

d'information, et que les blogs d'information entrent progressivement en concurrence avec les journaux.

Évoquer tous les aspects de la presse, en diachronie et en synchronie, est un vaste projet. Cette ambition, réalisée dans les limites étroites d'un manuel, se heurte au risque de survol. De plus, en dépit de son apparente structuration, l'ouvrage est par moment décousu : foisonnant comme son objet, il aborde à plusieurs reprises et en plusieurs endroits les mêmes thèmes. C'est un livre où l'information et les questions abondent, mais où le lecteur se perd parfois, comme lorsqu'au sein d'un même chapitre sont abordés successivement des aspects dont le lien n'est pas évident (aspects techniques, économiques ou humains mélangés, eux-mêmes entrecoupés de réflexions sur le métier de journaliste). Enfin, ce qui manque sans doute le plus est l'approfondissement des problèmes les plus importants (et, souvent, les plus polémiques) que connaît la presse écrite : diminution et évolution du lectorat, (in)dépendance économique et politique des journalistes

Il n'empêche que Pierre Albert fournit avec *La Presse française* une étude extrêmement utile, fourmillante d'informations précises, illustrées et enrichies de 38 tableaux statistiques qui constituent une mine de données intéressantes sur, par exemple, l'évolution du prix moyen d'un quotidien entre 1834 et 1988 (tableau 8), les recettes publicitaires par type de support en pourcentage (tableau 21) ou les chiffres d'affaires des sociétés de presse françaises (tableau 25). Données précises et précieuses dont on regrettera seulement que certaines soient vouées à une rapide obsolescence, les derniers chiffres étant souvent de 2006. L'« aperçu historique sur l'évolution de la presse en France » (annexe 1) ainsi qu'une bibliographie pratique et substantielle complètent utilement cet ouvrage pédagogique, circonstancié et riche, et qui pose la plupart des questions pertinentes sur l'évolution de la presse tout en laissant au lecteur (idéalement, des étudiants ou enseignants) le soin de les approfondir.

Marieke Stein

CREM, université Paul Verlaine-Metz  
marieke.stein@wanadoo.fr

**Marie-France CHAMBAT-HOUILLOU, Corinne GIORDANO, dirs, « Grand écran, petit écran. Comique télévisuel, comique filmique », *Humoresques*.** Paris, Jouve, 28, 2008, 196 p.

Cette livraison d'*Humoresques*, intitulée « Grand écran, petit écran. Comique télévisuel, comique filmique », part de l'idée que pour comprendre la formation et

la réussite du rire dans notre société il faut insister sur l'importance de l'intermédialité comprise comme un faisceau de relations entre cinéma et télévision. Ici, la compréhension de l'objet « rire » s'inscrit dans un cadre communicationnel propre aux sciences de l'information et de la communication. Du cinéma de Gérard Oury aux émissions de Jean-Christophe Averty, les territoires du rire sont explorés de manière transdisciplinaire, ce qui permet de saisir la complexité des procédés comiques à l'œuvre dans le discours audiovisuel.

