catégories d'invités (des équipes sportives de NBA ou de football, et même le Président Barack Obama en mars 2015). Alessandra Sublet a repris dans les grandes lignes le concept pour l'intégrer à son émission *Un soir à la tour Eiffel*, diffusée en deuxième partie de soirée sur France 2 lors de la saison 2014-2015. La séquence, intitulée "Very Bad Tweets", se distingue de son modèle américain par le fait que les célébrités ne sont plus isolées au moment de lire l'invective qui leur est adressée (elles sont toutes réunies sur le plateau et lisent le tweet assassin tour à tour). Elles peuvent là encore esquisser un droit de réponse. Laurent Ruquier a introduit exactement le même principe dans *On n'est pas couché*, à la différence que la sélection de tweets susceptibles d'être lus à haute voix par l'invité ne sont pas forcément "méchants".

Les vannes sont dans l'ensemble teintées d'un certain humour et d'ironie, même si d'autres semblent destinées uniquement à blesser leur

interlocuteur. Elles portent souvent sur une caractéristique physique de l'invité, sur des éléments plus ou moins intimes de sa vie privée, ou sur une remise en question de ses compétences professionnelles. Si quelques mots d'esprit se taillent parfois une place à l'antenne, la plupart du temps le message s'apparente à une insulte facile, que chaque internaute un tant soit peu belliqueux aurait pu formuler. Sauf exception, ces tweets lus à haute voix (que les célébrités sont supposées découvrir en même temps que le téléspectateur) provoquent chez elles le rire plus que la vexation. Nous sommes évidemment dans un registre de séquence humoristique, univers policé où l'agressivité ne se conjugue jamais avec l'hostilité. L'idée originale de cette forme de discours est probablement de prendre le contre-pied des émissions de *talk* où le débat concernant les artistes en plateau se résume souvent à un tissu d'amabilités emphatiques rejetant en touche la possibilité même d'émettre une critique, mécanique de promotion oblige. Même le spectateur peu observateur du monde de la télévision aura compris l'effet disruptif d'une telle séquence, qui introduit pour une fois une dose d'animosité envers des personnalités d'habitude intouchables.

Ces séquences, outre le fait que leur durée succincte et leur potentiel explosif invitent à une exposition massive sur les sites d'info et les réseaux sociaux, partent quand même d'un postulat qui n'a rien de naturel : un tweet disséminé dans l'anonymat cyclopéen de la toile aurait la même fonction corrosive qu'une saillie diffusée à une heure de grande écoute sur un plateau grand public. Le dispositif imposé (hypertrophie du rire par l'animatrice et ses chroniqueurs, public contraint à une surenchère d'applaudissements, proportion démesurée accordée à la réaction de l'invité...) modifie forcément la perception du message, pour ne pas dire sa nature. Il offre à la personnalité offensée une possibilité de réaction, droit dont ne jouit pas l'offenseur à son tour offensé. Par un truchement un poil pervers, le processus vise à subtilement ridiculiser l'internaute, à qui l'on rend "la monnaie de sa pièce", mais dans des conditions qui n'ont rien d'équilibrées. Sur le plateau, la "victime" prise à partie (une célébrité qui connaît

parfaitement les codes de la télévision) n' a pas vraiment d'autres solutions que celles que le spectacle cathodique lui impose : l'ironie, la distance, et un évident second degré. Mais cette posture ne l'emprisonne pas pour autant, bien au contraire. Lors de la première introduction du concept dans *Un soir à la tour Eiffel*, Alessandra Sublet conclut la séquence en disant à ses invités Cyrille Eldin et Carla Bruni : "*merci en tout cas d'avoir joué le jeu, parce qu'il faut avoir un peu d'humour*"⁹³...L'utilité de la séquence réside ici : brandir sa supposée capacité d'auto-dérision en étendard, et accréditer l'idée qu'on accepte bien la critique (généreux cachet "cool" accordé à un invité qu'on prétend pourtant "dégommer"). Le punching-ball se transforme inévitablement en gracieux faire-valoir pour les célébrités réunies autour de l'animatrice : on pense les égratigner à coups de truelle, on ne fait que lustrer leur sens de la répartie. Une chance que n'a évidemment pas l'internaute, invité lui à rester à la maison...Il arrive même que le fou rire commence avant la lecture, preuve que ce n'est pas vraiment le contenu du tweet qui importe, mais sa fonction subversive détournée dans le grand bain de l'humour décomplexé. Nous n'irons pas jusqu'à affirmer que ce "petit jeu" (comme Alessandra Sublet l'appelle) va jusqu'à prolonger "*le débat moralisateur sur les usages du numérique*"⁹⁴ (discours ambiant qui associe Internet à l'empire de la méchanceté, et qui affuble Facebook de l'étiquette du "nouvel opium du peuple"). Mais force est de constater cependant que cette rhétorique télévisuelle - assez brillante il faut bien le reconnaître - réussit son entreprise sarcastique en toisant de haut les nouveaux usages permis par les réseaux sociaux. Tout en prétendant, et toute la subtilité est là, faire le contraire...

II.3.2.b. Le confessionnal dans les *reality-show* : confier ses pires horreurs au spectateur

⁹³ Vidéo visible ici : <https://www.youtube.com/watch?v=eoeEvrq4qwQ>

⁹⁴ LAFITTE Julie « Very Bad Buzz à « Un Soir à la Tour Eiffel » : qui a peur du grand méchant tweet ? », www.enfantdesinternets.wordpress.com, [En ligne], «<https://enfantdesinternets.wordpress.com/tag/alessandra-sublet/>», mise en ligne le 16/10/14, consultée le 03/03/16.

La configuration des séquences de *mean tweets* n'est pas sans rappeler l'un des lieux séminaux de la télé-réalité : le confessionnal. Les deux dispositifs jouent le registre de la connivence avec le téléspectateur : dans *Ce soir à la tour Eiffel* le spectateur est invité symboliquement autour de la table puisque sa parole se retrouve au milieu de l'échange ; dans le confessionnal, il devient littéralement celui que l'on met dans la confiance. Malgré ce que la terminologie du lieu pourrait laisser entendre, il n'est nullement question d'exposer ici ses péchés afin de restaurer la confiance de Dieu : en revanche, c'est bien la confiance établie avec le téléspectateur qui importe ici. Tenir ce dernier pour un interlocuteur en position de réception, c'est déjà supposer qu'on établit avec lui une relation privilégiée : on ne se confesse pas, ni se confie, au premier venu. Celui qui regarde et recueille ce témoignage est forcément un proche, bien qu'il soit par définition étranger. De quoi parle-t-on dans un confessionnal ? De ses activités à venir de la journée, de son ressenti sur les autres participants, des expériences nourries au cours des dernières heures écoulées, toujours sur le mode de la convivialité. L'isoloir permet de retrouver un espace reclus (bien qu'exposé à des millions de téléspectateurs) dans une maison où l'on est contraint de tout partager, de tout soumettre à la loi du collectif. Si l'on s'isole, c'est aussi pour faire tomber les masques et autres petites hypocrisies du jeu social : en sous-texte apparaît l'idée que le candidat donne plus de lui-même dans cet espace confiné et intime que quand il est dispersé parmi ses camarades tout aussi stratégiques que lui. Il y a donc dans la scénographie même de ces programmes (citons *Loft Story*, *Secret Story*, ou encore *Les Anges de la télé-réalité*) l'idée que le participant peut échanger avec le téléspectateur, que ce dernier n'est pas cantonné à une posture purement passive, mais que sa participation passe avant tout par l'écoute.

Si le candidat disait exactement la même chose accompagné du groupe qu'isolé dans cette salle capitonnée, l'intérêt narratif du confessionnal ne serait évidemment pas conséquent (pour ne pas dire nul). Le lieu est évidemment conçu pour qu'on partage ses joies et ses coups de coeur, mais

surtout pour qu'on puisse casser du sucre sur le dos de ses camarades sans avoir peur des représailles. Les candidats qui y passent le plus de temps sont ceux qui pratiquent l'art du "bitching" ou du "bitchage", pratique discursive que l'on pourrait résumer à un appel à la médisance légère, qui vise à éreinter ses comparses plutôt qu'à détruire. Les discours qui y sont produits sont des commentaires qui prennent à rebours l'esprit de groupe : l'isoloir est même très souvent le lieu où l'on désigne les participants que l'on souhaite voir partir, comme le règlement des jeux d'enfermement le stipulent. Le confessionnal apparaît comme un *"lieu de commérage, de mesquineries ou d'hypocrisie, où l'on chasse ses semblables avec amour ("Untel, je l'adore mais...")"*⁹⁵. Il transforme le candidat - qu'il s'agisse d'un arriviste de première ou de quelqu'un de plutôt honnête - en *"délateur"*, au sens où Erving Goffman l'entend. Parmi la palette de *"rôles contradictoires"* dont chacun se pourvoit sur la scène sociale (c'est-à-dire des rôles *"qui donnent une apparence trompeuse à l'intérieure d'une organisation"*), *"le délateur est un individu qui fait semblant, devant les acteurs, d'être membre de leur équipe, qui est autorisé à se rendre dans les coulisses et à se procurer de l'information destructive, et qui alors, ouvertement ou secrètement, trahit le spectacle au bénéfice du public"*⁹⁶. Le principe d'une émission comme *Secret Story* est ici limpide : jusqu'où un candidat peut-il se dissimuler dans le corps social pour conserver son secret tout en traquant celui des autres (quitte à changer d'alliance comme de chemise) ? Question de dosage : le bon candidat est celui qui fait preuve de solidarité tout en éliminant le premier élément qui viendrait lui barrer la route. On remarque d'ailleurs que le principe n'est pas du tout limité à la télévision d'enfermement : les aventuriers de *Koh-Lanta* ou les joueurs du *Maillon faible* sont contraints à la même science tactique s'ils veulent aller loin dans le jeu. C'est ce qui fait dire à François Jost que l'isoloir instruit un chemin qui va *"de la confession à la délation"* : ce qui est confié dans le confessionnal relève (dans la grande majorité des cas) d'un désir de nuisance, même léger, envers

⁹⁵ JOST François, *L'empire du loft*, Paris : La dispute, 2002, p.78

⁹⁶ GOFFMAN Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne, tome 1, La Présentation de soi*, Paris : Editions de Minuit, 1973, p.141

autrui. Ce que le candidat partage donc avec son confident situé devant son poste de télévision, c'est une certaine idée de la haine du voisin : par un processus d'identification dont seule la télé-réalité a le secret, la méchanceté en vient à produire du lien social. On peut même légitimement supposer que le processus va plus loin : quand Nabilla Bennatia "bitche" sur ses comparses des *Anges* pour une histoire dérisoire de shampooing, inondant l'espace médiatique une semaine durant, elle devient *"un excellent bouc émissaire collectif"*⁹⁷, toujours selon François Jost. Même les personnes qui ne s'intéressent pas à la télé-réalité sont amenées à s'exprimer sur un *"phénomène Nabilla"* qui *"ne fait que conforter ce qu'on constate déjà depuis quelques années, à savoir l'utilisation du "foutage de gueule décomplexé", ce goût pour le sadisme, ce sens du "il y a toujours plus con que soi" qui plaît tant aux jeunes"*. Nous nous moquons de son personnage felleux et délibérément médisant, tout en appliquant les mêmes méthodes pour la discréditer (plutôt que de condamner à haute voix la consécration du vide, ne gagnerions-nous pas à la passer sous silence ?). De même que la violence génère de la violence, le bitchage encourage à son tour le bitchage, y compris chez ceux qui le dénigrent. Sa grande force est de ne pouvoir que se propager encore et toujours...jusqu'à ce qu'une nouvelle vacherie lui vole la vedette.

⁹⁷ JOST François « "Nabila est un excellent bouc émissaire collectif" - Propos recueillis par Victoria Gairin », *www.lepoint.fr*, [En ligne], «http://www.lepoint.fr/societe/nabila-est-un-excellent-bouc-emissaire-collectif-21-03-2013-1644062_23.php», mise en ligne le 21/03/13, consultée le 04/03/16.

II.3.3. "Salut, bande de salopes" : quand le spectateur devient une cible (Les tutos de Jérôme, Kaira Shopping)

II.3.3.a. Quand le cozy côtoie l'obscène

Diffusé initialement sur la chaîne Youtube Studio Bagel avant d'intégrer *Le grand journal* en 2013, *Les Tutos* de Jérôme Niel pratiquent un mélange des genres assez étonnant pour une télévision à une heure de grande écoute : le convivial y côtoie une violente brutalité. La pastille est d'abord construite comme une parodie de la "culture du tutoriel", ces courtes vidéos didactiques qui permettent, l'espace de quelques minutes, de s'initier à une pratique du quotidien. On en trouve sur absolument tout ce qui peut relever du besoin domestique : des conseils bricolage, des recettes de cuisine mises en image, des astuces concernant les manipulations obscures d'un logiciel, et surtout des tutoriels beauté (les marques de cosmétiques n'hésitant plus à solliciter des blogueuses rémunérées pour mettre en avant telle ou telle gamme de produit - le "tuto nail art" est probablement l'une de ses formes les plus réputées). Dans ce format aux codes bien établis, tout respire le convivial : il s'agit de partager et de commenter une expérience du quotidien, à travers une pratique supposément commune entre l'émetteur et le récepteur. L'internaute qui visionne la vidéo se sent d'autant plus proche de l'univers posé sous ses yeux que ces séquences sont souvent tournées au domicile de celui qui prodigue ses conseils. L'esthétique du format est complétée par une voix chaleureuse, une tonalité souriante, une musique d'ambiance qui emprunte à la pop et au lounge, et qui rappelle celle des salles d'attente. Nous sommes évidemment bien loin du ton professoral : le modèle pédagogique est plus calqué sur celui de la discussion entre amis que sur celui de l'austère leçon dispensée en amphithéâtre. S'il existe évidemment des exceptions, les canons visuels du format empruntent aux tendances du *cocooning* (qui introduit une touche glamour dans le routinier et le banal) et de l'esprit *girly* (qui met en valeur, en utilisant des couleurs chaudes, des produits ou des pratiques de consommation courante). Une

synthèse stylistique entre le vernis léché de l'imagerie publicitaire et l'esthétique plus neutre du quotidien, façon *webcam*.

Des critères visuels que reprend Jérôme Niel dans ses *Tutos* (rappelons que sa première gamme de vidéos avait pour finalité de subtilement renvoyer vers le mastodonte des conseils cosmétiques : *Au féminin* - rubrique *Beauté*) afin de mieux les détourner. Le générique de la pastille s'ouvre par une surface blanche sur laquelle s'agencent en stop-motion tout l'attirail supposé des blogueuses beauté ou cuisine : des colliers de perles colorées, des papillons en pâte à sel, des rubans roses et blancs, un cahier recouvert de stickers en forme de fleurs et d'étoiles...L'accompagnement musical évoque à la fois une douceuse comptine pour enfant, et les sonorités "merveilleuses" de Danny Elfman (*Les Simpson*, *Desperate Housewives*) : une teinte enchanteresse qui se poursuit d'ailleurs tout au long de la séquence. A cet univers excessivement délicat et suranné se greffent des thèmes éditoriaux croquignolets : Jérôme Niel nous apprend à fabriquer des cartes de vœux, à réussir son masque de beauté ou la cuisson de ses cupcakes, à bien entrelacer ses scoubidous...Chaque pastille s'ouvre sur la formule "*Salut, bande de salopes ! Avec les tutos, on apprend en s'amusant*" et se conclut par "*Je vous aime, putain !*". C'est ici que le grand détournement commence : fixant le spectateur face-caméra pendant presque deux minutes, le comédien traite ce dernier à la fois avec les meilleurs égards et une surenchère rarement atteinte dans l'agressivité télévisuelle. Avec une vulgarité qui frôle l'abjection, Jérôme Niel insulte le téléspectateur (citons "*j'ai envie de vous baiser la chatte*" ou encore "*alors prends tes couilles, et arrête de chialer*"), violente tout ce qui a le malheur de se trouver dans le décor, hurle et gesticule plus brutalement encore qu'un sujet fréquent aux crises d'épilepsie. L'acteur tape, littéralement, sur tout ce qui bouge, ce que le montage "cut" accentue de façon déchainée. Le visage poupon de l'acteur est ainsi constamment recouvert de balafres et d'entailles mal cicatrisées⁹⁸. Le style sanglant contraste à l'évidence avec le t-shirt

⁹⁸ Voir annexe 16

"chat" qu'il arbore dans la plupart des vidéos (rappelons que le *lolcat* est l'emblème le plus parlant de la tyrannie du "cute" sur la toile : "*l'animal fétiche de la mythologie internet est, sans conteste, le chat*" peut-on lire dans *L'encyclopédie de la web-culture*)⁹⁹. Le contraste entre deux univers narratifs radicalement différents servait déjà de trame narrative à *Happy Tree Friends*, une série humoristique "déconseillée aux petits enfants et aux grands bébés" diffusée en France sur MTV et Virgin 17, qui parodiait des dessins animés destinés aux plus jeunes : on y voit des ours en peluche tout ce qu'il y a de plus mignon verser, au milieu de la séquence, dans la débauche gore difficilement soutenable (parfois même pour un regard adulte). La chaîne Youtube *Howtobasic* reprend elle aussi l'idée des tutoriels culinaires construits selon une trame en deux temps : une première partie douce où la nourriture est délicatement choyée par un corps dont on ne voit que les mains, avant que là aussi la violence et la surexcitation acharnée ne s'invitent dans le cadre (musique hard, montage outrageusement saccadé, hurlements enragés...). Un autre format court de Canal+ a institutionnalisé ce mélange des genres ces dernières années : apparue en janvier 2009, *Kaira Shopping* est une parodie d'émission de télé-shopping, où Pierre Bellemare aurait été remplacé par une "caille-ra" prête à tout pour vanter les mérites du produit qu'il est tenu de défendre. Le décalage comique provient du fait que des sortes de discours antinomiques se croisent : le langage de la rue (le créateur Franck Gastambide revendique depuis ses débuts ses influences banlieusardes) et le discours commercial. Autrement dit, un langage décomplexé et familier mixé à un langage formaté et policé par des velléités mercantiles. La proximité avec *Les Tutos* est aussi à établir en s'appuyant sur la mise en scène : dans ces deux formats d'environ deux minutes, les protagonistes s'adressent en fixant le spectateur dans les yeux quasiment sans interruption et le prennent à parti : au "*Salut, bande de salopes*" de Jérôme Niel se superpose le "*Bonjour à tous, bande de bâtards*"¹⁰⁰ de ces lascars grotesques mais attachants. Ces deux marques de fabrique

⁹⁹ LECOCQ Titiou, LISARELLI Diane, *Encyclopédie de la web-culture*, Paris : Robert Laffont, 2011, p.7.

