



**HAL**  
open science

# L'acte canularique médiatique : dispositifs, procédés et enjeux communicationnels (Europe et Amérique du Nord, 2004-2008)

André Gattolin

## ► To cite this version:

André Gattolin. L'acte canularique médiatique : dispositifs, procédés et enjeux communicationnels (Europe et Amérique du Nord, 2004-2008). Sciences de l'information et de la communication. Université de la Sorbonne nouvelle - Paris III, 2011. Français. NNT : 2011PA030056 . tel-01355796

**HAL Id: tel-01355796**

**<https://theses.hal.science/tel-01355796>**

Submitted on 24 Aug 2016

**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.

UNIVERSITÉ DE LA SORBONNE NOUVELLE – PARIS III  
Ecole doctorale Arts et Medias, ED 267  
Laboratoire Communication, Information, Médias

**Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication**

André GATTOLIN

L'ACTE CANULARESQUE MÉDIATIQUE :  
DISPOSITIFS, PROCÉDÉS ET ENJEUX COMMUNICATIONNELS  
(EUROPE ET AMÉRIQUE DU NORD, 2004 - 2008)

Volume I



Thèse dirigée par Guy LOCHARD  
Soutenue le 1<sup>er</sup> juin 2011

Membres du Jury :

M. Baudouin Jurdant, Professeur à l'Université Paris Diderot – Paris VII, rapporteur

M. Guy Lochard, Professeur à l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris III, directeur

M. Michael Palmer, Professeur à l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris III

Mme. Isabelle Veyrat-Masson, Directrice de recherche au CNRS, Laboratoire Communication et Politique, rapporteure



## Remerciements

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont aidé, conseillé, encouragé et supporté (dans tous les sens du terme) durant ce long travail de doctorat. Car s'il est par essence solitaire, ce travail se fait rarement seul. Il n'aurait pu voir le jour sans soutiens indéfectibles et rencontres opportunes.

Je veux, en premier lieu, exprimer toute ma gratitude à mon directeur de thèse, Guy Lochard, lecteur attentif et constant de tant d'ébauches et guide à la fois rigoureux et bienveillant lorsque cette longue marche me conduisit parfois un peu trop hors sentier...  
Merci à lui d'y avoir cru et de m'avoir encouragé à y croire !

Je remercie aussi Alykhanhthi, ma compagne, si attentive et si présente durant cette grande promenade qui n'a jamais cessé, jour après jour, de nous rapprocher...

Je repense également, et toujours avec une grande émotion, à l'incroyable patience et amour de Coline, Romane, Nicolas et Numa, mes enfants, pendant ces années où leur père s'enfermait pour travailler. Je promets d'enlever le panneau « Ne pas déranger ! » qui arbore depuis trop longtemps l'entrée de mon bureau.

Merci aussi à mes parents qui, depuis cinquante ans, m'ont toujours soutenu et encouragé dans mes entreprises – et celle-ci ne fut sans doute pas la moins folle !

Merci encore à Alexandre Pessar pour son aide fidèle, depuis le commencement de cette thèse jusqu'aux dernières minutes passées chez l'imprimeur. Devenu expert es canulars, il n'a jamais usé de ce savoir pour me jouer de mauvais tour.

Mes remerciements enfin à toutes celles et ceux, acteurs ou observateurs avisés des pratiques canularesques, qui m'ont accueilli et ravitaillé en précieuses informations, d'ici ou d'ailleurs, pour alimenter ma soif de savoir et d'explications. Parmi eux, j'adresse une dédicace toute particulière à Joey Skaggs qui, par son impressionnante expérience doublée d'une formidable humanité, incarne à mes yeux le véritable esprit du canular... *The true spirit of hoax...*

*"Ce qui vient au monde pour ne rien troubler ne mérite ni égards ni patience"*

René Char  
*Fureur et mystère*  
(1948)

*"Action speaks louder than words but not nearly as often"*

Mark Twain

*"Dans un monde réellement renversé, le vrai est un moment du faux"*

Guy Debord  
*La société du spectacle*  
(1967)

# Sommaire

<b>Avant-propos.....</b>	<b>11</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>19</b>
<b>Première partie : QU'EST-CE QU'UN CANULAR MÉDIATIQUE ? APPROCHE GÉNÉALOGIQUE ET CONCEPTUELLE.....</b>	<b>48</b>
<b>I Du canular à l'acte canularesque.....</b>	<b>52</b>
I-1 La polysémie du terme canular dans la langue française.....	52
I-1.1 Un terme aux usages incertains et aux connotations dépréciatives.....	52
I-1.2 La genèse du terme canular.....	53
I-1.3 Le terme dans le langage courant et sa référence à la tradition farcesque.....	56
I-1.4 L'évolution sémantique et sa filiation avec l'univers de la presse.....	59
I-1.5 Une signification contemporaine où prédomine la dimension mystificatrice.....	61
I-1.6 Enseignements et limites d'une analyse sémantique.....	63
I-2 L'hétérogénéité des traductions linguistiques et leurs apports sémantiques.....	67
I-2.1 La nécessité d'une approche plurilingue.....	67
I-2.2 Des équivalences linguistiques très approximatives.....	67
I-2.3 Le terme « hoax » et son emprise linguistique croissante.....	69
I-2.4 La prégnance de la notion de tour dans les définitions du « hoax ».....	71
I-2.5 Les déclinaisons nominales du terme et la figure du « hoaxer ».....	73
I-2.6 Les ambiguïtés du terme « hoax » au regard des pratiques contemporaines.....	75
I-3 Les apports et les limites de la recherche.....	78
1-3.1 Des approches réductionnistes.....	78
1-3.2 Les discours autoréflexifs des auteurs de canulars.....	79
1-3.3 Le long désintérêt des sciences sociales pour l'objet.....	80
1-3.4 Les apports déterminants d'Erving Goffman.....	81
1-3.5 Les apports de l'analyse pragmatique et interactionnelle.....	83
I-4 Les éléments de caractérisation de l'acte canularesque.....	85
1-4.1 La morphologie générale de l'acte : une parenthèse dans l'ordre du réel.....	85
1-4.2 Les intentions de l'auteur comme critère de caractérisation.....	89
1-4.3 La part du jeu et la fragilité de l'acte.....	92
1-4.4 Une terminaison de l'acte en forme d'apologue.....	95
1-4.5 Le jeu des interactions et la fragilité de l'acte canularesque.....	98

I-5 Vers une définition conceptuelle de l'acte canularesque .....	98
I-5.1 La nécessité d'une définition plus circonstanciée.....	98
I-5.2 Le schéma conceptuel du déroulement type d'un acte canularesque.....	101

## **II Le canular médiatique : spécification de l'objet et de ses dispositifs.....106**

II-1 Médias et canulars : une histoire commune.....	109
II-1.1 Une rapide histoire des pratiques canularesques associées à l'usage des médias.....	110
II-1.1.1 Les faux almanachs astrologiques ou la préhistoire du canular médiatique.....	111
II-1.1.2 Canulars et presse écrite au XIXe siècle : l'âge d'or du canular médiatique.....	113
II-1.1.3 Le temps de la régulation et de la normalisation des pratiques canularesques.....	118
II-1.1.4 Le temps de la dérégulation et du renouveau des pratiques canularesques.....	125
II-1.2 Principaux enseignements de l'étude historique des relations entre canulars et médias...	136
II-2 La définition du canular médiatique et ses incidences sur le schéma processuel de l'acte.....	141
II-2.1 Une acception élargie du canular médiatique.....	141
II-2.2 Le canular médiatique et ses incidences sur le schéma processuel type de l'acte.....	145

## **Deuxième partie : LE CANULAR MEDIATIQUE A L'AUBE DU XXIe SIECLE L'ETUDE DE CAS ET SES ENSEIGNEMENTS.....151**

<b>I Champ de la recherche et corpus d'analyse.....</b>	<b>152</b>
I-1 Délimitation temporelle et spatiale.....	154
I-1.1 La période 2004 à 2008.....	154
I-1.2 Le territoire nord-américain et européen.....	156
I-2 Critères de sélection.....	159
<b>II Limites et sources utilisées.....</b>	<b>164</b>
II-1 Des limites.....	164
II-1.1 Des limites inhérentes à ce corpus.....	164
II-1.2 Présentation synthétique des cas.....	165
II-2 Les sources utilisées.....	167

II-2.1 Les matériaux filmiques ou textuels supports de la mystification et de la performance.....	167
II-2.2 La production journalistique en couverture de chacun des actes étudiés.....	168
II-2.3 La production textuelle et audiovisuelle émanant des auteurs des actes.....	169
II-2.4 Les observations et les entretiens auprès d’auteurs d’actes canularsques.....	170
II-2.5 Les limites des sources disponibles.....	172
<b>III L’approche méthodologique de la recherche.....</b>	<b>173</b>
III-1 Le rappel des objectifs de la recherche.....	173
III-2 La démarche d’analyse du corpus de la recherche.....	173
III-2.1 L’ordonnement global des études de cas.....	174
III-2.2 La grille d’analyse systématique.....	175
III-2.3 L’exploration des dynamiques contemporaines du canular médiatique.....	177
<b>IV L’analyse des cas composant le corpus de recherche.....</b>	<b>179</b>
IV-1 Le canular des activistes de Serpica Naro mené le 26 février 2005 à l’encontre de la Semaine de la mode de Milan.....	181
IV-1.1 L’exemplarité du cas.....	181
IV-1.2 L’exposé médiatique du cas.....	181
IV-1.3 L’analyse du cas au regard du schéma générique.....	183
<i>Une conception rapide.....</i>	<i>183</i>
<i>Une fabrication artisanale.....</i>	<i>192</i>
<i>La performance est anticipée.....</i>	<i>198</i>
<i>La révélation est maîtrisée.....</i>	<i>199</i>
<i>De la narration à la légende urbaine.....</i>	<i>202</i>
IV-1.4 Les principaux enseignements du cas étudié.....	206
IV-2 Le canular du groupe artistique Ztohoven perpétré le 17 juin 2007 à l’encontre de la télévision publique tchèque.....	209
IV-2.1 L’exemplarité du cas.....	209
IV-2.2 L’exposé médiatique du cas.....	210
IV-2.3 L’analyse du cas au regard du schéma générique.....	215
<i>La conception est longue.....</i>	<i>215</i>
<i>Une fabrication technique.....</i>	<i>220</i>
<i>Performance éclair.....</i>	<i>222</i>
<i>Révélation quasi instantanée.....</i>	<i>224</i>
<i>La narration est redressée.....</i>	<i>226</i>
IV-2.4 Les principaux enseignements du cas étudié.....	236
IV-3 Le canular de l’écrivain David Thorpe perpétré le 7 novembre 2007 à l’encontre des groupes climatosceptiques.....	240
IV-3.1 L’exemplarité du cas.....	240

IV-3.2	L'exposé médiatique du cas.....	240
IV-3.3	L'analyse du cas au regard du schéma générique.....	244
	<i>Une conception rapide et opportune.....</i>	244
	<i>La fabrication est simple.....</i>	247
	<i>Performance en un clic.....</i>	250
	<i>Révélation rapide mais qui ne produit pas tous ses effets.....</i>	252
	<i>La narration se fait attendre.....</i>	255
IV-3.4	Les principaux enseignements du cas étudié.....	257
IV-4	Le canular des Yes Men réalisé le 3 décembre 2004 sur la BBC à l'encontre de l'entreprise Dow Chemical.....	261
IV-4.1	L'exemplarité du cas.....	261
IV-4.2	L'exposé médiatique du cas.....	261
IV-4.3	L'analyse du cas au regard du schéma générique.....	265
	<i>La conception se fait bien en amont.....</i>	265
	<i>Une fabrication rapide.....</i>	270
	<i>Performance en direct.....</i>	271
	<i>Révélation par le vecteur.....</i>	273
	<i>Narration planétaire.....</i>	274
IV-4.4	Les principaux enseignements du cas étudié.....	276
IV-5	Le canular des Yes Men conduit à l'encontre d'ExxonMobil lors d'une conférence sur l'industrie pétrolière au Canada le 14 juin 2007.....	279
IV-5.1	L'exemplarité du cas.....	279
IV-5.2	L'exposé médiatique du cas.....	280
IV-5.3	L'analyse du cas au regard du schéma générique.....	284
	<i>Une conception ciblée.....</i>	285
	<i>La fabrication se fait avec de nombreux complices.....</i>	288
	<i>Performance interrompue.....</i>	291
	<i>Révélation par la cible.....</i>	296
	<i>Narration en deux temps.....</i>	297
IV-5.4	Les principaux enseignements du cas étudié.....	300
IV-6	Le canular perpétré par les Yes Men à travers la publication d'une fausse édition du <i>New York Times</i> le 12 novembre 2008.....	302
IV-6.1	L'exemplarité du cas.....	302
IV-6.2	L'exposé médiatique du cas.....	303
IV-6.3	L'analyse du cas au regard du schéma générique.....	304
	<i>Conception pour finir un film.....</i>	304
	<i>La fabrication qui doit répondre à de nombreuses contraintes.....</i>	307
	<i>Performance devant un public peu mystifié.....</i>	313
	<i>Révélation dans un sourire.....</i>	315
	<i>Une narration bienveillante.....</i>	316
IV-6.4	Les principaux enseignements du cas étudié.....	319
IV-7	Le canular réalisé par l'humoriste Gérard Dahan le 24 janvier 2007 à l'encontre de la candidate à l'élection présidentielle Ségolène Royal.....	321
IV-7.1	L'exemplarité du cas.....	321
IV-7.2	L'exposé médiatique du cas.....	321
IV-7.3	L'analyse du cas au regard du schéma générique.....	324
	<i>Conception industrielle d'un professionnel.....</i>	324

<i>Fabrication très rapide</i> .....	327
<i>Performance très simple : avec un téléphone</i> .....	328
<i>Révélation par l'auteur dans la presse</i> .....	330
<i>Lors de la narration, l'auteur est dépassé</i> .....	332
IV-7.4 Les principaux enseignements du cas étudié.....	334
IV-8 Le canular perpétré par la RTBF au travers de l'émission intitulée « Bye-bye Belgium » diffusée le 13 décembre 2006.....	337
IV-8.1 L'exemplarité du cas.....	337
IV-8.2 L'exposé médiatique du cas.....	338
IV-8.3 L'analyse du cas au regard du schéma générique.....	342
<i>Une conception lente et hésitante</i> .....	342
<i>La fabrication est discontinuée</i> .....	347
<i>Performance d'un faux journal télévisé</i> .....	353
<i>Révélation progressive en cours d'émission</i> .....	360
<i>La narration auctoriale fait son chemin</i> .....	362
IV-8.4 Les principaux enseignements du cas étudié.....	368
IV-9 Le canular opéré par la chaîne néerlandaise BNN à l'encontre de son public à travers l'émission « Grote Donor Show » diffusée le 1 <sup>er</sup> juin 2007.....	371
IV-9.1 L'exemplarité du cas.....	371
IV-9.2 L'exposé médiatique du cas.....	371
IV-9.3 L'analyse du cas au regard du schéma générique.....	375
<i>Une conception sur fond de télé-réalité</i> .....	375
<i>Une fabrication très secrète</i> .....	380
<i>La performance débute avant l'émission</i> .....	382
<i>Une révélation abrupte et maîtrisée</i> .....	386
<i>Une narration auctoriale en plusieurs temps</i> .....	388
IV-9.4 Les principaux enseignements du cas étudié.....	391
<b>V Constantes et évolutions du canular médiatique.....</b>	<b>394</b>
V-1 Pertinence du schéma type et principales distorsions observées.....	395
V-1.1 Une morphologie de l'acte canularsque soumise à d'importantes distorsions.....	396
V-1.2 Une sophistication accrue des dispositifs mis en œuvre.....	401
V-2 Les nouveaux dispositifs médiatiques de l'acte canularsque.....	407
V-2.1 La place particulière de la télévision dans la production contemporaine.....	407
V-2.2 La diversité et la diversification des supports employés.....	409
V-3 Le renouvellement des thématiques et des registres convoqués.....	411
V-3.1 L'information à caractère politique souvent prise pour cible.....	411
V-3.2 Des registres diversifiés mais une inclinaison dystopique prononcée.....	414

<b>VI Les premiers éléments d'une typification des canulars médiatiques.....</b>	<b>419</b>
VI-1 La nécessité de dépasser le caractère d'exceptionnalité de tout acte canularesque.....	419
VI-2 Les principaux critères de qualification des canulars médiatiques .....	420
VI-2.1 Les critères renvoyant aux statuts sociaux de l'auteur et de sa cible.....	421
VI-2.2 Les critères renvoyant à la manière dont l'auteur atteint sa cible.....	421
VI-2.3 Les critères renvoyant aux intentions et aux visées de l'auteur.....	422
VI-2.4 Les critères renvoyant au degré d'intégration des auteurs dans le champ médiatique institué.....	422
VI-3 Les critères de qualification retenus.....	424
VI-3.1 Le critère de cohérence entre l'intentionnalité et la nature des effets produits.....	425
<i>Les finalités de nature critique et à visée subversive.....</i>	<i>427</i>
<i>Les finalités de nature distractive et apolitique.....</i>	<i>428</i>
VI-3.2 Le critère d'intégration au sein du système de production médiatique.....	429
<i>Une production d'auteurs extérieurs au système en logique d'alerte.....</i>	<i>434</i>
<i>Une production médiatique intégrée mue par une logique spectaculaire.....</i>	<i>434</i>
VI-3.3 La structuration du champ des représentations typifiées.....	435
VI-4 Les premiers éléments d'une typification des canulars médiatiques.....	438
VI-4.1 La caractérisation du corpus au regard des critères de qualification retenus.....	438
VI-4.2 Les principales dynamiques à l'œuvre dans l'univers du canular médiatique.....	442
<b>Troisième partie : LE CANULAR MEDIATIQUE A L'ERE DE L'INFORMATION ET DE LA GLOBALISATION.....</b>	<b>446</b>
<b>I Le canular médiatique à l'heure de la globalisation.....</b>	<b>447</b>
I-1 Globalisation et nouvelle donne médiatique.....	448
I-2 Les empreintes de la globalisation sur le canular médiatique.....	451
I-2.1 Une internationalisation croissante des formes canularesques.....	453
I-2.2 Les prémisses d'une Internationale des « hoaxers » ?.....	454
<b>II Canular et mutations des pratiques informationnelles.....</b>	<b>456</b>
II-1 Les dysfonctionnements du système de l'information.....	456
II-1.1 Un contexte socioéconomique tendu.....	457
II-1.2 Les défaillances des procès de production journalistique.....	460



II-2 Spectacularité et mélange des genres.....	464
II-2.1 L'attrait pour l'exception, l'insolite et la transgression.....	465
II-2.2 Les présupposés socioculturels des journalistes.....	467
II-2.3 L'info-divertissement et le mélange des genres.....	468
<b>III L'avenir incertain du canular médiatique.....</b>	<b>469</b>
III-1 Une judiciarisation et des mesures de rétorsion accrues.....	471
III-2 Une vigilance renforcée dans la sphère de l'information.....	472
III-3 Une divulgation et une dénaturation excessives des procédés canularsques ?.....	474
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>478</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>488</b>

## Avant-propos

« *Pourquoi les canulars ?* »

Combien de fois m'a-t-on posé cette question au cours de ces dernières années ...

Elle m'a toujours paru logique et légitime car après tout, et quelle que soit la nature des motivations qui conduisent le chercheur à s'emparer d'un objet d'étude plutôt que d'un autre, il se doit d'argumenter son choix et d'étayer sa pertinence au regard d'un champ disciplinaire, d'une approche épistémologique et – même si cela n'est pas formellement demandé – à l'aune de l'utilité sociale de son travail.

Face à mes amis chercheurs, mes collègues enseignants, aux scientifiques rencontrés dans des colloques ou des séminaires, je tâchais donc de répondre – de bien répondre – et de justifier l'intérêt d'un questionnement sur un objet si peu étudié jusqu'à l'heure et aux manifestations toujours plus récurrentes. En dépit des arguments rationnels et raisonnés que je tentais d'étayer, mes réponses semblaient laisser mes interlocuteurs sur leur faim, faisant souvent poindre chez eux l'expression d'une curiosité insatisfaite. Comme si la distance réflexive et le sérieux que je démontrais dans mes propos servaient à masquer d'autres motivations, plus personnelles et moins avouables celles-ci. Devant ce « non-dit » supposé, d'intimes convictions se forgeaient. Par courtoisie ou sympathie à mon endroit, la suspension répondait à mon « silence ». Au plus, me gratifiait-on parfois de quelques signes entendus de connivence. Méandres complexes de la communication, je croyais lire, là, la manifestation d'une bienveillance licencieuse pour un sujet à la marge des « canons » de la recherche universitaire...

« *Mais pourquoi les canulars ?* »

La même question m'était aussi très régulièrement posée par mes proches et par mon entourage qui souhaitaient comprendre pourquoi, la quarantaine vieillissante, je m'étais mis dans l'idée de reprendre mes études et d'entamer un doctorat. Plusieurs de mes choix passés n'avaient pas manqué déjà de les dérouter et parfois même de les inquiéter. Certes, nul n'avait à se plaindre de mon sérieux et de ma persévérance. Je nourrissais l'image d'une personne travailleuse, voire excessivement impliquée dans chacune des tâches qu'elle embrassait. En revanche, on doutait plus volontiers de mes choix qui paraissaient souvent un peu décalés au regard des belles opportunités qui s'offraient à moi. Bref, un excès de singularité qui, derrière le

sérieux, pouvait confiner à l'excentricité... Quand je tentais de justifier le pourquoi de ce choix qui les étonnait, ceux-ci ne manquaient pas de m'interrompre, agacés par de longues et trop doctes réponses, pour tenter de recadrer mon propos. La question revenait alors sous une forme directe et insistante :

« *Oui, mais toi, pourquoi t'intéresses-tu personnellement et autant à cette chose ?* »

« *Cette chose...* » Expression commune, mais révélatrice, pour désigner un objet aux contours trop incertains pour pouvoir être dénommé avec certitude... L'indéfinition appelant volontiers le doute, la manière dont mon entourage percevait – et surtout ne percevait pas – le bien-fondé de ma recherche m'amena à me questionner sur cette « défaillance » personnelle qui rendait incompréhensible à leurs yeux la justesse et la valeur de mes choix.