L'ouvrage commence par s'arrêter sur la carrière de Pierre Etaix dont il est essentiellement question à travers son expression graphique. Venu au cinéma par le dessin, celui qui allait devenir le *gagman* de Tati a toujours été passionné par le cirque puisqu'il a fondé avec son épouse, Annie Fratellini, l'École nationale du cirque. Pour Nelly Feuerhahn, Pierre Etaix a exploré, par son travail autour du dessin d'humour, des lieux encore inconnus ouvrant « des portes sur le rêve et le bonheur de rire » (p. 15). Ses films restent cependant absents des écrans à travers le monde, notamment à cause d'un litige au sujet des droits de l'auteur. On s'arrête ensuite sur un certain nombre de « carrefours théoriques ». Il s'agit de se pencher sur les parodies, pastiches et faux télévisuels. En posant la question « peut-on être drôle à l'insu du public? », François Jost se demande comment une parodie, ou du moins un objet ludique, peut être pris au sérieux en partant de l'hypothèse selon laquelle la définition littéraire de la parodie est insuffisante pour cerner son équivalent audiovisuel. En effet, dès qu'il s'agit d'audiovisuel, les frontières sont perméables entre l'opposition pastiche/parodie, tant les genres et figures de l'humour à la télévision peuvent être mouvants. Gérard Genette considère qu'il n'existe que de très rares cas de parodies strictes. Déjà dans le texte, la parodie n'est susceptible de s'apprécier que si l'on a en tête le texte parodié. Par ailleurs, si l'on considère le critère sémantique qui fonde la parodie (le détournement), il faut reconnaître que la parodie audiovisuelle peut fonctionner autrement que son homologue littéraire, notamment parce que « la condition de lecture n'y est pas toujours nécessaire tout simplement parce qu'elle ne se joue pas forcément d'un texte absent » (p. 20). Par exemple, des séquences humoristiques tirées du *Journal de Groland* de Canal + suffisent à montrer que la parodie télévisuelle peut naître de l'invention d'un écart que l'on pourrait nommer, propose l'auteur, un « détournement burlesque ». La parodie est donc « la nature sémantique du détournement » (p. 23); elle tire son effet comique de son ostension. Elle doit être visible, ce qui implique

que l'énonciateur doit témoigner de sa volonté de tenir un discours sur un mode ludique et que ces promesses rencontrent la position spectatorielle. On s'intéresse plus loin au comique chez Mel Brooks avec un texte dans lequel Jean-Marc Limoges explore la façon dont le réalisateur américain propose une forme de comique qui relève de la métalepse. Chez Gérard Genette, il s'agit de cette transgression de la frontière entre le monde où l'on raconte et celui que l'on raconte. Pour Mel Brooks, son usage brise non seulement l'illusion référentielle, mais provoque aussi un effet comique en bousculant le fonctionnement classique de la représentation. Qu'il s'agisse de l'adresse aux spectateurs, de mouvements de caméra ostentatoires ou de mises en abyme, il est chaque fois question de métalepses cinématographiques qui sont foisonnantes et protéiformes. En matière de rire et de réalité à la télévision, Marie-France Chambat-Houillon étudie les « territoires du rire » pour dessiner les contours de ce que pourrait être une émission comique à la télévision et en se posant la question de savoir « quand existe-t-il des émissions comiques? » (p. 46). Elle montre que, en 1969, la dimension ludique repose souvent sur des emprunts à d'autres pratiques culturelles telles que le *music-hall* ou le cabaret et qu'à la télévision, comme ailleurs, l'intention comique ne présage en rien de sa réussite. En revanche, l'une des spécificités de la télévision est d'avoir en elle cette capacité de récupération par des programmes tels que les « bêtisiers », qui détournent des images afin de transformer le risible en projet comique. Ici, le ludique et le réel se mêlent pour ancrer l'objet du rire dans une réalité qui se présente comme « naturelle ».

À la croisée des genres, cette livraison d'*Humoresques* se penche sur des sujets variés allant du rire à Hollywood à l'analyse de la série *Qui va m'aimer?* réalisée par Jérôme Deschamps et Macha Makeïeff pour Canal +. À ce propos, Marie Duret-Pujol étudie l'hybridation et la contamination menant au comique. Dans le cas de *Qui va m'aimer?*, les sources du comique proviennent de la répétition (tant sur le fond que sur la forme) et d'un hiatus entre une esthétique des années 1960, constitutive du *soap*, et des personnages contemporains. Du point de vue de l'histoire de la télévision, Yannick Lebtahi emmène le lecteur dans les modalités de construction de l'espace qu'a occupé le genre comique dans les débuts de la télévision régionale dans le nord de la France. C'est à Simons, conteur, auteur de sketches et de pièces de théâtre, dessinateur, peintre et comédien, que l'on fera appel pour qu'il transpose son art à la télévision. Ce que montre la chercheuse, c'est non seulement que