¹⁰⁰ Voir *annexe 17*

institutionnalisent une nouvelle forme de violence verbale et/ou physique : cette dernière ne circule pas uniquement entre les personnages, elle s'adresse désormais de façon décomplexée au téléspectateur. Dans des styles bien différents, l'alibi humoristique cautionne des invectives langagières qui n'avaient jusque là pas leur place à la télévision française. Nous comprenons alors que la convivialité n'est pas du tout (plus du tout ?) le pôle inverse de l'expression haineuse : ces deux programmes ne sont pas moins "cozy" parce que plus violents. Les deux registres cohabitent, voire se confondent, dans le dispositif narratif : il serait probablement naïf de penser qu'une certaine forme de haine comique est venue supplanter le modèle convivial qui prévalait jusque là. Ces deux formats parodiques, au sens où l'entend le critique littéraire Gérard Genette (la parodie comme relation de transformation entre l'hypotexte et l'hypertexte à l'intérieur d'un régime ludique)¹⁰¹ brisent les codes d'un genre télévisuel - le tutoriel, le programme de télé-achat - tout en y étant fidèle.

II.3.3.b. L'esprit *twee* : un peu de douceur dans ce monde de brutes

Si la parodie rend la frontière des signes poreuse, il devient logiquement de plus en plus difficile de distinguer quel champ indiciel se trouve sous nos yeux. Nous tentons de démontrer, depuis maintenant des dizaines de pages, que la société médiatique est travaillée depuis peu par l'émergence d'un motif haineux, auquel viennent bien souvent se greffer des éléments comiques. Sans d'abriter derrière l'argument facile d'un post-modernisme qui manipule les signes et qui trouve son fondement dans "*l'immense processus de destruction du sens*"¹⁰², il nous paraît important de préciser une chose : on peut tout aussi bien affirmer que la société est traversée par un mouvement de fond qui ne présente aucune analogie avec la haine, bien au

¹⁰¹ GENETTE Gérard, *Palimpsestes : la littérature au second degré*, Paris : Éditions du Seuil, 1982

¹⁰² BAUDRILLARD Jean, *Simulacres et simulation*, Paris : Galilée, 1981, p. 231.

contraire : l'esprit *twee*. Le mot vient de l'anglais où il signifie "cucul", "kitsch", et "maniéré", et renvoie à la façon qu'ont les enfants anglophones de mal prononcer l'adjectif "sweet". La magazine *Les Inrockuptibles* notait fin 2014 : "*Depuis quelques mois, le twee est partout, dans les colonnes des journaux internationaux, sur les écrans et sur les trottoirs des quartiers gentrifiés*"¹⁰³. Présenté comme un mouvement esthétique-culturel résistant au cynisme ambiant, le twee brandit la gentillesse et la tendresse en étendard, ce que *Slate.fr* résume aux traits distinctifs suivants : "*l'esthétique précieuse des films de Wes Anderson, les sonorités enfantines des groupes indie à ukulélé, l'engouement pour la confection manuelle de petits objets et de pâtisseries et le culte des animaux mignons*"¹⁰⁴. Un mode de vie qui ferait barrage au monde contemporain contaminé par l'ironie, et qui tenterait de restaurer un peu de naïveté dans une société bien plus premier degré qu'elle ne le prétend : "*le twee est né en réaction à la culture, relativement nouvelle, du clash, du troll, des haters*". Les foodtrucks aux graphismes enfantins, le site Pinterest qui permet d'embellir le quotidien à coups de filtres photo sépia, la folk douce de Vampire Weekend ou Belle and Sebastian : n'avons-nous pas là une production de signes contemporains qui formerait un pied-de-nez total à notre démonstration ? Nous dirons, avec Gilles Lipovetsky, que ces deux tendances ne s'opposent pas radicalement, qu'elles peuvent très bien se développer parallèlement sans que l'une ne contredise l'autre : "*loin d'être une mode aléatoire, l'effet hard est corrélatif de l'ordre cool, de la déstabilisation et de la désubstantialisation narcissique au même titre que l'effet humoristique qui en représente la face opposée, mais logiquement*

¹⁰³ BOINET Carole « Amoureux de Zooey Deschanel et du vintage, le twee serait-il l'anti-hipster? », *www.lesinrocks.com*, [En ligne], «<http://www.lesinrocks.com/2014/12/14/actualite/amoureux-de-zooey-deschanel-et-du-vintage-le-twee-serait-il-lanti-hipster-11540289/>», mise en ligne le 14/12/14, consultée le 04/03/16.

¹⁰⁴ CASSELY Jean-Laurent « Bienvenue chez les Twee: comment une génération aussi angoissée que mignonne a transformé le monde des adultes en pouponnière », *www.slate.fr*, [En ligne], «<http://www.slate.fr/story/89393/twee>», mise en ligne le 07/07/14, consultée le 04/03/16.

homologue"¹⁰⁵. Cette "radicalité sans contenu des comportements et représentations", cette "montée aux extrêmes dans les signes et habitus du quotidien" sont les témoins d'un monde où cohabitent désormais des ensembles de signes contraire : nous verrons que le société du tout-dérisoire est aussi une société où l'on se prend au sérieux, que la haine (brutale par nature) se propage désormais par les canaux (soft par définition) du cool, qu'une société sursaturée de signes humoristiques n'est que le cache-misère d'un monde où l'humour a disparu.

¹⁰⁵ LIPOVETSKY Gilles, *L'ère du vide, essai sur l'individualisme contemporain*, Paris : Gallimard, 1983, p.294

II.3.4. Le billet dur de Christophe Conte (*Les Inrocks*) : l'art inoffensif de taper sur des proies faciles

"Attention, ici ça flingue à tout va, sans sommation, avec un revolver chargé de mauvaise foi, de mauvaise humeur, de mauvais humour très limite et sans aucun respect pour la cible. Les victimes : people envahissants, chanteurs pénibles, ego surgonflés, parasites mondains... Ils nous les cassent à longueur de temps, on les casse une bonne fois pour toutes"¹⁰⁶. C'est ainsi que le journaliste Christophe Conte présente la rubrique qu'il tient dans l'hebdomadaire *Les Inrockuptibles*, probablement l'une des plus célèbres du magazine : les *Billets durs*. Chaque semaine, l'homme à la plume acide farcit avec causticité une personnalité qui fait parler d'elle dans l'actualité. La forme est originale puisqu'elle s'apparente à une lettre jonchée de formules "d'impolitesse" dans laquelle il s'exprime directement à sa victime. Sur le mode du tutoiement, la correspondance commence toujours par "Cher XXX" et se conclut par "Je t'embrasse pas". La rubrique, auparavant cantonnée à une demi-page, a gagné en visibilité en 2012, à l'arrivée d'Audrey Pulvar à la tête de la rédaction : elle occupe désormais la page 3 des *Inrocks*, jouxtant toujours la réclame de la page de gauche. Placé donc avant même l'éditorial et le sommaire, le billet est désormais accompagné d'un dessin satirique de Coco, dessinatrice qui officie également chez Charlie Hebdo. Témoin du succès de ces courts formats décapants : deux compilations des meilleurs billets sont déjà parus (*Billets durs - je t'embrasse pas* en 2012 et *Billets durs, la suite - je t'embrasse toujours pas* en 2014) chez Robert Laffont. Ce n'est donc pas un hasard si *Les inrocks* accordent à ces pamphlets épistolaires une place aussi privilégiée : ils sont la première prise de parole par le texte avec laquelle le lecteur entre en contact chaque mercredi. Ajoutons que depuis sa création, *Les Inrockuptibles* occupent un créneau un peu à part dans la presse magazine : jouissant d'une identité de marque établie, le titre a façonné avec ses lecteurs une relation bien particulière, et jouit d'un statut bien plus prescripteur que l'ensemble de la presse concurrente (en

¹⁰⁶ Propos tirés de la page *A propos* du blog de Christophe Conte : <http://blogs.lesinrocks.com/billetdur/a-propos/>

témoignent les rubriques *Ou est le cool cette semaine ?* et *Vous n'y échapperez pas*). Avec une diffusion France payée établie à seulement 35 189 exemplaires en moyenne sur l'année 2015¹⁰⁷, le journal occupe une place "disproportionnée" dans l'espace public et dans l'imaginaire social : lecteurs comme détracteurs savent que le journal est associée à une image de marque jeune, urbaine, défendant des valeurs plutôt situées à gauche, et parisiano-branchée. A cet égard, le billet dur s'inscrit dans le projet éditorial du magazine : cogner non sans humour sur le chanteur populaire accumulant les succès aux top 50, l'animateur dont la langue vient de fourcher, ou l'homme politique rattrapé par des casseroles judiciaires.

Avec élégance et férocité, Christophe Conte se prête donc à cet exercice de style - parfois jubilatoire - et profite de la liberté de ton revendiquée par un hebdomadaire qui n'y va jamais de main morte pour affirmer haut et fort ses goûts et dégoûts. Mais sa portée corrosive ne s'arrête pas là : l'éditeur Robert Laffont nous indique que *"le Billet dur est devenu le rendez vous favori des amateurs de mauvais esprit"* et assure que *"l'auteur, qui n'embrasse personne et flingue tout le monde, adresse sa lettre hebdomadaire à une personnalité agaçante dans le but de faire rire, mais aussi d'agiter le débat public"* ¹⁰⁸ . Les missives hebdomadaires provoqueraient ainsi *"un double éclat de rire grinçant et libérateur"* pour le lecteur. En sous-texte apparaît l'idée que s'en prendre à ceux qui font régulièrement les titres de l'actualité, c'est faire preuve d'un courage salutaire qui frôle l'iconoclasme. Si nous sommes conscients du genre de discours auquel appartient ce texte (un éditeur sert un discours promotionnel et vise de fait l'efficacité perlocutoire plutôt que le constat objectif), il nous semble justement intéressant de relever en quoi cette méchanceté-là se sert de l'alibi citoyen, de l'idée que faire du "mauvais esprit" est forcément "libérateur", pour l'intégrer tel un argument de vente. S'il n'est plus à démontrer que l'humour vache peut servir une cause politique et déstabiliser

¹⁰⁷ Selon les chiffres de l'ACPM : <http://www.acpm.fr/Chiffres/La-Presse/La-Presse-Payante/Presse-Magazine>

¹⁰⁸ http://www.laffont.fr/site/billets_durs_la_suite_&100&9782221141458.html

l'ordre social, on peut légitimement se demander si la méchanceté portée en étendard par *Les Inrocks* relève vraiment de cet effet là. Qui sont les cibles régulièrement prises à partie dans les *Billets* ? Zaz, Gilbert Collard, Christophe Hondelatte, Cyril Hanouna, Les Enfoirés, Bernard Tapie, le Printemps français, Luc Ferry, les époux Balkany, La Fouine, Pascal Obispo¹⁰⁹...autant de cibles déjà éreintées par à peu près tous les médias d'opinion et sur à peu près tous les réseaux sociaux. Autant de personnalités qui ne sont pas *inrokcompatibles*, autant de célébrités qui "n'ont pas la carte", autant de gens avec qui la presse satirique manque déjà de tendresse (à tort ou à raison, ce n'est pas là la question). Ne nous méprenons-pas : il est normal qu'un titre de presse aussi prescripteur prenne soin d'égratigner certains pour mieux épargner les autres. Ce qui est plus problématique, c'est que cette caution corrosive délibérément affichée passe par les éléments de langage souvent sommaires de l'actualité (les personnalités choisies le sont souvent à l'occasion de la sortie d'un nouvel album, ou d'une petite phrase qui vient de faire le tour des sites d'infos) et en empilant les plus éculés des stéréotypes, comme l'impose ce style volontairement caricatural. Est-ce vraiment "faire mal" que de répéter, même par l'intermédiaire d'un style brillant, à quel point Marine Le Pen est fasciste ou Jean-Marc Morandini vulgaire ? Que dire de nouveau sur un Bernard-Henri Lévy sempiternellement ridiculisé et tourné en dérision par la presse et sur tous les plateaux télé depuis des décennies ? Juste après les attentats qui ont décimé la rédaction de Charlie Hebdo, Christophe Conte écrivait dans un billet tristement consacré aux victimes : *"Notamment ici, dans cette page, (...) on va continuer à faire vivre l'esprit Charlie. On va continuer à s'en prendre aux cons, aux obscurantistes de tout poil et de toutes obédiences, aux prétentieux, aux faux derches, aux experts foireux, aux penseurs mondains, aux tartuffes, aux fachos, à la droite, à la gauche, sans distinction de religion ni de couleur"*¹¹⁰. L'humour "bête et méchant" de Charlie a fait de nombreux

¹⁰⁹ Voir annexe 18

¹¹⁰ CONTE Christophe « Morts de rire : faire vivre l'esprit Charlie », www.blogs.lesinorcks.com [En ligne],

adeptes : de nombreux titres d'actualité ou magazines culturels s'en sont ouvertement réclamés après les tragiques événements. Qu'on partage ou non leur ton régressif, force est de constater que les colonnes de Charlie se laissent rarement aller au rire consensuel (les dessins sur le petit Aylan, et les réactions incendiaires qui ont suivi, l'ont encore prouvé)¹¹¹. L'humour promu par *Les Inrocks* n'est pas taillé dans la même pierre : il s'en prend à des cibles toutes désignées, des personnes sur qui il est de bon ton de "flinguer", et des hommes politiques déjà rodés au "dézingage" collectif. On pourrait même aller plus loin et dire, comme Alain Finkielkraut le constate avec "l'esprit Canal"¹¹², que *Les Inrockuptibles* sont en position d'hégémonie culturelle, qu'il font la pluie et le beau temps sur ce qu'il faut penser. Les prises de position qui y sont défendues seraient alors majoritaires dans l'espace médiatique : difficile, dès lors, de s'attribuer les lauriers courageux de la satire, puisque le média culturel voisin pense peu ou prou les mêmes choses. Ce dernier traitera lui aussi le fait politique avec dérision et malice (*Le Petit Journal*), il affirmera ses préférences non sans y glisser une pince grinçante d'ironie (*Technikart*), il proposera des dossiers aux sujets étrangement similaires (les coulisses de *Touche pas à mon poste !* ou un entretien désinvolte avec Alain Juppé dans *Society*). Du billet dur au consensus mou, il n'y a parfois qu'un pas.

«<http://blogs.lesinrocks.com/billetdur/2015/01/19/morts-de-rire-faire-vivre-lesprit-charlie/>», mise en ligne le 19/01/15, consultée le 06/03/16.

¹¹¹ DUPRAT Annie « Dessin de Riss dans Charlie Hebdo : la violence fait partie de l'histoire de la caricature », *www.leplus.nouvelobs.com* [En ligne], «<http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1469844-dessin-de-riss-dans-charlie-hebdo-la-violence-fait-partie-de-l-histoire-de-la-caricature.html>», mise en ligne le 15/01/16, consultée le 06/03/16.

¹¹² Emission de France Culture *Répliques* présentée par Alain Finkielkraut et consacrée à "L'esprit Canal", diffusée le 25.03.2013, accessible ici : <http://www.franceculture.fr/emissions/repliques/lesprit-canal>

II.3.5. Cam Clash : rendre visible la haine ordinaire

II.3.5.a. #CAM CLASH : Réagissez, vous êtes filmés¹¹³

S'il est une émission qui a véritablement pris le modèle de la haine comme un motif éditorial à part entière, c'est bien *Cam Clash*, programme diffusé sur France 4 à partir de 2014 (et confiné à la plateforme web aujourd'hui). L'émission se donne pour principe de questionner l'antisémitisme, le racisme, la misogynie, le harcèlement de rue, les impolitesse courantes et la question de la discrimination dans son ensemble. Comment, dans un lieu public, réagissons-nous à ces "incivilités du quotidien" ? A travers un dispositif de caméra cachée, des situations de discrimination et d'agression quotidiennes sont mises en scène par la production afin d'observer la réaction des témoins : vont-ils réagir ou faire preuve d'indifférence ? Vont-ils aller dans le sens de l'agresseur ou de la victime ? Les comédiens "complices" de l'émission sont chargés de créer une ambiance de tension qui échauffera, ou non, les esprits aux alentours : l'un admoneste ostensiblement sa petite provocation en rapport avec le sujet du jour, quand l'autre feint de lui répondre et espère ainsi déclencher le débat. L'émission, qui travaille à partir de thématiques génératrices de tension au sein de la société, met donc en scène des thèmes qui oscillent entre les couvertures de *L'express* et les discussions de comptoir : "*Marre des réfugiés*", "*Il n'est pas Charlie*", "*Un pays de race blanche*", "*Mendicité agressive*", "*Ils trouvent sa tenue trop sexy*"...*Cam Clash* ne se cantonne pas à la discrimination et dresse aussi un tableau de ces petites impolitesse mineures qui nous exaspèrent, tressant d'ailleurs une filiation spontanée avec la pastille *Connasse* de Canal + : "*Elle double dans une file d'attente*", "*Elles font beaucoup de bruit*", "*Elle ne supporte pas la cigarette*", etc. L'émission s'attache donc à la réaction des témoins et posent implicitement la question au spectateur : qu'auriez-vous fait à leur place ? *Cam Clash* est en effet construit comme un appel à la réaction : celle des thèmes évoqués dans

¹¹³ Signature de l'émission, visible notamment sur la bannière de la chaîne Youtube officielle (voir *annexe 19*)

l'émission qui font écho à l'actualité, celle des témoins qui assistent de force à une violence "publique", puis celle de spectateurs sollicités à réagir notamment via les réseaux sociaux (ce que souligne le hashtag précédent le titre du programme dans le logo)¹¹⁴. Le concept est hérité - sinon plagié - de *Primetime : What Would You do ?*, programme diffusé sur ABC depuis 2008 qui reprend exactement le même dispositif, en l'élargissant parfois au-delà de la question des incivilités et de la discrimination (...comme cet épisode où une jeune mère offre littéralement son bébé à des couples qu'elle aborde dans la rue). *Cam Clash* repose ainsi sur deux postulats assez clairs : 1. la nature des relations sociales au quotidien est violente : elle génère des crispations et des tensions au sein du corps social. 2. Ces tensions - prélevées au coeur du réel et, par conséquent, susceptibles de parler à tout le monde - ont un intérêt télégénique. *Cam Clash* nous embarque dans un dispositif mimant le réel, où le spectateur se met à la place de celui qui assiste à ces scènes peu glorieuses, scènes revendiquées par l'émission comme banales.

II.3.5.b. "Les injustices du quotidien" : une vision tronquée du réel ?