« *Personnellement et autant...* » Au travers de cette reformulation, la question devenait plus explicite quant à la manière dont on s'interrogeait à mon propos : on voulait percer en moi les raisons de la relation quasi-obsessionnelle qui semblait m'attacher à cet objet incongru de recherche.

Sur ce point, heureusement, les événements vinrent à mon secours. Car je dois le dire : il y a eu pour moi un « avant » et un « après » 13 décembre 2006. Ce soir-là, en effet, une grande chaîne de la télévision belge perpétra en direct un des canulars les plus retentissants de l'histoire en faisant croire à la partition soudaine du pays. Ma recherche devint soudainement plus légitime aux oreilles de celles et ceux qui conversaient avec moi. Le soupçon de fantaisie, voire d'extravagance, semblait se dissiper. Il devenait justifié et presque respectable de s'intéresser à « une chose »/« un objet » qui avait désormais pris valeur de réalité sociale.

Ce changement de statut de mon objet de recherche n'effaça cependant pas toutes les suspicions qui pesaient sur moi.

Pour approfondir ma connaissance d'un objet que les sources d'informations habituelles et les données publiques ne permettaient pas d'appréhender correctement, j'avais décidé d'aller à la rencontre des acteurs et des témoins d'actes canulars. A l'instar d'un journaliste d'investigation ou d'un anthropologue, j'avais la nécessité d'« aller sur le terrain ». Mon statut de jeune chercheur et ma pratique de l'enquête journalistique ont beaucoup facilité mes contacts et mon travail d'observation. Assez rapidement, je parvins à entrer en relation régulière et parfois assez étroite avec certains auteurs de canulars de différents pays. Mes voyages fréquents en

Europe et en Amérique du Nord me donnaient l'occasion de rencontres physiques, particulièrement propices au recueil d'informations détaillées et même confidentielles pour certaines d'entre elles.

De fait, j'étais bien informé de certains canulars qui se perpétrèrent un peu partout dans le monde. Assurés de mon respect de la confidentialité, certains auteurs de canulars m'informaient parfois de leurs projets en cours. L'action perpétrée, je disposais souvent d'informations en temps réel et il n'était pas rare que certains de mes anciens collègues journalistes fissent appel à moi pour leur procurer – dans la limite des engagements que j'avais pris auprès de mes contacts – quelque renseignement ou avis pour les aider à rédiger un article à ce sujet. Pratique en recrudescence, le canular intéressait de plus en plus de monde et mes coordonnées circulèrent de main en main. Pour certains journalistes qui me connaissaient peu, je semblais parfois trop bien informé. Au point où, à plusieurs reprises, on me soupçonna d'être davantage qu'un simple observateur.

Tel fut récemment le cas au sujet d'un canular fomenté depuis le Canada – pays où je me rends fréquemment – par des activistes en faveur de l'annulation de la dette haïtienne. La rédaction d'Europe 1 prit contact avec moi pour commenter l'affaire à l'antenne à 6 heures 15 du matin. J'avais eu la chance, quelques jours auparavant, de rencontrer à Montréal les auteurs du faux site Internet de la diplomatie française qui avait mystifié plusieurs grands quotidiens nord-américains en annonçant la soi-disant décision de la France de rembourser la lourde somme payée par cette ancienne colonie pour obtenir la reconnaissance de son indépendance. Après quatre minutes d'antenne, le journaliste jugeant mon discours trop précis m'interrompit et m'attaqua : « *Ce n'est pas acceptable de votre part de manipuler ainsi les médias !* » Interloqué, il me fallut quelques instants pour comprendre qu'il me croyait complice de la mystification.

Je compris également mieux les sourires de connivence ou les rictus souvent provoqués par mes réponses à l'éternelle question qui m'était posée.

Voici quelques mois, un éminent spécialiste des sciences de l'information et de la communication me suggéra sur le ton de la boutade – j'imagine – d'insérer dans ma thèse quelque habile facétie afin d'exposer la preuve de mon aptitude à mettre en pratique ma connaissance de l'objet étudié...

Je reconnais que, comme tout un chacun, il m'est arrivé de commettre quelques farces à des amis, collègues ou proches. A vrai dire, rien de spectaculaire ni de vraiment talentueux dans tout cela. Mes dons d'humoriste et plus encore de mystificateur sont bien limités. De la théorie à la pratique, il y a des incapacités réelles qui se dévoilent dès lors que nous franchissons le pas.

Sincèrement, j'admets que si j'apprécie les canulars opérés à l'encontre de tiers, je n'ai guère ce plaisir lorsque j'en suis la cible.

Je n'ai, d'ailleurs, que trop souvent subi d'assauts mystificateurs à mon endroit, notamment ces dernières années, depuis que mon nom est assez étroitement associé à celui de canular dans les moteurs de recherches sur Internet. Un des canulars les plus marquants que l'on m'ait fait se déroula en novembre 2005. Un ami et moi avons organisé une rencontre-débat à Paris avec quelques « hoaxers » américains et italiens qui avaient accepté de venir parler de leurs travaux. Nous disposions de peu de moyens et nous dûmes financer l'affaire sur nos propres deniers. Pour remplir la salle d'une centaine de places, nous avons annoncé l'événement par l'entremise de quelques listes de diffusion de revues qui avaient accepté de relayer l'information. La veille de la rencontre, deux facétieux collègues adressèrent aux mêmes listes un message d'annulation de la conférence. Je dois avouer que le texte en question était particulièrement bien tourné et dénotait d'une bonne connaissance de l'objet canularesque. J'avais cependant bien du mal à en rire. Heureusement, Internet offre une assez bonne traçabilité des origines d'un message pour qui sait manier l'outil. Nous parvîmes à identifier les auteurs et surtout à confirmer l'événement auprès des destinataires du faux message d'annulation en leur expliquant ce qui s'était produit. La réunion eut lieu devant une salle très correctement remplie. Il s'en était fallu de peu.

A ce stade de mon propos, je me dois donc d'insister pour dissiper tout malentendu qui subsisterait encore. Le document que vous avez entre vos mains ne contient aucun piège tendu par son auteur pour tenter de mystifier ses honorables lecteurs. A n'en pas douter, il recèle sûrement de nombreuses imprécisions, inexactitudes ou autres insuffisances. Le moins que je puisse affirmer est que celles-ci ne sont pas intentionnelles ; elles témoignent uniquement des faiblesses et des maladresses de son auteur.

Ce long préalable énoncé, je n'ai pour autant toujours pas répondu à la seule question qui vaille avant d'entamer cette dissertation :

*« Pourquoi une thèse sur les canulars médiatiques ? »*

Dans le cadre très particulier d'un avant-propos, on m'excusera de ne pas ambitionner répondre en quelques lignes à une aussi importante question. Je m'y attellerai de manière plus circonstanciée et plus objective dans mon introduction et dans le corps de ce mémoire.

« Pourquoi avoir choisi cet objet d'étude, alors que tant d'autres s'offraient à moi de manière tout aussi légitime ? »

A mon sens, l'explication de ce choix tient beaucoup à mon parcours intellectuel et à mon expérience professionnelle. En m'engageant dans la conduite d'un doctorat après plus de vingt années d'une activité dense et très opérationnelle dans différentes entreprises du secteur de la communication, je n'ignorais pas qu'il me faudrait une motivation forte et un bon degré de persévérance pour mener à bien cette tâche. Père de quatre enfants et élevant seul mes jeunes fils, j'avais obligation matérielle de poursuivre mes activités professionnelles, parallèlement à mon retour sur les bancs de l'université, pour subvenir aux besoins de ma famille. Les graves difficultés économiques rencontrées par la presse à partir de 2006 me contraignirent à m'établir en consultant indépendant dans le domaine de la communication. Car dans ces métiers dits de l'avenir, passé le cap des quarante ans, vous faites rapidement figure de « vétéran » et rares deviennent les postes salariés qui s'offrent à vous. Dans ce contexte, mener de front plusieurs activités n'était pas chose facile, mais ma recherche était déjà bien engagée et j'y trouvais de quoi étancher mon goût pour l'investigation, frustré par les conséquences de ma réorientation professionnelle.

J'avais passé douze années à officier dans plusieurs instituts d'études, d'abord en charge des enquêtes publiées, puis en tant que directeur de la filiale « médias » du second groupe européen d'études où je prodiguais recherches opérationnelles et conseils stratégiques à plusieurs dizaines de supports. Dans mes différents emplois, j'avais eu la chance de travailler étroitement avec des chercheurs renommés tels Jean Stoetzel, Ronald Inglehart, Roland Cayrol, Jean-Marie Floch, Denis Bertrand... Avant ma carrière en institut d'étude, j'avais « tâté du journalisme » plusieurs années durant, en pigeant assez régulièrement pour quelques titres importants de la presse écrite. Je souffrais d'être trop éloigné des salles de rédaction, ce cœur vivant de l'information. Aussi, quand en 1996 *Libération* – qui était confronté à une grave crise financière et sociale – me proposa de rejoindre sa direction en tant que responsable des études, de la recherche, du marketing et de la communication, j'acceptai sans hésitation. J'y travaillai durant dix années, observant chaque jour avec une réelle fascination cette régulière mais toujours fragile machine à sélectionner, produire, commenter et relayer l'information. Outre mes fonctions qui faisaient de moi un des acteurs importants du journal, j'avais la chance d'avoir un bureau qui jouxtait celui du directeur de la publication en même temps qu'il ouvrait sur la grande salle de

réunion où se tenait chaque matin la conférence de rédaction à laquelle j'étais fréquemment convié.

Passionnante et trépidante, la vie dans un quotidien avait pour moi un défaut qui, au fil du temps, provoquait en moi une insatisfaction croissante. J'engrangeais des monceaux d'informations et d'expérience sur ce média terriblement exigeant et sur l'exercice du journalisme en pleine mutation ; je participais quotidiennement à des choix importants ; je disposais de la reconnaissance de mes pairs et d'une certaine visibilité sociale, mais je manquais cruellement à mon goût de recul et d'instruments pour réfléchir, comprendre et tenter d'anticiper ce qui se produisait. Un jour, je saisis l'occasion d'une rencontre avec Dominique Wolton pour lui confier mon envie et mon besoin de mettre en ordre les réflexions éparses et sporadiques que j'avais à propos du journalisme et des relations souvent complexes entretenues avec le public par ceux faisant métier de l'informer. Mon projet était encore très évanescent, mais il m'enjoignit avec fougue et force de conviction à m'engager dans un doctorat. C'est en cohérence avec mon parcours professionnel et mes aspirations personnelles que je m'orientai vers le champ des sciences de l'information et de la communication. Le choix était logique et indiscutable quant à sa pertinence. Mais les moyens intellectuels à mobiliser pour le faire étaient tout autres. Je devais me re-immérer dans le monde universitaire et m'initier à cette jeune discipline qui, pendant mes vingt années passées dans la vie active, avait connu d'importantes évolutions et de nombreux développements. Mes études s'étaient achevées en 1984 ne m'avaient que très partiellement ouvert à ce champ. Je dispose d'un DEA en Histoire sociale et d'un DESS en études de marché et d'opinion. Il n'est guère qu'à l'Institut d'Etudes Politiques de Paris que j'avais un peu effleuré cette discipline. A l'époque, on n'osait guère encore parler de société de l'information. La France médiatique, il est vrai, demeurait dominée par trois grandes familles de médias : la télévision bien sûr, mais avec une offre encore très restreinte ; la radio, en pleine effervescence avec le développement des stations privées ; et toujours la presse écrite, très florissante dans le secteur des magazines avec une création quasi-hebdomadaire de titres... Bref, j'étais resté sur des acquis théoriques faibles et déjà un peu surannés. Je devais lire, fréquenter les bibliothèques, les colloques et les conférences. Je pense que malheureusement, en dépit de mes efforts, mes lacunes intellectuelles et épistémologiques demeurent importantes. Le temps manque toujours à un doctorant. Que dire alors d'un thésard astreint à certaines affres de la vie professionnelle et de la vie en famille...

En même temps, mon parcours dans les métiers de l'information et en particulier dans un grand titre national m'offrait une expérience du « terrain » en tant que praticien et une source formidable de sujets à développer. Bien qu'empirique, ma connaissance de la presse quotidienne

et, dans une moindre mesure, de la télévision ainsi que ma longue pratique des sondages d'opinion semblait me prédisposer à une recherche dans l'un ou l'autre de ces domaines. J'avoue avoir, tour à tour, envisagé de prendre chacun d'eux – et bien d'autres encore – pour objet de recherche. Mais à chaque fois ou presque, je me heurtais à un double obstacle.

Une des qualités essentielles d'un chercheur étant sa capacité de distanciation critique à l'égard de son objet de recherche, il m'était bien difficile au regard du rôle d'acteur que j'avais eu, tant dans l'univers des sondages publiés que dans celui de la presse quotidienne française, de prendre le recul nécessaire à une réflexion de nature proprement scientifique. Dans les deux cas, je disposais d'un matériau riche et souvent inédit, mais je me voyais mal évoquer des sources orales captées dans le cadre de conversations privées et souvent strictement confidentielles. Les deux seuls articles d'analyse que j'ai été amené à produire et à publier sur ces sujets – respectivement une contribution à un ouvrage collectif sur l'usage des sondages d'opinion par les médias d'information<sup>1</sup> et une analyse du discours du journal *Libération* sur son histoire<sup>2</sup> – ont été, de tous mes écrits, ceux qui m'avaient demandé le plus de souffrances. Je ne pouvais avec de tels objets de recherche, dans le cadre rigoureux et contraignant de la production universitaire, espérer quelconque effet de catharsis d'une telle entreprise.

« *Pour la dernière fois : pourquoi donc une thèse sur les canulars médiatiques ?* »

J'y arrive enfin.

D'abord parce qu'en m'engageant à plus de quarante-cinq ans dans un travail de recherche, cela supposait que celui-ci me procure au moins le plaisir et l'excitation de la découverte. A défaut d'un objet neuf, je souhaitais me pencher sur un objet encore peu fréquenté. M'écarter de la routine et des sentiers battus... encore et toujours ce zeste d'extravagance qui s'accroche à moi ! Je ne voulais pas d'un sujet où mon travail aurait pu me faire glisser dans la nostalgie ou la rancœur, dans l'introspection plutôt que dans l'éveil et la mise en perspective. Mais mon choix du canular comme objet de recherche dans le domaine des sciences de l'information et de la communication ne vient pas pour autant de nulle part et n'est pas non plus le produit d'un de ces défis – souvent stupides – qu'on se lance lors d'une fin de soirée, entouré de ses amis. Non, cette idée-là a mûri lentement, mais très sûrement. Comme beaucoup de personnes, j'éprouve une certaine admiration pour les artisans, leurs talents éprouvés et leurs

---

<sup>1</sup> « Les sondages publiés : de la sondomanie des médias au système médiatique global » in *Etudier l'opinion* (Xavier MARC, Jean-François TCHERNIA, dir.), Presses universitaires de Grenoble, 2007, pp. 209-222.

<sup>2</sup> « *Libération* et l'ombre de Mai » in *Médiamorphoses* Hors-série n°4/mai 2008 (André GATTOLIN, Thierry LEFEBVRE, dir.), INA-Armand Colin, pp. 78-87.



secrets de fabrication. Dans le domaine de l'information, j'ai pendant dix ans bénéficié à *Libération* d'un exceptionnel poste d'observation de sa « fabrique » quotidienne. Dans une période où les médias connaissent une crise de confiance, régulièrement rappelée par les enquêtes d'opinion ou les propos entendus dans la rue, beaucoup dénoncent, mais bien peu cherchent à comprendre comment naissent, survivent, croissent et se propagent les fausses nouvelles. Les erreurs d'appréciation, les petites manipulations délibérées, les manquements à la déontologie, les défaillances humaines, techniques ou systémiques, et plus généralement les déraillements de la machine à – bien – informer, j'ai eu maintes fois l'occasion de les observer, de les détailler, de les décortiquer pour tenter de les décrypter. Les acteurs volontaires ou involontaires de ces dérives sont malheureusement plus nombreux que ce que l'on croit souvent. Mais voilà, ces personnes vivent, respirent, écrivent encore. Bien plus qu'un devoir de réserve, c'est mon refus de personnaliser à l'extrême les raisons de ces « défaillances » qui m'ont incité à ne pas prendre une telle voie. Je ne pense pas d'ailleurs que ce soit l'objet d'un travail universitaire que de dénoncer. Fabrication bénigne – pour reprendre l'expression d'Erving Goffman – le canular médiatique, plus souvent perpétré à l'encontre des médias que par eux-mêmes, m'a paru un moyen plus anodin de montrer les dysfonctionnements qui traversent depuis au moins deux siècles la communication médiatée.

Sans doute plus marginal en volume que les autres manifestations du « mal-informer », le canular n'en est pas moins, du fait de la complexité intrinsèque qui se niche derrière son apparente opacité, un bon révélateur de la fragilité de nos modes contemporains de fabrication et de distribution de l'information.

Voilà – peut-être – pourquoi ...

# **Introduction**

## **Le canular médiatique : un phénomène en recrudescence**

Perpétré en direct et durant près de 100 minutes le soir du 13 décembre 2006, le canular de la RTBF en forme de fausse édition spéciale du journal télévisé obtint un retentissement sans équivalent pour ce type d'acte depuis des décennies. Dans les heures et les jours qui suivirent, les médias du monde entier lui accordèrent un traitement rédactionnel exceptionnel, digne de celui généralement dévolu à un événement majeur de l'actualité. Depuis les réactions passionnées – furieuses ou amusées – jusqu'aux analyses les plus développées, en passant par les déclarations de nombreux responsables politiques, toute la palette des instruments habituels du débat public fut mise en œuvre. Outre le caractère très sensible de la thématique qui servit d'appui à la mystification – l'annonce d'une soudaine partition de la Belgique – et la mise en scène impressionnante dont l'opération fit l'objet, la raison de ce déferlement tint aussi au fait que ce fut-là le premier canular de grande ampleur mené à la télévision et par la télévision depuis l'émergence de ce média. Il aura, en effet, fallu que plus d'une cinquantaine d'années s'écoulaient après l'arrivée de la télévision dans les foyers des pays développés pour qu'une transgression de cette nature et de cette importance se produisit sur le média dominant de l'univers de l'information.

En comparaison, la très fameuse mystification opérée en 1938 par Orson Welles sur les ondes de CBS aux Etats-Unis – « La Guerre des Mondes » – survint moins de vingt années après la naissance des premières stations radiophoniques. Il ne s'agissait d'ailleurs pas de la première mystification conduite sur ce jeune média, mais ce fut celle qui recueillit le plus fort écho médiatique, suscitant de ce fait nombre de travaux qui marquèrent les premiers pas des sciences de la communication en Amérique du Nord. Entrée dans l'histoire de la discipline, la retentissante émission s'installa aussi plus largement dans l'imaginaire social et dans sa représentation de l'influence exercée par les médias.

En remontant plus loin dans l'histoire des médias, on constatera que les premiers actes canularesques commis dans la presse furent pratiquement concomitants à l'apparition au XIXe siècle des premiers quotidiens à petit prix et à fort tirage – les « *penny dailies* » –, considérés aujourd'hui comme le plus ancien des médias de masse. Le « *Moon Hoax* »

perpétré par Richard Adam Locke en 1835, alors journaliste au *New York Sun* fit grand bruit<sup>3</sup>, de même que les célèbres canulars journalistiques fomentés à la même époque par Edgar Allan Poe et Mark Twain.

Au regard de ces quelques exemples devenus emblématiques et d'eux seuls, il serait tentant de croire au caractère extrêmement sporadique des occurrences canulariques dans les médias et surtout d'en déduire les signes d'une maturité informationnelle croissante de ceux dont la vocation est de nous informer de la manière la plus précise et la plus honnête possible.

Las ! Ces deux hypothèses s'effondrent assez rapidement lorsque l'on approfondit la question et que l'on s'intéresse à la période très contemporaine. Sans que le phénomène soit quantifiable avec précision, on assiste dans le monde, parallèlement à la montée en puissance d'Internet depuis le milieu des années 1990, à une démultiplication de la mise en œuvre de ce type d'acte. Même s'il occupe certainement une place importante dans cette recrudescence, Internet n'est toutefois pas le seul vecteur de perpétration et de propagation des canulars aujourd'hui. Tous les médias semblent participer à un regain de cette pratique atypique et assurément transgressive au regard des valeurs et des principes qui régissent historiquement notre rapport à la vérité et à l'information.

De fait, il ne se passe actuellement guère plus d'une quinzaine de jours en moyenne sans que, en France ou à l'étranger, la presse écrite ou un autre média ne relate l'existence d'un nouveau canular dont l'ampleur ou l'audace justifie qu'il soit signalé à titre d'information significative au public. Qu'on le déplore ou que l'on s'en réjouisse, le canular sous ses multiples variantes appartient à la culture médiatique de notre époque.

Pour être un peu plus précis quant à l'évaluation quantitative du phénomène, signalons que durant la période de quatre années – de la fin 2004 à la fin 2008 – qui a servi de cadre temporel à notre recherche et à la détermination de notre corpus d'analyse, nous avons

---

<sup>3</sup> En 1835, le Dr Andrew Grant publie une découverte extraordinaire dans le *Journal des sciences d'Edimbourg*, que le *New York Sun* se procure en avant-première : John Herschel, célèbre astronome, a découvert, grâce à son nouveau télescope installé au Cap de Bonne Espérance, des hommes sur la Lune. Ces êtres couverts de poils et ailés décrits dans une série de six articles vont faire battre tous les records de vente du *Sun*. L'auteur, le journaliste Richard Adam Locke avait naturellement inventé toute l'histoire. Il fallut attendre le retour d'Herschel, injoignable durant plusieurs semaines, pour que la mystification soit enfin révélée. Locke fut l'un des premiers journalistes à utiliser la passion naissante du public pour les sciences et les techniques pour réaliser un canular qui est resté dans l'histoire sous le nom de « *Moon Hoax* ».

relevé plus d'une centaine de cas susceptibles de répondre aux principales caractéristiques d'un canular ayant fait l'objet d'un écho significatif dans les médias. Un chiffre important, d'autant que notre champ d'investigation se limitait aux principaux pays d'Europe et à l'Amérique du Nord et que nous ne disposions pas des outils nécessaires à un balayage systématique des très nombreux médias couvrant ces deux importantes zones géographiques.