l'écriture humoristique change au fur et à mesure des évolutions techniques, mais aussi que le choix d'un artiste précédemment connu dans la région permet d'inventer une nouvelle fonction de proximité et d'identification pour une télévision régionale naissante. À la télévision, l'identité régionale se forge par le biais de l'humour, susceptible de rassembler. Du point de vue de la réception et de ses enjeux, Bernard Papin se penche sur l'humour selon Jean-Christophe Averty, en se posant la question de savoir s'il existe, à la télévision, un humour que l'on pourrait qualifier de « déplacé » et qui serait mis au ban du spectacle télévisuel (p. 131). Avec *Les Raisins verts* (une collection de seulement 10 éditions, d'octobre 1963 à juillet 1964), Jean-Christophe Averty propose non seulement une énonciation télévisuelle différente, mais encore un humour provocateur faisant réagir l'opinion et l'institution télévisuelle. Le réalisateur a pour ambition de révolutionner la manière de filmer, comme en témoigne une interview qu'il accorde à l'époque à *Télérama*. Dans le fond, ce sont plus l'humour noir, les images surréalistes et les enchaînements surprenants qui déplaisent et c'est de cela que *Télé 7 Jours* se fait l'écho. Qualifié, entre autres caractères, de sadique, Jean-Christophe Averty met en œuvre une forme d'humour noir qui ne serait pas, selon *Télérama*, accessible à tous les publics. Mais cet humour semble trop inquiétant et surréaliste pour être partagé par le plus grand nombre. Plus près de nous dans le temps, Rima Nicolas Lawandos-Fakhoury pose la question de savoir si, à la télévision, le téléspectateur est face à une situation classique de caricature politique. À travers l'analyse d'*Osons* (émission diffusée sur TFI en 1995 et présentée par Patrick Sébastien), l'auteure montre que la « promesse » sur laquelle fût bâtie l'émission (un divertissement insolite, intrépide et humoristique) n'a pu être tenue puisqu'elle a atteint les limites de la caricature politique en flirtant entre l'humour comme moyen de divertissement et la politique. Avec une imitation de Jean-Marie Le Pen parodiant une chanson de Patrick Bruel chantant « casser du noir » (à la place de « casser la voix »), on a glissé du divertissement humoristique vers le discours politique. Dans ce genre de situation, la télévision est un véritable média politique, alors que la promesse de départ était celle du divertissement. D'un point de vue cinématographique enfin, Réjane Hamus-Vallée s'intéresse à la transposition du film français *Les Visiteurs* aux *Visiteurs en Amérique*. Si la version américaine n'a pas connu le succès de la version française, c'est parce que le *remake* oscille entre imitation et création. C'est la même équipe qui conçoit la version américaine mais pourtant, le second film semblera si organisé qu'il perdra le ton qui avait fait son succès français.

Par ailleurs, si la version française prends le spectateur pour cible, la version américaine se moque de la France ce qui est loin de revenir au même. Le rire est ici devenu comme une frontière que le cinéma a souvent des difficultés à franchir. En France encore, Corinne Giordano explique que l'œuvre de Gérard Oury participe de l'affirmation d'un genre populaire, une comédie à la française avec un style particulier. Il s'agit d'une forme de rhétorique et d'une écriture filmique qui dénoncent sans offenser, en proposant un type de comique qui, de *La Grande Vadrouille* à *L'As des as*, témoignent d'une rhétorique et d'un humour à la française.

Des formes humoristiques comme reflet d'une culture à l'hybridation des genres qui permet l'émergence de formes de comiques spécifiques à l'audiovisuel, *Humoresques* montre que le rire est une source créative jamais figée. Du cinéma à la télévision, les champs du comique dans l'audiovisuel sont pluriels et les pistes proposées ici invitent le lecteur à réfléchir autrement aux formes du rire si naturel et pourtant si complexe dans son accomplissement.