Appartenant au genre du documentaire, l'émission se présente ainsi comme une observation du quotidien : "*#CamClash vous invite dans le réel pour tester et questionner les injustices du quotidien en caméras cachées*"¹¹⁵. Antoine Piwnik, le producteur de *Cam Clash*, insiste sur l'idée qu'il ne souhaite pas orienter les réactions de tel ou tel passant dans un sens : "(...) *je trouve ça très intéressant d'avoir les deux sons de cloche. Le but de l'émission, c'est de faire réfléchir les gens qui regardent et les inviter à se positionner par rapport à ce qu'ils voient*"¹¹⁶. C'est peut-être précisément la

¹¹⁴ Voir annexe 19

¹¹⁵ Informations recueillies sur la page Facebook officielle de l'émission : <https://www.facebook.com/camclash/info/?tab=overview>

¹¹⁶ « Cam Clash (France 4) : Les secrets de fabrication de l'émission (VIDEO) », *www.programme-tv.net*, [En ligne], «<http://www.programme-tv.net>»

limite d'un concept, qui, prétendant à une certaine exhaustivité en capturant des tranches de réel, est tenu de pratiquer le montage pour équilibrer le jeu des réactions. A une situation de base pas toujours crédible (les complices surjouent par moments la provocation manifeste, bien plus que ne le feraient des individus "dans la vie réelle") s'ajoute aussi la question de ce qu'on montre : le programme peut-il vraiment dépeindre une certaine réalité de la violence sociale en tranchant dans le vif des réactions artificiellement suscitées ? N'est-il pas tenu, impératifs d'audience obligent, de laisser de côté les réactions indifférentes au profit de celles plus spectaculaires (les spectateurs ne risqueraient-ils pas d'être tout aussi indifférents que ces témoins peu concernés du quotidien) ? Baptiste Etchegaray, le présentateur de l'émission, confie : *"En termes d'image, c'est plus intéressant de montrer des gens qui réagissent (...). Pourtant, de nombreuses personnes ont passé leur chemin pendant le tournage de l'émission. Et quand je les rattrapais pour tenter de savoir pourquoi ils étaient restés passifs, la plupart refusait de témoigner"*¹¹⁷. La mise en scène exacerbée du "faire réel", alimentée notamment par des scènes d'introduction rapides où l'on voit l'équipe technique tapisser le lieu d'appareils de captation en tout genre (micros, Go Pro, caméras portatives dissimulées discrètement sous les vêtements des protagonistes) est contrariée par une outrance de comportements qu'on croise somme toute assez peu dans la vie de tous les jours. Pour illustrer la question du bizutage, *Cam Clash* a choisi de montrer deux étudiants d'une grande école paradant boulevard Saint-Michel avec...une jeune femme tenue en laisse, l'inscription *"Je suis une chienne"* sur le t-shirt¹¹⁸. Est-ce vraiment surprenant de voir des riverains s'indigner de tels agissements ? Si on comprend que l'émission puisse apparaître salutaire pour des minorités

tv.net/news/tv/63011-cam-clash-france-4-les-secrets-de-fabrication-de-l-emission-video/», mise en ligne le 24/02/15, consultée le 06/03/16.

¹¹⁷ JANDAU Cécile « Cam Clash sur France 4: émission sensationnaliste ou d'utilité publique? », *www.lexpress.fr*, [En ligne], «http://www.lexpress.fr/culture/tele/cam-clash-sur-france-4-emission-sensationnaliste-ou-d-utilite-publique_1547165.html», mise en ligne le 02/06/14, consultée le 06/03/16.

¹¹⁸ *Emission du 19 février 2015, accessible ici* : https://www.youtube.com/watch?v=_McbAAboP-g

sujettes aux violences verbales, on se dit aussi que le réel montré dans l'émission relève par moment du fantasme, de la caricature grisante qui hypertrophie la réalité et qui cherche avant tout l'indignation générale (les propos sur les immigrés semblent à ce titre tirés tout droit des meetings du Front national il y a trente ans).

II.3.5.c. Réconforter le téléspectateur : cultiver une haine à dessein

Le programme est-il ainsi si neutre que ça idéologiquement parlant ? En creusant un peu la question, on peut émettre l'hypothèse suivante : si le format se sert du motif haineux, c'est pour mieux le faire imploser. Plutôt que de sonder de façon "objective" l'opinion sur ces sujets de société, *Cam Clash* cherche d'abord à forcer la main à des passants bienveillants, leur soumettant des situations quasi-absurdes devant lesquelles on ne peut pas "ne pas réagir". La haine sociale est dans un premier temps amplifiée par ce dispositif outrancier, avant d'être contredite par une recherche de réactions visant la pacification. Sous l'alibi du spectacle de la méchanceté, *Cam Clash* vise d'abord à reconforter le télé-spectateur d'un climat social mois détérioré qu'il n'y paraît à première vue. L'usage de cette haine se fait alors à dessein : ce n'est pas un examen objectif des faits qu'elle vise, mais une réassurance qui viendrait soulager le spectateur. A mi-chemin entre la caméra cachée, le micro-trottoir, la scripted-reality, et les séquences de vidéo-surveillance témoignant d'incivilités bien réelles qui cumulent les clics sur internet (on se souvient de cet étudiant de Sciences-Po passé à tabac dans un Noctilien car manifestement habillé comme un "bourgeois" en 2009), c'est finalement plus souvent le consensus que la divergence de points de vue que *Cam Clash* atteint. Faire de celui qui pense différemment (à tort ou à raison) une grotesque caricature, n'est-ce pas déjà une façon de botter l'altérité en touche ? Les violences sociales ne sont-elles pas, hélas, plus subtiles et insidieuses que celles proférées par cette vieille dame qui crie à haute voix dans le métro, devant un carré occupé par des noirs : "*La France, on nous l'a*

dit à la télé hein : c'est un pays de race blanche !"¹¹⁹ ? Opération outrancière qui singe le réel pour mieux lui succéder : la violence âpre du jeu social est remplacée par une version parodiée de la haine gratuite et délibérée. C'est en ça que *Cam Clash* est un programme rusé : par un habile jeu de simulacre, il substitue subtilement à la réalité des faits une violence orientée qui vise l'apaisement. "Le fait est que nous sommes engagés dans une socialisation intégrale, technique et expérimentale, qui aboutit à l'enchaînement automatique des individus dans des processus consensuels sans appel. Société désormais sans contrat, sans règles ni système de valeurs autre qu'une complicité réflexe, sans autre logique que celle d'une contagion immédiate, d'une promiscuité qui nous mêle les uns aux autres dans un immense être indivisible"¹²⁰. Quinze ans après le Loft, les mots de Jean Baudrillard n'ont pas perdu de leur pertinence pour évoquer ces programmes qui visent plus le consensus que le "débat public"¹²¹.

¹¹⁹ *Emission du 11 décembre 2015, après les propos de Nadine Morano sur "le pays de race blanche" : <https://www.youtube.com/watch?v=aUZ9Uhf0iDY>*

¹²⁰ BAUDRILLARD Jean « Tous télé-guidés », *www.liberation.fr*, [En ligne], «http://www.liberation.fr/tribune/2001/09/07/tous-tele-guides_376231», mise en ligne le 07/09/01, consultée le 21/02/16.

¹²¹ Le présentateur Baptiste Etchegaray répète dans les interviews que l'émission sert le "débat public" : Frison Mickaël « #CamClash vu par Baptiste Etchegaray », *www.europe1.fr*, [En ligne], «<http://www.europe1.fr/medias-tele/camclash-qui-es-tu-baptiste-etchegaray-2252945>», mise en ligne le 07/10/14, consultée le 06/03/16.

III. DE LA HAINE À LA "HATE" : POURQUOI LA HAINE N'A PLUS RIEN DE MÉCHANT

III.1. *Le Plus* du Nouvel Obs, *Causeur* : ce que produit vraiment la culture de l'indignation

III.1.1. *Le Plus* : café du commerce 2.0.

Les nouvelles modalités d'expression du numérique permettent une liberté jamais acquise jusque là : pouvoir dire absolument tout ce qui nous passe par la tête, à condition que ces déclarations ne tombent pas sous le coup de la loi. Grace notamment à Facebook et Twitter, la parole s'est déplacée : les profanes aussi ont droit à prendre leur part dans le débat public. Quiconque tient en haute estime l'esprit démocratique ne peut que se réjouir du fait que nous sommes aujourd'hui autorisés à fédérer des communautés autour de sujets non consensuels, que nous ne laissons plus les médias d'information traditionnels exercer pleinement leur fonction d'*agenda-setting* en décidant de quoi il faut parler, que nous lisons désormais à la fois la parole de journalistes certifiés et celles de blogueurs sans diplômes tout aussi habilités à prendre la parole. Pas vraiment la peine d'expliquer pourquoi une parole partagée entre un nombre toujours plus grand de participants est une avancée, un progrès pour le débat public : c'est avant tout ce qui définit une démocratie dans un état de droit. Le soulèvement citoyen est à cette occasion devenu une mode. L'appel lancé par Stéphane Hessel en 2010 a trouvé une résonance au-delà de toute espérance (le petit opuscule "*Indignez-vous*" a été traduit dans plus de 35 langues et a été vendu à plus de 45 millions d'exemplaires dans le monde)¹²² : au-delà du phénomène de librairie, une culture de l'indignation est née. Pas un jour ne passe sans

¹²² GUINOCHET Fanny « Un « Indignez-vous ! » devenu planétaire », *www.lopinion.fr*, [En ligne], «<http://www.lopinion.fr/edition/politique/indignez-vous-devenu-planetaire-14786>», mise en ligne le 25/07/14, consultée le 20/11/15.

qu'une une personnalité publique n'exprime son courroux sur tel ou tel projet de loi, sans qu'une tribune à charge et vociférante ne s'invite aux cases "Idées" du *Monde* et de *Libération*, sans qu'un site d'info généraliste ne "lance le débat" en prenant soin de choisir un sujet tranché qui stimulera justement les réponses et prises de position fortes. Les poussées de fièvre verbale sont aujourd'hui partout.

Le Plus, espace lancé par le site du *Nouvel Observateur* le 16 mai 2011, est un témoin de la transformation du débat public ces dernières années. La plateforme invite des personnalités habituées des médias traditionnels aussi bien que des universitaires, étudiants, chercheurs, critiques culturels - pour la plupart inconnus du grand public - à venir s'exprimer sur des sujets d'actualité aussi divers que la politique, les médias, la société, les sciences, la santé ou la sexualité. Le point de vue d'experts et de spécialistes avisés sur un domaine en particulier croise celui du simple observateur "profane" du quotidien. Chaque internaute inscrit sur le site est par ailleurs libre de proposer une contribution, alors soumise à la rédaction web de *l'Obs* qui valide ou non une mise en ligne sur le service. Bien consciente que le débat du 21ème siècle concerne désormais tout le monde, la plateforme affiche son esprit d'ouverture sur sa page "*Comment participer ?*" : "*Le Plus est l'espace participatif de "L'Obs", dédié aux débats et aux rebonds d'actu. Le Plus est ouvert à tous, que vous soyez avocat, infirmier, caissier ou fan de Rihanna... Experts et citoyens, vous êtes les bienvenus pour partager une opinion, une analyse ou un témoignage, en publiant votre tribune.*"¹²³ Tout le monde a donc droit à la parole sur *Le Plus*. Dans cet espace contributif où toutes les opinions se valent, le coup de gueule 2.0. est le bienvenu. "*Pour moi, de toute façon, le café du commerce, ça fait partie de la vie, comme les discussions à la machine à café*"¹²⁴ : Aude Baron, la rédactrice en chef du site à succès (dès ses débuts, le seuil des 1,9 million de visiteurs uniques par mois a été franchi) revendique sciemment l'idée que les sujets sérieux y

¹²³ <http://leplus.nouvelobs.com/comment-participer.php>

¹²⁴ SANTOLARIA Nicolas, « L'indignation est-elle has been ? », *Technikart*, numéro 171, avril 2013, p.60.

côtoient les discussions portant sur des objets bien plus dérisoires. C'est l'un des facteurs qui explique la réussite immédiate du site : contrairement aux sites d'infos traditionnels, souvent accusés de céder au buzz facile pour générer des clics, *Le Plus*, par une polyphonie inscrite dans son code génétique, est aussi légitime pour commenter le programme politique du gouvernement de Manuel Valls, que les prochaines vacances du Premier Ministre sur des plages ensoleillées de la Côte d'Azur... Sur le site, aucun thème n'échappe à la vindicte citoyenne : on donne de la voix contre la main mise de la finance sur la politique, les représentations misogynes de telle ou telle série américaine, la dernière sortie maladroite de Nabilla, les pesticides sciemment cachés dans nos assiettes, le retour du froid...

La rubrique *Médias* du site avère l'idée que les articles à charge sont légion. En se rendant sur les articles "*les + populaires*", on se rend compte que de nombreux papiers commentant les programmes de la veille (émissions de télévision, dans la très grande majorité des cas) abusent à volonté du lexique de la foire d'empoigne : les mots "obscène", "aberrant", "piètre", "manipulés", "vulgaire", "propagande", "inacceptable", "stupéfiant" trustent facilement la première place des qualificatifs les plus employés sur le site¹²⁵. Et quand les mots "*jouissif*" ou "*adorable*" s'invitent eux aussi sur la page, c'est pour servir le discrédit ou le commentaire délibérément moqueur ("*Gérard Lanvin tacle Dati, encense Lucet et sa "super carrière" : adorable*", "*Vincent Bolloré encore atomisé par Vanhoenacker sur France Inter : jouissif*"), bien plus que pour s'adonner à un élan élogieux. Certains porte-voix du site pratiquent d'ailleurs un savant mélange du commentaire distancié et de la salve incendiaire. Bruno-Roger Petit, connu pour sa réputation de tire-au-flanc depuis ses JT tardifs sur France 2, accuse, envers et contre tous, dans un style qui nous ferait presque regretter Emile Zola ("*Pour Filippetti, les religions ne sont pas des écoles d'émancipation: un propos inopportun*" ; "*Aymeric Caron s'attaque à Natacha Polony : comment il a raté son coup*" ; "*Plagiats de la directrice de l'école de journalisme de*

¹²⁵ <http://leplus.nouvelobs.com/tag/medias/>. Voir *annexe 20*.

Sciences-Po : la démission s'impose). Quitte à commenter aussi l'indignation elle-même ("*Taubira et ses propos sur Ferguson : une indignation inutile et contre-productive*"). Quant à Mathieu Géniole, chroniqueur "médias/people/société" du site qui n'épargne rien ni personne, son cas est encore plus parlant. Suite au passage de Nabilla au Grand Journal en avril 2013, l'artificier 2.0. concluait en fin d'article : "*Voilà comment "Le Grand Journal" a glorifié le vide, le rien. La culture du néant célébrée sur cette chaîne censée être tellement meilleure que les autres et qui se vautre dans la vulgarité crasse de la télé-réalité*". Une sortie étonnante pour un chroniqueur qui publiera huit mois plus tard, un paragraphe ironique consacré aux seins de la starlette (Article : "*Nabilla, le début de la fin : des rumeurs sur ses seins au bide de son émission sur NRJ12*")¹²⁶ et qui comptent parmi ses contributions les plus lues, de nombreux sujets en rapport avec la télé-réalité. Peut-on vraiment dénoncer les agissements de Nabilla et la vanité d'une société qui encourage la starification écervelée tout en commentant régulièrement les derniers coups d'éclat de la bimbo ? En fait, les contributeurs du site *Le Plus* s'évertuent à taper assidûment sur le néant contemporain - les papiers sur D8 et sur NRJ12 abondent - mais à force de rabâcher les mêmes attaques consensuelles depuis quatre ans, cette petite tape ne se transforme-t-elle pas en une caresse docile et complaisante ? Que vaut vraiment l'indignation de celui dont l'existence médiatique ne tient qu'à des jérémiades cathodiques sur des sujets anodins, et qui ose dénoncer les dérives d'une société du spectacle tout en se vautrant allègrement dedans ? Jaser avec acharnement sur le néant, n'est-ce pas lui faire l'honneur d'une consécration inespérée ? Critiquer une fois de temps en temps un programme comme *Touche pas à mon poste !*, on peut facilement le concevoir ; mais revenir à la charge chaque semaine pour rebondir sur la dernière provocation d'Enora Malagré ou la dernière vacherie de Gilles Verdez tout en feignant une once d'esprit critique, c'est tomber dans le cirque médiatique qu'on souhaite dénoncer. Cela en rendrait presque

¹²⁶ <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1117910-nabilla-le-debut-de-la-fin-des-rumeurs-sur-ses-seins-au-bide-de-son-emission-sur-nrj-12.html>

attachant les Paris Hilton, Nabilla, Cyril Hanouna, Matthieu Delorme, Jean-Marc Morandini et autres personnalités dont le succès s'est toujours accompagné d'un procès en crétinisation générale : leur talent est d'abord d'avoir su exercer une fascination sur leurs "haters" respectifs, les crétins en question n'étant pas toujours ceux sur qui on pointe, avec un ostensible mépris, le doigt...