Une autre dimension du phénomène mérite également d'être soulignée au regard de la période récente. Un nombre croissant de canulars connaissent – en dépit parfois des sujets ou des thèmes assez circonstanciés sur lesquels ils s'appuient – des répercussions médiatiques qui dépassent très largement le territoire local ou national d'où ils ont été initiés ou auquel s'attache leur propos. Cette « extraterritorialisation » du retentissement médiatique de certains actes canularsques est la résultante de la globalisation qui affecte de manière accrue la production et la diffusion de l'information depuis plus d'une décennie. Elle ne manque cependant pas de nous interroger sur les raisons qui conduisent tel canular plutôt que tel autre à connaître une propagation de nature plurinationale et sur la manière dont, en fonction de leur appartenance à un territoire culturel, les médias abordent et rapportent ce type de fait.

### **Les facteurs socio-historiques d'émergence du phénomène**

Le phénomène canularsque n'est pas récent et il trouve vraisemblablement ses origines – au moins sous sa forme contemporaine – dans le XVIII<sup>e</sup> siècle européen. Sous des modalités plus rudimentaires et évidemment moins publicisées, certains historiens font remonter ses balbutiements aux pratiques carnavalesques, farcesques et aux divers jeux d'identités propres à la culture populaire du Moyen-âge.

Si l'imposture, le simulacre, l'usage du faux, l'expression parodique, la mystification ou la production délibérée d'une fausse nouvelle renvoient au passé parfois assez lointain de nos sociétés, le canular proprement dit – qui emprunte certains procédés aux formes précédemment citées – paraît toutefois se caractériser par la mise en œuvre de mécanismes plus complexes et plus élaborés.

Les rares chercheurs qui se sont penchés sur la généalogie du phénomène associent son apparition à l'émergence des sociétés industrielles, voire préindustrielles. Lynda Walsh (Walsh, 2003) établit notamment un parallèle étroit entre les rouages assez sophistiqués du canular – ce qu'elle appelle « *the mechanics of hoaxing* »<sup>4</sup> – et la montée en puissance des machines et de la production industrielle dans le monde anglo-saxon entre la fin du XVIIIe siècle et le milieu du XIXe. Dans un registre un peu différent et pour expliquer les ressorts du canular, Erving Goffman (Goffman, 1974) emploie très systématiquement le terme de « *fabrication* » qui, en anglais, réfère à la « fabrique » – ancêtre de l'usine et lieu de transformation des matières premières en produits manufacturés – et signifie aussi « invention » ou « contrefaçon ».

Mettre en lumière les liens de causalité qui lieraient le canular aux effets de la révolution industrielle demeure cependant un exercice délicat, même si les termes français et anglais aujourd'hui utilisés pour le désigner apparurent tous deux au cours du XIXe siècle. Le plus souvent, les pratiques sociales précèdent les dénominations qui leur sont données pour les qualifier. C'est vraisemblablement le cas à propos de l'objet qui nous intéresse.

Bien d'autres éléments semblent désigner la période d'émergence d'une pratique élaborée du canular à la charnière des XVIIIe et XIXe siècles. C'est de cette époque que datent les premiers témoignages significatifs à son sujet. Les thèmes auxquels il recourt dans son expression narrative se rapportent alors le plus souvent aux territoires de la découverte, de l'invention, aux effets du changement social accéléré et aux progrès de la connaissance et du savoir humains. L'exploration géographique, la découverte scientifique, le progrès technologique, l'évolution des croyances, mais également l'intermédiation croissante qui s'instaure entre les personnes et la réalité du monde, constituent le principal substrat sur lequel se développent de multiples formes de mystification, depuis la rumeur jusqu'à la falsification et la supercherie, en passant par le canular.

Le Siècle des Lumières, avec sa formidable ouverture sur le monde et l'esprit de liberté qu'il incarne, a de toute évidence été le terreau fertile de ce jeu subtil associant le vrai et le faux, le réel et le fictionnel, que le canular porte en lui. Bien sûr, l'usage rhétorique et

---

<sup>4</sup> Lynda C. Walsh, *The Rhetoric of the Scientific Media Hoax: Humanist Interventions in the Popularization of Nineteenth-Century American Science*, (Thèse de doctorat), Austin, The University of Texas at Austin, 2003, pp. 360-366.

propédeutique du faux pour révéler le vrai n'est pas nouveau : Platon, au travers de l'« *elenchus* », en fit un abondant usage auprès de ses élèves. Néanmoins, ce fut avec l'éveil de la conscience individuelle et l'acquisition de nouvelles libertés qu'il devint possible au sein de la société, à partir du XVIIIe siècle, d'établir un rapport plus complexe à la notion jusque-là assez monolithique de vérité.

La conjonction de l'émergence d'un monde plus ouvert et plus tolérant, d'une rapide transformation économique et sociale, d'une démocratisation de l'accès à la connaissance et à l'information ainsi que d'une remise en cause plus systématique des valeurs et des attendus qui régissaient jusque-là l'organisation sociale et politique de la société représente un contexte socio-historique particulièrement propice à la naissance et à la propagation du phénomène qui nous intéresse.

### **La diversité croissante des formes d'inscription médiatique du canular**

Bien que le canular ait conservé, au fil du temps, certaines formes de manifestation limitées au champ des relations interpersonnelles ou à celui des rapports internes propres à un groupe social ou une communauté donnée, force est de constater qu'il emprunte de plus en plus souvent les voies d'une publicisation élargie. Le rôle des médias, en particulier des médias de masse, dans cette extension du champ d'action et de répercussion du canular est indiscutable. C'est d'ailleurs souvent au travers de leur transcription et leur divulgation au public par les médias que nombre de canulars perpétrés à l'endroit d'un individu ou d'un groupe social prennent une existence sociale et acquièrent valeur d'événement.

Ainsi, le canular scientifique monté en 1997 par Alan Sokal à l'encontre de ses pairs ne visait préalablement qu'une partie de la communauté intellectuelle et universitaire. Le support qui véhicula la mystification – *Social Text* – et celui qui la révéla – *Lingua Franca* – étaient certes deux revues assez prestigieuses, mais leur diffusion respective n'en était pas moins restreinte. L'émoi suscité par cet acte provocateur au sein de la communauté intellectuelle, relayé d'abord par Internet puis par de grands médias d'information, lui offrit une résonance sans commune mesure avec l'écho habituellement recueilli par les canulars de ce type.

Au-delà de cette dimension propagatrice, les médias sont souvent aussi, depuis le XIXe siècle, des acteurs directs de la perpétration de canulars, tantôt à titre d'instigateurs ou auteurs de ceux-ci, tantôt en devenant la cible de ce type d'acte ou en donnant involontairement leur accréditation et leur imprimatur à une fausse nouvelle. A côté de formes variables d'inscription des médias dans le déroulement de certains canulars, il existe aussi des transcriptions de ceux-ci dans des formats médiatiques, ainsi que des « intrusions » canularesques à l'intérieur des procès de production, de sélection et de diffusion de l'information par les médias.

Ce constat de la diversité des interactions entre canular et médias renvoie à l'illustration choisie pour introduire notre propos. Il permet de préciser en quoi l'hypothèse selon laquelle certains médias seraient plus imperméables que d'autres à la pratique canularesque est, à ce stade de notre réflexion, assez discutable.

Certes, la télévision a toujours fait, depuis son apparition, l'objet d'une attention et d'une réglementation étroite de la part des institutions étatiques. La puissance du média, illustrée notamment par la place de choix qu'il occupe à l'intérieur des foyers, par la force évocatrice résultant de l'association de l'image en mouvement et du son ou encore par sa capacité à retransmettre en direct le déroulement de certains événements, a toujours suscité l'intérêt mais aussi l'inquiétude des pouvoirs publics. Ainsi les autorisations d'émettre et de diffuser des programmes fait l'objet d'une grande parcimonie, même dans les régimes démocratiques les plus avancés. La plupart des chaînes sont soumises à un cahier des charges et un strict respect des règles déontologiques est exigé. Plus encore que dans tout autre média, la diffusion d'une fausse nouvelle constitue une entorse majeure aux yeux des autorités comme à ceux du public.

Dans sa forme autant que sur le fond, le canular perpétré fin 2006 par la RTBF fut donc effectivement une sorte de première mondiale. D'autres cas de nature assez analogue avaient certes déjà été commis par des chaînes de télévision, mais les publics exposés à ceux-ci étaient bien plus restreints et la nature de la mystification mise en œuvre était plus anodine<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Citons notamment le cas du « Spaghetti Tree », un faux reportage diffusé par la BBC le 1<sup>er</sup> avril 1957 et montrant une famille suisse récoltant les fameuses pâtes dans un prétendu « arbre à spaghetti ». Cet aliment étant encore peu courant à l'époque dans l'alimentation des Britanniques, nombre de téléspectateurs crurent en cette farce du 1<sup>er</sup> avril et contactèrent la chaîne pour savoir comment se procurer un tel arbre. Dans un passé plus proche, signalons le faux documentaire intitulé « Forgotten Silver » racontant la vie d'un soi-disant pionnier mondial du cinéma de nationalité néo-zélandaise, étonnamment oublié par l'Histoire. Le film en question fut diffusé sans avertissement de son



Pour autant, il serait inexact de croire que la télévision ait été jusque-là épargnée par le phénomène canular. En matière journalistique, les entorses déontologiques n'y sont pas moins fréquentes que dans les autres médias. La recherche du spectaculaire, associée à un usage fréquent mais toujours risqué du « direct », a souvent conduit ce média à devenir une cible et un réceptacle privilégiés par les imposteurs, quelle que soit la nature de leurs intentions. Aux Etats-Unis, où ce média a connu le plus tôt son expansion, les cas de mystifications canulars opérées à l'insu des chaînes par des amateurs ou de véritables « *hoaxers* » professionnels<sup>6</sup> sont particulièrement nombreux depuis la fin des années 1950. Plus tardifs et moins fréquents, les canulars télévisuels de ce type n'ont pas épargné la télévision française<sup>7</sup>. Mais le canular, dans sa forme populaire, a également connu « *une transposition télévisuelle* », au sens où l'entend Oscar Steimberg dans ses travaux à propos de l'adaptation à la télévision du jeu devinette<sup>8</sup>. Ainsi les émissions de « *Candid camera* » ou de « caméra cachée » qui apparaissent respectivement à la fin des années 1950 aux Etats-Unis et dans le courant des années 1960 en Grande-Bretagne, en France, en Allemagne et en Italie, représentent une adaptation, certes un peu aseptisée mais bien effective, des procédés canulars mis en œuvre dans la vie quotidienne et aussi par les autres médias.

---

caractère fictif par la NZ2, chaîne de la télévision publique néo-zélandaise en 1995 et provoqua durant quelques jours, avant la révélation de la mystification, un élan de fierté nationale parmi une large partie de la population de l'île. Suivant un procédé analogue, citons enfin le cas d'un autre documentaire – « Alien Abduction » - relatant le prétendu témoignage d'une famille victime d'un enlèvement par des extra-terrestres, diffusé en 1998 sur la chaîne câblée UPN aux Etats-Unis et qui mystifia une partie des téléspectateurs qui avaient suivi ce programme.

<sup>6</sup> « *Hoaxer* » est le terme le plus couramment utilisé en anglais pour désigner l'auteur d'un canular. Si les procédés employés par eux s'apparentent souvent à celui de l'arnaqueur, leurs intentions en revanche sont bien plus anodines et ne visent qu'à tourner en dérision leurs victimes. Tour à tour, Alan Abel dans les années 1960 et 1970, puis Joey Skaggs dans les deux décennies suivantes ont été qualifiés par la presse de « *Greatest hoaxer in the world* » pour leurs nombreux canulars perpétrés à l'encontre de nombreuses chaînes de télévision.

<sup>7</sup> Parmi ces cas de canulars perpétrés sur des chaînes françaises, nous signalerons les deux impostures opérées par un groupe de jeunes farceurs issus des milieux de la contre-culture intitulé La Crobard Team. En 2004, un nouveau service apparaît sur Internet permettant de louer un « Destroy escort » (punk, gothique, teufeur, au choix !) pour animer les soirées privées. L'émission « Incroyable mais vrai » du 12 juillet 2004 sur TF1 se fera piéger par ce commerce fictif en invitant des membres du groupe sur son plateau pour présenter leur « agence ». Les auteurs du canular dévoileront quelques jours plus tard la supercherie sur leur site Internet. Ceci n'empêchera pas des journalistes de M6 de les contacter à leur tour et en toute crédulité pour l'émission « Affaire de familles » du 14 décembre 2004. Le groupe invente alors une histoire assez incroyable d'une fille de gendarme devenue orpheline suite au décès de son père en défendant un champ de cultures OGM et recueillie par un couple de punks. L'émission enregistrée ne passera cependant jamais à l'antenne car l'imposture sera découverte quelques jours avant la diffusion. (Sources : <http://crobard.propagande.org/> et <http://thecrobard.free.fr/>, consultables en ligne au 31 octobre 2010).

<sup>8</sup> Oscar Steimberg, « Des genres populaires à la télévision : étude d'une transposition » in *Réseaux* n°81, CNET, 1997, pp. 47-59.

Car le champ de la télévision n'est pas le seul territoire médiatique à connaître une déclinaison riche des procédés particuliers à l'œuvre dans le canular. Dans la presse écrite – d'information ou de divertissement, généraliste ou thématique – comme en radio, la marque du canular est présente sous des formes tout aussi variées qu'en télévision. À côté des canulars événementiels, exceptionnels – prémédités par le média ou « intrusifs » – il existe également des canulars plus normés, plus répétitifs au point d'être parfois ritualisés. Depuis près d'un siècle, la presse écrite s'est ainsi, et à sa manière, emparée de la vieille tradition des farces et des canulars perpétrés chaque 1<sup>er</sup> avril dans nombre de pays occidentaux. À date fixe donc, les journaux inventent avec malice – et parfois même avec délice – de fausses nouvelles à caractère loufoque et bon enfant, visant à éprouver la sagacité de leurs lectorats respectifs. Si le procédé de base employé est, peu ou prou, le même que celui qui régit les canulars plus intrusifs et plus transgressifs parfois perpétrés dans la presse d'information, l'impact perturbateur de l'acte auprès du public est généralement allégé par le caractère répétitif et ritualisé de son inscription.

Comme tout énoncé, une information, vraie ou fausse, prend son sens et sa vraisemblance auprès de ceux qui la reçoivent en fonction d'un contexte d'énonciation incluant l'environnement social et événementiel de son émission ainsi que le contexte plus personnel et subjectif de réception des personnes exposées à ce message. Généralement attendues ou même simplement envisagées par les lecteurs, les fausses informations produites à date fixe par les quotidiens s'apparentent, de fait, bien plus à une farce anodine qu'à une véritable tentative de mystification. Cette ritualisation fait d'eux des objets médiatiques relativement faciles à appréhender, à l'inverse des manifestations canularsques qui surgissent de manière inopinée.

### **La délicate appréhension de l'acte canularsque par le chercheur**

En tant qu'objet de recherche, l'acte canularsque est délicat à appréhender, précisément en raison de son imprévisibilité et de la variété des formes qu'il est susceptible de prendre. De fait, peu de travaux ont été jusqu'à présent conduits à son endroit, et ceux qui existent s'attachent souvent au sujet de manière assez parcellaire et ne traitent que de certaines modalités très spécifiques d'inscription du canular dans le champ médiatique. Les variations canularsques les plus étudiées sont les émissions télévisuelles de caméra

cachée, les canulars littéraro-scientifiques perpétrés dans la presse écrite, les émissions radiophoniques mettant en scène des mystifications de grande ampleur et les faux-documentaires diffusés sans avertissement de leur caractère fictionnel. Le plus fréquemment, ces travaux se focalisent sur l'analyse d'un cas retentissant sans véritable approche comparative et diachronique qui permettrait de dégager des enseignements d'ordre plus général à propos de ce type de manifestation<sup>9</sup>.

La diversité des modalités d'inscription médiatique du canular ne tient pas qu'à la multiplicité des médias impliqués aujourd'hui dans cette pratique très particulière. A l'intérieur d'un même support, les registres, les procédés et les dispositifs employés peuvent varier très significativement selon la nature, la personnalité et les objectifs poursuivis par l'auteur. Cette très grande variété des formes prises par le canular médiatique invite à s'interroger sur sa généricité – si tant est qu'il soit possible de parler de « genre » au sens où on l'entend généralement dans le cadre de la production de contenus – et donc sur les caractéristiques communes qui autoriseraient à attribuer cette dénomination.

Sur bien des aspects, la pluriformité du canular médiatique semble renvoyer à la nature extrêmement hétérogène du canular lui-même. En ce domaine, et plus encore que dans celui du canular médiatique, les recherches approfondies sur le sujet font donc cruellement défaut. Il n'existe d'ailleurs pas de définition de celui-ci qui fasse autorité ou même qui recueillerait un large consensus. Sur le plan sémantique, le terme employé pour désigner cette pratique a connu de singulières évolutions et l'usage du mot en langue française est souvent approximatif et déborde largement le cadre de la polysémie de ses définitions référencées dans les dictionnaires. Cette difficulté à circonscrire une définition précise et très opérationnelle de l'objet n'est d'ailleurs pas propre à la langue française : elle est aussi le fait d'autres langues européennes<sup>10</sup>.

Une des raisons qui expliquent cette relative indéfinition de l'objet tient à ce que, outre sa forte singularité et sa relative complexité en tant que type d'acte, chacune de ses

---

<sup>9</sup> Trois canulars médiatiques ont ainsi fait l'objet d'une attention très particulière des chercheurs en sciences sociales : l'émission radiophonique « La guerre des mondes » diffusée en 1938 par Orson Welles, le canular perpétré par Alan Sokal en 1997 et le faux journal télévisé de la RTBF de 2006.

<sup>10</sup> Nous ne sommes pas en mesure de généraliser ce constat car nous ne nous sommes pas penché sur la question concernant les autres langues en usage dans le monde. Notons toutefois que l'absence ou la rareté des manifestations canularesques hors des pays occidentaux n'inclinent guère à penser que d'autres langues aient davantage circonscrit l'objet à travers un vocable spécifique.

manifestations cultive ses propres spécificités et donc une originalité difficilement réductible à une description simple, univoque et invariable. Si, au sens où nous l'entendons, le canular est...

*« Un acte de mystification bénigne et temporaire, perpétré intentionnellement par un auteur – ou un groupe restreint de personnes – à l'encontre d'une cible, avec pour visée finale la production d'un apologue »<sup>11</sup>,*

... l'acte en question induirait donc l'existence d'une déconstruction préméditée de la mystification initiale. La révélation de la mystification faisant nécessairement l'objet d'une large divulgation dans le cas d'un canular médiatique, cette caractéristique de l'acte a naturellement pour incidence directe de rendre très difficile sa reproduction à l'identique. « Chat échaudé craint l'eau froide », dit le dicton populaire pour signifier que celui qui a connu la souffrance évitera toute situation analogue pour ne pas risquer de souffrir à nouveau. Ainsi, et même s'il recourt parfois à des procédés déjà utilisés, l'initiateur d'un canular doit, pour réussir son entreprise, faire preuve de beaucoup de créativité et d'inventivité.

Mais il ne s'agit pas là de la seule condition de félicité requise pour la conduite à bien d'un tel acte. S'il fait bel et bien l'objet d'un projet auctorial, qui suppose donc, en amont de sa mise en œuvre, l'existence d'un plan et l'élaboration d'un scénario par son initiateur, le canular ne se réduit pas à la création d'une simple fiction vraisemblable. C'est en effet dans l'action et dans sa confrontation au monde réel que la fiction réaliste ou crédible concoctée par l'auteur sera en mesure de prouver – ou non – sa capacité mystificatrice. Comme Lynda Walsh (Walsh, 2003, 2006) le souligne dans ses recherches sur les canulars littéraires et scientifiques du XIXe siècle, les travaux sur l'objet se limitent trop souvent à l'analyse littéraire ou à l'analyse esthétique des textes ou créations servant de support à la mystification canularique et ne s'intéressent que trop peu aux circonstances et au contexte de réception de ceux-ci par leurs publics. L'interaction qui se produit alors entre les différents acteurs de la situation ne répond pas toujours – loin s'en faut – aux prévisions de l'auteur. De nombreux concours de circonstances interviennent

---

<sup>11</sup> Il s'agit là de la définition que nous proposons du canular. Elle reprend et synthétise les définitions les plus élaborées données par les dictionnaires et encyclopédies du terme « canular » en français et du terme « *hoax* » en anglais, ainsi que les éléments de définition analytique de l'objet suggérés par Goffman (1974), Fedler (1989) et Walsh (2003, 2004).

durant le processus, tantôt pour faciliter son exécution, tantôt pour le contrarier. Cette confrontation de la fiction à une situation réelle et non stabilisée rend par nature incertaine la suite des événements. Fragile, l'acte canularique n'est pas voué à une réussite évidente parce que planifiée par son auteur. Celui-ci doit non seulement témoigner de créativité lors de la conception de son forfait, mais aussi de réactivité, d'intelligence et de sens de l'opportunité tout au long de sa mise en œuvre.

Ces contraintes multiples et ces aléas nombreux, congénitaux à l'acte canularique lui-même, contribuent fortement à l'explication de la singularité forte des cas observables.

Pour le chercheur qui s'intéresse à la question, l'observation précise d'un canular afin d'en analyser les procédés et les mécanismes n'est donc pas chose aisée, la nature particulière de l'objet entravant, une fois de plus, la reconstitution objective de certaines étapes essentielles de son processus de mise en œuvre. La conception de l'acte ainsi que la « fabrication » du cadre et de l'objet mystificateur s'opèrent généralement dans le plus grand secret ; secret impliquant soit une seule personne (l'auteur), soit un groupe assez restreint de personnes (l'auteur et quelques complices ou « initiés »). De fait, les seules informations dont nous disposons sur ces deux phases stratégiques du déroulement d'un canular sont celles éventuellement données a posteriori par l'auteur. Pour le chercheur, tout comme pour le journaliste qui cherche à retracer le processus, cette situation oblige de se parer de nombreuses réserves quant à la véracité des propos délivrés par un acteur impliqué, par ailleurs rompu à la mystification.