**Virginie Spies**

LCC, université d'Avignon et des Pays de Vaucluse  
virginie.spies@univ-avignon.fr

**Daniel Cornu, *Journalisme et vérité*.**

Genève, Labor et Fides, coll. Le champ éthique, 2009, 496 p.

Dans cette nouvelle édition de *Journalisme et vérité* dont la première est parue en 1994, Daniel Cornu actualise et ajuste ses positions sur la presse. Couplant expérience professionnelle et recherche universitaire – Daniel Cornu est un ancien rédacteur en chef de la *Tribune de Genève* et enseignant dans divers établissements en Suisse –, il est en bonne position pour questionner l'essence et la fonction de la presse. Cette version se distingue de l'ancienne sur trois points au moins : elle prend en compte les données et recherches réalisées en sciences de l'information et de la communication ; elle s'appuie sur des exemples récents émanant des pratiques des journalistes et des entreprises médiatiques ; l'auteur y révisé sa conception du journalisme au regard des changements techniques, éditoriaux et autres qui affectent le champ de la presse. Tout en s'appuyant sur le travail réalisé dans l'ancien ouvrage, cette réédition se propose donc de suivre l'évolution des théories et pratiques journalistiques et contribuer à la réflexion sur l'avenir de la presse.

Titrée « Le savoir-faire et le bien faire » (pp. 29-136), la première partie aborde donc les assises éthiques de la conduite du journaliste. Après avoir distingué les notions d'éthique, de déontologie et de morale, en adoptant par ailleurs une approche rétrospective, l'auteur retrace l'origine et l'évolution des codes et des institutions réglant l'activité du journaliste à travers l'Histoire. Il offre au lecteur un panorama des principales expériences en matière de déontologie dans le monde. Ensuite, il esquisse les grands axes des « devoirs et droits des journalistes » (pp. 55-110). Ainsi définit-il d'emblée le droit du public à l'information et la liberté du journaliste dans l'exercice de son métier comme un cadre de référence des pratiques éthiques. Selon cette perspective, il présente « le refus de la propagande politique et commerciale » (p. 62) comme une qualité intrinsèque d'un journalisme libre et désintéressé. Il reconnaît que les journalistes sont tentés par les annonceurs et les acteurs économiques et remarque que « la relation problématique entre le travail rédactionnel et l'activité publicitaire est devenue encore plus complexe avec le développement du parrainage (ou sponsoring), qui tend à brouiller les frontières tracées entre les deux domaines » (p. 64). La confusion apparaît également dans la rédaction et la mise en page de l'information à travers la publication des « articles promotionnels [et des] publi-reportages déguisés » (p. 65).

En effet, Daniel Cornu adopte ici une démarche analytico-descriptive qui vise à définir les droits et les devoirs substantiels du journaliste. Ainsi est-il du secret professionnel assurant la protection des sources, des contours de la liberté au sein de l'entreprise médiatique et de la recherche de la vérité, définie comme un « devoir fondamental » (p. 80). Outre ces aspects, déjà abordés par des chercheurs dans le domaine de l'éthique, Daniel Cornu procède à une analyse critique, soulevant et discutant diverses questions relatives aux limites et contraintes de la liberté de la presse. Dans le troisième chapitre titré « Faiblesses et forces de la déontologie » (pp. 111-136), il examine le rôle et le statut de la déontologie professionnelle et souligne sa vulnérabilité, notamment par rapport au droit. Ainsi les codes déontologiques et les instances de régulation n'ont-ils qu'une autorité jurisprudentielle et morale. Par exemple, les décisions d'un conseil de presse ne disposent pas du pouvoir juridique pouvant imposer de réelles sanctions. L'auteur illustre cette situation par une métaphore lumineuse : « Lorsqu'elle se produit, la confrontation des normes professionnelles avec l'appareil légal tient de la lutte du pot de terre contre le pot de fer » (p. 112). Une autre difficulté tient à la multitude des