III.1.2. L'indignation sur un pin's : une protestation qui tourne à vide

Ajoutons qu'une médiatrice est présente sur la plateforme pour répondre aux commentaires (parfois peu tendres eux aussi) des internautes eux-mêmes indignés. Audrey Kucinkas a aussi la charge de publier les "questions" et "vidéos du jour", où bien souvent, elle sollicite l'opinion des lecteurs invités à réagir à chaud sur un sujet donné. Cette démarche paraît tout à fait normale sur un site qui se revendique être un espace de débat. Ce qui est plus étonnant en revanche, c'est que la médiatrice fournit parfois, sous couvert d'objectivité journalistique, des arguments défendant des thèses opposées sur ces appels à contribution, comme sur l'article "*Bolloré offre 250 millions d'euros à Hanouna pour le retenir sur D8 : obscène ?*"¹²⁷. Tels des kits prêts-à-l'emploi destinés au parfait petit indigné de la toile, on peut lire les raisons (en bullet-point) du pourquoi "*c'est indécent*" et du pourquoi "*c'est tout à fait normal*". On laisse l'internaute trancher en prenant soin de composer son petit menu assaisonné à la sauce révolte, sans vraiment l'inviter à la réflexion... Une indignation mécanique, programmée, et sur demande : un processus dont il est bien hâtif de présager qu'il contribue au débat public. L'indigné ne réfléchit plus, il consomme le prêt-à-penser qu'on lui livre à domicile : c'est le propos de Gilles-William Goldanel, qui y est allé de son manuel de contre-indignation pour lever le voile sur ce qu'il considère comme "*l'imposture Stéphane Hessel*" : "*Les bobos s'offraient son bouquin pour les fêtes comme un nouveau catéchisme, un signe de résistance.*

¹²⁷ <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1427146-video-bollore-offre-250-millions-d-euros-a-hanouna-pour-le-retenir-sur-d8-obscene.html>

L'indignation, sous cette forme-là, se résume à une posture esthétique : on est dans une radicalité du verbe qui correspond très bien aux temps virtuels que nous connaissons, on nage dans l'anti-matière. Rien à voir avec la politique, qui nécessite de mettre les mains dans le cambouis" ¹²⁸. Si l'indignation s'inscrit dans le code génétique de la culture française ("*Nos postures intellectuelles parlent d'elles-mêmes. Rébellions, espoir de ré-enchanter le monde, critique des élites et des médias: ce triptyque des passions populaires est à l'œuvre, activant la verve protestataire qui irrigue la société française depuis fort longtemps, comme l'avait noté Alexis de Tocqueville*" note la sociologue Monique Dagnaud)¹²⁹, pour ce qui est de l'action, rien n'est moins sûr. "*L'indignation, c'est un sentiment, une émotion. Ça se situe donc dans la sphère de la morale. Ensuite, ça peut éventuellement déboucher sur une action politique, mais il faut pour ça passer par des relais de terrain et s'extraire de la gangue numérique, ce qui est rarement le cas*" affirme encore l'enseignante à l'EHESS. S'inscrire dans la logique contestataire, c'est pour beaucoup faire fièrement l'étalage de son indépendance d'esprit : s'extraire d'un esprit moutonnier souvent qualifié (non sans un certain mépris) de "doxa" ou "d'opinion dominante". Si les tribunes à charge sont aujourd'hui légion, si l'esprit critique a si bien gagné la toile, c'est aussi parce qu'il permet de parler de soi et de construire une image flatteuse de sa personne aux yeux d'autrui. Un gage de bonne conscience et un certificat d'intelligence critique à faire approuver par ses proches, plutôt que le témoin d'un engagement pour une cause un tant soit peu consistante...Mais puisque désormais chacun se construit son profil de résistant à travers un avatar numérique, que chacun peut s'improviser Jean Moulin 2.0. (le selfie bardé de l'écharpe rouge n'est pas loin), l'esprit moutonnier en question n'a-t-il pas changé de bord ? Que devient vraiment l'opinion dominante quand le contre-pied critique devient la "hype"

¹²⁸ SANTOLARIA Nicolas, « L'indignation est-elle has been ? », *Technikart*, numéro 171, avril 2013, p.60.

¹²⁹ DAGNAUD Monique « S'indigner? Les Français le font déjà », *www.slate.fr*, [En ligne], «<http://www.slate.fr/story/32579/hessel-jeunes-d%C3%A9ficit-indignation>», mise en ligne le 10/01/11, consultée le 20/11/15.

normative du moment ? A quoi résistent vraiment ceux qui abusent de leur liberté d'expression pour vilipender le tout et le rien ? Le motto "*Je suis Charlie*" témoigne parfaitement de cette difficulté à saisir le brouhaha confus et toujours changeant de l'époque : à l'origine emblème d'une subjectivité revendiquée par le pronom personnel de la première personne, la devise, en devenant un motif viral partagé par le plus grand nombre pour des raisons toutes aussi différentes qu'impersonnelles, a généré sa propre excroissance antipodique : des adeptes du *Je ne suis pas Charlie* uniquement désireux de ne pas voir leur nom figurer au milieu d'un troupeau qu'ils jugent grégaires. Ou comment l'idée, le contenu, la cause sont relégués au second plan par un contenant qui prime désormais sur tout.

III.1.3. Tous susceptibles : quand la culture de l'indignation nourrit d'abord l'esprit de sérieux

Notre aptitude à nous emporter pour tout ou pour rien est d'abord le révélateur d'un certain esprit de sérieux. Contrairement à ce que pourrait laisser croire l'émergence de la bien nommée "*lol génération*" (que Monique Dagnaud pose de la sorte : "*le LOL exprime une posture mentale: celle qui consiste à ne jamais prendre quoi que ce soit au sérieux, et en particulier à tourner en espièglerie ou dérision les institutions et les personnes qui façonnent la vie publique (politiques, stars, personnages des médias)*")¹³⁰, cette véhémence verbale ne serait-elle pas révélatrice du fait que nous prenons encore les choses à coeur, que l'indifférence est loin d'avoir gagné nos contemporains ? En parallèle au tout-dérisoire se développe une énergie collective consciencieuse, dévote et assez premier degré, fortement imprégnée de gageure morale. L'idée qu'il n'y aurait "plus de valeur" (ou que "tout irait à vau-l'eau") ne résiste pas vraiment au fait que ces insurrections quotidiennes sont désormais présentes partout : un même coup de gueule fait désormais autant la joie des chaînes d'info continue que des réseaux

¹³⁰ DAGNAUD Monique « De la BOF génération à la LOL génération », *www.slate.fr*, [En ligne], «<http://www.slate.fr/story/27079/bof-generation-lol-generation>», mise en ligne le 12/09/10, consultée le 20/11/15.

sociaux, et appelle inévitablement au commentaire. Cet ère de l'éréthisme généralisé, le magazine *Causeur* en a fait une marque de fabrique : sa signature "*Surtout si vous n'êtes pas d'accord*" illustre parfaitement comment le courroux hagard est devenu un positionnement éditorial. Prônant un "*désaccord civilisé*"¹³¹ directement hérité des Lumières, le mensuel dirigé par Elisabeth Lévy s'oppose au "*conformisme*" et au "*moralisme de bazar*" qui auraient imprégné le discours médiatique ambiant. Contre la neutralité mollassonne, *Causeur* défend des prises de position fougueuses qui ne semblent plus du tout marginales aujourd'hui : *Valeurs actuelles*, et dans une moindre mesure *Marianne*, ne pratiquent-ils pas une même stratégie du bouc émissaire chaque semaine ?¹³² Puisqu'une nouvelle polémique chasse la précédente en couverture de chaque hebdo chaque mercredi¹³³, qu'est-ce qui fait encore polémique ? Notre capacité à transformer la moindre déclaration qui sort un peu de l'ordinaire en "affaire", à faire d'un écran de fumée public un Everest polémique, à crier au scandale pour un rien postule cette inflation de l'esprit de sérieux. Quand même l'insignifiant provoque à l'unisson le tintamarre, le non-consistant se met à avoir une consistance : nouvelle occasion pour confirmer l'adage McLuhanien (l'objet du débat se fond dans le traitement qui lui est consacré, de même que le message se fond dans le médium). A côté de la dérision qui désubstantialise, l'hypertrophie informationnelle participe d'un mouvement contraire mais complice : la surenchère ne vaut guère mieux que le déficit.

¹³¹ Propos tirés de la page web de *Causeur*, accessible ici :

<http://www.causeur.fr/a-propos>

¹³² Voir *annexe 21* : les couvertures de *Valeurs Actuelles*

¹³³ « Ainsi vont les hebdomadaires, forcés de jouer la surenchère en couverture. Avis d'un spécialiste, Christophe Barbier, patron de *L'Express* : "*Il faut être agressif car on vend en kiosque, on ne peut pas titrer notre une comme une thèse d'université. Pour attirer des lecteurs qui ne pensent pas comme nous, il faut leur mettre un hameçon en couve. Si on a amené quelques lepénistes à nous acheter avec notre une "Le vrai coût de l'immigration", où l'on tenait des propos nuancés dans le journal, on a fait notre métier.*" »

GLAD Vincent, DOUCET David « "Valeurs actuelles", le cabinet noir de la droite dure », *www.lesinrocks.com*, [En ligne], «<http://www.lesinrocks.com/2013/11/12/actualite/valeurs-actuelles-cabinet-noir-droite-dure-11443114/>», mise en ligne le 12/11/13, consultée le 20/11/15.

II. 1.4. La parole contrite : le risque de ne plus pouvoir s'exprimer

Victime d'une "chasse aux sorcières passionnante"¹³⁴ à la fin de l'année 2014, le philosophe Raphaël Enthoven dénonce lui l'impunité schizophrénique des *haters* sur Internet : des gens à qui il est permis de tirer sur tout ce qui bouge, mais qui n'acceptent pas qu'on leur rende les coups en échange. "Le problème, c'est qu'il est aujourd'hui possible d'appeler publiquement au meurtre d'un homme, tout en s'indignant ensuite d'être, en retour, traité d'abruti... Le problème, c'est l'hyper-sensibilité du cracheur de fiel (et sa bêtise : faut-il être con pour se vexer d'être insulté après avoir publiquement appelé à l'euthanasie de Jean-Luc Godard !)". Le droit, évidemment légitime, de dire tout ce qui nous passe par la tête est aussi un droit à afficher une susceptibilité des plus paradoxales : vanter la liberté d'expression tout en s'offusquant du moindre petit mot de trop. Le droit de prendre position en faveur de l'esprit critique tout en ne supportant pas d'être l'objet d'une critique. Le droit de revendiquer la plus grande des tolérances, tout en envoyant au bûcher des idées toute personne qui ne pense pas comme nous. En fait, le citoyen contemporain est stimulé par deux désirs qui lorgnent du côté de la pulsion et qui finissent par entrer en contradiction : d'un côté celui d'exprimer tout haut ce qu'il pense dans un état démocratique qui fait la part belle à la liberté d'expression, de l'autre celui de revendiquer le droit au respect dans une société qui revendique l'égalité de traitement pour chacun. Quitte à s'insurger de tout ce qui pourrait heurter de près ou de loin sa dignité propre...Que faire des discours irrévérencieux et des jugements inconvenants dans cette société-là ? Fallait-il vraiment qu'en septembre 2014, une pétition signée par plus de 70 000 internautes somme

¹³⁴ ENTHOVEN Raphaël « De quoi Durendal est-il le nom ? », www.franceculture.fr, [En ligne], «<http://www.franceculture.fr/medias/de-quoi-durendal-est-il-le-nom>», mise en ligne le 24/12/14, consultée le 20/11/15.

Rappel des faits : dans une émission consacrée à Tocqueville, le philosophe a diffusé sur France Culture un extrait d'un youtubeur surnommé Durendal dans lequel celui-ci appelle à l'injection létale de ce "vieux con" de Jean-Luc Godard. Raphaël Enthoven s'est permis de traiter Durendal "d'abruti" à l'antenne, ce qui n'a pas manqué d'agiter les réseaux sociaux, et de valoir à l'animateur de nombreux reproches et lettres d'insultes.

Antoine De Caunes de présenter des "excuses à la communauté" de joueurs suite à l'affaire *Twitch* (dans *Le Grand Journal* du 26 septembre, l'animateur avait déclaré à propos des utilisateurs de la plate-forme : "*Il y a donc des gens qui regardent d'autres gens en train de jouer... Faut vraiment avoir rien d'autre à foutre de sa vie*")¹³⁵ ? Notre susceptibilité n'est-elle pas en train de ravager complètement notre liberté d'expression, voire même de grappiller sur les possibilités mêmes d'un débat ? Non seulement tout fait polémique, mais tout devient offensant, choquant et avilissant dans une société où celui qui est froissé obtient toujours gain de cause. Le scabreux n'est plus le bienvenu, il plie sous le poids des procès en racisme, homophobie, sexisme, discrimination, auquel il faut désormais ajouter : le blâme pour mauvais goût. Quand, pour réagir à l'attribution de la Palme au film *La Vie d'Adèle*, le community manager du compte Twitter @cinemacanalplus publie maladroitement le 26 mai 2013 : "*Est-ce qu'elles vont se lécher le minou pour fêter la Palme d'or ? #cannes2013*", il se voit automatiquement accusé de sexisme et d'homophobie par une foule d'internautes remontés. Même des pureplayers d'information qui se caractérisent par un traitement objectif de l'information évoquent un "*tweet homophobe*" dans leur titre, sans vraiment expliquer le caractère homophobe de la publication en question, donnant de fait raison à cette foule horrifiée¹³⁶. On peut bien évidemment comprendre que le tweet ait froissé (il n'est pas du plus bon goût, il faut bien le reconnaître), mais assigner Canal + en homophobie alors que le ton du tweet est volontairement comique et que la chaîne brandit depuis trente ans sa dérision en étendard, c'est probablement se tromper de cibles. Et cela risque, à terme, de générer une effroyable auto-censure. L'analyste des

¹³⁵ AUDUREAU William « Antoine de Caunes s'excuse d'avoir « froissé » les joueurs de jeu vidéo », *www.lemonde.fr*, [En ligne], «http://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/09/01/antoine-de-caunes-s-excuse-d-avoir-froisse-les-joueurs-de-jeu-video_4479800_4408996.html», mise en ligne le 01/09/14, consultée le 22/11/15.

¹³⁶ « Cannes: un tweet homophobe de Canal Plus sur la palme d'Or la Vie d'Adèle fait polémique », *www.huffingtonpost.fr*, [En ligne], «http://www.huffingtonpost.fr/2013/05/26/cannes-canal-plus-palme-or-vie-adele-homosexualite-polemique-tweet-supprime_n_3340004.html», mise en ligne le 26/05/13, consultée le 22/11/15.

médias Virginie Spies le fait justement remarquer dans un article du *Plus*, où elle réagit au tollé ayant écorné Maïtena Biraben. L'animatrice avait qualifié la stratégie du Front national de "*discours de vérité*", ce qui n'avait pas manqué de créer un emballement instantané sur la toile : "*Aujourd'hui (et surtout dans le cas du "Grand Journal" qui fait la une des médias depuis presque un mois), la télévision est scrutée de toutes parts. Cela peut-être une bonne nouvelle puisque cela oblige les journalistes à une plus grande conscience de leur responsabilité. Mais à l'inverse, cette possibilité de lynchage constant pose un vrai problème et fait courir un risque : celui de ne plus oser parler par peur de déborder, et donc d'aboutir à un discours totalement aseptisé, nous n'en sommes d'ailleurs pas loin*"¹³⁷.

¹³⁷ SPIES Virginie « VIDÉO. Bad buzz de Maïtena Biraben dans "LGJ" : cessons de nous insurger contre tout », *www.leplus.nouvelobs.com*, [En ligne], «<http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1427144-video-bad-buzz-de-maitena-biraben-dans-lgj-cessons-de-nous-insurger-contre-tout.html>», mise en ligne le 25/09/14, consultée le 22/11/15.

III.2. La haine comme exutoire : recréer de l'altérité dans un monde sans autre ?

III.2.1. Le rempart à un climat "altericide" ?

Nous pouvons, à l'aide d'un essai paru en 2013 dont les grandes lignes seront développées ici, formuler une nouvelle hypothèse. Nous avons vu plus tôt en quoi la haine permet de tracer des limites, de donner un visage à l'autre en désignant une extériorité. Et si cette forme de haine diffuse, quasi-liquide, avait pour but de réhabiliter la figure de l'autre dans un monde qui a expulsé toute forme de négativité ? La thèse du philosophe Dominique Quessada est la suivante : *"Après avoir créé l'Autre comme le référent négatif de notre identité ; après nous être construits culturellement pendant des siècles dans un rapport dialectique à l'Autre, entendu comme forme générale de la différence qui limite ; après avoir eu vitalement besoin de la dimension de l'Autre ; après avoir bâti la plupart de nos schémas logiques, politiques, psychologiques, scientifiques ou relationnels dans un nécessaire rapport à l'Autre, nous sommes désormais engagés dans la dimension du sans-Autre : nous avons atteint le stade de l'an-altérité, c'est à dire celui de l'inséparation"*¹³⁸. Partant de la philosophie dualiste où "l'autre" joue une fonction de "topos culturel" qui a structuré la pensée des Grecs jusqu'aux Lumières, il postule que notre monde contemporain rabat complètement les cartes : il serait "expulseur de négativité", toute différence basculant désormais dans le champ de la positivité. Exemple dans le langage contemporain, où les "aveugles" se voient remplacés par les "non-voyants", et les "pays sous-développés" deviennent des "pays de en voie de développement". Exemple dans les sciences avancées du 21ème siècle, où le développement des nanotechnologies permet à l'homme d'agir directement sur lui-même ("*désaltérisation de la nature "sacrée" de l'homme par destruction de sa position d'extériorité à la nature*"). Exemple aussi dans la théorie du genre où la délimitation, la frontière, le mur nécessaire à la

¹³⁸ QUSSADA Dominique, *L'inséparé, essai sur un monde sans Autre*, Paris : Presses universitaires de France, Perspectives critiques, 2013

distinction identitaire n'est plus édifié par une essence, mais par une construction culturelle. La globalisation et l'interconnexion contribuent à édifier une *"logique d'interdépendance et d'interrelation généralisée"*. La frontière, la finitude, la mort, Dieu : toutes les catégories jusque là productrices d'altérité sont potentiellement en danger (sinon déjà éteintes). Alors que *"la fonction essentielle remplie par le concept d'Autre dans l'histoire de la culture"* permettait notamment *"d'authentifier la conception de l'homme comme être séparé, donc manquant"*, l'âge de l'accès nie la possibilité même de l'être manquant. L'abondance généralisée fournit un monde à portée de main, un monde en kit marqué par le sceau de la plénitude : nul besoin ne peut y être insatisfait. Si l'autre disparaît, le même triomphe : on ne consacre plus les différences mais bien l'appartenance à un monde commun, unifié, indivisible.

Dans ce climat général altericide, la haine permet de réactiver la figure de l'autre, l'indignation devient un antidote ponctuel à l'anéantissement globalisé des différences. S'il y a bien une chose que la haine ou l'indignation combat, c'est l'indifférence (qui se confond ici avec l'indifférencié). Montrer du doigt, s'en prendre à une victime, désigner un bouc-émissaire : même sur le mode humoristique, cela revient à faire réapparaître la distance qui nous sépare de lui. Dans ce paradigme où le coup de gueule s'érige en une valeur cardinale, le socle identitaire de chacun devient : "je me fâche, donc je suis". Le philosophe Alain voit dans le "non" la promesse de l'engagement réflexif, ce qui explique aussi pourquoi l'indignation est brandie tel un étendard, garantie supposée d'un éveil critique : *"Penser, c'est dire non. Remarquez que le signe du oui est d'un homme qui s'endort ; au contraire le réveil secoue la tête et dit non. Non à quoi ? Au monde, au tyran, au prêcheur ? Ce n'est que l'apparence. En tous ces cas-là, c'est à elle-même que la pensée dit non. Elle rompt l'heureux acquiescement. Elle se sépare d'elle-même"*¹³⁹. Dans cette optique, peu importe que les poussées de fièvre verbales du

¹³⁹ ALAIN, « L'homme devant l'apparence », *Propos sur la religion*, LXIV, Paris : Presses universitaires de France, 1924

quotidien et autres clashes de plateau s'attachent à des causes insignifiantes : l'intérêt ne réside pas dans l'objet, mais dans la résurgence de la figure du sujet. L'offense comme dernière tentative de résistance au magma massif et englobant d'un monde sans autre : une méchanceté qui tourne à vide, certes, mais nécessairement salutaire.