Concernant tout particulièrement les canulars perpétrés avec des visées communicationnelles, c'est-à-dire avec la volonté de leurs auteurs de voir leurs actes relayés et racontés à l'intérieur de l'espace public, une grande prudence est de mise dans l'utilisation des matériaux journalistiques ou des récits auctoriaux qui sont, pour l'essentiel, produits à l'issue de l'action. La narration opérée par les auteurs de l'acte est généralement de nature apologétique et relève assez souvent d'un discours d'autovalorisation. Des zones d'ombre importantes concernant certains faits subsistent toujours : certains éléments sont parfois purement et simplement écartés ou excessivement enjolivés pour mieux répondre aux fins recherchées par l'auteur. En dépit de la méthode éprouvée de l'enquête journalistique et des règles déontologiques qui encadrent la pratique de son métier, le récit produit par le journaliste n'est pas exempt de lacunes dans

la reconstitution des faits et leur interprétation. A l'exception des cas – assez rares – où le journaliste a pu assister personnellement à la phase de mystification et à d'autres étapes du processus canular, celui-ci se trouve généralement assez dépendant de l'auteur et de sa façon assez particulière de raconter les faits. Il ne peut par ailleurs s'appuyer que de manière très résiduelle sur les déclarations des victimes de l'acte souvent peu prolixes sur leur mésaventure et limitant le plus souvent leurs interventions à une dénonciation vigoureuse, mais très sommaire, de la machination dont ils ont fait l'objet.

Par ailleurs, et dans la mesure où les effets provoqués par le canular demeurent bénins et que la fausse information, une fois sa facticité révélée, a perdu sa valeur de « grande » information, le traitement journalistique qui s'en suit s'inscrit très souvent dans le registre de l'anecdote, de la belle histoire ou du récit insolite, visant à divertir le lecteur plus qu'à l'informer véritablement. Le récit médiatique qui en découle s'autorise alors quelques libertés narratives et stylistiques qui, là encore, ne facilitent guère la reconstitution rigoureuse des faits et des interactions.

### **Une approche pluridisciplinaire**

Considérant sa dimension médiatique, complexe et pluriforme, l'acte canular appelle à l'évidence le recours aux méthodes et aux approches théoriques développées par les sciences de l'information et de la communication. Il mérite à ce titre d'être étudié et analysé en fonction de ce que Patrick Charaudeau appelle les trois lieux de pertinence de la machine médiatique : la production, le produit et la réception<sup>12</sup>.

La production d'un canular engage, en général, un travail très conséquent de la part de son auteur. En tant que support d'un message fictif, mais suffisamment crédible pour paraître vrai, le canular nécessite de la part de son auteur la production d'un énoncé assez sophistiqué. L'étude des conditions de cette production enjoint le chercheur à s'intéresser à ce que Charaudeau appelle l'espace « externe-interne », c'est-à-dire « *le champ des conditions sémiologiques de la production qui président à la réalisation même du produit médiatique* » où se détermine le comment faire en fonction des visées de sens, fixées par

---

<sup>12</sup> Patrick Charaudeau, *Le discours d'information médiatique – La construction du miroir social*, Paris, Nathan, 1997, pp. 15-22.

l'auteur à l'endroit d'une cible « *dont on sait qu'elle ne peut être totalement maîtrisée* »<sup>13</sup>. Concernant la communication canularique, ces effets de sens visés ne disposent – plus encore que dans tout autre type de production médiatique – d'aucune garantie qu'ils correspondront aux effets réellement produits chez le récepteur. Cette problématique d'ordre socio-discursif qui vise à mettre en lumière le travail de l'auteur pour donner une cohérence entre les « effets supposés » et « effets visés » est capitale dans le cadre de nombre de canulars médiatiques où l'objet mystificateur ne constitue pas une production arrêtée lors de la confrontation de celui-ci avec sa cible. C'est, en effet, à ce stade du processus que, lorsque la mystification repose sur une production « performée » – avec toutes les incertitudes et les dérapages possibles liés à la part d'improvisation qui en découle –, que se détermine l'aptitude de l'auteur à mener à bien son entreprise.

Mais l'analyse de la production d'un canular suppose également qu'on étudie la façon dont l'auteur appuie son énoncé au travers de son inscription dans un contexte d'énonciation facilitant sa vraisemblance au regard de sa cible et des autres acteurs de la situation. En prolongeant la métaphore théâtrale employée par Goffman dans *Les cadres de l'expérience*<sup>14</sup>, nous dirons qu'elle suppose souvent de la part de l'auteur la « fabrication » d'un véritable « décor ». Que l'auteur appartienne ou non à une instance médiatique, cette production renvoie à l'espace « externe-externe » des conditions socio-économiques avec une problématique qui consiste notamment à étudier les moyens mis en œuvre pour mettre le « *produit à la portée du plus grand nombre possible et de déclencher chez ce dernier un acte d'appropriation* »<sup>15</sup>.

La phase de production d'un canular médiatique, qui s'étend bien au-delà de sa conception et de la production de la mystification, représente actuellement la partie la moins connue et la moins étudiée de ce qui constitue le processus canularique. Dans le domaine de la communication, comme d'ailleurs dans les domaines de l'artisanat ou de l'industrie, la production demeure souvent la « boîte noire » de l'activité humaine ou ce que Pierre Schaeffer appelle le « triangle caché »<sup>16</sup>.

---

<sup>13</sup> *Op. cit.*, p.17.

<sup>14</sup> Erving Goffman, *Les cadres de l'expérience*, Paris, Les Editions de Minuit, 1991 (pour la traduction française du texte original de 1974), pp. 132-158.

<sup>15</sup> Patrick Charaudeau, *Op. cit.*, p.17.

<sup>16</sup> Pierre Schaeffer, *Machines à communiquer*, tome I, Paris, Seuil, 1970, p. 63.

L'étude du canular médiatique implique aussi qu'on s'intéresse aux composantes du discours ou du message falsifié produit par l'auteur dans le cadre de la mystification, mais également au message qu'il délivre à l'issue de la révélation de la mystification à propos de son acte et de la signification qu'il lui donne. Ce lieu du « produit » ou de la construction du discours – pour reprendre encore les termes de Charaudeau – est d'abord le lieu où sont produits des « effets possibles » dont l'effectivité finale dépend de l'interprétation qu'en fera le public, l'instance de réception. L'approche de nature sémi-discursive qui guide en ce domaine le travail du chercheur en sciences de l'information et de la communication doit notamment s'attacher à mettre en lumière les points de cohérence axiologique entre le discours mystificateur et le discours métaphorique du même auteur à l'issue du processus canularique. Car l'acte canularique ne prend sa véritable valeur d'apologue que dans la mesure où le discours mystificateur porte en lui des signes de sa facticité et que la thématique déployée dans ce cadre dispose d'un minimum de correspondance avec le propos servant de support à l'apologue final de l'auteur.

Concernant les manifestations canulariques, l'étude du discours mystificateur est sans conteste le terrain qui jusqu'à présent a été le plus exploré par la recherche, tant dans le domaine de la linguistique que dans celui des études littéraires. Mais, comme Walsh<sup>17</sup> le souligne avec justesse, ce type d'analyse généralement focalisée sur le texte servant de support à la mystification, sans prise en considération de son « extra-textualité » et de ses conditions très particulières d'énonciation, ne permet pas une compréhension globale et pertinente de l'acte canularique.

Le canular médiatique suppose également d'être étudié en termes de réception, notamment parce que sa valeur mystificatrice n'est véritablement évaluable qu'à l'aune de sa capacité effective à tromper tout ou partie de son public. En poursuivant sur les pas de Charaudeau<sup>18</sup>, l'espace d'interprétation du « produit » peut se décomposer en deux espaces relativement distincts : celui de l'« interne-externe » qui correspond au destinataire idéal du message, sa cible ; celui de l'« externe-externe » où se trouve le récepteur réel, le public. Le premier espace renvoie essentiellement à l'étude des processus psycho-socio-cognitifs de perception, de compréhension et d'évaluation de ce

---

<sup>17</sup> Lynda. C. Walsh, « What is a Hoax ? » in *Text, Practice, Performance* IV, printemps 2002, pp. 103-120.

<sup>18</sup> *Op. cit.*, pp. 20-21.



qui est perçu. Le second se rapporte davantage aux attitudes appréciatives généralement mesurées par les enquêtes quantitatives et les études d'impact.

Il s'agit donc là d'études et d'analyses particulièrement complexes à mener et nécessitant des moyens qui sont généralement hors de portée du simple chercheur. Si les procès psycho-socio-cognitifs engagés lors d'une mystification ou d'une manipulation délibérée à l'encontre d'une cible font l'objet de nombreuses expérimentations dans le domaine des sciences cognitives, elles ne se sont, à notre connaissance, jamais attachées à l'objet canularique et à ses effets *in vivo*. Concernant les études quantitatives en réception auprès des publics exposés à un acte canularique, elles sont dans l'ensemble extrêmement rares et bâties selon des protocoles d'enquête qui ne sont pas normés, rendant ainsi difficiles les comparaisons entre les différentes observations. Elles sont, par ailleurs, très discutables sur le plan méthodologique puisque, pour des raisons qui tiennent à la morphologie même d'un acte canularique, elles sont systématiquement effectuées après la révélation publique de la mystification. Reposant sur des données de nature déclarative et recueillies a posteriori auprès du public, elles font fréquemment l'objet d'une restitution assez discutable de la part des enquêtés. Devant la crainte de passer pour particulièrement crédules auprès de l'enquêteur, certaines personnes peuvent être amenées à mentir sur la façon dont elles ont réagi face à la tentative de mystification. D'autre part, les polémiques publiques qui voient parfois le jour à la suite d'un canular médiatique peuvent également inciter les enquêtés à orienter leurs réponses non pas en fonction de leur vécu effectif et personnel de la situation, mais suivant le jugement axiologique ou moral qu'ils se font de l'acte, de son auteur ou du procédé employé.

En matière d'effets produits par la mystification et sa révélation auprès du public, le matériau exploitable manque donc cruellement. Il arrive parfois que, au sujet de certains canulars, on dispose d'éléments de captation filmique des réactions d'une partie du public durant la phase de mystification ou de révélation. Ces documents, toutefois, sont parcellaires et font la plupart du temps l'objet d'une production ordonnée par l'initiateur de l'opération en vue d'étayer la réussite de son entreprise. Pour certains canulars médiatiques de la période récente, les témoignages ou réactions des internautes sur certains sites ou forums offrent quelques éléments supplémentaires d'appréciation, même si ceux-ci ne sont pas toujours représentatifs de l'ensemble du public exposé. Le plus

souvent, il faut se contenter de témoignages de seconde main recueillis par les médias pour tenter d'évaluer les effets produits par l'acte mystificateur.

Ainsi, dans le cadre de notre recherche, nous avons tenté de mettre en œuvre – dans les limites des informations disponibles telles que précisées précédemment – une approche globale des mécanismes communicationnels en action dans le cadre des canulars médiatiques perpétrés au cours de la période récente. Le matériau et les sources disponibles nous ont toutefois conduit à privilégier une approche de nature socio-discursive, plus particulièrement attachée à la connaissance et à la compréhension du processus productionnel et actionnel de l'acte canularesque. Car c'est là une des caractéristiques majeures du canular que de porter plusieurs niveaux de discours successifs – celui du faux, celui de la révélation du faux et celui de la valeur axiologique de cette expérience – qui se confrontent à leurs effets performatifs dans la réalité sociale.

S'il peut être, en bien des points, apparenté à un acte de communication, le canular médiatique n'est cependant pas réductible à un acte de langage. Il relève d'un processus actionnel complexe où l'auteur, bien que faisant souvent figure de chef d'orchestre des opérations, est en réalité soumis aux contraintes de son environnement et au contexte culturel et événementiel dans lequel s'enclenche l'action. Tout au long de son déroulement, le projet canularesque de l'auteur doit aussi se confronter et interagir avec d'autres acteurs : sa cible, naturellement, mais aussi le public exposé à sa mystification et les témoins de l'action parmi lesquels figurent souvent les médias.

Les chercheurs, peu nombreux, qui se sont penchés sur cet objet avec une réelle pertinence dans leurs conclusions s'inscrivent tous dans une approche de nature pluridisciplinaire mais accordent une place conséquente aux théories issues du pragmatisme et de l'interactionnisme<sup>19</sup>. Par sa nature particulière, le canular médiatique conduit, assez logiquement, à mobiliser et à articuler différents éclairages relevant à la fois des sciences de l'information et des courants de la micro-sociologie. Le recours à une approche pluridisciplinaire, pour indispensable qu'elle soit face à un objet aux apparences aussi hybrides que le canular médiatique, suppose toutefois une forte cohérence

---

<sup>19</sup> Linda Walsh revendique sa filiation avec l'école de la linguistique pragmatique, Erving Goffman est un des initiateurs de la sociologie interactionniste et Javier Izquierdo-Martin, qui a développé des analyses approfondies de la phase de révélation dans les émissions espagnoles de caméra cachée, emprunte beaucoup aux travaux de l'ethnométhodologie et des « expériences de rupture » développées par Harold Garfinkel.

épistémologique entre les théories appelées pour procéder à son analyse. Les méthodes d'analyse dérivées de la pensée pragmatique américaine, en particulier les approches de la sociologie interactionniste et de l'ethnométhodologie, ont pour avantage d'avoir fortement associé dans leur réflexion la dimension communicationnelle à la réalité sociologique ou anthropologique de leurs travaux.

A l'intérieur de ce champ de recherche et de réflexion théorique, les travaux conduits à la suite de Gregory Bateson par certains chercheurs de l'école de Palo Alto<sup>20</sup> sur l'« action située » nous ont semblé particulièrement pertinents pour procéder à l'analyse des procédés et des interactions qui régissent le déroulement des canaux médiatiques. Dans un ouvrage paru en 1987<sup>21</sup>, Lucy Suchman développe les bases de la théorie de l'« action située » à partir de l'étude qu'elle a menée sur les rapports entretenus par les humains avec les nouvelles technologies. Mettant en lumière les différences entre l'action planifiée d'une machine sophistiquée et l'intervention humaine dans un processus actionnel, elle définit une conception de l'action qui remet en cause le postulat traditionnel concernant l'action préméditée et la compréhension supposée partagée entre les acteurs participant à l'action. Selon Suchman, « *notre représentation du déroulement de l'action dans la culture occidentale est réifiée à l'instar de l'image que nous avons du fonctionnement des machines intelligentes* »<sup>22</sup>. La notion de plan, de programme ou d'action préméditée, mettant en jeu des acteurs parfaitement rationnels ne répond pas à la réalité des situations sociales dans lesquelles s'inscrivent la plupart de nos actions.

Au modèle planifié de l'action humaine, développé par les sciences cognitives, Suchman oppose le modèle de l'action située qui tient compte de la contingence des circonstances et des interactions souvent complexes qui s'établissent entre les acteurs. Dans le modèle planifié, le plan est une séquence conçue pour accomplir des objectifs prédéfinis : l'action se pose comme l'instrument de résolution d'un problème où l'acteur établit un cheminement depuis un état initial jusqu'à l'objectif recherché. Les autres acteurs de la situation sont considérés comme des variables additionnelles de l'environnement agissant suivant des mécanismes qui sont prédéterminables. L'ordre dans lequel une succession

---

<sup>20</sup> « Pour Bateson, les systèmes sont immanents aux actions, ils prennent forme dans les interactions que l'on observe et ne se situent pas en amont de ces dernières comme des sources cachées des actions qui seraient analogues à des moules industriels produisant des objets à la fois variés et toujours construits à l'identique », Eric Maigret in *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, (3e édition) 2008, p. 85.

<sup>21</sup> Lucy A. Suchman, *Plans and situated actions. The problem of human-machine communication*, Cambridge, Cambridge University Press, 1987.

<sup>22</sup> *Op. cit.*, p. ix.

d'opérations doit être performé est donc contrôlable par l'acteur compétent. Cette conception de l'action conduit à définir des modèles où des procédures définitives sont substituées à de vagues plans, à la représentation de la situation de l'action, et aux détails effectifs de celle-ci.

Suchman inscrit sa conception de l'« action située » dans le prolongement des travaux de Garfinkel sur l'ethnométhodologie qui conteste le primat de la théorie sur la pratique et elle suggère que le raisonnement pratique mérite à l'endroit de chaque type d'action d'être investigué. Pour l'action située, chaque développement de l'action dépend pour l'essentiel des circonstances matérielles et sociales qui lui sont propres, et c'est en fonction de la manière dont les personnes utilisent ces circonstances que celles-ci parviennent ou non à conduire une action intelligente. C'est donc en intégrant en cours d'action les circonstances et les ressources qui peuvent en découler que les personnes réussissent à produire véritablement des schémas d'orientation en vue de la réalisation effective de leurs objectifs – ceux-ci faisant parfois l'objet de réajustements fréquents en cours de réalisation.

Le plus souvent, les plans sont des tentatives d'anticipation des circonstances par l'acteur qui initie l'action : ils constituent pour lui un outil, une ressource dans les actions situées, mais ils ne déterminent pas le déroulement de l'action. Les plans sont généralement utilisés après coup pour justifier l'action : ils sont une reconstruction de l'action située. Pour Suchman, le plan ou le récit qui est produit à la suite de l'action n'appartient pas à l'action, mais constitue en soi une nouvelle action.

La théorie de l'action humaine développée par Suchman est particulièrement intéressante pour l'étude du canular en général et du canular médiatique en particulier. Composé d'une succession d'actions engageant de multiples interactions entre les acteurs et également des incidences imprévisibles de l'environnement et du contexte sur le déroulement, le canular est un processus actionnel dont les effets recherchés par son auteur ne sont jamais garantis. Si la plupart des actes canulars réussis ressemblent souvent à des actions planifiées, c'est d'abord parce qu'ils ont été menés à leur terme, mais, souvent aussi, que le récit qui en est fait a posteriori par l'auteur ou par les médias a fait l'objet d'une rationalisation des faits. Les intentions initiales des auteurs étant rarement énoncées publiquement avant la perpétration de l'acte, l'auteur dispose de la

possibilité de redéfinir ses objectifs en cours de route et surtout à l'issue du déroulement de l'action, sans que les commentateurs puissent trouver matière à y redire.

Pour répondre aux défis posés par l'action située en tant qu'objet de recherche, Suchman suggère de procéder à l'étude des pratiques telles qu'elles s'expriment dans le cours de l'action et non de se limiter aux discours sur l'action. L'approche empirique constitue donc une étape essentielle du travail du chercheur et l'étude de l'action ne doit en aucune manière occulter les réorientations ou les incidents qui surviennent durant son déroulement.

### **Une méthodologie fondée sur l'étude multiple de cas et l'investigation semi immersive**

Compte tenu de l'assez grande hétérogénéité des formes prises par les différentes manifestations canulariques, de la rareté des travaux analytiques conduits sur le sujet et de l'absence de modèle interprétatif satisfaisant, nous avons choisi de mener notre recherche suivant plusieurs étapes :

- 1) L'identification d'un large corpus de cas « historiques » de canulars – ou pour le moins désignés comme tels – et ayant fait l'objet d'un niveau satisfaisant de description par les médias, par leurs auteurs et – quand cela est le cas – par des travaux de recherches. (*Corpus exploratoire*).
- 2) Sur la base de cette compilation – évidemment non exhaustive, mais représentant plusieurs centaines d'occurrences – nous avons tâché, en nous aidant de tentatives antérieures de spécification de l'objet, de bâtir un schéma générique relativement simple décrivant les principales étapes et caractéristiques d'un acte canularique. (*Schéma processuel type de l'acte canularique*).
- 3) A partir des spécifications mises au jour dans ce schéma, nous avons procédé à la recension la plus exhaustive possible des occurrences supposément canulariques survenues durant la période de la mise en œuvre effective de notre recherche – fin 2004 à fin 2008. Après validation du caractère canularique d'un certain nombre d'occurrences composant ce « pré-corpus » et vérification de l'existence de

sources suffisantes pour en permettre une description pertinente, nous avons procédé à la détermination du corpus de cas devant servir de support à notre analyse approfondie du phénomène au cours de la période récente. (*Corpus d'analyse*).

D'une taille restreinte pour permettre une analyse très circonstanciée de chacune des occurrences retenues, les cas composant ce corpus devaient aussi répondre à trois critères essentiels pour être en adéquation avec nos objectifs de recherche :

- Les canulars retenus devaient avoir fait l'objet d'une large publicisation dans les médias. Outre le fait qu'un traitement journalistique significatif provenant de sources diversifiées constituait une des conditions indispensables à la conduite d'une étude et d'une analyse circonstanciée de chaque cas, ce critère représentait également la base d'une définition large du canular médiatique, l'objet précis de notre recherche.

- Les canulars retenus devaient également avoir obtenu un retentissement médiatique important dans au moins deux pays : le pays où il avait été initié ou perpétré et un ou plusieurs autres pays où sa spectacularité intrinsèque ou encore la nature du débat soulevé par celui-ci avaient suscité l'intérêt des médias. L'objectif était notamment de pouvoir vérifier les différences d'appréciation de ce type d'acte en fonction de la plus ou moins grande proximité culturelle avec son contexte de perpétration, mais aussi de comprendre les raisons d'une propension accrue ces dernières années à une internationalisation de la couverture médiatique accordée à nombre d'actes canularsques.

- L'ultime critère de sélection de notre corpus d'analyse concerne la diversité des cas retenus. Se rapportant à un panel restreint de cas, ce corpus d'analyse ne pouvait ambitionner offrir une représentativité du phénomène étudié équivalente à celle d'une enquête quantitative auprès d'un large échantillon. D'approche qualitative, notre recherche supposait alors, dans les limites inhérentes à un corpus restreint, de rendre compte au mieux des différentes formes d'actes canularsques contemporains, afin d'éprouver la validité et le degré de pertinence du schéma descriptif de départ et, éventuellement, d'en modifier les attendus.

- 4) Sur la base des données recueillies au travers d'une enquête très approfondie de chaque cas, nous avons ensuite procédé à l'évaluation du degré de pertinence de notre schéma analytique initial, déterminé les principales variantes à lui apporter pour rendre compte plus finement des différents procédés et dispositifs employés dans la période récente.

Nous inscrivant dans champ d'étude encore peu et très partiellement exploré, nous avons donc opté pour une approche méthodologique faisant alterner phases déductives et phases inductives de recherche. Le choix de cette méthode mixte trouve sa justification dans la nécessité de circonscrire correctement les occurrences mystificatrices relevant véritablement de notre objet d'étude dans la perspective d'en dégager un schéma interprétatif permettant d'analyser et de comprendre les raisons de la recrudescence contemporaine d'actes canulairesques à forte implication médiatique.

Qualifiée d'« anasynthèse » dans le domaine des sciences de l'éducation<sup>23</sup>, cette démarche d'élaboration d'un modèle en plusieurs étapes successives intègre à la fois les données théoriques et les données empiriques de la recherche. Dans sa mise en œuvre, nous avons veillé à ce que la part de l'induction – en particulier celle pouvant relever de la subjectivité du chercheur – occupe une place secondaire au regard des données empiriques recueillies<sup>24</sup>. La modélisation qui en résulte est évidemment fragile car très attachée aux données recueillies au travers de notre corpus d'analyse très circonscrit dans le temps.

La nature complexe de l'objet étudié, ainsi que la singularité notable de chaque occurrence observée, nous a naturellement orienté vers l'étude de cas multiples. Chacune des études composant notre corpus d'analyse vise à la description systématique de l'ensemble des phases composant son déroulement, depuis sa conception jusqu'à l'achèvement de l'action proprement dite en intégrant également les narrations dont il a fait l'objet à la suite de sa perpétration. Dans ce cadre, notre objectif ne se limite donc pas

---

<sup>23</sup> Leonard C. Silvern. *Anasynthesis of the Education and Training Supersystem*, Los Angeles: Education and Training Consultants Co., 1970.

<sup>24</sup> Notre démarche en la matière s'est fortement inspirée des réflexions méthodologiques de Carine Villemagne, sociologue de l'éducation, sur l'anasynthèse et le recours à l'étude de cas multiples (Carine Villemagne, « Des choix méthodologiques favorisant une approche inductive : le cas d'une recherche en éducation relative à l'environnement » in *Recherches qualitatives* Vol. 26(2), 2006, pp. 131-144).

à rapporter et à analyser la manière dont un canular est relaté médiatiquement, mais il entend donner un éclairage pertinent de l'ensemble des mécanismes et des interactions qui régissent le déroulement d'un canular aux différents stades de son procès, que ceux-ci incluent la présence ou non d'une instance médiatique.

Afin de ne pas induire en amont de l'analyse du corpus une définition trop restrictive à l'objet de notre recherche, nous avons choisi de retenir une acception étendue de la notion de « canular médiatique » en considérant a priori comme tel tout cas de canular avéré ayant fait l'objet d'un traitement médiatique significatif durant son déroulement ou à l'issue de celui-ci. Les recherches documentaires conduites en amont de la constitution de notre corpus – et en particulier la lecture des travaux de Fred Fedler sur la question<sup>25</sup> – nous ont convaincu des limites dont pourrait souffrir notre recherche si nous ne considérions comme « canular médiatique » que les seuls canulars initiés et produits par un média ou un journaliste. Si cette conception restrictive du canular médiatique pouvait avoir une certaine pertinence au XIXe siècle quand une proportion importante de canulars était le fruit de la presse écrite, la justesse d'une telle définition n'est – comme le souligne Fedler à la fin de son ouvrage<sup>26</sup> – plus nécessairement de mise à une époque où des acteurs extérieurs au système médiatique parviennent régulièrement à pénétrer l'espace public. La démocratisation de l'accès aux moyens de communication et aux outils de diffusion de l'information incite en effet à ne plus opérer une distinction aussi stricte que par le passé entre professionnels et amateurs.

Si la décision de faire de l'étude de cas le cœur de notre méthode de travail semble particulièrement opportune au regard de nos objectifs<sup>27</sup>, elle suppose cependant la mobilisation de techniques de recueil de l'information adaptées à la particularité de notre objet de recherche. En tant qu'acte dont l'issue finale dépend d'échanges successifs entre une pluralité d'acteurs aux intérêts et aux objectifs souvent contradictoires, le canular ne s'apparente ni à une simple action, ni à un acte de langage ou même un échange conversationnel dont l'étude est courante et dispose d'outils d'analyse éprouvés à l'intérieur du champ des sciences de l'information et de la communication. Même s'il est,

---

<sup>25</sup> Fred Fedler, *Media Hoaxes*, Ames, Iowa State University Press, 1989.

<sup>26</sup> *Op. cit.*, pp. 206-225.

<sup>27</sup> Selon Robert Yin, « *L'étude de cas est une enquête empirique qui examine un phénomène contemporain au sein d'un contexte social réel lorsque les frontières entre phénomène et contexte ne sont pas clairement évidentes et pour laquelle de multiples sources de données sont utilisées.* » in *Case Study Research. Design and Methods*, Newbury Park, Sage Publications, 1989, p. 15.



en partie, porté par la parole et par le discours, l'acte canularique est un véritable processus actionnel, composé de plusieurs phases d'action où chaque étape du procès constitue un préalable indispensable à la mise en œuvre de l'étape suivante. Mettant en scène à plusieurs moments cruciaux de son déroulement des interactions entre une variété d'acteurs dont certains sont parfois imprévisibles dans leurs réactions et leurs comportements, ce processus est en permanence soumis à un degré élevé d'incertitude. Les conditions de félicité indispensables à sa perpétration sont donc nombreuses jusqu'à la clôture réussie de l'acte. En cas d'échec lors d'une des phases capitales du processus, c'est la dénomination même de l'acte qui sera en cause : on parlera alors de « tentative de canular » et non de canular proprement dit. Son étude ne saurait donc se réduire à celle de l'objet mystificateur qu'il met en scène, ni à celle du récit qui succède à l'action elle-même et qui, en soi, constitue une nouvelle forme d'action.

L'étude d'un canular dans sa globalité, y compris dans les formes de narration dont il fait l'objet après-coup, constitue la seule approche permettant à la fois de distinguer sa part de singularité et les caractéristiques susceptibles d'être attachées au genre proprement dit. Elle offre aussi la possibilité d'identifier avec précision la façon dont les médias s'inscrivent, participent – délibérément ou non – aux différents stades de la mise en œuvre de l'acte. Dans les cas où des moyens d'information sont fortement impliqués dans le processus canularique, leur reconstitution détaillée permet également de saisir les failles ou, à l'inverse, les qualités informationnelles des médias concernés.

Au-delà de l'analyse des documents journalistiques ou auctoriaux disponibles, il est nécessaire pour le chercheur de s'atteler à une connaissance précise des phases de préparation qui ont précédé la mise en œuvre effective de l'action. La reconstitution de ces phases tenues secrètes pendant le déroulement de l'acte – et qui ne sont généralement que très partiellement révélées ensuite par ses auteurs – est non seulement essentielle pour comprendre l'enclenchement de l'acte, mais aussi pour déterminer l'appartenance ou non de celui-ci au genre canularique. Car si, à l'instar de Goffman (1974) et de Walsh (2004), nous retenons l'intentionnalité de l'auteur de procéder à une mystification temporaire comme condition *sine qua non* d'un acte canularique, il convient donc d'en valider, *a minima*, l'effectivité. Sans l'existence de cette intentionnalité préalable chez l'auteur, la mystification opérée ne serait que quiproquo ou erreurs de communication.

Sans intentionnalité de voir sa mystification démythifiée, la tromperie s'apparenterait à une pure mystification, une tentative de fraude ou à une falsification malintentionnée.

Ne pouvant faire l'objet d'une « analyse en chambre », la reconstitution de certaines phases du processus actionnel du canular appelle donc une investigation approfondie et la plus objectivée possible à l'instar des techniques et des procédés utilisés par le journaliste d'investigation, l'enquêteur judiciaire, l'anthropologue ou encore le sociologue opérant sur le terrain. L'observation *in vivo* du déroulement de l'acte représente idéalement la technique à mettre en œuvre pour ce type de recherche. Dans les faits, en particulier pour ce qui est d'un corpus d'étude de cas multiples, cette technique d'observation est pratiquement impossible à mettre en œuvre car elle supposerait d'être systématiquement informé en temps réel par l'auteur ou un de ses complices de la gestion et de l'évolution de l'acte et de pouvoir également assister aux préparatifs et à la mise en œuvre de la mystification. Le long travail d'exploration et de prises de contact que nous avons conduit préalablement à la constitution de notre corpus d'analyse nous a permis de bénéficier d'une alerte en amont de la performance par les auteurs de trois des neuf cas étudiés et dans l'un d'entre eux d'assister physiquement à certains travaux de fabrication de la mystification.

A défaut de pouvoir pratiquer un véritable travail d'enquête en immersion, nous avons tenté de collecter le plus grand nombre d'informations au plus proche du déroulement des événements canularsques qui se sont produits durant la période couverte par notre recherche. En amont de celle-ci, nous avons pris soin d'établir un système de veille quasi-quotidien des actions susceptibles de s'apparenter à un canular. Cette veille s'appuyait sur la lecture régulière de plusieurs quotidiens français, anglais, italiens et américains et sur des recherches effectuées à un rythme très régulier sur les moteurs de recherche à partir de mots-clefs déclinés dans cinq langues. Cette veille était également alimentée par les informations et les alertes fournies par un réseau informel d'informateurs que nous avons constitué dès le début de l'année 2004.

Ouvrant sur un thème très peu investigué, ce réseau de nature collaborative, composé de journalistes, d'universitaires et d'organiseurs de manifestations culturelles, nous a permis de rompre avec l'isolement intellectuel du chercheur travaillant sur un sujet « orphelin » et d'enrichir notre réflexion au travers de discussions souvent très

stimulantes. Nous avons également pris le parti d'assister, autant que faire se peut, aux principales manifestations faisant intervenir des artistes, écrivains ou activistes identifiés pour avoir perpétré des canulars.

C'est ainsi que nous avons pu entrer en contact et poursuivre des échanges fréquents avec un certain nombre d'auteurs d'actes canularsques – impliqués ou non dans les cas composant notre corpus d'analyse. Dans six des cas analysés, nous avons ainsi pu échanger à plusieurs reprises avec leurs auteurs et obtenir quelques éclaircissements sur les canulars en question. Le risque de cette démarche était évidemment que cette relation répétée avec des acteurs directement impliqués n'en vienne à influencer notre perception des choses. Nous avons choisi, comme le fait n'importe quel enquêteur, de recouper leurs déclarations avec d'autres sources en approfondissant nos recherches sur les points de leurs propos qui nous paraissaient discutables, pour les réinterroger une seconde fois de manière plus précise et argumentée. Nous avons aussi décidé de mettre à contribution leur « expertise » en matière de canulars en les interrogeant sur la façon dont ils percevaient et appréhendaient des cas contemporains commis par d'autres auteurs. Leur regard critique – concurrence oblige ! – nous a souvent permis de déceler des incohérences ou des tentatives de mystification opérées par certains « *hoaxers* » au sujet de leurs actions, notamment concernant les effets réellement induits par l'acte mystificateur<sup>28</sup>.

Sur cet aspect-là de notre enquête, nous avons souvent recouru aux réflexions méthodologiques issues de la sociologie de l'action et de l'anthropologie des phénomènes culturels contemporains. Dans le cadre d'un objet de recherche reposant sur un processus actionnel complexe et impliquant la mise en œuvre de compétences à la fois réflexives et opérationnelles de la part des acteurs concernés, le témoignage de ces derniers ainsi que la réflexion engagée par eux sur leurs pratiques et sur leur champ d'action peut s'avérer d'une grande pertinence et d'un apport essentiel pour le chercheur.

C'est le sens notamment des travaux conduits par Donald Schön<sup>29</sup> sur les « praticiens réflexifs » et par Anthony Giddens sur les « acteurs sociaux compétents »<sup>30</sup>. Ce constat de

---

<sup>28</sup> Nos échanges très réguliers avec Joey Skaggs, « *hoaxer* » réputé, mais ayant cessé ses activités canularsques depuis plusieurs années, nous ont été particulièrement utiles à ce sujet.

<sup>29</sup> Donald A. Schön, *Le praticien réflexif. A la recherche du savoir caché dans l'agir professionnel*, Montréal, Editions Logiques, 1994 (Traduction française de *The reflexive practitioner. How professionals think in action*, New

l'apport des « acteurs réflexifs » dans le travail de recherche est parfaitement exprimé par François Dubet lorsqu'il écrit : « *Les acteurs (...) connaissent les enchaînements les plus fins de l'action, les séries des décisions et des choix, les calculs et les anticipations des actions dont ils sont les agents et, pour une part, les auteurs* »<sup>31</sup>. Disposant pour la plupart d'une bonne formation universitaire ou d'un savoir éprouvé en matière de techniques de communication, les auteurs de canulars que nous avons rencontrés cultivent pour la plupart un niveau élevé de réflexion sur leurs actes et sur les pratiques canularesques. Dès lors que la relation établie avec leur interlocuteur participe de ce cadre réflexif sur leur travail, sans la nécessité de leur part de le valoriser à des fins de publicisation comme cela est généralement le cas lorsqu'ils échangent avec des journalistes, les informations recueillies permettent d'enrichir la connaissance empirique de l'objet par le chercheur, mais également de stimuler l'élaboration de ses modèles théoriques<sup>32</sup>.

### **Une articulation en trois parties**

L'objet de notre recherche représente jusqu'à présent un champ relativement vierge d'exploration tant dans le domaine des sciences de l'information et de la communication que, plus généralement, au sein de l'univers des sciences sociales. Nous en avons ci-avant examiné les raisons. Un autre facteur explicatif réside dans la relative indéfinition à laquelle renvoient le terme canular et le substantif médiatique dans le langage courant. Le recensement précis de ce type de manifestations pour permettre d'établir un corpus d'analyse pertinent est ainsi rendu particulièrement délicat à mettre en oeuvre.

C'est la raison pour laquelle nous avons jugé nécessaire de nous intéresser à la généalogie du vocable « canular », en nous efforçant de dégager les différents critères définitoires qui donnent sa cohérence à l'objet et qui le différencient des autres types de mystifications ou de falsifications. Elargie internationalement aux principaux espaces

---

York, Basic Book, 1983), ainsi que *Le tournant réflexif. Pratiques éducatives et études de cas*, Montréal, Editions Logiques, 1992, 532 pages.

<sup>30</sup> Selon Anthony Giddens (in *La Constitution de la société - Eléments de la théorie de la structuration*, Paris, Presses Universitaires de France, 1987, p. 64), « *Les individus sont des acteurs socialement compétents. (...) Les acteurs sont capables de contrôler réflexivement leur action. Autrement dit, ils sont capables d'observer et de comprendre ce qu'ils font pendant qu'ils le font. Ils ont la capacité de théoriser leur action et celles des autres* ».

<sup>31</sup> François Dubet, *La sociologie de l'expérience*, Paris, Seuil, 1994, p. 234.

<sup>32</sup> A titre d'illustration de cet apport réflexif des auteurs, lire l'entretien que nous a accordé Andy Bichlbaum le 28 mai 2006 qui figure en annexe 6, pp. 26-32 (Vol.2).

linguistiques de l'Europe et de l'Amérique du Nord, cette approche étymologique et lexico-sémantique est l'objet d'une première séquence dans la première partie de ce mémoire qui se prolonge par un état des travaux de recherche déjà conduits sur l'acte canularique et se referme provisoirement sur une tentative de définition conceptuelle de celui-ci.

Le second chapitre de notre première partie s'efforce, sur la base des enseignements dégagés précédemment quant à la nature de l'acte canularique et sa définition générique, de décrire et spécifier les critères particuliers permettant, à l'intérieur de cet objet, d'établir une sous-catégorie d'actes correspondant à l'appellation de « canular médiatique ». S'appuyant sur l'étude des liens parfois étroits qui se sont établis entre les pratiques canulariques et les médias tout au long des trois siècles écoulés, cette élaboration raisonnée d'une définition du canular médiatique s'accompagne d'une modélisation théorique de l'objet de recherche sous la forme d'un schéma processuel type permettant de détailler chacune des phases constitutives de l'acte.

La seconde partie du mémoire est, quant à elle, consacrée dans un premier temps à une présentation raisonnée du corpus et de la méthodologie employée (chapitres I, II et III), puis à une analyse détaillée de chacun des cas étudiés suivant les différentes phases de l'acte telles que mises au jour à la fin de la première partie (chapitre IV). Cette seconde partie se poursuit ensuite par une synthèse des enseignements dégagés de l'analyse tant en termes de validité du modèle avancé lors de notre première partie qu'en termes de spécificités des procédés et des dispositifs médiatiques mis en œuvre durant la période 2004-2008. Cette partie s'achève par une tentative de typification des canulars médiatiques récents suivant leur logique productionnelle et la nature des messages véhiculés par eux (chapitre V).

Phénomène qui reste relativement rare, tant au regard de l'ensemble des pratiques falsificatrices et mystificatrices qui se développent dans la vie sociale qu'en comparaison des multiples défaillances qui affectent les systèmes d'information contemporains, le canular médiatique, par sa valeur d'exemplarité, met cependant en exergue nombre des caractéristiques de l'époque dans laquelle il s'inscrit. Ce reflet parfois amplifié des transformations profondes qui animent la société à certaines époques est l'objet de la dernière partie du mémoire. Sur la base des enseignements historiques tirés de la première partie et des apports dégagés de l'analyse contemporaine dans la deuxième

partie, cette troisième partie se livre à une tentative de mise en perspective du canular médiatique au regard de son époque et esquisse quelques hypothèses quant au devenir de l'objet.

**Première Partie :**

**QU'EST-CE QU'UN CANULAR MÉDIATIQUE ?  
APPROCHE GÉNÉALOGIQUE ET CONCEPTUELLE**

Apparue depuis une dizaine d'années seulement dans la langue française, l'expression « canular médiatique » est encore aujourd'hui d'un usage peu fréquent et l'objet auquel elle réfère demeure imprécis. Les auteurs qui l'emploient font généralement l'économie de sa définition comme si le rapprochement des termes « canular » et « médiatique » suffisait amplement à circonscrire le propos. Le plus souvent, l'expression est utilisée pour signifier l'appartenance d'un acte circonstancié à une catégorie d'actes disposant de caractéristiques communes si nombreuses qu'ils constitueraient ensemble un type de pratique clairement identifié. Cependant, les fondements d'une telle généralité sont rarement énoncés et, dans le meilleur des cas, très partiellement étudiés. Les mécanismes, les dispositifs et les procédés propres qui seraient partagés par la totalité des manifestations de ce type ont été jusqu'à présent insuffisamment analysés pour ouvrir la voie à une caractérisation précise de l'objet.

Les recherches les plus approfondies sur le sujet sont en effet très fragmentaires. Dans l'ensemble, elles s'attachent à des champs d'émergence très circonstanciés du phénomène, se limitant à un territoire particulier pour une période donnée, et privilégient l'étude de certaines formes de canulars au détriment d'autres. Par ailleurs, ces recherches entrevoient la dimension médiatique du canular presque exclusivement sous l'angle d'un type particulier de support. Il existe ainsi plusieurs études sur les canulars littéraires perpétrés dans la presse anglo-saxonne au XIXe siècle, sur la tradition de la fausse nouvelle du 1<sup>er</sup> avril dans les journaux au XXe siècle, sur les émissions de divertissement mettant en scène des procédés canularsques durant les dernières décennies du XXe siècle, et quelques travaux plus récents sur des documentaires filmiques recourant à la fiction pour mystifier le spectateur. Quelques actes canularsques très spectaculaires ont également fait l'objet d'observations développées, mais en dépit de leur indéniable richesse analytique, la portée de leurs enseignements demeure limitée quant aux mécanismes actionnels et discursifs qui régissent ce type de pratique.

Car le canular médiatique en tant qu'objet de recherche soulève deux difficultés majeures qui rendent son approche délicate.

La première difficulté est d'ordre sémantique. Il n'existe pas de définition du canular médiatique qui fasse autorité. Le flou qui entoure cette notion tient pour partie au fait que le terme autour duquel s'articule cette locution – le mot canular – est à la fois



polysémique et encore trop succinctement défini. Dans le langage courant, le terme en question qualifie indistinctement des objets de nature assez hétérogène. Les lexicographes ne s'accordent pas sur une définition précise de ce mot apparu voilà plus d'un siècle. Cette incertitude quant au sens d'une locution employée pour qualifier des situations mettant en jeu une forme de tromperie n'est pas le propre de notre langue. Les termes usités dans les principales langues européennes pour désigner ce type d'acte couvrent également des champs sémantiques multiples aux contours imprécis et évolutifs. À l'instar des sociétés modernes qui sont sans cesse traversées par le changement, le langage n'est pas statique et il évolue au gré de l'apparition de nouveaux objets ou de l'émergence de nouvelles pratiques sociales. En dépit de l'innovation dont font preuve les langues, il est fréquent de voir s'écouler plusieurs décennies entre le moment où une nouvelle réalité sociale se manifeste et le moment où celle-ci disposera d'une dénomination permettant de la désigner avec une précision acceptable. Ces transformations lexicales et sémantiques s'opèrent fréquemment par l'entremise du langage courant, en particulier lorsque l'objet relève d'une pratique sociale. Ce n'est qu'ultérieurement qu'elles sont circonscrites avec plus de précision par le langage académique et enrichies par les apports successifs de la recherche.