III.2.2. Une passion qui n'a plus d'objet : j'ai la haine, mais de quoi ?

Dès 1994, Jean Baudrillard avait déjà relevé le caractère bien particulier de la haine contemporaine, qu'il classait parmi ces passions bien d'aujourd'hui¹⁴⁰ : des passions sans objet, propres à notre époque post-moderne. Portée tel un slogan souvent déclamatoire, l'expression "J'ai la haine" fait en effet partie des formules qu'on emploie de nos jours sans complément : "*j'ai la haine*", au même titre que "*j'ai la honte*", "*j'assume*" ou "*j'achète*", sans jamais préciser le pourquoi de son ressenti ou son besoin. Des passions qui s'auto-suffisent et qui survivent - dans le langage commun du moins - à la disparition de l'objet. Expressions qui ne fonctionnent qu'à la première personne du singulier et du pluriel, et qui ont la particularité d'émaner d'un "*sujet sans objet*". Dans ces expressions que nous utilisons tous, le verbe s'est autonomisé, il fonctionne désormais tout seul, bien souvent au détriment du sens de la phrase. On assiste à un phénomène nouveau de subduction sémantique, qui déplace complètement le sens du discours : les revendications de celui qui prend la parole pour dire "j'ai la haine" ne valent alors plus pour le pourquoi de la revendication : ce qui compte, c'est le fait même de revendiquer. De même qu'un livre d'à peine vingt pages de Stéphane Hessel peut parcourir les librairies en exhortant le lecteur à simplement "*s'indigner*" (mais de quoi ?), la haine sans objet prend la forme d'une étiquette verbale, s'exhibe tel un label, et rappelle ces manifestants dans la queue du cortège qui ne savent pas vraiment expliquer le pourquoi de leur présence lorsqu'un journaliste soudain les interroge. C'est donc un

¹⁴⁰ BAUDRILLARD Jean « La haine, ultime réaction vitale », *Magazine littéraire*, n° 323, Juillet-Août 1994, p. 20-24.

triomphe de la posture (celle du manifestant, du révolté ou de l'indigné) sur l'action : ici la fonction précède la concrétisation. "Avoir" la haine équivaut donc à "être" haineux, au sens où le simple fait de haïr devient un élément constitutif du sujet. De même que le consommateur recherche dans la consommation...la consommation pour elle-même, la haine sans objet se confond avec sa propre fin. Mais que vaut vraiment une haine qui n'a rien dans le viseur ? Imagine-t-on quelqu'un prendre la parole pour dire "j'aime", "je vais", "je parle", sans accompagner son verbe transitif d'un complément d'objet direct ou indirect ? Difficile de le concevoir - en dehors du discours publicitaire du moins - qui se nourrit de ces formes laconiques et débarrassés d'objet depuis longtemps. N'est-ce-pas Carrefour qui, par le biais de son slogan "*Avec Carrefour, je positive ?*", a fait rentrer l'emploi intransitif du verbe dans le langage courant en 1988¹⁴¹ ? Et que veulent vraiment dire Philippe Chevallier et Régis Laspalès lorsqu'ils clament, par un jeu de mot plus ou moins habile, que la Matmut, "*elle assure*" ? En dépouillant l'action de son objet ou de sa finalité, l'action elle-même s'épuise : toutes ces expressions relèvent d'un langage commun qui ne veut plus dire grand chose, qui se soucie assez peu du sens.

III.2.3. Quand la haine recrée de l'identité

Si la haine ne cherche plus à désigner un mal, un ennemi, un autre nécessairement néfaste, elle n'en reste pas moins "*productrice d'une altérité*" toujours selon les termes de Jean Baudrillard. Dans un système réticulaire où tout communique, où tout intègre le même système d'équivalence en vue de satisfaire l'échange, l'autre disparaît (nous l'avons vu) : ce dernier devient l'exclu d'une société qui ne tolère même plus l'exclusion justement, la dissonance. Contrairement donc à ce que la notion elle-même charrie d'idée de destruction ou d'abolition, la haine ne chercherait pas à tuer l'autre, mais au contraire, à la ressusciter d'un monde qui ne la tolère plus. Dans *Le degré Xerox de la violence*, Jean Baudrillard

¹⁴¹ C'est l'hypothèse - difficile à vérifier - que formule le site *wikitionary* : <https://fr.wiktionary.org/wiki/positiver>

résume : *"en fait, bien plutôt qu'un rejet de l'autre, la haine (le racisme, etc.) serait un fanatisme de l'altérité. Elle cherche désespérément à compenser la perte de l'autre par l'exorcisme d'un autre artificiel, qui peut donc être n'importe qui. Dans un monde lobotomisé, où les conflits sont immédiatement circonscrits, elle cherche à ressusciter l'altérité fût-ce pour la détruire. Elle cherche à échapper à cette identification fatale, à cet enfermement autistique auquel nous sommes voués par le mouvement même de notre culture universelle (...) Mais ne nous y trompons pas: c'est justement cette multiculturalité, cette tolérance, cette synergie qui fomentent la tentation d'une abréaction globale, d'un rejet viscéral. La synergie provoque l'allergie. Trop de protection entraîne la perte des défenses et des immunités: les anticorps mis en chômage technique se retournent contre l'organisme lui-même. La haine est de cet ordre: elle tient comme beaucoup des maladies modernes de l'auto-agression et d'une pathologie auto-immune"¹⁴². La haine (avec ou sans objet) permettrait donc de rétablir la figure de l'autre, nécessaire à la définition du moi : elle s'imposerait alors comme une forme désespérée de production de l'autre, nécessaire à la formation du sujet. La haine détruit l'objet en même temps qu'elle le consacre.*

"Ce qui resterait d'énergie s'inverserait dans une passion négative, une réjection, répulsion. L'identité aujourd'hui se trouve dans le rejet ; elle n'a plus guère de socle positif. Il ne reste plus qu'à s'antidéterminer par expulsion de l'autre plutôt que par relation ou dialectique affective avec lui" affirme encore l'une des figures majeures de la French theory dans cet article de 1995. Ce n'est donc plus par adhésion (utopie, croyance collective, adhérence à un parti politique...) que le sujet se définit de nos jours, mais par une science maîtrisée du rejet. Proclamer ce qu'on n'aime pas, c'est dire autant sur sa personne qu'affirmer à haute voix ses préférences. A l'heure de l'uniformisation des goûts (n'est-ce pas un algorithme mécanique qui nous soumet aujourd'hui des recommandations sur des produits et oeuvres que nous serions "susceptibles d'aimer" ?), déprécier permet au moins

¹⁴² BAUDRILLARD Jean « Le degré Xerox de la violence », *op. cit*

d'échapper à la tyrannie de la moyennisation, de l'homogénéisation des goûts et des pratiques. La critique devint tout autant constitutive du moi que l'éloge, et la *"liberté de blâmer"* chère à Marivaux, s'impose avant tout comme une liberté de penser, et par conséquent, d'exister. *"Je hais donc je suis"* sonne ainsi comme la nouvelle sentence morale de l'époque, et c'est d'ailleurs comme ça que le philosophe André Glucksman l'introduit : *"La haine accuse sans savoir. La haine juge sans entendre. La haine condamne au gré de son désir. Elle ne respecte rien, elle croit faire face à quelque universel complot. En bout de course, cuirassée dans son ressentiment, elle tranche de tout par un arbitraire et souverain coup de dent. Je hais donc je suis"*¹⁴³. Libérée de l'objet, la haine pure et auto-suffisante ne devient qu'un étendard, un moyen de clamer au reste du monde sa faculté d'esprit critique. Il existe un caractère éminemment contagieux du sentiment de haine : en cela on ne s'étonnera pas qu'elle trouve un écho diffus dans notre société médiatique. La haine s'affiche, s'affirme, s'exhibe, s'attache tel un pins qu'on expose fièrement sur le devant de sa veste. La virulence n'est-elle pas à la fois le nom qui qualifie les discours et écrits violents, et dans le même temps l'aptitude des microbes à se développer dans l'organisme pour y sécréter des poisons ? *"Quand le médium devient message, selon la célèbre formule de McLuhan, alors la violence porte son propre message et elle devient messagère d'elle-même"* affirme encore Jean Baudrillard en 2004¹⁴⁴. Toujours cette même idée d'une haine porteuse d'un discours uniquement tautologique, qui n'existe pas en dehors de l'auto-justification. Dans une société médiatique où l'image prolifère, *"la virulence a remplacé la violence. Celle-ci, celle de l'aliénation, de la contradiction, des rapports de force, n'a pas été résolue, elle existe toujours, elle n'a pas été dépassée, elle a cependant disparu pour laisser place à quelque chose plus violent que la violence : la viralité ou la virulence. Et alors qu'il y avait un sujet de la*

¹⁴³ GLUCKSMANN André, *Le discours de la haine, op. cit.*, p.11

¹⁴⁴ *La violence faite aux images*, une conférence de Jean BAUDRILLARD donnée à l'ENS Paris le 19 mai 2004, dont une partie du contenu est retranscrite ici : <http://www.kodon.fr/wp-content/uploads/2014/07/La-violence-faite-aux-images1.pdf>

violence, individuelle ou collective, il n'y a plus de sujet de la virulence, de la contamination et de la réaction en chaîne. La violence classique faisait encore apparaître le mal, de temps en temps elle le faisait même disparaître, notre violence à nous, la virulence, ne le fait plus que disparaître" fait savoir Baudrillard dans cette même conférence. Une haine qui se répand tel un virus, sur le modèle de la contagion, mais qui perd de sa charge violente pour se fondre dans une forme "cool" : *"Née de l'indifférence, et en particulier de celle irradiée par les media, la haine est une forme cool, discontinue, qui peut zapper sur tel ou tel objet. Elle est sans conviction, sans chaleur, elle s'épuise dans l'acting out, et souvent dans son image et sa répercussion immédiate (...)"*¹⁴⁵. Cette haine dont les médias nous abreuvent n'a donc plus grand chose à voir avec celle que nous avons commencé par définir. Elle vise à ressusciter l'objet disparu, elle efface la charge violente éminemment violente de la haine "originelle", elle prolifère dans une nouvelle forme *cool* (qui tranche avec le sérieux ou la gravité de la haine génocidaire par exemple).

¹⁴⁵ BAUDRILLARD Jean « Le degré Xerox de la violence », *op. cit*

III.3. *Homo comicus* : une "comicocratie" qui nuit à l'esprit de subversion

III.3.1. *Un intégrisme de la rigolade ?*

La haine que nous avons parcourue à travers ce mémoire a souvent été associée, couplée, voire confondue avec l'humour : il semblerait même, qu'au sein des nombreuses productions médiatiques évoquées, la méchanceté ne puisse se passer du comique. Il s'agit maintenant de spécifier ce que cette haine particulière partage avec un rire contemporain en rupture avec celui d'un Rabelais ou d'un Bloy : un rire forcé qui se déploie aujourd'hui sur toutes les lèvres et qui, drapé dans une impertinence affichée, renforce plus qu'il n'ébranle l'ordre social. De même que rire aujourd'hui est probablement l'un des meilleurs moyens d'exhiber sa prétention au *cool*, la méchanceté de plateau ou de studio est une marque déposée pour certifier à la fois sa finesse et sa capacité d'esprit critique. Le sarcasme devient un carrefour stratégique hautement profitable pour celui qui sait s'en servir : grâce à lui, on "est à la fois drôle, décontracté, second degré, corrosif, vif d'esprit et dans l'air du temps. Cette synthèse du drôle et du caustique, le sociologue Paul Yonnet l'opère en évoquant, dès 1990, un "*nouvel ordre moral médiatique*" qui engage un comique qui consiste à s'afficher "*cynique, amoral, grossier, ordurier, anticlérical, de s'avouer cruel, alcoolique, obsédé sexuel, de détester la religion, de défendre le droit de tricher*"¹⁴⁶. S'exprimant peu après la naissance des *Nuls* et des *Guignols*, premières pierres posées à l'édifice tout en dérision de "l'esprit Canal", ce dernier s'inquiète "*d'un moment où les téléspectateurs complices des shows médiatiques ne savent plus prendre la distance indispensable que requiert la caricature ou l'humour et considèrent le dédain et le mépris comme les formes normales des relations humaines et sociales*"¹⁴⁷. Si le mépris n'est pas

¹⁴⁶ YONNET Paul, « La planète du Rire, sur la médiatisation du comique », *Le Débat*, mars-avril 1990.

¹⁴⁷ LEMONNIER Bertrand, « L'entrée en dérision. », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n° 98, février 2008, p. 43-55

encore généralisé, la dérision sarcastique est elle effectivement partout : dans les vannes que s'envoient des hordes de chroniqueurs au sourire toujours forcé, dans le ton décontracté et impertinent du *Petit Journal* qui s'est mis à déteindre sur des formats non-humoristiques (voir *Politico Zap* sur BFM TV), dans la bouche même des hommes politiques qui viennent rendre des coups en plateaux. Le phénomène s'est amplifié avec la multiplication des chaînes et l'extension des phénomènes de reprise permis par internet, qui contraint à un humour coup de poing efficace, lapidaire, partageable, et engageant si possible le commentaire : "*Nous sommes entrés dans un univers où tout est comique où tout le monde est comique, par la disparition de son contraire ou de son négatif. Il y a un véritable intégrisme de la rigolade. Rire est devenu un devoir et surtout un droit*"¹⁴⁸. Dans son ouvrage consacré à ce qu'il appelle la "comico-cratie", le philosophe François L'Yvonnnet considère le rire d'aujourd'hui comme un nouvel impératif catégorique : "tu *dois* rire" résonnerait tel le motto moral de notre temps. Produit en série au sein d'une industrie du loisir, le rire serait devenu le fait d'arme de professionnels, de spécialistes de la gaudriole (humoristes, imitateurs et autres snipers) qui se servent de l'assentiment d'un public hilare pour écouler leur marchandise. Si le constat s'arrêtait là, il ne serait pas vraiment problématique (un chanteur a beau être mauvais, s'il a du succès, il est logique qu'il en récolte les fruits). Mais leur fonction ne se limite pas à celle d'amuseur de plateau : l'humour est aussi par nature un lieu de contre-pouvoir qui, lorsqu'il passe dans la grande-lessiveuse mass-médiatique, perd sa dimension critique et ne s'oppose plus vraiment à quoi que ce soit.

III.3.2. La hate : une fusion du rire contemporain et de la méchanceté bénigne

"Les humoristes sont devenus des gens très sérieux, parlant gravement d'eux-mêmes et de la corporation. S'ils n'existaient pas, il faudrait les inventer, sauf à vouloir précipiter la disparition de la sacro-sainte liberté

¹⁴⁸ L'YVONNET François, *Homo Comicus ou l'intégrisme de la rigolade*, Paris : Mille et Une Nuits, 2012

d'expression dont ils seraient l'actuelle incarnation : dans une époque où les intellectuels ont cédé le pas aux journalistes et aux comiques, ces néo-humoristes aiment se blottir dans le costume de penseur critique éclairé, à mi-chemin entre le commentateur politique et le moraliste. *"La posture d'un Stéphane Guillon (et de sa paroisse) est à cet égard significative, lorsqu'il en appelle à la démocratie pour défendre l'usage du vitriol. Après avoir été mis à pied par la direction de France-Inter, en juin 2010, il déclara dans son ultime chronique que l'on procédait à la « liquidation totale des humoristes. Je dis bien totale »".* Si le rire a longtemps été un espace de distanciation vis-à-vis du système, il ne remplit visiblement plus du tout la même fonction aujourd'hui. Au rire millénaire qui se moque des institutions (la cour, l'Eglise, le sacré) a succédé un ricanement mou, universellement diffus, qui ne vaut à celui qui le professe ni inconfort, ni marginalité, ni risque d'exclusion : les nouveaux *"rebellocrates"* comme les appelaient Philippe Murray *"n'invitent pas à penser, comme Socrate, ils ne dénoncent pas les puissants, comme Swift. Ils se contentent de caresser dans le sens du poil les valeurs consensuelles, ils sont anti-racistes, anti-fascistes, anti-antisémites, anti-méchants. Ils célèbrent le Bien et lutte contre le Mal. Ils égratignent en surface pour mieux acquiescer à la doxa"*. L'humour, qui nécessite une certaine capacité de distanciation pour mieux dédoubler le monde, ne fait aujourd'hui plus qu'un avec la pensée molle, tout en feignant l'impertinence : *"le toupet devient audace, l'aplomb, subversion critique"*. Un *"flingueur"* d'aujourd'hui qui donnerait du grain à moudre au prêt-à-penser contemporain, sans aucune prise de risque. Autrement dit, un gloussement collectif qui ne met plus personne en danger, surtout pas celui qui en est l'instigateur. Car qui rit de nos jours ? L'humoriste, le public, mais aussi la victime qui consent indirectement à se faire trainer dans la boue. Montrer qu'on est capable d'acquiescer une vanne, c'est déjà prouver qu'on est intégré au sein de ce rire totalitaire (le constat vaut évidemment pour les politiciens : *"Foin de programme – qui le lirait, d'ailleurs ? – il suffit de montrer que l'on est capable de se déboutonner, de rire grassement avec le bon peuple, de se fendre d'une vanne graveleuse et démocratique"*). Ne pas

prendre place au sein de cette grande table de l'humour, ne pas s'abandonner à ce sourire bon teint, c'est prendre le risque de passer pour un rabat-joie, pour ne pas dire un peine-à-jour. Les hommes politiques sont les premiers à rire très fort devant les humoristes qui les insultent (Martine Aubry se rendant au spectacle de Stéphane Guillon après leurs différends) et profitent de la visibilité inouïe que leur offre désormais une marionnette aux Guignols (une vacherie vaut bien cinq minutes d'exposition en avant prime-time). S'il est excessif de parler d'alliance objective entre les offenseurs et les offensés, notons qu'être victime d'une missive permet au moins de grappiller de l'espace au sein d'un monde où la visibilité est devenue, comme l'a montré la sociologue Nathalie Heinich¹⁴⁹, un capital à faire fructifier. Les Situationnistes parlaient de "subversion intégrée", on peut aujourd'hui parler d'une "dérision intégrée" qui feint de s'en prendre au système tout en contribuant à son maintien : marteler que Jean-Louis Borloo est porté sur la bouteille ou que DSK est un obsédé sexuel, est-ce vraiment déstabiliser le pouvoir en place ? *"Le rire est un doute à l'état d'ébauche, un doute non encore formulé, mais qui ébranle les certitudes. Alors que la rigolade débridée dit « oui », consent, acquiesce, adhère (...) Les épisodes « comiques » que les télévisions et les radios distillent à longueur de journée ne sont pour l'essentiel qu'acquiescements à des stéréotypes, à un système qui frappe tout d'« indistinction »".*

On notera que le rire contemporain, comme la méchanceté dont il est question dans ce mémoire, se déploient exactement selon les mêmes modalités :

- ils ont une fonction éminemment cathartique.
- ce sont deux modes d'expression qui peuvent se prévaloir d'être nécessaires à la liberté d'expression : on ne rit pas, de même qu'on ne s'attaque pas à n'importe qui, au sein d'une dictature par exemple. Ce qui les rend d'emblée difficilement condamnables.

¹⁴⁹ HEINICH Nathalie, *De la visibilité - Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris : Gallimard, 2012

- ils écorcent leurs victimes à peu de frais : ils sont en général "intégrés" à ce qu'ils visent ou pourfendent.
- plus ils prolifèrent dans l'espace médiatique, moins leur portée symbolique et critique est forte.
- ils s'instituent aujourd'hui tous les deux sur le mode de la dérision : à force de ne rien prendre au sérieux, ils prennent au sérieux le rien.

III.4. Le grand détournement : la violence devenue ambiance

III.4.1. Le rire post-moderne : humour partout, donc humour nulle part

L'humour roi n'est pas qu'une passation de pouvoir qui confie le rire à des humoristes inoffensifs : c'est un état d'esprit qui grignote sur toutes les sphères du social. Cet empire ludique s'étend partout au sein de ce que Gilles Lipovetsky nomme la "société humoristique" : la publicité s'en est accaparée, les politiciens l'ont intégrée à leurs discours pour en faire une opportunité électorale, les rires pré-fabriqués ont envahi l'univers de la fiction télévisuelle (sitcom), l'art contemporain se nourrit sans s'en cacher du grotesque et du "rigolo". Au partout comique se double une incitation quasi-totalitaire au rire démocratique : se payer une bonne tranche de rigolade devient un mode de vie salvateur pour le plus grand nombre (*On ne demande qu'à en rire*). Ces thèses-là sont bien connues et n'appellent pas, dans ce mémoire, à un examen plus détaillé. Nous rappellerons quand même le lien qu'établit le sociologue entre ce rire massif d'aujourd'hui et la société du *cool*, du *fun* et du décontracté. Nous postulons avec lui que ces phénomènes sont à relier avec l'hédonisme postmoderne dont nous ne sommes toujours pas sortis, et que le rire a subi au cours des dernières décennies une transformation importante : *"L'humour ne serait plus une interruption du quotidien permettant une prise de distance, mais plutôt une manière désengagée de créer une ambiance conviviale, décontractée et inoffensive. Toutes nos significations et valeurs s'embourbent ainsi dans l'exigence d'être fun et décontracté"*.¹⁵⁰ Il n'y a donc pas qu'une prolifération et une saturation des signes humoristiques, mais simultanément un *"devenir parodique de nos représentations (...) : à présent, même le plus sérieux, le*

¹⁵⁰ COTTE Jérôme, " Humour et émancipation ", Relations, n°761, 2012, p.13-16

*plus solennel - surtout lui - par contraste, prend une tonalité comique*¹⁵¹. Rire implique ainsi une façon particulière de voir le monde, un détachement ou un pas de retrait vis-à-vis de celui-ci, ce qui est aussi la modalité principale du *cool*¹⁵² : *"le comique, loin d'être la fête du peuple et de l'esprit, est devenu un impératif social généralisé, une atmosphère cool, un environnement permanent que l'individu subit dans sa quotidienneté"*. La finalité de l'humour n'est plus vraiment le rire, mais un besoin d'ambiance, un lien social qui passe par un désir de ne "rien prendre au sérieux". Plus ce rire est brocardé partout dans un moule uniforme et doucement tyrannique, plus il génère de la frustration : *"la faculté de rire régresse, "un certain sourire" s'est substitué au rire débridé (...), la civilisation poursuit son oeuvre, agençant une humanité narcissique sans exubérance, sans rire, mais sursaturée de signes humoristiques"*. L'abondance du rire entraîne dans le même mouvement sa pénurie.

III.4.2. La méchanceté post-Hara-Kiri : un pastiche de l'humour guerrier ?

L'humour, mais également la méchanceté, n'en sortent pas indemnes. S'il est bien une figure canonique qui associe à la fois l'humour et la violence, c'est le regretté Professeur Choron. Dans son essai *Tous les chevaliers sauvages : tombeau de l'humour et de la guerre*, l'exégète de la pop-culture Pacome Thiellement décèle sous les traits du père d'Hara Kiri ceux d'un vaillant samouraï : *"une figure théâtrale quasi-japonaise de violence et de distinction, un homme dont le calme angélique était à tout instant susceptible*

¹⁵¹ LIPOVETSKY Gilles, *L'ère du vide, essai sur l'individualisme contemporain*, op. cit., p.232

¹⁵² DURAND Jean-Marie, *Le cool dans nos veines*, Paris : Robert Laffont, 2015

Si le sociologue Jean-Marie Durand insiste bien sur la difficulté de définir avec précision le *cool*, il pose néanmoins le détachement et la désinvolture comme les piliers identitaires de la posture *cool*, de la nonchalance de l'esclave noir pendant la frite négrière, à celle (plus précoce encore) revendiquée par les courtisans italiens lors de la Renaissance italienne (l'art de la *sprezzatura*).

de basculer dans la barbarie dévastatrice et splendide"¹⁵³. Le rire promu par Choron et son équipe appartient à ce qu'il appelle le "grand rire" (qui met en pièces "nos déterminations et nos conditionnements") et qu'il distingue du petit rire ("qui naît de la soumission aux limites, de l'acceptation de l'état des choses"). Cette distinction nous apparaît fondamentale dans le cadre de ce mémoire : à l'**humour guerrier** - qui prône tellement loin l'absurdité de l'existence humaine qu'il en relèverait presque du premier degré - s'est substitué un **humour soft et démocratique** qui vise l'acquiescement du plus grand nombre et le sourire complice (sur le mode du second degré). C'est cette deuxième forme qui va se nourrir de la méchanceté dont il est question dans ce mémoire. "L'humour est le lieu où s'exprime le plus clairement la nature guerrière, soit héroïque, soit lâche, de l'être humain. On excuse toutes les formes de sentimentalité ; mais la faute de goût humoristique ne pardonne pas". L'humour va-t-en guerre prône la violence (littéralement : on se souvient de Choron matraquer des postes de télévision à la télévision) et déclare la guerre à la société dans son ensemble : *Hara Kiri* utilise l'humour comme une arme à aiguiser contre les moeurs de l'homme d'après-guerre ("C'est contre cet homme, et d'abord contre l'humour qui lui permet de tenir debout, que Hara-Kiri faisait la guerre")¹⁵⁴. Il a pour objet l'humour lui-même, "ce truc petit-bourgeois qui sert à masquer le conformisme le plus crasse". Le journal satirique ne "blague" pas : s'il s'autorise à rire de tout, c'est pour mieux dynamiter un monde contemporain qu'il juge aseptisé (voir le principe même de leurs couvertures : des détournements de l'imagerie publicitaire qui plaquent sur du lisse et du policé un mauvais goût trash, scatophile, misogyne et délicieusement régressif)¹⁵⁵. Un humour *bushido* à qui le consensus fait évidemment horreur, ce qui par ailleurs interroge sur le statut

¹⁵³ THIELLEMENT Pacôme, *Tous les chevaliers sauvages - Tombeau de l'humour et de la guerre*, Paris : Philippe Rey, 2012

¹⁵⁴ POIREAUDEAU Anthony « [INTERVIEW] PACÔME THIELLEMENT : L'HUMOUR EST-IL UNE ARME DE GUERRE ? », *www.standardandmore.fr*, [En ligne], «<http://www.standardsandmore.fr/vu-lu-entendu/40-en-librairies/359-pacome-thiellement-interview-l-humour-arme-de-guerre>», mise en ligne le 28/03/12, consultée le 10/03/16.

¹⁵⁵ Voir *annexe 22*

évangélique que notre société confère aujourd'hui à *Hara Kiri* et à *Charlie Hebdo* depuis les événements de janvier. Au delà d'un droit à rire de tout dont tout le monde se prévaut aujourd'hui, il y a dans l'humour guerrier l'idée que "s'en foutre de tout" est un projet de société à part entière, une manière de voir le monde, et non pas une indifférence distanciée et sourde à ce qui s'y joue. C'est un je-m'en-foutisme qui ne s'en fout pas, justement.

Nous postulons que c'est ici qu'un grand basculement s'opère : la violence, qui était le carburant nécessaire à l'humour va-t-en guerre, a été récupérée par la haine comique et consensuelle dont il est question dans ce mémoire. L'humour contemporain rejoue l'humour guerrier pour le porter à un stade parodique : son nouveau carburant n'est plus la violence contre une société engluée dans l'orthodoxie, mais la *hate*, haine insidieuse dont l'objet importe peu. L'humour guerrier est mort car il ne peut plus engager la moindre résistance : "*Un monde où l'homme politique est plus caricatural que sa caricature est un monde que l'humour est radicalement impuissant à détruire*". A une cruauté "*bête et méchante*" s'est substituée une sournoise contrefaçon : un rire vide et complaisant (Pacôme Thiellement s'appuie par exemple sur le plateau tout en dérision du *Petit Journal* "*dont les journalistes ne peuvent pas du tout faire la guerre à Sarkozy : ils rient des mêmes choses*"). La forme éminemment violente des productions traitées dans ce mémoire chercheraient ainsi la résurrection de la férocité quasi-originelle de l'humour, une grande scène primitive où le rire faisait mal pour démolir le cadre étriquant d'une société corsetée. Il va de soit que plus elles jouent le registre de la surenchère dans l'agressivité ludique (Les *Tutos* brutaux de Jérôme, le franc-parler d'Enora Malagré, les chroniques belliqueuses des "trublions du PAF"), plus leurs missives sont inoffensives. Gardons-nous de qualifier cette violence de "gratuite" (association d'idées absurde) : préférons l'expression d'"*objectless raving*" - la fureur sans objet - qu'évoque Jean Baudrillard dans *La société de consommation*¹⁵⁶. Gardons-nous aussi du

¹⁵⁶ BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation*, Paris : Editions Denoël, 1970 (réédition in Folio, 1986), p.279

jugement présomptueux : les fabricants de ces productions médiatiques, comme les auditeurs-spectateurs-lecteurs qui les consomment, ne sont sûrement pas dupes de la nature ambiguë de cette violence. Tout le monde est bien conscient du caractère éminemment bénin et dérisoire de ce qui fait l'objet même de ce mémoire : les commentateurs fatigués par l'ère du clash généralisé ne le sont pas pour la radicalité violente des rapports sociaux que cette dernière engage, mais pour sa capacité à tourner autour du vide, à produire de l'excédent autour du néant. Nous sommes entrés dans un stade de la post-modernité où tous les acteurs comprennent que les phénomènes sociaux et médiatiques se déploient - sans que cela ne soit contradictoire - sous une forme à la fois *soft* et *hard*. *"D'une façon générale, l'insulte s'est banalisée, a perdu sa dimension de défi et désigne moins une volonté d'humilier l'autre qu'une impulsion anonyme dépourvue d'intention belliqueuse (...) Dans un temps narcissique, la violence verbale s'est désubstantialisée, elle n'a même plus de signification interindividuelle, elle est devenue hard, c'est-à-dire dans but ni sens, violence impulsive et nerveuse désocialisée"*¹⁵⁷. Nous pourrions reprendre le constat établi par Gilles Lipovetsky dans son chapitre consacré aux *violences sauvages, violences modernes*, et dire absolument la même chose du rire impersonnel soumis à un régime de *hate*.

¹⁵⁷ LIPOVETSKY Gilles, *L'ère du vide, essai sur l'individualisme contemporain*, op. cit., p.287

CONCLUSION

Cool, soft, fun, et désormais *hate* : l'époque ne manque pas d'imagination pour désigner, à coups d'anglicismes aux contours flous, les phénomènes qui impriment leur marque sur une décennie. Difficile d'y voir clair : ce n'est pas uniquement cette dénomination élastique et liquide qui semble indéfinie, mais bien les tendances médiatiques elles-mêmes, qui sursaturent désormais les productions de signes contradictoires. Quand le convivial converse avec l'agressivité, quand la méchanceté fait mal autant qu'elle fait rire, quand les cyniques rouspètent avec la même virulence que les *twee* font commerce de leur gentillesse, quand le tout-dérisoire devient le meilleur alibi de l'esprit de sérieux : les repères valsent, et nos certitudes avec. Parler de haine dès qu'une insulte fuse sur un plateau, n'est-ce pas déjà procéder à un abus de langage ?

Nous dirons ainsi qu'il existe bel et bien un "marketing de la méchanceté éditoriale" qui s'est généralisé au sein des médias traditionnels (l'humour "bête et méchant" d'*Hara Kiri* n'a lui jamais été "généralisé" à proprement parler), mais que cette méchanceté n'est acceptée que si elle se double d'un rire souvent sarcastique et toujours tyrannique. Jean Baudrillard parlait d'un terrorisme de la "*sollicitude*" instruit par l'appareil institutionnel (publicité, Etat, relations publiques...) dans *La société de consommation* : un monde qui affiche avec un sourire ostensible qu'il "prend soin de vous" et consacre, à vos moindres besoins et désirs, une possibilité de satisfaction immédiate. Le sociologue montre à quel point cette gentillesse à visage découvert est à entendre dans les deux sens du mot "*sollicitude*" (à la fois un don et une requête). A la possibilité de satisfaction immédiate se greffe alors un double effrayant : l'obligation de satisfaction immédiate. La question qui nous concerne est alors la suivante : est-il encore possible de faire rire sans être méchant aujourd'hui ? Les deux phénomènes ne sont pas seulement solidaires, ils sont devenus des impératifs fonctionnels qui s'auto-suffisent. On ne rit plus parce que c'est drôle, on rit. On n'admire plus le propos

caustique de tel ou tel présentateur, on admire le fait que ce dernier soit caustique. Point.

On ne peut donc pas passer au peigne fin cette modalité d'expression qu'est la *hate* sans révéler de quelle idée, de quelle conception de l'humour celle-ci est velléitaire. Il nous semble qu'il y a un humour qui vise à grandir chacun d'entre nous : un sens du grotesque qui avance à tâtons et qui nous invite délicieusement au doute (c'est la reconsidération des choses qui nous entourent qu'il vise). Le rire goguenard et sardonique des mass-media actuels n'est pas de cette étoffe là : les moqueries (pour ne pas dire saloperies) qu'il professe, sous couvert de liberté de pensée, sont assénées avec la plus grande des certitudes. C'est un rire qui nous diminue, et qui rappelle l'expérience malencontreuse de Roland Barthes lors de la projection publique d'un film d'Eric Rohmer, où le sémiologue fit la connaissance de ce qu'on pourrait appeler le "rire barbare". C'est avec ses mots que nous nous quitterons :

"Au cinéma, la fumée risque de gêner les spectateurs, c'est pourquoi on l'interdit. Mais les rires qui derrière moi, accompagnent ce film qui m'émeut, ce film que j'admire, ce film que j'aime – aucune loi ne les interdit et, pourtant, ils me blessent. Car ce soir là, le public riait ai-je cru entendre de ces choses que précisément j'aimais dans le film d'Eric Rohmer. Un art du récit, la saveur d'une langue différente et cependant claire, le charme d'une parole assonancée, le relief des caractères, le rapport très subtil de la littérature et de l'image ; pour tout dire une sorte de bienveillance, de bonté, de génie, de noblesse.

Il y a certes dans "Perceval" d'Eric Rohmer des moments délibérément drôles mais dès lors que le rire du public vient d'une moquerie ou d'une espèce de grossièreté de sentiment, dès lors qu'on rit d'une sensibilité ou d'une innocence, dès lors qu'on rit d'un auteur à son insu, la barbarie apparaît. Passe encore de rire à "pucelle", à "baiser", à "garce", tous les potaches l'ont

fait. Mais rire de la simplicité du héros de Rohmer, et c'est précisément cela le film de Rohmer, simple dans tous les sens du mot, c'est dire "je ne comprend pas l'autre, je ne veux pas de l'autre"

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Références universitaires :

ALAIN, « L'homme devant l'apparence », *Propos sur la religion*, LXIV, Paris : Presses universitaires de France, 1924

ANDERS Günther, « Considérations philosophiques sur la radio et la télévision », *L'obsolescence de l'homme*, Paris : Ivrea, 1956

ARISTOTE, *Rhétorique*, II, 4, 1382a

BARTHES Roland, *Mythologies*, Paris : Editions du Seuil, 1957

BARTHES Roland, *Oeuvres complètes*, tome V, Paris : Seuil, 2009

BAUDRILLARD Jean « La haine, ultime réaction vitale », *Magazine littéraire*, n° 323, Juillet-Août 1994, p. 20-24.

BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation*, Paris : Editions Denoël, 1970 (réédition in Folio, 1986)

BAUDRILLARD Jean, « Le degré Xerox de la violence », *www.liberation.fr*, [En ligne], «http://www.liberation.fr/tribune/1995/10/02/le-degre-xerox-de-la-violence_148194», mise en ligne le 02/10/95, consultée le 09/12/14.

BAUDRILLARD Jean, *Simulacres et simulation*, Paris : Galilée, 1981

BAUDRILLARD Jean « Tous télé-guidés », *www.liberation.fr*, [En ligne], «http://www.liberation.fr/tribune/2001/09/07/tous-tele-guides_376231», mise en ligne le 07/09/01, consultée le 21/02/16.

La violence faite aux images, une conférence de Jean BAUDRILLARD donnée à l'ENS Paris le 19 mai 2004, dont une partie est retranscrite ici : <http://www.kodon.fr/wp-content/uploads/2014/07/La-violence-faite-aux-images1.pdf>

BREGMAN Dorine "D. Mehl, La fenêtre et le miroir : la télévision et ses programmes", *Politix*, vol. 6, n°21, Premier trimestre 1993, pp. 152-155.