La seconde difficulté tient à la nature même de l'objet observé. Si nombre d'actes sont qualifiés de canular, il semble que le recours à cette appellation relève davantage de l'intuition du commentateur que d'une connaissance rationnelle des attributs génériques qui le rattacheraient à cette catégorie. L'absence de conceptualisation du canular n'est pas seule en cause. L'objet en question a, en effet, pour particularité d'être à présent plus diversifié dans ses manifestations que par le passé. Au XIXe siècle, les canulars médiatiques revêtaient assez systématiquement une forme textuelle et se propageaient essentiellement au travers de la presse écrite. À partir du début du XXe siècle, l'apparition de nouveaux médias a élargi le champ de perpétration de ce type d'acte, en même temps qu'elle a induit une diversification des procédés employés en fonction de la nature spécifique du média emprunté. Au-delà de cette multiplicité croissante des formes liée aux changements technologiques et aux évolutions de la société, il convient aussi de souligner la part d'originalité que revêt intrinsèquement tout acte canularique. À l'instar d'une escroquerie dévoilée et dont les mécanismes auraient été largement divulgués, la reproduction à l'identique d'un canular auprès d'une même cible est hautement improbable, sinon impossible. Le canular n'est pas un acte normé dont la production

serait répétable à l'envi. Sa mise en œuvre est complexe ; elle engage systématiquement une situation inédite d'échanges entre plusieurs acteurs, rendant de ce fait son issue incertaine. L'environnement social et le contexte événementiel particulier dans lesquels s'inscrit un acte canularique peuvent avoir aussi des incidences importantes sur son déroulement. Difficiles à anticiper, ces facteurs extérieurs contraignent souvent l'auteur d'un canular à modifier son dispositif en cours d'action pour tenter de faire face à l'imprévu. Le succès d'un canular tient donc pour une large part au savoir-faire, à la créativité et au sens de l'à-propos de son auteur. Cette individuation très prononcée de l'acte canularique participe fortement à la diversification de ses manifestations, notamment à une période où celles-ci tendent à se multiplier et à faire l'objet d'une publicisation importante. La mise au jour de dénominateurs communs à l'ensemble de ces objets, pour indispensable qu'elle soit, n'en est pas moins difficile à opérer. Seule l'association d'une approche empirique et d'une réflexion analytique sur l'objet peut permettre de dégager les propriétés spécifiques d'un tel acte et d'esquisser les fondements d'une description générique indispensable à la conduite de notre recherche.

C'est la démarche heuristique que nous guidera dans cette première partie de notre dissertation. Dans un premier temps, nous explorerons la diversité des significations données au terme canular et à ses traductions dans les principales langues européennes afin de dégager les caractéristiques qui lui sont le plus souvent associées. Nous tâcherons ensuite sur cette base, et à l'aide d'une approche socio-historique du phénomène, de préciser les mécanismes primaires de l'acte canularique. Nous procéderons ensuite à un état critique des travaux et des recherches conduites sur le canular médiatique, en particulier dans le champ des sciences de l'information et de la communication, afin de préciser ses propriétés définitives et les raisons légitimant une approche communicationnelle de l'objet. À ce stade de la réflexion, nous préciserons aussi les conditions et les critères permettant de qualifier de « médiatiques » certains actes canulariques et de réfuter cette dénomination à d'autres. À l'issue de cette étape de recherche, nous tenterons de mettre au jour les fondements d'un schéma générique permettant d'éclairer les mécanismes contemporains d'un acte canularique. Cet essai de clarification lexicosémantique, loin de se poser en modèle théorique intangible, prendra la forme d'une grille d'analyse en forme d'hypothèse de travail pour procéder efficacement à l'analyse du corpus de notre recherche.

## I – Du canular à l’acte canularesque

### I-1 *La polysémie du terme canular dans la langue française*

#### I-1.1 Un terme aux usages incertains et aux connotations dépréciatives

Dans le langage courant, l’emploi du terme canular est souvent approximatif. En fonction des circonstances et des locuteurs, il peut aussi bien désigner un acte jugé anodin qu’un acte chargé d’une certaine gravité. D’invention assez récente, le mot a des origines et une étymologie peu connues du public. De fait, il ne renvoie à aucune des locutions fortes que la langue française compte pourtant en nombre. Les sonorités qui le composent, en particulier sa terminaison en « ar » (ou « ard », selon l’orthographe que l’on retient parmi les deux autorisées), lui confèrent une connotation assez dépréciative<sup>33</sup>. Sur un plan strictement sémantique, il reste encore fortement associé à des rituels estudiantins ou à des jeux de comptoirs d’un goût douteux. Souvent pris pour un synonyme de « blague » et même de « mauvaise blague », il paraît se résumer à une farce primaire, perpétrée aux dépens du crédule de service ou de l’étranger de passage, sans autre finalité que le divertissement facile et un peu cruel de quelques comparses.

Plus riche qu’il n’y paraît à première vue, le mot canular possède toutefois plusieurs significations. Les sens attribués au terme varient parfois singulièrement d’un dictionnaire à un autre et ses définitions ont connu des évolutions notables au fil du temps. Par manque de lettres de noblesse, le mot canular ne fait l’objet d’aucun développement dans les ouvrages encyclopédiques de référence et bien peu de chercheurs ont jugé pertinent jusqu’à présent de s’emparer du sujet. En dépit du fort intérêt que les canulars semblent susciter sur Internet<sup>34</sup>, il est symptomatique de noter que le terme ne bénéficie que d’un article très sommaire sur Wikipédia, l’encyclopédie en ligne développée de manière interactive par les internautes. Si la définition donnée s’est un peu enrichie ces dernières années, la version actuellement en ligne reste à l’état d’ébauche et

---

<sup>33</sup> Denis Delaplace, dans son article « Le suffixe -ard dans le Trésor de la langue française » (paru dans *Linguisticae Investigationes Supplementa* 27, John Benjamins Publishing Company, 2008, pp. 39-53) rappelle le caractère souvent péjoratif des mots comportant le suffixe « -ard ».

<sup>34</sup> Une simple requête sur le moteur de recherche Google.fr signale l’existence de 446 000 occurrences contenant le mot « canular » sur Internet (recherche effectuée le 3 octobre 2009).

occasionne des modifications très fréquentes ; sa publication est d'ailleurs précédée d'un avertissement mettant en garde le lecteur du « manque de sources » appuyant l'article en question<sup>35</sup>.

Définir précisément ce qu'est un canular n'est donc pas chose aisée, d'autant que le mot, apparu sous une forme argotique à la fin du XIXe siècle, est demeuré presque « orphelin ». Bien que désignant un type d'acte devenu assez fréquent au cours du XXe siècle, il n'a généré ni locution verbale, ni substantif pour qualifier son auteur ou encore sa victime. Certes, plusieurs personnalités du monde des lettres<sup>36</sup> ont bien tenté d'imposer les mots « canuleur » et « canulé », mais ces déclinaisons du terme initial n'ont pas plus été reprises dans le langage courant que reconnues par les lexicographes. Le seul dérivé attesté est l'adjectif canularesque, mais il reste d'un usage rare et sa définition la plus courante est d'un apport sémantique très limité<sup>37</sup>. Les diverses analyses conduites sur les constructions néologiques en « -esque » – notamment les travaux récents de Baider et Gezundhajt<sup>38</sup> – mettent cependant en lumière des effets de sens de cette terminaison qui connoteraient la démesure et le bizarre, le non-conformisme et la fantaisie. Les auteurs précisent également que ce suffixe préconstruit l'objet ou la personne porteuse du nom comme ayant des « caractéristiques très particulières » et « plutôt de nature négative ».

## I-1.2 La genèse du terme canular

Comme cela a été relevé précédemment, les définitions données au mot canular ont connu et connaissent encore aujourd'hui de nombreuses variations. De façon certes un peu synthétique, les quatre définitions actuellement référencées par *Le Grand Robert de*

---

<sup>35</sup> Référence de l'article : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Canular> (au 30 octobre 2010). Notons que depuis sa création, cet article fait l'objet de nombreuses modifications (en moyenne, plus d'une par mois) témoignant des fortes incertitudes et questions qui entourent l'usage de ce terme.

<sup>36</sup> Notamment Charles Péguy, Alain Peyrefitte ou Jean d'Ormesson qui ont eu recours à ces néologismes dans certains de leurs ouvrages.

<sup>37</sup> Les principaux dictionnaires de langue française suggèrent une définition relativement elliptique de cet adjectif : « Qui tient du canular ». La seule variante provient du *Trésor de la langue française*, le dictionnaire de la langue du XIXe et du XXe siècle édité en 1977 par le CNRS, en définissant canularesque par « *Qui est dit en manière de blague* ».

<sup>38</sup> Fabienne H. Baider et Henriette Gezundhajt : « Le suffixe *-esque* : grammaticalisation de l'atypique » in *Linguistik online* n° 19, février 2004 (Source : [http://www.linguistik-online.de/19\\_04/baiderGezundhajt.html](http://www.linguistik-online.de/19_04/baiderGezundhajt.html) au 30 octobre 2010).

*la langue française*<sup>39</sup> paraissent toutefois bien résumer les différentes « vies » de ce terme depuis son émergence dans la langue française.

La première définition proposée rappelle les origines très particulières de ce mot. Le terme, apparu sous forme argotique au cours de la seconde partie du XIXe siècle, désignait initialement les « *épreuves burlesques et des brimades qui étaient imposées aux nouveaux élèves* » par leurs aînés de l'École Normale de la rue d'Ulm à Paris. Pure création de potaches, le terme canular provenait d'une contraction de « canularium », une locution tout aussi fantaisiste sortie elle aussi de l'imagination fertile des élèves de la prestigieuse école. Cette expression étrange prenait appui sur le verbe « canuler » – aujourd'hui inusitée et synonyme d'importuner – facétieusement latinisée pour désigner la pièce où le directeur de l'École convoquait les élèves pour leur adresser admonestations et remontrances.

En dépit de son appellation idiomatique, le rituel d'accueil des nouveaux élèves mis en place par les normaliens s'apparentait assez fortement à ses débuts aux pratiques très anciennes de monômes ou bizutages qui avaient cours en France dans d'autres grandes institutions. D'abord vilipendées, ces pratiques initiatrices parfois un peu cruelles seront assez rapidement admises et même reconnues par la direction de l'école. Trois facteurs contribuèrent à leur institutionnalisation. En premier lieu, les « brimades » imposées aux élèves étaient assez légères ; elles ne mettaient pas en cause l'intégrité physique des personnes et prenaient le plus souvent la forme de simulacres d'examens scolaires ou de jeux de rôles théâtraux. Ces débordements de nature assez festive restaient par ailleurs très circonscrits dans le temps et ne contrevenaient pas au sacro-saint respect de l'autorité professorale par les élèves. Enfin, ce rituel assez bon enfant participait implicitement à l'intégration et à la conformation des nouveaux venus à la culture interne de l'établissement. S'appuyant en effet sur un mode de recrutement républicain et méritocratique, l'École Normale était confrontée à une très grande hétérogénéité sociale de ses recrues et tout ce qui pouvait participer à la construction de la cohésion du groupe autour de valeurs communes rencontrait un accueil favorable.

Dans un ouvrage consacré à l'histoire de la vie normalienne et publié à l'occasion du bicentenaire de l'École, Alain Peyrefitte consacre un long chapitre au canular ; ce nom

---

<sup>39</sup> Alain Rey (dir.), *Le Grand Robert de la langue française*, Paris, Le Robert, 2008.

qui, selon lui, serait « *devenu le symbole même de l'École* »<sup>40</sup>. À ses yeux, le véritable objet de ce qu'il appelle le « *canular primitif* » était « *de faire passer les élèves entrant à l'École de l'état de « gnoufs » à celui de « conscrits* »<sup>41</sup> et ainsi de les « *initier* » et les « *modeler* » à la nouvelle réalité sociale qui était désormais la leur. Même si le vocabulaire militaire utilisé relève assurément du registre parodique, il n'en traduit pas moins le caractère très hiérarchique du rituel qui était mis en œuvre par les anciens à l'égard des arrivants. Dans son célèbre essai sur le rire, Henri Bergson met en exergue cette fonction formatrice et correctrice du canular : « *Quand le candidat a franchi les redoutables épreuves de l'examen, il lui reste à en affronter d'autres, celles que ses camarades plus anciens lui préparent pour le former à la société nouvelle où il pénètre et, comme ils disent, pour lui assouplir le caractère. Toute petite société qui se forme au sein de la grande est portée ainsi, par un vague instinct, à inventer un mode de correction et d'assouplissement pour la raideur des habitudes contractées ailleurs et qu'il va falloir modifier. La société proprement dite ne fonctionne pas autrement. Il faut que chacun de ses membres reste attentif à ce qui l'entourne, se modèle sur l'entourage, évite enfin de s'enfermer dans son caractère ainsi que dans une tour d'ivoire. Et c'est pourquoi elle fait planer sur chacun, sinon la menace d'une correction, du moins la perspective d'une humiliation qui, pour être légère, n'en est pas moins redoutable.* »<sup>42</sup>

Les similitudes du canular originel avec ce que les anthropologues, à la suite d'Arnold Van Gennep<sup>43</sup>, qualifient de « rite de passage » ne s'arrêtent pas là. À l'image des rites initiatiques qui entérinent symboliquement le franchissement par un individu d'une étape capitale de sa vie et autorise formellement son intégration à une communauté dont l'accès est strictement régulé, le canular normalien des origines s'entoure d'un cérémonial dont le caractère ésotérique vise à en préserver les secrets. Mais à la différence des pratiques en vigueur dans les véritables sociétés secrètes, les mises en scène initiatiques de l'élite normalienne ne se fondent pas sur la transmission d'une vérité absolue et terrifiante. Elles constituent, au contraire, un véritable jeu de profane se défiant ouvertement de la crédulité et des croyances établies.

---

<sup>40</sup> Alain Peyrefitte, *Rue d'Ulm. Chronique de la vie normalienne*, Paris, Fayard, 1994, pp. 499.

<sup>41</sup> *Ibid.*, p.497.

<sup>42</sup> Henri Bergson, *Le rire*, Paris, PUF, 1940, p. 103.

<sup>43</sup> Arnold Van Gennep, *Les rites de passage*, Paris, Nourry, 1909.

Peyrefitte note qu'avec les libertés nouvelles permises par la Troisième République, le canular va évoluer, devenir plus élaboré et aussi plus irrévérencieux. Il ne sera plus exclusivement l'affirmation de l'autorité des anciens sur les nouveaux, mais s'amusera de plus en plus régulièrement à bousculer les rapports perçus comme encore trop rigides au sein de l'École et dans le reste de la société. *«Il ne se contente plus de donner le sens de la farce et le goût du dédoublement au potache frais émoulu de son Quimperlé natal (...). Il aspire à faire connaître à l'homme de la rue, un monde où l'on ne se prendrait plus au sérieux. (...) Le rite secret s'est répandu, s'est diversifié, a proliféré (...), en même temps que le cloître de la rue d'Ulm se transformait en moulin ouvert à tous vents »*<sup>44</sup>.

C'est ainsi, grâce à l'influence grandissante de l'élite normalienne dans la société française de la fin du XIXe siècle, que le terme idiomatique se propagera rapidement hors de son univers d'origine et prendra une acception plus populaire et une signification moins restreinte. Son introduction dans le langage courant au tout début du XXe siècle entraînera d'ailleurs l'abandon de son usage par les normaliens qui lui préféreront désormais le terme de « Méga » pour désigner les cérémonies de réception des « conscrits ».

### **I-1.3 Le terme dans le langage courant et sa référence à la tradition farcesque**

Quittant le langage argotique pour entrer dans le langage courant, le terme s'imposera dans un premier temps en synonyme de « farce » et de « galéjade ». Des frasques normaliennes, le grand public retiendra surtout leurs dimensions humoristique et irrévérencieuse, conversationnelle et théâtrale.

Car, au-delà de sa dimension initiatique et rituelle, le canular des origines témoigne également d'une filiation prononcée avec d'autres coutumes profondément ancrées dans l'histoire des cultures populaires occidentales. Sous sa forme initiale, puis dans son existence ultérieure, le canular emprunte en effet beaucoup à la farce ainsi qu'aux figures du burlesque et du carnavalesque. Travestissements, procédés parodiques poussés jusqu'à la caricature, mise en œuvre de situations grotesques et recours à un humour assez gras cohabitent dès les premiers temps avec les mécanismes plus sophistiqués et plus

---

<sup>44</sup> *Op. cit.*, p. 499.

inquiétants de la supercherie, de la mystification et des procédés correctifs et conformateurs du rituel normalien.

Si cette invention linguistique d'une petite élite intellectuelle a connu un tel succès dans le langage courant, c'est vraisemblablement en raison de son hybridation réussie avec cette forme d'humour populaire qu'est la farce. Il est fréquent encore aujourd'hui, même parmi les spécialistes de la question, de considérer le canular comme une simple sous-catégorie de la farce. C'est d'ailleurs sous couvert de ce vocable très générique que François Caradec et Noël Arnaud, dans leur volumineuse *Encyclopédie des farces et attrapes*, recensent et détaillent un grand nombre de canulars avérés<sup>45</sup>.

En prenant garde de ne pas réduire l'acte canularique à ce seul aspect, il convient cependant de reconnaître que la farce représente un de ses ingrédients principaux et que l'étude de ses caractéristiques contribue louablement à préciser l'objet de notre recherche. Inspiré du terme « farsis », qui en italien ancien désignait la chair grasse dont on fourrait les viandes trop sèches, le mot de « farce » prend racine dans la langue française au bas Moyen-âge pour qualifier un « *petit intermède comique introduit dans une pièce sérieuse* »<sup>46</sup>. La farce, au sens étymologique du terme, représente donc une sorte de parenthèse à l'intérieur du déroulé d'une œuvre théâtrale, une suspension provisoire de ses codes dominants au profit d'une forme comique permettant au public d'évacuer par le rire la tension créée par la consonance dramatique du spectacle.

La farce appartient ainsi à la vieille tradition carnavalesque et renvoie à ce moment toléré de transgression des normes rigoureuses habituellement en usage à l'intérieur des sociétés traditionnelles. C'est dans une logique d'ailleurs assez similaire de suspension partielle et momentanée de l'ordre établi que le canular trouve sa première inscription dans le cadre sévère de l'École Normale du XIXe siècle. De fait, carnaval, farce et canular en tant qu'espaces de liberté pris à l'égard des règles rigides qui régissent habituellement la société posent la même question quant aux frontières distinguant une forme d'exutoire contrôlé d'un acte véritablement subversif. Pour certains auteurs, le carnaval ne serait qu'un simulacre édulcoré de la contestation, favorisé par le pouvoir afin de canaliser l'esprit de rébellion sous des formes anodines et instituées. Pour d'autres, comme Mikhaïl

---

<sup>45</sup> Noël Arnaud et François Caradec (dir.), *Encyclopédie des farces et attrapes et des mystifications*, Paris, Jean-Jacques Pauvert, 1964.

<sup>46</sup> *Le grand Robert de la langue française*, deuxième édition augmentée, Paris, Le Robert, 2001.



Bakhtine<sup>47</sup>, il serait au contraire l'incarnation d'une forme de subversion, facilitant la transgression de l'ordre établi et représentant une authentique culture populaire créatrice d'un imaginaire alternatif à celui véhiculé par la culture dominante de l'époque.

Si, concernant le canular des origines, l'hypothèse d'un acte de conformation sociale semble assez appropriée, celle-ci semble en revanche perdre de sa pertinence lorsque les normaliens, s'éloignant du rituel initiatique, ont commencé à prendre pour cible des instances du pouvoir, allant parfois jusqu'à provoquer d'importants scandales publics<sup>48</sup>.

Plus généralement, l'acte canularique, comme la farce, offre depuis longtemps un spectre très large d'interprétations quant aux intentions qui animent ceux qui le mettent en œuvre. Il entretient souvent et à dessein l'ambiguïté entre le pur dérivatif et l'expression manifeste d'une forme de critique sociale. Sous couvert d'humour et de divertissement, la farce et canular peuvent aussi bien abriter un propos conformiste sur l'état de la société qu'un discours plus contestataire. Le rire est une réaction physiologique difficile à contenir : il éclate de manière intempestive face à une situation cocasse et inattendue. Généralement peu prisé par les instances de pouvoir car susceptible de nuire à leur autorité, le rire n'en constitue pas moins une manifestation délicate à réprimer à l'intérieur de la société, tant il trouve facilement un écho large et populaire.

Devenue le principal genre comique du Moyen-âge et de la Renaissance, la farce a dû, dans sa forme théâtrale, se doter de règles la rendant tolérables aux yeux des autorités de l'époque. Si les petits seigneurs, les moines et les agents subalternes de la justice sont parmi ses cibles favorites, la farce veille inflexiblement à épargner le roi, l'évêque ou le haut magistrat. Les actions développées sur scène sont stéréotypées et laissent une plus grande liberté au jeu des acteurs qu'à leurs propos. L'intrigue, généralement peu sophistiquée, repose sur le modèle du « retournement », au travers de la figure presque imposée du trompeur trompé ou du farceur pris à son propre piège.

---

<sup>47</sup> BAKHTINE Mikhaïl, *L'œuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen-âge et sous la Renaissance*, Paris, Gallimard, 1970.

<sup>48</sup> À l'aube du XXe siècle, les canulars normaliens prenant les autorités politiques ou religieuses pour cible se multiplient. Peyrefitte cite notamment l'exemple de cette procession de faux ecclésiastiques « *qui alla un jour prendre position sur les plus hautes banquettes d'un amphithéâtre de la Sorbonne. Elle était conduite par un évêque à large ceinture violette. Au signal donné par celui-ci, tous ensemble ouvrir leur bréviaire. Soudain, prenant prétexte d'une allusion du professeur, ils quittèrent la salle en grande pompe. (...) Le lendemain, la presse de gauche attaquait le cardinal Suhard, qu'on accusait d'avoir envoyé un de ses vicaires capitulaires commettre « cette atteinte aux droits de la laïcité, de l'école et de l'État ».* » . Rue d'Ulm, Paris, *op. cit.*, p. 500.

Outre son évidente dimension moralisatrice, cette réversibilité des rôles - qui se retrouve de manière encore plus systématique dans le vaudeville du XIXe siècle - donne à la farce une signification symbolique qui lui est propre. Elle édicte qu'il n'y a pas de dépassement des règles et des usages sans risque, quelle que soit la position sociale de celui qui l'opère. Mais surtout, la réversibilité possible des situations remet en question le caractère arbitraire et inéluctable de la relation de supériorité qui est initialement posée entre l'auteur de la tromperie et sa victime. Pour manipulateur qu'il soit, le farceur n'est pas doté d'un savoir et d'une habileté infaillibles.

Entrée dans la langue française par le théâtre et par les lettres, la farce a, au fil du temps et par extension, pris le sens d' « *acte destiné à se moquer, à faire rire aux dépens de quelqu'un* »<sup>49</sup>, soit une définition assez proche du mot blague. Ainsi, durant les premières années du XXe siècle, les termes « farce », « blague » et « canular » vont cohabiter dans un champ sémantique pratiquement identique. D'apparition plus récente que les deux premiers, le mot canular va assez rapidement se voir doté d'un nouveau sens, plus spécifique et sans doute davantage en adéquation avec sa connotation plus intellectuelle, sans renier cependant une certaine filiation avec l'esprit de la farce et du divertissement.

#### **I-1.4 L'évolution sémantique et sa filiation avec l'univers de la presse**

Le troisième sens attribué en effet à cette locution est celui de « fausse nouvelle ». *Le Grand Robert* précise qu'il s'agit d'une fausse nouvelle « *colportée volontairement par plaisanterie* ». Cette acception nouvelle du terme canular apparaît dans les années 1920, période où la presse quotidienne est à son apogée et où plusieurs journaux ont des tirages dépassant le million d'exemplaires. La publication d'informations erronées ou farfelues est à l'époque en effet monnaie courante. Depuis l'apparition de quotidiens à forts tirages au XIXe siècle, la presse populaire s'amuse régulièrement en propageant des nouvelles aussi insolites qu'imaginaires. Ces fausses nouvelles ont autant pour fonction de divertir le lectorat que d'essayer de provoquer son émoi et susciter son intérêt dans la perspective d'augmenter les ventes. La première charte déontologique supposée préciser les devoirs professionnels des journalistes en France, œuvre du Syndicat National des Journalistes, ne date que de 1918, et la carte de presse n'est instituée qu'en 1936. Durant tout l'entre-

---

<sup>49</sup> *Le grand Robert de la langue française, op. cit.*

deux-guerres, les affaires mettant en cause la probité certains journalistes sont pléthore. D'une gravité bien moindre, les « petites » fausses nouvelles colportées intentionnellement par les journaux n'en sont pas moins nombreuses et, en dépit de leur caractère souvent fantasque, elles n'en dupent pas moins certains lecteurs particulièrement crédules. La période est si agitée à l'échelle internationale et les informations en provenance du monde sont parfois si surprenantes que le lecteur se laisse souvent prendre par des nouvelles invraisemblables.

Cette nouvelle signification prise par le mot canular a pour intérêt de mettre en lumière le lien étroit qui s'est très tôt noué entre la pratique canularique et l'univers informationnel et médiatique. Elle rappelle aussi qu'il s'agissait d'un acte perpétré de façon délibérée et sans réelle intention de nuire. Le registre employé était celui de la plaisanterie et l'acte visait en premier lieu à amuser et à divertir le lecteur. À cette époque, il est fréquent de voir le terme canular affublé d'un « d ». Cette orthographe particulière du mot, qui contrevient au respect de sa véritable origine étymologique, a été autorisée et reste aujourd'hui tolérée en raison de la forte popularité qu'elle avait acquise durant la première moitié du XXe siècle. Comme le rappellent plusieurs lexicographes, le vocable canular (ou canular) s'est, à cette époque, rapidement substitué à celui de « canard », terme qui prévalait jusque-là en français pour désigner une information factice divulguée par la presse<sup>50</sup>. Le terme canular, pourtant issu du cénacle intellectuel parisien, va alors prendre une connotation très populaire qui explique en partie les inflexions péjoratives qui pèsent encore sur lui aujourd'hui. Par homophonie lointaine autant que par évolution sémantique, il restera longtemps pris pour synonyme de « bobard ».

Cette signification nouvelle ne va cependant pas se substituer totalement à la précédente, dont la connotation est plus festive. Au lieu de se préciser, le terme canular va prendre une dimension polysémique. Le terme reste si chargé de références aux frasques normaliennes que certains auteurs hésiteront encore au milieu du XXe siècle à l'utiliser pour désigner ce que l'on qualifierait aujourd'hui avec assurance d'acte canularique.

---

<sup>50</sup> Le terme canard, entendu au sens de fausse nouvelle, de billevesée ou de conte absurde par lequel on veut se moquer de la crédulité des auditeurs proviendrait, selon *Le Littré*, de l'expression « vendre un canard à moitié » synonyme dans le langage populaire d'attraper, de moquer. Le mot canard par extension a été et continue d'être utilisé pour désigner « un petit imprimé contenant le récit d'un événement du jour et dont on crie la vente à Paris » (Définition du *Littré* consultable au 27 septembre 2009 à l'adresse : <http://www.dico-defintions.com/dictionnaire/4657/Canard.php>).

Ainsi, dans *Plate-forme 70*<sup>51</sup>, le livre qu'il publie pour raconter l'étonnant canular dont il fut l'auteur le 6 février 1946 sur les ondes de la Radio Diffusion Française (RDF), Jean Nocher, ancien élève de l'École normale à la réputation frondeuse, réfute le terme « canular » employé alors par la presse pour qualifier l'événement dont il était à l'origine. Sans renier la dimension mystificatrice de son opération qui avait laissé croire à l'antenne à un grave incident nucléaire, ni récuser le caractère cocasse et humoristique de certaines scènes de ce faux reportage, il rejette l'appellation au nom du « sérieux de la critique du monde contemporain » qu'il déclarait avoir menée au travers de cette émission<sup>52</sup>. À cette époque, le canular passait encore pour un acte burlesque dont les finalités ne relevaient que du pur divertissement ou de la provocation gratuite.

### **I-1.5 Une signification contemporaine où prédomine la dimension mystificatrice**

Le quatrième sens, qui est celui le plus fréquemment attribué aujourd'hui au mot canular, renvoie à la notion de « mystification plaisante ». Le terme prend cette signification au début des années 1950, mais le caractère « plaisant » que lui attribuent les auteurs du *Robert* reste discuté par certains lexicographes en raison des rapports antagonistes qui lient l'auteur du forfait à sa cible. Les effets provoqués par un canular sur sa victime sont parfois cruels et le plaisir ressenti par celui qui a perpétré l'acte – ou par certains des témoins de la scène – est rarement partagé par la personne qui en fait les frais. Cette différence d'appréciation selon qu'on se place du point de vue de l'auteur, du public ou de la cible n'est pas propre à l'acte canularesque ; elle rappelle les effets contrastés induits par une farce sur ses protagonistes.

Mais l'apport capital de cette nouvelle définition concerne la notion de mystification qui est présentée là comme sous-jacente à tout acte canularesque. Dans un riche et lumineux ouvrage consacré à la mystification littéraire, Jean-François Jeandillou souligne que « *s'il y eut dès longtemps des victimes et des promoteurs de la mystification, la création du mot lui-même ne remonte guère qu'à la seconde moitié du XVIIIe siècle (...), et s'employait*

---

<sup>51</sup> Jean Nocher, *Plateforme 70 ou l'âge atomique*, Saint-Étienne, S.P.E.R. Collection de l'Espoir, 1946. Ce canular médiatique - présenté comme « l'émission qui, avec celle d'Orson Welles en Amérique, fit couler le plus d'encre et souleva le plus de passions depuis la naissance de la radiodiffusion » - engendra une énorme polémique dans la presse et dans les milieux politiques. Il valut à Jean Nocher une suspension d'antenne et à Claude Bourdet, son ami et ancien compagnon d'armes dans la Résistance, son limogeage du poste de directeur général du service public de la radiophonie créé au lendemain de la Libération.

<sup>52</sup> *Op. cit.*, p. 31.

au sens de tour joué par une société de mystificateurs »<sup>53</sup>. Il était en effet fréquent à cette époque dans les soirées de l'aristocratie et de la bourgeoisie financière de requérir la présence d'un « mystificateur » chargé d'amuser la galerie aux dépens d'un des convives.

Cette signification originellement attribuée au mot mystification rappelle étonnamment celle aujourd'hui dévolue au terme canular<sup>54</sup>. La mystification d'antan avait à l'évidence un caractère bénin et profondément ludique. Ce n'est que plus tardivement, vers la fin du XIXe siècle, qu'elle perdra de son innocuité et désignera des actes moins anodins. Dans son acception moderne, la mystification conserve toutefois un degré de gravité moins élevé que d'autres formes de malversation. La définition contemporaine de la mystification proposée par *Le Robert* (« acte ou propos destinés à abuser de la crédulité de quelqu'un ») induit d'ailleurs une sorte de partage des responsabilités entre l'auteur de l'acte et sa cible. La victime subit certes l'abus d'un tiers, mais elle est aussi victime de sa propre crédulité. *Le Robert* précise également que la mystification est une « tromperie d'ordre intellectuel, moral ». Dans son analyse de l'acte mystificateur, Jeandillou va plus loin que les lexicographes en considérant que la révélation de la mystification fait partie intégrante de sa mise en oeuvre<sup>55</sup>. L'auteur d'une mystification canularesque témoignerait selon lui d'une préoccupation éthique qui prévaudrait tant au niveau de la conception qu'au niveau de la mise en oeuvre de son acte : « le canuleur n'a cure de valeur marchande et c'est la gratuité, le désintéressement – si cruel soit-il par ailleurs – qui donne force à son acte »<sup>56</sup>. Les effets engendrés, pour spectaculaires qu'ils soient, demeureraient dans l'ensemble plutôt bénins et assez éphémères.

La notion de mystification se distingue de celle de falsification car elle relève du registre de l'influence et des modes de persuasion discursive, bien plus que de la production matérielle d'un « faux ». L'idéal du falsificateur est de produire une copie en tous points conforme à l'original, afin de substituer définitivement la première au second et de rendre le délit indétectable. L'objectif du mystificateur est simplement de créer l'illusion du vrai,

---

<sup>53</sup> Jean-François Jeandillou, *Esthétique de la mystification ; Tactique et stratégie littéraires*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1994, p. 11.

<sup>54</sup> Jeandillou, dans « Inesthétique de la réception » in *Du canular dans l'art et la littérature*, publié sous la direction de Jean-Olivier Majastre et Alain Pessin chez L'Harmattan en 1999 constate « que tout ce qui caractérise la mystification peut également valoir, en première instance, pour le canular ». Il ajoute cependant : « stricto sensu, ce dernier semble avoir une extension plus restreinte. », p. 264.

<sup>55</sup> *Ibid*, Jeandillou, p.8 : « à la différence de la simple tromperie et a fortiori de l'escroquerie, la mystification ne va pas sans démystification ».

<sup>56</sup> Jean-François Jeandillou, « Inesthétique de la réception » in *Du canular dans l'art et la littérature* (sous la direction de Jean-Olivier Majastre et Alain Pessin), Paris, L'Harmattan, 1999, p. 267.

sans volonté durable d'effacement du réel. Le canular réfère ainsi au domaine du jeu; le but de ce jeu étant de pousser la vraisemblance initiale d'un propos fictif ou d'une situation fabriquée jusqu'à son invraisemblance, dans l'espoir de provoquer les conditions d'une rupture révélatrice chez ses victimes.

### **I-1.6 Enseignements et limites d'une analyse sémantique**

À défaut d'offrir une définition parfaitement établie du canular et des mécanismes le caractérisant, l'analyse sémantique permet toutefois de mieux préciser les champs d'usage contemporains de ce terme au sein de la langue française. D'apparition bien antérieure au terme qui le qualifie aujourd'hui – vraisemblablement au cours du XVIII<sup>e</sup> siècle – le canular s'inscrirait en filiation avec une pratique sociale et culturelle plus ancienne : celle de la farce. Ses procédés seraient toutefois plus élaborés car ils mettraient en jeu une tromperie d'ordre intellectuel ou moral dûment orchestrée par un auteur ou un groupe de personnes à l'encontre d'une cible clairement définie. Il serait perpétré avec l'intention de produire des effets de vraisemblance qui, contrairement à la falsification, n'auraient pas vocation à se substituer durablement au vrai ou à l'authentique. Si, dans son acception de « fausse nouvelle », le terme canular renvoie au champ plus restreint des pratiques médiatiques, notons toutefois que ce sens particulier ne contredit pas fondamentalement les principes contenus dans sa définition plus générale.

Pour autant, des zones d'ombres importantes persistent dans la caractérisation du canular en tant qu'acte. Si le recours à la mystification semble constituer une des particularités majeures de l'acte canularesque, il ne saurait à lui seul en assurer la distinction. Certaines formes de rumeurs, de supercheries, d'escroqueries intellectuelles ou de techniques de communication persuasive utilisent également ce procédé sans qu'il soit légitime de les qualifier de canulars. D'autres caractéristiques semblent à l'évidence entrer en compte dans la catégorisation d'un tel acte, mais les lexicographes peinent à les définir avec précision. De fait, et différemment d'une rumeur, un canular serait l'œuvre d'un auteur identifiable et témoignant d'une démarche éthique dans la manière de conduire et de

parachever son action. La notion d'éthique peut sembler paradoxale à propos d'un acte enfreignant les règles d'honnêteté supposées régir les relations humaines au sein de la société. Toutefois, l'atteinte portée aux conventions serait corrigée – ou tout au moins considérablement atténuée – à la fois par l'éphémère de la mystification opérée, l'innocuité des effets produits et les intentions désintéressées de l'auteur de l'acte. Ces caractéristiques, qui permettent de mieux circonscrire la nature spécifique du canular, restent cependant très délicates à mobiliser lorsqu'il s'agit de déterminer avec certitude l'appartenance ou non d'un acte donné à la catégorie des canulars. Les intentions initiales de l'auteur d'un tel acte ne sont pas toujours simples à identifier ou à vérifier. Il n'est pas rare qu'une tentative avortée d'escroquerie revendique par la voix de son auteur le statut de canular afin d'obtenir la requalification de son forfait en un acte moins répréhensible.

D'autre part, la dimension « plaisante », voire ouvertement humoristique, qui est presque systématiquement attachée dans la langue française au terme canular contribue vraisemblablement à lui donner une connotation d'acte léger dont la finalité principale serait uniquement de distraire ou de divertir sans perspective axiologique. Si le recours à des procédés humoristiques et burlesques paraît fréquent dans ce type d'acte, il convient de s'interroger pour savoir s'il s'agit là d'une caractéristique fondatrice de celui-ci ou plus simplement d'une de ses modalités de traduction dans l'espace francophone.

A ce stade de notre recherche lexicosémantique sur les usages contemporains du terme canular et des vocables qui lui sont fréquemment associés dans la langue française, il nous semble pertinent – au-delà des incertitudes et des ambiguïtés qui pèsent sur certains aspects de sa définition – de préciser sa spécificité à l'intérieur de son champ lexical au regard de deux dimensions discriminantes :

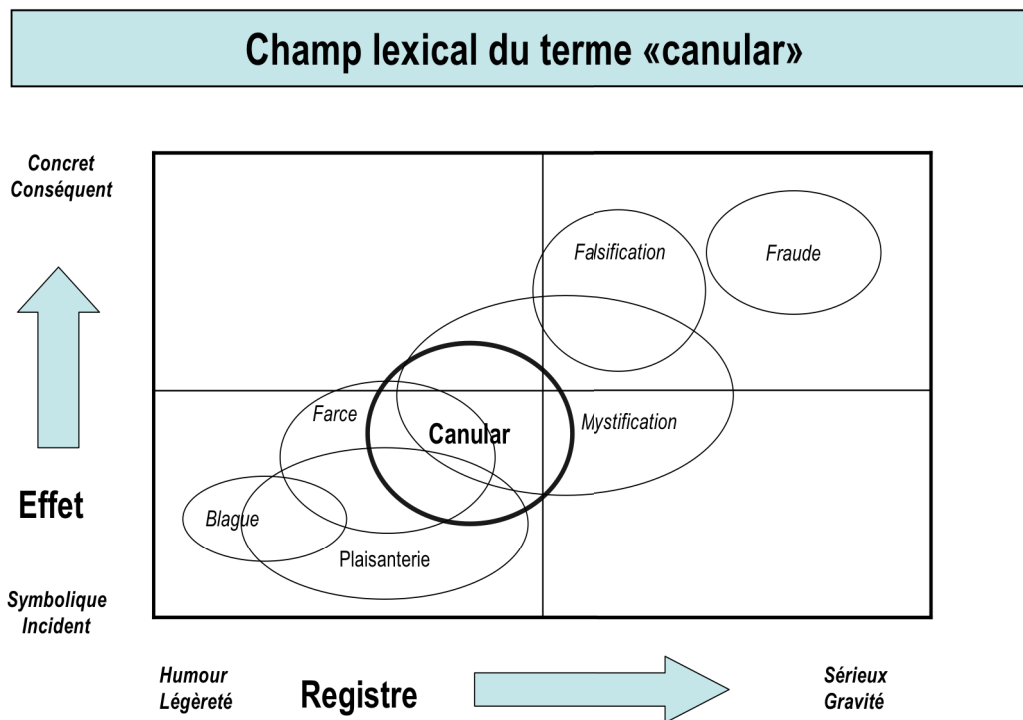
- D'une part, une dimension renvoyant à la nature des effets produits par la perpétration de l'acte,
  
- D'autre part, une dimension se rapportant au registre et à la tonalité globale de l'acte perpétré.

Concernant les effets engendrés par les différents types d'actes les plus fréquemment associés au canular, ceux-ci peuvent être caractérisés suivant une dualité opposant des

conséquences de nature matérielle ou physique – et dont les incidences sont parfois lourdes au regard des règles communément admises au sein de la société – à des conséquences d’ordre plus symbolique et immatériel et, par nature, plus faiblement répréhensibles au regard du droit et des usages sociaux.

S’agissant des registres associés aux différents types d’actes les plus fréquemment confondus avec la pratique du canular, ceux-ci peuvent être discriminés suivant un axe opposant un registre empreint de légèreté et d’humour à un registre relevant de la gravité et du sérieux.

Le schéma qui suit résume la position globale du canular au regard de ces deux critères structurants :



Le canular se situe globalement à l’intérieur d’un territoire sémantique marqué par la prééminence du symbolique et d’une certaine légèreté. En termes d’effets produits, il relève davantage de l’incident que de l’accident. La démystification qui succède à la mystification qu’il avait, dans un premier temps, opérée atténue singulièrement la gravité des effets générés. Son recours fréquent à différents types de procédés humoristiques le distingue très nettement de la fraude et de la falsification et lui confère quelques



proximités avec certains types de farces ou de plaisanteries. Au global, le canular apparaît comme une sorte de sous-spécification de la mystification et dont la particularité fondamentale au regard de celle-ci serait d'apparaître socialement comme plus bénigne, voire parfois même assez divertissante.

## ***I-2 L'hétérogénéité des traductions linguistiques et leurs apports sémantiques***

### **I-2.1 La nécessité d'une approche plurilingue**

Si le français compte parmi les langues les plus riches en locutions, la France n'est toutefois pas le pays où la tradition canularique, en particulier dans le domaine des médias, est la plus ancienne et la plus intense. L'Angleterre et les Etats-Unis ont été les premières grandes terres d'élection des pratiques mystificatrices dans le domaine de la presse et de l'information. À la suite de ces deux nations, d'autres pays ont un peu plus tardivement développé une importante culture de l'acte canularique. Si l'internationalisation du phénomène est désormais établie, chaque pays développe en ce domaine certaines spécificités qui sont étroitement liées à son histoire et à sa culture.

La dimension transnationale de notre recherche suppose naturellement que nous ne limitons pas le champ de notre réflexion sur la définition de l'acte canularique aux seuls apports sémantiques de la langue française. La période très récente dans laquelle s'inscrit nos travaux étant marquée par une très forte circulation de l'information à l'échelle internationale, il est en effet opportun de s'intéresser à la manière dont un acte canularique connaissant des répercussions médiatiques hors de son champ culturel d'origine se trouve dénommé dans une langue étrangère. L'usage croissant d'Internet comme support de perpétration et de propagation de mystification confère de plus en plus souvent une dimension internationale à nombre de canulars médiatiques perpétrés au cours de ces dernières années.

### **I-2.2 Des équivalences linguistiques très approximatives**

En dépit de ce décloisonnement croissant des cultures nationales, ce que nous qualifions de canular en français trouve des traductions très diversifiées d'une langue à une autre. Il est d'ailleurs assez rare que des termes donnés pour équivalents linguistiques dans les principales langues européennes partagent entre eux si peu d'origines étymologiques communes.

Le terme de canular a des origines si particulières et a connu tant d'évolutions sémantiques en un peu plus d'un siècle qu'il ne dispose que d'équivalences très approximatives dans les autres langues et que les traducteurs, comme les dictionnaires bilingues, proposent souvent plusieurs termes pour tenter de recouper ses différentes significations.

À l'exception notable de l'anglais – qui fera plus avant l'objet d'un développement spécifique – la plupart des langues européennes recourent à des termes moins circonstanciés que le français pour qualifier l'acte canularesque. Ceux-ci renvoient en premier lieu et de façon assez systématique à sa filiation étroite avec la farce et certaines formes humoristiques comme la blague et la plaisanterie. C'est le cas notamment en allemand, où l'acte canularesque est généralement rapporté sous les vocables « *Scherz* » ou « *Streich* » (le premier terme ayant une connotation plus légère et plus humoristique que le second) ; mais aussi en italien, où l'on utilise les plus souvent les termes « *beffa* » (farce, moquerie, attrape), « *burla* » (plaisanterie sans mauvaise intention), « *scherzo* » (blague, farce légère) ; ainsi qu'en espagnol, où la locution la plus employée est « *broma* » (farce, blague, plaisanterie). Même s'il ne s'agit pas de la locution la plus usitée pour qualifier un acte canularesque dans la langue anglaise, le terme « *practical joke* » qui renvoie aussi à la farce est cependant encore fréquemment employé lorsqu'il s'agit d'un canular peu élaboré à vocation essentiellement humoristique et sans vocation à véhiculer un propos critique.

Chacune de ces langues dispose également d'un vocable spécifique pour désigner certaines manifestations particulières qui relèvent parfois de la pratique canularesque.