DELEUZE Gilles, *Foucault*, Paris : Editions de Minuit (coll. « Critique »), 1986

DOREY Roger, « L'amour au travers de la haine », *Nouvelle revue de psychanalyse*, n°33, 1986, p.75-93

DURAND Jean-Marie, *Le cool dans nos veines*, Paris : Robert Laffont, 2015

FREUD Sigmund, « *Pulsions et destins des pulsions* », dans Freud Sigmund, *Métopsychoanalyse*, Gallimard, 1940

GENETTE Gérard, *Palimpsestes : la littérature au second degré*, Paris : Éditions du Seuil, 1982

GIULIANI Emmanuelle, « Télévision », *Études*, Tome 395, octobre 2001, p. 397-399.

GLUCKSMANN André, *Le discours de la haine*, Paris : Plon, 2004

GOFFMAN Erving, *La Mise en scène de la la vie quotidienne, tome 1, La Présentation de soi*, Paris : Editions de Minuit, 1973

HABIB Claude, « Sur le cool », dans Habib Claude, Raynaud Philippe, *Maïaise dans la civilité ?*, Paris : Perrin, 2012

HEINICH Nathalie, *De la visibilité - Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris : Gallimard, 2012

HOBBS Thomas, *Léviathan, VI*, trad. F. Tricaud, Paris : Sireyn, 1971

JANKÉLÉVITCH Vladimir, *Traité des vertus*, tome III, *L'innocence et la méchanceté*, Paris : Bordas, 1970

JOST François, *L'empire du loft*, Paris : La dispute, 2002

KANT Emmanuel, *Anthropologie d'un point de vue pragmatique*, trad. J. Tissot, Paris : Ladrance, 1863

L'YVONNET François, *Homo Comicus ou l'intégrisme de la rigolade*, Paris : Mille et Une Nuits, 2012

JAPASSADE Georges, « Le défi, la compétition dans le hip hop » dans Lapassade Georges, *Du stade au quartier. Le rôle du sport dans l'intégration sociale des jeunes*, Paris, éditions Syros, 1993

LECOCQ Titou, Lisarelli Diane, *Encyclopédie de la web-culture*, Paris : Robert Laffont, 2011

LIPOVETSKY Gilles, *L'ère du vide, essai sur l'individualisme contemporain*, Paris : Gallimard, 1983

MEHL Dominique, *La fenêtre et le miroir. La télévision et ses programmes*, Paris : Payot, 1992

MISSIKA Jean-Louis, Wolton Dominique, *La Folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques*, Paris : Gallimard, 1983

MOUSSEAU Jacques, "La fenêtre et le miroir : Dominique Mehl - La télévision et ses programmes", *Communication et langages*, n°95, 1er trimestre 1993, pp. 114-116

MURAY Philippe, *Festivus Festivus, conversations avec Elisabeth Lévy*, Paris : Librairie Arthème Fayard

NIETZSCHE Friedrich, *Le voyageur et son ombre, Deuxième partie : Humain, trop humain*, Paris : Mercure de France, 1880 (édition de 1902)

QUESSADA Dominique, *L'inséparable, essai sur un monde sans Autre*, Paris : Presses universitaires de France, Perspectives critiques, 2013

SALTEL Philippe, *Les philosophes et la haine*, Paris : Ellipses, coll. "Philo-Essais", 2001

SALTEL Philippe, *Une odieuse passion. Analyse philosophique de la haine*, Paris, : L'Harmattan/UPMF, 2007

SARTRE Jean-Paul, *Réflexions sur la question juive*, Paris : Gallimard, 1954, rééd. coll. "Folio", 1991

SPIES Virginie, *La télévision dans le miroir : Théorie, histoire et analyse des émissions réflexives*, Paris : L'Harmattan, 2004

THIELLEMENT Pacôme, *Tous les chevaliers sauvages - Tombeau de l'humour et de la guerre*, Paris : Philippe Rey, 2012

TISSERON Serge, *Le bienfait des images*, Paris : Odile Jacob, 2002

Articles de presse :

BARRET Julien, « Rap, stand-up, Twitter : le clash, nouvel avatar de la joute verbale », *leplus.nouvelobs.com*,
«<http://leplus.nouvelobs.com/contribution/621115-rap-stand-up-twitter-le-clash-nouvel-avatar-de-la-joute-verbale.html>», mise en ligne le 05/09/12, consultée le 23/02/16.

BOINET Carole « Amoureux de Zooey Deschanel et du vintage, le twee serait-il l'anti-hipster? », *www.lesinrocks.com*, [En ligne],
«<http://www.lesinrocks.com/2014/12/14/actualite/amoureux-de-zooey-deschanel-et-du-vintage-le-twee-serait-il-lanti-hipster-11540289/>», mise en

ligne le 14/12/14, consultée le 04/03/16.

BREEN Chloé, « Les "Méchants" sont à la mode à la télévision. Venez les découvrir, ils sont... Chan mé ! », *www.purepeople.com*, [En ligne], «http://www.purepeople.com/article/les-mechants-sont-a-la-mode-a-la-television-venez-les-decouvrir-ils-sont-chanme_a27624/1», mise en ligne le 17/04/09, consultée le 20/09/15.

CASSELY Jean-Laurent « Bienvenue chez les Twee: comment une génération aussi angoissée que mignonne a transformé le monde des adultes en pouponnière », *www.slate.fr*, [En ligne], «<http://www.slate.fr/story/89393/twee>», mise en ligne le 07/07/14, consultée le 04/03/16.

COTTE Jérôme, « Humour et émancipation », *Relations*, n°761, 2012, p.13-16

DAGNAUD Monique « S'indigner? Les Français le font déjà », *www.slate.fr*, [En ligne], «<http://www.slate.fr/story/32579/hessel-jeunes-d%C3%A9ficit-indignation>», mise en ligne le 10/01/11, consultée le 20/11/15.

DEBRIL Laurence, « Humiliation en prime time », *www.lexpress.fr*, [En ligne], «http://www.lexpress.fr/culture/tele/humiliation-en-prime-time_497077.html», mise en ligne le 23/01/03, consultée le 20/09/15.

DE SAINT VINCENT Bertrand « Droit de réponse : la fièvre du samedi soir », *www.lefigaro.fr*, [En ligne], «<http://www.lefigaro.fr/programmes-tele/2009/07/17/03012-20090717ARTFIG00494-droit-de-reponse-la-fievre-du-samedi-soir-.php>», mise en ligne le 31/07/09, consultée le 16/02/16.

DOUCET David « Frédéric Taddeï: Ce soir ou plus jamais ? », *www.lesinrocks.com*, [En ligne], «<http://www.lesinrocks.com/2014/02/27/actualite/taddei-le-spectacle-des-idees-11476179/>», mise en ligne le 27/02/14, consultée le 16/02/16.

« Du contrat de lecture à l'expérience », *www.pressemagazine.com*, [En ligne], «<http://www.pressemagazine.com/tribune/du-contrat-de-lecture-a-l-experience.html>», mise en ligne le 06/05/10, consultée le 11/02/16.

DUPRAT Annie « Dessin de Riss dans Charlie Hebdo : la violence fait partie de l'histoire de la caricature », *www.leplus.nouvelobs.com* [En ligne], «<http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1469844-dessin-de-riss-dans-charlie-hebdo-la-violence-fait-partie-de-l-histoire-de-la-caricature.html>», mise en ligne le 15/01/16, consultée le 06/03/16.

ENTHOVEN Raphaël « De quoi Durendal est-il le nom ? », *www.franceculture.fr*, [En ligne], «<http://www.franceculture.fr/medias/de-quoi-durendal-est-il-le-nom>», mise en ligne le 24/12/14, consultée le 20/11/15.

HABIB Claude, « Et si la "cool attitude" était l'une des formes les plus paradoxales de la servitude ? », *atlantico.fr*, «<http://www.atlantico.fr/decryptage/et-cool-attitude-etait-formes-plus-paradoxales-servitude-claude-habib-philippe-raynaud-480475.html>», mise en ligne le 15/09/12, consultée le 23/02/16.

JANDAU Cécile « Cam Clash sur France 4: émission sensationnaliste ou d'utilité publique? », *www.lexpress.fr*, [En ligne], «http://www.lexpress.fr/culture/tele/cam-clash-sur-france-4-emission-sensationnaliste-ou-d-utilite-publique_1547165.html», mise en ligne le 02/06/14, consultée le 06/03/16.

LAFITTE Julie « Very Bad Buzz à « Un Soir à la Tour Eiffel » : qui a peur du grand méchant tweet ? », *www.enfantdesinternets.wordpress.com*, [En ligne], «<https://enfantdesinternets.wordpress.com/tag/alessandra-sublet/>», mise en ligne le 16/10/14, consultée le 03/03/16.

LEMONNIER Bertrand, « L'entrée en dérision. », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n° 98, février 2008, p. 43-55

LE FOL Sébastien, « Finkielkraut : "le rire contemporain est une forme d'incivilité" », *www.blog.lefigaro.fr*, [En ligne], «<http://blog.lefigaro.fr/le-fol/2010/05/finkielkraut-le-rire-contemporain-est-une-forme-d-incivilite.html>», mise en ligne le 02/05/10, consultée le 20/09/15.

« Mort de Michel Polac, celui par qui le scandale arrive », *www.humanite.fr*, [En ligne], «<http://www.humanite.fr/medias/mort-de-michel-polac-celui-par-qui-le-scandale-arrive-502089>», mise en ligne le 08/08/12, consultée le 16/02/16.

MARZOLF Hélène, « Concert de clashes : la foire d'empoigne sur les plateaux de télé », *www.television.telarama.fr*, «<http://television.telarama.fr/television/concert-de-clashes-la-foire-d-empoigne-sur-les-plateaux-de-tele,107958.php>», mise en ligne le 01/02/14, consultée le 21/02/16.

MÉRET Valérie, entretien avec François Jost « Mise à l'écart des Ménard, Guillon, Zemmour, Pulvar... Fin de la provoc' à la télévision ? », *www.atlantico.fr*, [En ligne], «<http://www.atlantico.fr/decryptage/television-grandes-gueules-franchise-epuration-menard-pulvar-zemmour-guillon>

provocation-francois-jost-418211.html/page/0/1», mise en ligne le 13/07/12, consultée le 18/09/15.

MICHALET Thibaud, « Chroniqueurs TV - La guerre des bandes », *GQ*, numéro 74, avril 2014, p.72.

MOUNEYRES Pascal, « Rap ta mère sur MTV », *www.lesinrocks.com*, «<http://www.lesinrocks.com/2009/02/24/actualite/medias-actualite/rap-ta-mere-sur-mtv-1143991>», mise en ligne le 24/02/09, consultée le 21/02/16.

SCHEURETTE Pierre, « Au pays de la haine ordinaire », *www.moustique.be*, [En ligne], «<http://www.moustique.be/1399/au-pays-de-la-haine-ordinaire>», mise en ligne le 03/02/15, consultée le 20/09/15.

POIREAUDEAU Anthony « [INTERVIEW] PACÔME THIELLEMENT : L'HUMOUR EST-IL UNE ARME DE GUERRE ? », *www.standardandmore.fr*, [En ligne], «<http://www.standardsandmore.fr/vu-lu-entendu/40-en-librairies/359-pacome-thiellement-interview-l-humour-arme-de-guerre>», mise en ligne le 28/03/12, consultée le 10/03/16.

RANDANNE Fabien « Polémique sur Delormeau: "TPMP ne normalise pas l'humiliation, c'est un spectacle" », *www.public.fr*, [En ligne], «<http://www.20minutes.fr/television/1778139-20160202-polemique-delormeau-tpmp-normalise-humiliation-spectacle>», mise en ligne le 02/02/16, consultée le 21/02/16.

REIMS Nathalie « Nathalie Rheims : "la dictature du rire" », *www.lepoint.fr*, [En ligne], «http://www.lepoint.fr/invites-du-point/nathalie-rheims/nathalie-rheims-la-dictature-du-rire-20-12-2013-1772937_1452.php», mise en ligne le 20/12/13, consultée le 20/09/15.

Répliques, émission de France Culture présentée par Alain FINKIELKRAUT et consacrée à "L'esprit Canal", diffusée le 25.03.2013, accessible ici : <http://www.franceculture.fr/emissions/repliques/lesprit-canal>

SANTOLARIA Nicolas, « Le nouvel esprit du gangsta », *Technikart*,, numéro 179, Février 2014, p.27

SANTOLARIA Nicolas, « L'indignation est-elle has been ? », *Technikart*, numéro 171, avril 2013, p.60.

SPIES Virginie « VIDÉO. Bad buzz de Maïtena Biraben dans "LGJ" : cessons de nous insurger contre tout », *www.leplus.nouvelobs.com*, [En ligne], «<http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1427144-video-bad-buzz-de-maitena-biraben-dans-lgj-cessons-de-nous-insurger-contre-tout.html>», mise en ligne le 25/09/14, consultée le 22/11/15.

YONNET Paul, « La planète du Rire, sur la médiatisation du comique », *Le Débat*, mars-avril 1990.

« Zemmour et Naulleau en font-ils trop ? », *www.leparisien.fr*, [En ligne], «<http://www.leparisien.fr/loisirs-et-spectacles/zemmour-et-naulleau-en-font-ils-trop-14-02-2009-410544.php>», mise en ligne le 14/02/09, consultée le 12/09/15.

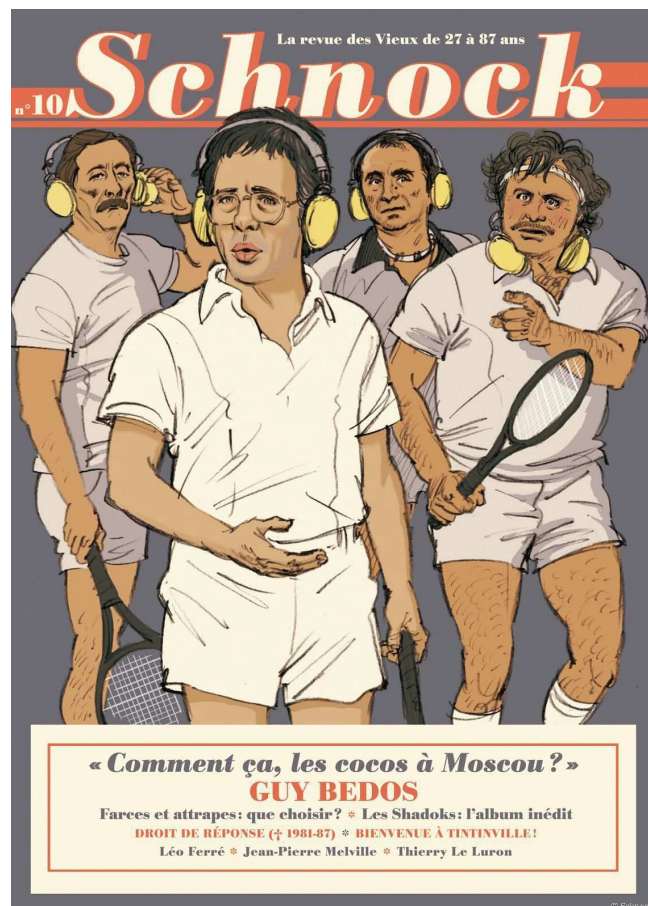
TABLE DES ANNEXES

1. *Schnock* : La revue des Vieux de 27 à 87 ans – p.143
2. Scénographie *cozy* de l'émission de D8 *Voyage au bout de la nuit* – p.144
3. Couverture Technikart de Juin 2015 : Yann Moix – p.145
4. Stéphane Guillon : le marketing de la provocation – p.146
5. Stéphane Guillon : Portraits au vitriol – p.147
6. Stéphane Guillon : la « presse » en parle – p.147
7. Chaine Youtube officielle de l'émission de France 2 *On n'est pas couché* : playlist *Les meilleurs clashes* – p.148
8. Couverture Technikart de Juillet-Août 2011: Zemmour et Naulleau dans la peau des snipers – p.149
9. *Pourquoi tant d'EN* (livre d'Eric Naulleau) – p.150
10. Page web de l'émission *Yo Momma* sur le site officiel de MTV France – p.151
11. Logo de l'émission de Canal+ *Connasse* – p.151
12. Page d'accueil du site marchand *vindemerde.com* : quand l'autodérision devient un argument de vente – p.152
13. Jaquette du DVD interactif de l'émission de TF1 *Le Maillon Faible : Boccolini méchante jusqu'au bout* - – p.153
14. Recherche Google Images de la mention « animateur télé » : le sourire comme figure imposée – p.154
15. Clin d'œil du tortionnaire du film *Funny Games* (1997) envers un spectateur forcément complice – p.154

16. *Les Tutos de Jérôme* : entre convivialité et brutalité – p.155
17. *Kaira Shopping* : un téléshopping version *street* – p.155
18. *Billets durs* : page d'accueil du blog de Christophe Conte – p.156
19. *Cam Clash* : un marketing de la violence verbale – p.157
20. Plateforme web du site du Nouvel Obs *Le Plus*, à la rubrique Médias : des billets d'humeur souvent à charge - – p.158
21. Couvertures de *Valeurs actuelles* : une nouvelle polémique chaque semaine – p.159
22. *Hara-Kiri* , des couvertures et des fausses réclames : un détournement de l'imagerie propre et hygiéniste véhiculée par la publicité – p.160



1. Schnock : La revue des Vieux de 27 à 87 ans



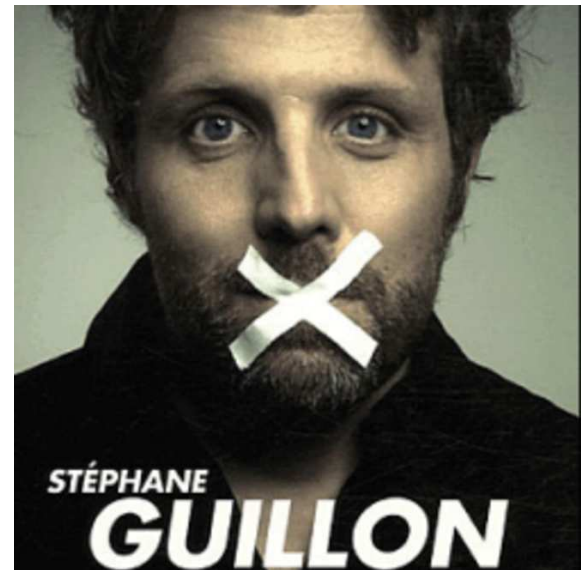
2. Scénographie *cozy* de l'émission de D8 *Voyage au bout de la nuit*



3. Couverture Technikart de Juin 2015 : Yann Moix



4. Stéphane Guillon : le marketing de la provocation



5. Stéphane Guillon : Portraits au vitriol

STÉPHANE GUILLON
PORTRAITS AU VITRIOL

LES PORTRAITS DÉSORMAIS CULTES DE STÉPHANE GUILLON SUR CANAL+. EN FACE DES INVITÉS, IL OSE UN TON INÉDIT, PARFOIS INSOLENT ET IRRÉVÉRENCIEUX MAIS TOUJOURS HILARANT ET RÉVÈLE AINSI AVEC FACÉTIE ET PERSPICACITÉ LES FACES TROUBLES OU CACHÉES DE JEAN DUJARDIN, IAM, CHRISTOPHE LAMBERT, JUDITH GODRECHE, ROCCO SIFFREDI, DAVID DOUILLET, JOEY STARR, FABRICE LUCHINI, NAGUI, MARIANNE JAMES, BERNARD KOUCHNER...

ET RETROUVEZ EN BONUS, LES INVITÉS EN COLÈRE QUI NE VOULAIENT PLUS JAMAIS ENTENDRE PARLER DE LEUR PORTRAIT !

AUTEUR : STÉPHANE GUILLON
 RÉALISATEURS : PASCAL RÉTIF, FRANK BROQUA, DAVID MONTAGNE, TRISTAN CARNÉ, GUNTHER
 PRODUCTIONS : DIDIER FROEHLI

BONUS LES "INTERDITS" : 8 PORTRAITS (30 MIN), LES "INJOIGNABLES" : 4 PORTRAITS (14 MIN), L'INTERVIEW PAR MURIEL COUSIN RÉALISÉE PAR VÉRONIQUE MARTIN (20 MIN)

FORMAT : DVD 9 • COULEUR • 4/3 FORMAT 1.33 • DURÉE : 1H18

LANGUE : FRANÇAIS STÉRÉO | SOUS-TITRES : AUCUN

TOUS PUBLICS EDV 1392 302 391-7

STUDIO CANAL www.studiocanal.com

© ANGEL PRODUCTIONS 2008. Tous droits réservés. Photo : S.G. Conception graphique © 2008 StudioCanal. Micro-Drone, Doublet et imprimé en UE. Tous droits de production et de représentation de l'auteur réservés. Seul approuvé, la location, la vente, l'achat, l'achat de la cassette pour l'usage personnel et la redistribution sont interdits. "DVD" et le symbole DVD sont des marques déposées de Dolby Laboratories.

DISTRIBUÉ PAR STUDIOCANAL 3 259130 239171

STÉPHANE GUILLON PORTRAITS AU VITRIOL

STÉPHANE GUILLON
 PORTRAITS AU VITRIOL
 1ÈRE SALVE!

STUDIO CANAL

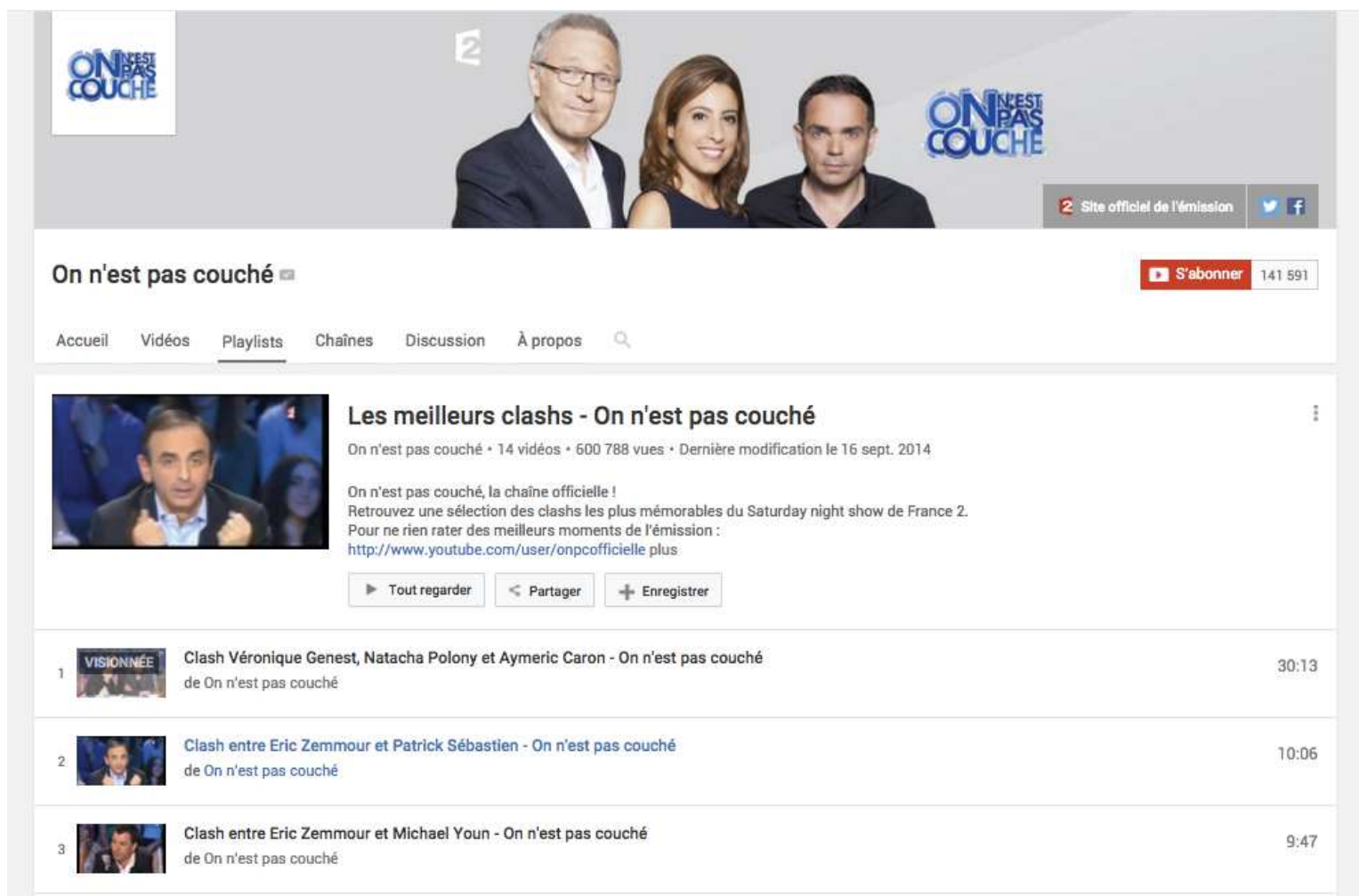
6. Stéphane Guillon : la « presse » en parle (affiche promotionnelle)

"L'humour ce n'est pas drôle quand c'est principalement de la méchanceté."
DSK

"Stéphane Guillon gâche son réel talent."
ERIC BESSON

"C'est injurieux, c'est vulgaire, c'est méchant."
NICOLAS SARKOZY
dans le Canard Enchaîné

7. Chaîne Youtube officielle de l'émission de France 2 *On n'est pas couché* : playlist *Les meilleurs clashes*



On n'est pas couché S'abonner 141 591




Accueil Vidéos Playlists Chaînes Discussion À propos

Les meilleurs clashes - On n'est pas couché

On n'est pas couché • 14 vidéos • 600 788 vues • Dernière modification le 16 sept. 2014

On n'est pas couché, la chaîne officielle !
Retrouvez une sélection des clashes les plus mémorables du Saturday night show de France 2.
Pour ne rien rater des meilleurs moments de l'émission :
<http://www.youtube.com/user/onpcofficielle> plus

Tout regarder Partager Enregistrer

1	 Clash Véronique Genest, Natacha Polony et Aymeric Caron - On n'est pas couché de On n'est pas couché	30:13
2	 Clash entre Eric Zemmour et Patrick Sébastien - On n'est pas couché de On n'est pas couché	10:06
3	 Clash entre Eric Zemmour et Michael Youn - On n'est pas couché de On n'est pas couché	9:47

8. Couverture Technikart de Juillet-Août 2011: Zemmour et Naulleau dans la peau des snipers



9. Pourquoi tant d'EN (livre d'Eric Naulleau)



10. Page web de l'émission *Yo Momma* sur le site officiel de MTV France



Dans chaque épisode de Yo Momma, le présentateur Wilmer Valderrama organise des Battles de TA MERE aux Etats-Unis. Des candidats de différents quartiers, s'affrontent à coups de Ta mère est tellement conne, que pour s'acheter un magnétoscope elle a vendu sa télé et de Ta mère est tellement vieille, que dans sa première photo de classe on voit Jésus.... Le grand vainqueur de ces joutes verbales repartira avec le pactole !

Yo Momma

11. Logo de l'émission de Canal+ *Connasse*



12. Page d'accueil du site marchand *vindemerde.com* :
quand l'autodérision devient un argument de vente

LE VIN DE MERDE

ACCUEIL LES VINS MEDIA CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE LIENS VENTE EN LIGNE CONTACT

LE VIN DE MERDE
Le pire cache le meilleur

COMMANDER VOTRE VIN DE MERDE EN CLIQUANT ICI

UN CONCEPT QUI FAIT "MOUCHE"
Chacun de nous garde en mémoire le souvenir de vins plus que décevants, voire impossibles à boire, tout juste bons à finir dans l'évier... mais à ce jour, seul **Jean Marc SPEZIALE** eut le courage ...ou la folie de le revendiquer et de l'afficher clairement sur l'étiquette: "**Le Vin de Merde**"; Alors forcément on s'étonne.... on s'interroge...

Mais lorsque l'on découvre que l'homme est épicurien et défenseur du goût, il y a fort à parier que, comme il est précisé sur l'étiquette "**le pire ...cache le meilleur**" et qu'il ne peut s'agir que d'une incitation à dépasser nos préjugés...

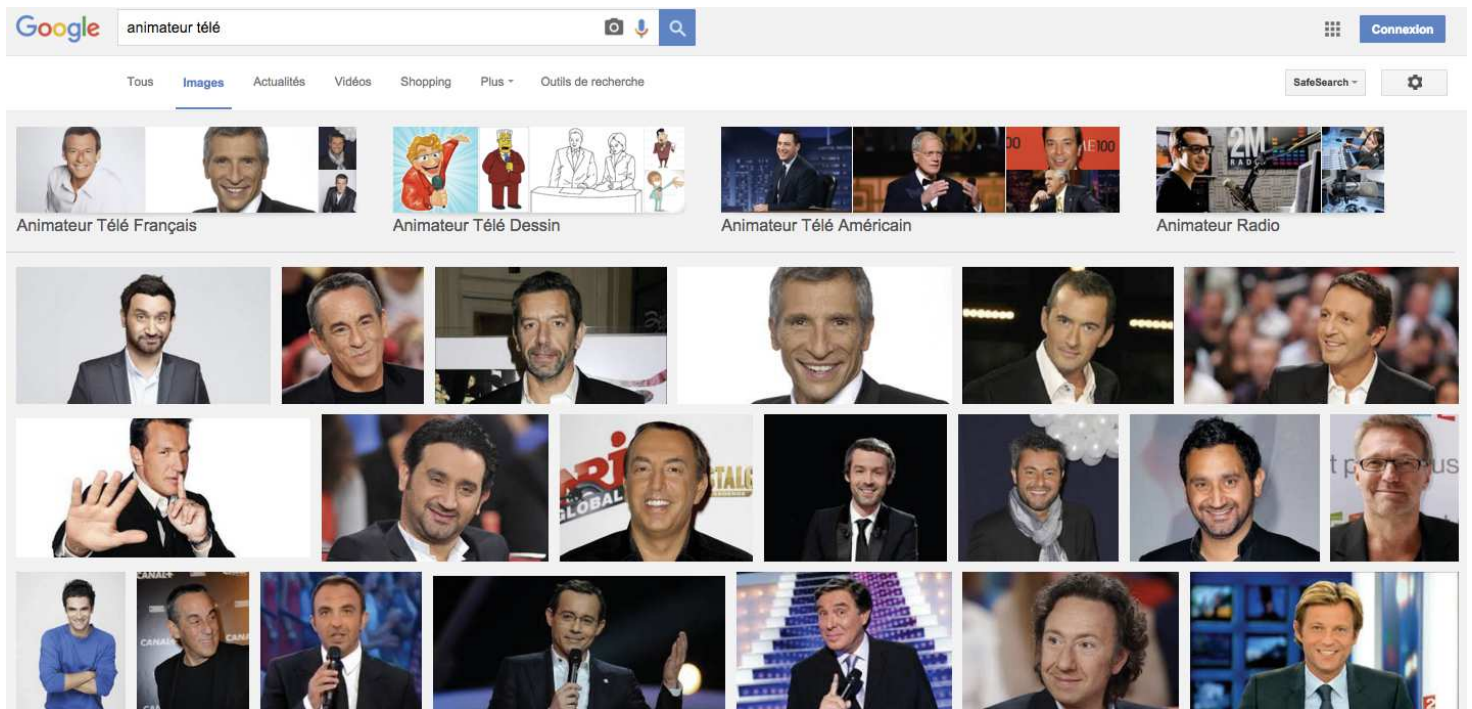
*Le pire...
... cache le meilleur.*

Un Concept de Jean Marc SPEZIALE

...Et certains préjugés ont la vie dure.
Ainsi, malgré un travail remarquable entrepris depuis des dizaines d'années par les viticulteurs qui ont amélioré la qualité de leur vin, bon nombre de consommateurs restent sur l'idée que certains vins sont des vins de « merde ». Face à une crise viticole sans précédent, Jean Marc SPEZIALE a créé une cuvée « spéciale » et la baptise « **Le Vin de Merde** », en soutien aux vignerons de sa région

LE ROSÉ DE L'ÉTÉ
NOUVEAU
MAGNUM ROSÉ
LE VIN DE MERDE
COMMANDER EN LIGNE DÈS MAINTENANT

14. Recherche Google Images de la mention « animateur télé » : le sourire comme figure imposée



15. Clin d'œil du tortionnaire du film *Funny Games* (1997) envers un spectateur forcément complice



16. *Les Tutos de Jérôme* : entre convivialité et brutalité



17. *Kaira Shopping* : un téléshopping version street



18. *Billets durs* : page d'accueil du blog de Christophe Conte

Billet dur

[Accueil](#) [À propos](#) [Page d'exemple](#) [S'abonner par email](#)



À propos

Attention, ici ça flingue à tout va, sans sommation, avec un revolver chargé de mauvaise foi, de mauvaise humeur, de mauvais humour très limite et sans aucun respect pour la cible. Les victimes : people envahissants, chanteurs pénibles, ego surgonflés, parasites mondains... Ils nous les cassent à longueur de temps, on les casse une bonne fois pour toutes.



19. Cam Clash : un marketing de la violence verbale

CAM CLASH

CAM CLASH

Réagissez, vous êtes filmés

IRL

Cam Clash

S'abonner 93 903

Accueil Vidéos Playlists Chaînes Discussion À propos

Marre des réfugiés - Cam Clash

150 313 vues il y a 1 semaine

Abonnez-vous ► http://bit.ly/CamClash_IRL
Partagez sur Facebook ► <http://bit.ly/CamClash-Marr...>
Partagez sur Twitter ► http://bit.ly/CamClash_Marr...

Sur les 4 millions de réfugiés syriens, la France s'est engagée à en accueillir 24 000. Une goutte d'eau dans un océan de détresse, qui divise pourtant les Français.

...
Lire la suite

Sélection de chaînes

France 4 S'abonner

Chaînes similaires

Would You React? S'abonner

C'est mon choix - L... S'abonner

SQUEEZIE S'abonner

REAGISSEZ, TWEETEZ !

" JE N'AI ABSOLUMENT

RIEN

CONTRE LES

PD MAIS

ON ÉVITE DE SE

COMPORTER

COMME ÇA "

2P2L # CAM CLASH 2014

REAGISSEZ, TWEETEZ !

" C'EST PAS GRAVE

DE SE PRENDRE

UN COUP !

C'EST PLUS GRAVE

DE SE FAIRE

EMMENER ET

VIOLER "

2P2L # CAM CLASH 2014

20. Plateforme web du site du Nouvel Obs *Le Plus*, à la rubrique Médias : des billets d'humeur souvent à charge

Témoins, Experts, Opinions

Je m'inscris

Abonnez-vous
pour 15€ seulement.

"Merde à la fin" : Emmanuelle Cosse dérape au "Petit Journal". Un naufrage à l'antenne !

Une attitude d'autant plus répréhensible qu'elle avait toujours défendu le non-cumul des mandats et/ou des fonctions.

133201 vues 59 réactions

Par Olivier Picard
Chroniqueur politique

VIDÉO DU JOUR. Polémiques des Enfoirés : la réponse agacée de Jean-Jacques Goldman

Il en a clairement assez.

8809 vues 2 réactions

Par Audrey Kuczekas
Médiatrice du Plus

Les extraterrestres nous observent... mais ne veulent pas nous contacter. Voici pourquoi

Ces braves Aliens auraient décidé de nous laisser vivre notre vie paisiblement en nous regardant de loin.

163755 vues 44 réactions

Par Jean-Paul Fritz
Chroniqueur sciences

[Débat en +] "Top Chef" : Charles éjecté, Gabriel sauvé malgré une faute grave. Honteux ?

Twitter s'affoie.

1378 vues 1 réaction

Par Audrey Kuczekas
Médiatrice du Plus

Le succès de "TPMP" ne va pas durer : Hanouna, bientôt has-been, est le Cauet de demain

Il ne semble pas s'en rendre compte.

148665 vues 30 réactions

Par Emanu124
Menu Chroniqueuse médias...

VIDÉO DU JOUR. Chameroy quitte "TPMP" : durant son discours, Hanouna ne cesse de le couper

Il dit qu'il ne pouvait plus gérer la pression médiatique.

Par Audrey Kuczekas
Médiatrice du Plus

LA QUESTION DU JOUR

“ Laurent Ourmac accuse "Touche pas à mon poste" de méchanceté gratuite : vous confirmez ? ”

8110 vues
6 réactions

COMMENT PARTICIPER ?

Avec le Plus, L'Obs vous propose une expérience inédite d'information. L'objectif est de mettre en valeur les talents et les richesses du web, en vous faisant participer.

JE PUBLIE

JE PARRAINE

JE M'ABONNE À LA NEWSLETTER DU PLUS

JE M'INSCRIS

AILLEURS SUR LE WEB

A LIRE SUR LES SITES DU GROUPE

Hidalgo condamnée à une amende avec sursis pour ses propos à l'égard du FN

21. Couvertures de *Valeurs actuelles* : une nouvelle polémique chaque semaine



22. *Hara-Kiri*, des couvertures et des fausses réclames : un détournement de l'imagerie propre et hygiéniste véhiculée par la publicité