Ainsi les farces et canulars perpétrés de manière assez rituelle chaque 1<sup>er</sup> avril dans de nombreux pays et désignés par l'expression poisson d'avril en français ont pour équivalence le terme « *April fool* » en anglais, « *Aprilscherz* » en allemand, « *pesce d'aprile* » en italien, et « *inocentada* » en espagnol (en référence au 28 décembre, « fête des innocents », et jour où la presse comme la population ibérique s'autorisent à faire circuler de fausses nouvelles).

De la même façon, le canular entendu au sens de fausse nouvelle véhiculée par les médias trouve également des traductions spécifiques dans la plupart des langues européennes. L'anglais utilise généralement les expressions « *fake news* », « *spoof news* » ; l'espagnol le terme composé « *noticia broma* » ; l'allemand les termes « *Falschmeldung* » et

« *Zeitungente* »; l'italien le mot « *bufala* » (un raccourci de l'expression « *non vedere una bufala nella neve* » initialement utilisé dans l'argot journalistique pour désigner « *une information dont la facticité est si évidente qu'un journaliste ne devrait pas s'y laisser prendre* »)<sup>57</sup>.

La dimension humoristique et le caractère populaire des pratiques canularesques sont, d'une façon générale et plus encore qu'en français, fortement mis en relief par les termes usités dans les langues allemande, espagnole et italienne. Le processus de mystification auquel le canular est désormais associé dans la langue française n'est aussi explicite dans la définition des termes qui lui sont donnés pour équivalents dans aucune de ces langues. Plus généralement, l'acte semble renvoyer presque exclusivement à des visées relevant du simple divertissement ou de la raillerie sans véritable portée axiologique. Dans certains de ces pays, notamment en Italie et en Allemagne, où les milieux de la contestation politique ou artistique ont depuis une trentaine d'années assez régulièrement recours à des procédés canularesques pour procéder à des attaques en règle contre les institutions et la culture dominante, les termes en usage paraissent inadéquats pour désigner l'évolution connue par les pratiques canularesques. Ainsi, et au-delà de l'emprise croissante de la langue anglaise sur la langue courante, il est de plus en plus fréquent que les acteurs du canular et même certains médias en rendant compte recourent au terme « *hoax* » pour qualifier l'objet.

### **I-2.3 Le terme « *hoax* » et son emprise linguistique croissante**

« *Hoax* » est en effet le terme le plus souvent donné pour équivalent dans la langue anglaise du mot canular. C'est également la locution la plus systématiquement employée dans la presse anglo-saxonne et dans le langage courant de l'ensemble du monde anglophone pour qualifier un acte mystificateur de nature canularesque. Son apparition dans le vocabulaire anglais est plus ancienne que celle du mot canular. Sa première occurrence, avérée par la seconde édition du *Oxford English Dictionary*, remonte en effet à 1808. Lynda Walsh, professeur de littérature américaine qui est l'auteur d'une importante recherche sur les canulars textuels au XIXe siècle, qualifie la naissance de ce

---

<sup>57</sup> Luca Damiani, *Breve storia delle beffe mediatiche da Orson Welles a Luther Blissett*, Roma, Castelveccchi, 2004, 176 pages.

terme d'« ajout de l'époque industrielle à la langue anglaise » pour signifier la concordance qui semble exister entre l'apparition de cette pratique et la rapide évolution socioculturelle de la société anglaise durant les premières années de la révolution industrielle.

Dans son acception générale, le mot anglais de « *hoax* » signifie « le tour joué à quelqu'un en lui faisant passer une chose fausse pour vraie ». L'origine étymologique du terme reste incertaine ; celui-ci dériverait de l'expression « *hocus pocus* », formule utilisée par les prestidigitateurs au moment crucial de la réalisation d'un tour. Cette locution serait elle-même une distorsion de l'expression latine « *hoc est corpus* » (« ceci est ma chair ») prononcée durant de la messe au moment de l'eucharistie. Réelle ou fictive, cette origine du terme est intéressante à plusieurs titres. La référence à l'escamotage, au jeu de l'illusion et à la magie populaire semble plus forte que la croyance religieuse. L'usage populaire du terme « *hoax* » au XIXe siècle renvoie souvent à la notion de mystère et de mystification, de ruse et de piège. Là où le canular et certains de ses équivalents dans plusieurs langues européennes établissent une filiation étroite avec la farce, la plupart des définitions du terme « *hoax* » marquent un parallèle étroit avec le « tour joué » (« *trick* » en anglais). Dans la culture anglo-saxonne, notamment en Amérique du Nord, le tour n'a pas le caractère systématiquement humoristique et dérisoire de la farce. La définition du terme « *hoax* » telle que proposée par l'*Oxford English Dictionary*<sup>58</sup>, qui fait généralement référence dans les travaux conduits sur la question, souligne que celui-ci peut tout aussi bien être motivé par une intention malveillante que par le souhait d'amuser et de divertir : « *a humorous or mischievous deception, usually taking the form of a fabrication of something fictitious or erroneous, told in such a manner as to impose upon the credulity of the victim* »<sup>59</sup>.

Cette définition pointe également une caractéristique importante de l'acte canularique : celle de la « fabrication » d'un objet ou d'un propos, falsifié ou fictif, servant de support à la mystification de la cible. De manière beaucoup plus explicite que dans les définitions qui sont généralement proposées du canular, cet énoncé ne restreint pas la production mystificatrice à un texte, un discours ou un propos, mais il englobe également la

---

<sup>58</sup> *Oxford English Dictionary - Second Edition*, Oxford, Clarendon Press, 1989, p. 273.

<sup>59</sup> Définition que nous traduisons de la manière suivante : « Une tromperie plaisante ou malveillante prenant généralement la forme d'un objet faux ou d'un discours fictif, fabriqué et présenté de manière à abuser de la crédulité d'une victime ».

fabrication d'objets physiques. Si la tradition française du canular a été et reste fortement dominée par la production de « leurre » prenant une forme textuelle ou conversationnelle, les pratiques mystificatrices anglo-saxonnes – et particulièrement celles nord-américaines – prennent assez souvent aussi appui sur des fabrications de type matériel. Dans ses travaux sur les mystifications scientifiques perpétrées en Amérique dans la période précédant la guerre de Sécession, Lynda Walsh (2003) opère une distinction entre les canulars matériels (« *physical hoaxes* »), sous la forme, assez fréquente à l'époque, de faux fossiles et d'artefacts, et les canulars textuels (« *textual hoaxes* »), qui s'étaient plutôt sur une production de nature littéraire ou journalistique. Si la tromperie mise en œuvre par un acte canularique s'accompagne presque systématiquement d'un propos ou d'un discours tendant à appuyer la véracité ou la vraisemblance de l'« objet » servant de support à la mystification, celui-ci paraît pouvoir revêtir des formes extrêmement variées.

#### **I-2.4 La prégnance de la notion de tour (« *trick* ») dans les définitions du « *hoax* »**

Ainsi, le mot « *hoax* » renvoie assez systématiquement à la notion de « *trick* » - traduisible en français par tour, attrape ou ruse - ; un terme ne faisant pas explicitement référence à la dimension plaisante ou humoristique des procédés utilisés. Le terme anglais de « *trick* » est encore plus régulièrement associé à des situations négatives ou dysphoriques : « *bad trick* » (un mauvais tour), « *dirty trick* » (un vilain tour), « *mischievous trick* » (un tour maléfique, pernicieux) ou encore « *freaky trick* » (un tour bizarre) sont les expressions les plus citées par les dictionnaires pour illustrer l'usage du mot<sup>60</sup>.

L'étymologie du mot tour remonte au XII<sup>e</sup> siècle et provient de « tor » qui en ancien français signifiait « volte-face »<sup>61</sup>. La locution renvoie à une forme ou mouvement de type circulaire qui finit par ramener une personne ou un objet vers son point de départ. Le mot n'exprime cependant pas qu'un déplacement dans l'espace : il sert également à borner la séquence ou l'unité temporelle durant laquelle se déroule le mouvement ou l'action. En astronomie, c'est à partir du temps pris par la Terre pour effectuer une

---

<sup>60</sup> C'est notamment le cas dans les deux grands dictionnaires de référence que sont *The Oxford English Dictionary, Second Edition*, Oxford University Press, 1989, et *The Merriam-Webster's Advanced Learner's English Dictionary*.

<sup>61</sup> *Le Grand Robert de la langue française*, Paris, Le Robert, 2008.

rotation sur elle-même qu'on détermine la durée d'un jour. Dans le langage quotidien, le tour désigne souvent le moment imparti à une personne pour s'exprimer (le « tour de parole »), pour se produire en spectacle (le « tour de chant ») ou pour conduire un acte (« prendre son tour »).

En anglais, le mot « *trick* » renvoie d'ailleurs assez systématiquement à l'habileté, la débrouillardise et la ruse de la personne initiatrice du tour. À l'origine, le mot ruse, tiré du verbe latin « *recusare* » (« faire reculer »), qualifiait le « *détour par lequel un animal cherche à échapper à ses poursuivants* »<sup>62</sup>. Son sens a ensuite rapidement évolué pour non plus désigner une qualité défensive mais plutôt une sorte d'arme, un « *moyen ou procédé habile qu'on emploie pour abuser, pour tromper* »<sup>63</sup>. Comme le souligne le sociologue Frédéric Moens, « *La ruse constitue un mécanisme d'échange et de négociation. Si la forme qu'elle adopte est toujours singulière; aucune de ses manifestations n'est identique, sa raison d'être est toujours de répondre efficacement à une relation de pouvoir en partant d'une position dominée* »<sup>64</sup>. L'auteur insiste sur le caractère pragmatique, spontané et incertain de l'« action rusée » : « *La ruse est une action sociale qui se construit dans sa pratique elle-même et dont l'orientation finale donne à penser à l'existence d'un plan préalable qui n'est pas pour autant réellement présent. (...) La ruse utilise les principes de l'action pour autre chose, elle les dévoie, elle les fait fonctionner autrement. La richesse et l'originalité de la ruse résident dans ce fonctionnement en quelque sorte pervers* ». Par sa dimension transgressive et subversive qui s'incarne à travers son caractère non conventionnel et l'inversion des rapports de force qu'elle rend possible entre dominant et dominé, la ruse permet d'enrichir la compréhension de certains des procédés et des enjeux sociaux de l'acte canularique.

Dans la très grande diversité d'actes regroupés sous le terme de « *trick* » en anglais ou de tour en français, la notion de ruse ne constitue cependant pas la seule caractéristique des phénomènes ainsi dénommés. Nombre d'entre eux induisent l'élaboration préalable et la mise en œuvre d'une *astuce*- autre traduction donnée en français au terme anglais *trick* -, un « moyen » ou un « procédé » allant de la « *petite invention supposant une certaine*

---

<sup>62</sup> *Ibid.*

<sup>63</sup> *Ibid.*

<sup>64</sup> Frédéric Moens, « La ruse, une réponse au désarroi populaire. Analyse de certaines modalités d'action citoyenne en situation de pluralité de valeurs », pp. 339-350, dans *Les raisons de la ruse. Une perspective anthropologique et psychanalytique*, Ouvrage collectif, Paris, La Revue du M.A.U.S.S., 2004.

*adresse* » jusqu'à la création et la fabrication d'un « *dispositif ingénieux et élaboré* »<sup>65</sup>. Il est alors impropre de parler d'acte spontané et sans préméditation. Certains de ces tours nécessitent une préparation longue et minutieuse ainsi qu'une capacité effective à concevoir et à fabriquer un piège subtil. Le tour d'adresse, l'illusionnisme, la prestidigitation, ou ce qu'on appelle plus communément les « tours de magie » relèvent évidemment de cette catégorie. Ils reposent souvent sur l'exécution rapide d'une série de mouvements très précis visant à escamoter ou à faire apparaître un objet pendant que l'attention du public est détournée et captivée par la réalisation simultanée d'un second acte aussi ostentatoire que dérivatif. Au-delà de la dextérité manuelle ou corporelle qui nécessite un long entraînement, l'illusionniste a très souvent recours à des dispositifs techniques et scéniques très élaborées pour parvenir à altérer la perception des faits par son public. Depuis Jean-Eugène Robert-Houdin au XIXe siècle, l'usage de procédés mécaniques ou technologiques novateurs a souvent été la clé du succès de grands illusionnistes<sup>66</sup>. Sans nécessairement employer de moyens matériels aussi sophistiqués que ces derniers, le « *hoaxer* » attache toujours un très grand soin à la préparation des dispositifs qui lui permettront de mystifier sa victime. À la différence de l'imposteur, il est rare qu'un « *hoaxer* » n'use que des seules ressources de la persuasion rhétorique, de l'apparence physique et de l'usurpation d'identité. Il se doit aussi de parvenir à construire un décor, une scène et des objets qui rendront sa supercherie tangible et crédible auprès de sa cible et de son éventuel public.

### **I-2.5 Les déclinaisons nominales du terme et la figure du « *hoaxer* »**

Le terme « *hoax* » a également pour particularité de se décliner à la fois sous la forme d'un verbe (« *to hoax* »), vraisemblablement apparu à la même époque que le mot désignant l'acte, et d'un substantif désignant le sujet agissant (« *hoaxer* »). Cette richesse nominale doit beaucoup à la pratique ancienne et très développée du « *hoax* » dans la culture anglo-saxonne. Mais l'existence du terme « *hoaxer* » dans la langue anglaise traduit également l'importance de celui qui fait figure d'auteur de l'acte désigné sous le vocable « *hoax* ». Un acte mystificateur, et qui plus est un acte canularique, n'est pas le produit du hasard ou d'une distorsion du réel qui s'amplifierait au sein d'une population

---

<sup>65</sup> Selon les termes utilisés dans les définitions de l'astuce données par *Le Grand Robert de la Langue française*.

<sup>66</sup> On notera que parmi les pionniers des trucages dans l'art cinématographique, plusieurs d'entre eux comme Georges Méliès ou Gaston Velle ont débuté dans le métier par une carrière de prestidigitateur.



sans qu'on puisse en identifier clairement les origines à l'instar des légendes urbaines et de certains types de rumeurs. Même s'il implique parfois un nombre significatif d'acteurs qui influent chacun à leur manière sur son déroulement, l'acte canularique induit toujours la présence d'un auteur qui, en amont de l'action, imagine une intrigue et détermine une cible, qui met en œuvre les moyens de piéger celle-ci et qui, in fine, lorsque l'opération est réussie, assume et valorise son rôle d'auteur. Le « *hoaxer* », en particulier lorsqu'il se met lui-même en scène lors de la perpétration de la mystification, est un personnage atypique, doté d'une audace et d'un talent peu communs. Il séduit par son étonnante capacité à piéger ses victimes et à tourner en dérision des tiers en même temps qu'il inquiète par le risque qu'il fait courir à chacun de se trouver à son tour dupé par le personnage qu'il incarne. Celui qu'on désigne sous le terme de « *hoaxer* », ou plus encore de « *professional hoaxer* » lorsque sa pratique régulière du canular est avérée, cultive de nombreuses filiations avec la figure du « *trickster* », qui reste extrêmement présente dans l'imaginaire de la culture contemporaine américaine.

Le « *trickster* » – littéralement « *celui qui joue des tours* » – est un personnage très particulier dont les anthropologues ont révélé l'existence sous une forme mythique dans de nombreuses sociétés traditionnelles, notamment en Afrique et en Amérique du Nord. Il rappelle en bien des points le personnage du « fou du roi » dans la civilisation moyenâgeuse occidentale. Le « *trickster* », également appelé le « décepteur » par Claude Lévi-Strauss ou le « divin fripon » par Carl Jung et Carl Kerényi<sup>67</sup>, est un être étrange et ambivalent ayant tantôt l'apparence d'un dieu ou d'un héros, tantôt celle d'un être humain dévergondé et maléfique ou encore d'un animal, usant et abusant de la ruse. Dans les récits populaires qui retracent ses exploits et ses déconvenues (les « *trickster tales* »), il apparaît souvent comme un héros comique, joueur, farceur et taquin, irrévérencieux avec les puissants, mais aussi un personnage vil et cynique avec le commun des mortels. L'ethnologue Laura Lévi-Makarius voit dans le « *trickster* », le « *prototype mythique du violeur* » des tabous dans la société, et « *le prototype de toute représentation héroïque individuelle, puisqu'il constitue l'expression mythologique du premier acte consciemment vécu en opposition aux conduites collectives, bien que dans l'intérêt général* »<sup>68</sup>.

---

<sup>67</sup> Carl Jung, Carl Kerényi, *Essays on a Science of Mythology*, Princeton University Press, 1969.

<sup>68</sup> « *La violation de tabou (...) est nécessairement un fait individuel, exceptionnel et clandestin. (...) Acte individuel, elle représente un fait antisocial, puisqu'elle subvertit les règles sur lesquelles l'ordre social repose ; mais si la violation ne peut être qu'un acte individuel et antisocial, son résultat – l'obtention d'un pouvoir efficace dont viendront à la société tous les biens – fait inévitablement l'objet d'un désir collectif, d'un désir social. Enfermée dans cette contradiction, la société qui veut violer sa loi fondamentale ne peut le faire qu'en en donnant délégation à un*

Marginal, mais non sans influence, il est celui par qui, dans une société très normée soumise au rituel et au poids des tabous, la transgression survient, permettant à la culture d'évoluer et de se transformer. Il agit ainsi pour le bien des hommes, mais la sanction qu'il subit en tant que violateur ou celle qu'il fait parfois subir aux autres est cependant là pour rappeler l'importance des normes et le respect qui doit leur être attaché. Par une ouverture aux sens multiples et à l'ambiguïté, le « *trickster* » est un « *agent de créativité qui transcende les resserrements propres à la monoculturalité* »<sup>69</sup>.

Sous une forme certes modernisée et très édulcorée, la figure du « *trickster* » conserve une place importante dans la culture contemporaine en Amérique du Nord et nombre d'artistes se sont emparés du personnage et de sa dimension parfois burlesque et inquiétante. Depuis le début des années 1960, l'univers de la contestation s'est, lui aussi, approprié le personnage en insistant sur son caractère transgressif et subversif. Nombre d'activistes politiques renommés et de figures de l'« *underground* » comme Abbie Hoffman, Paul Krassner ou Wavy Gravy se sont vus attacher le qualificatif de « *trickster* », quand ils n'ont pas choisi de s'autoproclamer tels. Le terme est fréquemment employé pour désigner les auteurs de canulars audacieux et à répétition, et la locution est souvent utilisée dans le langage courant pour synonyme de « *hoaxer* ». Généralement solitaire, voire individualiste malgré la portée sociale parfois forte de ses actes, le « *trickster* » fait ainsi figure de perturbateur dans une société vouée au culte de l'apparence et des faux-semblants.

## **I-2.6 Les ambiguïtés sémantiques du terme « *hoax* » au regard des pratiques contemporaines**

Si, d'un point de vue sémantique, la définition du terme « *hoax* » apporte un éclairage plus précis de la complexité des mécanismes mis en place lors d'un acte mystificateur et

---

*médiateur individuel, dans lequel elle trouve son héros. Opérateur d'une telle médiation, le trickster sera donc l'émanation de la contradiction entre le caractère individuel de la violation et le caractère collectif de son appropriation. Il commet l'acte interdit non dans son intérêt propre, mais dans celui de la collectivité. Il ne l'accomplit pas en secret, mais à la connaissance, bien que voilée, de la tribu. Non pas en voie exceptionnelle, mais périodiquement. Non en tant qu'acte répréhensible, antisocial, mais comme un bienfait majeur, pivot d'une activité rituelle socialisée.* » Laura Levi-Makarius, in *Le sacré et la violation des interdits*, Paris, Payot, Collection Science de l'homme, 1974 (chapitre V).

<sup>69</sup> William J. Hynes, « Inconclusive Conclusions : Tricksters, Metaplayers and Revealers », in *Mythical Trickster Figures : Contours, Contexts, and Criticism* de William J. Hynes et William G. Doty, Tuscaloosa, University of Alabama, 1993.

souligne le rôle déterminant joué par celui qui initie et engage ce processus, elle reste en revanche muette sur la manière dont s'opère le dévoilement de la mystification. La dimension démystificatrice qui semble être caractéristique d'un acte canularique est en effet totalement occultée tant dans les définitions lexicographiques que dans les usages courants du mot. Dans le langage usuel, « *hoax* » est indifféremment employé tant pour désigner une mystification durable que pour qualifier une mystification voulue très provisoire par son initiateur. Il est d'ailleurs notable que, du fait de son usage croissant dans la langue anglaise au XIXe siècle, le terme « *hoax* » se soit très rapidement substitué à celui plus ancien de « *mystification* », issu du français littéraire. S'il est vrai que, dès lors qu'un propos ou un acte est explicitement présenté comme une tromperie ou une mystification, il est implicitement induit qu'une procédure de démystification a été mise en oeuvre, il n'en reste pas moins que la question de l'intentionnalité de l'auteur quant au dévoilement de celle-ci demeure entière. Plusieurs observateurs avisés ou acteurs réflexifs des pratiques canulariques (Skaggs 1997, Brooks 2002, Walsh 2003) ont relevé les ambiguïtés sémantiques et limites de l'usage du terme « *hoax* » pour qualifier des actes mystificateurs perpétrés par des auteurs avec l'intention préalable de les dévoiler dès lors que la cible visée aura été effectivement dupée. Pour autant, il n'existe toujours aucun vocable spécifique, en anglais ou dans les principales langues européennes, traduisant cette intention révélatrice de certains auteurs d'actes canulariques, même si de nombreuses occurrences de ce type de procédé assez sophistiqué attestent, depuis deux siècles au moins, de la réalité de telles pratiques.

Au terme de cette analyse des principaux termes usités pour désigner notre objet de recherche, il apparaît que, en dépit de leur richesse sémantique respective, les termes canular en français et « *hoax* » en anglais s'avèrent l'un et l'autre trop imprécis pour désigner correctement un nombre important d'actes mystificateurs assez élaborés et dont le processus semble pleinement intégrer leur révélation.

Par commodité langagière autant que par souci de spécification de notre propos, nous avons choisi d'utiliser l'expression « acte canularique » pour désigner les objets en question. Les pages qui précèdent ont permis de dégager un certain nombre des particularités utiles à leur caractérisation, en même temps qu'elles appellent sur d'autres points un approfondissement de l'observation pour préciser plus avant ce qui constituera la base de notre recherche.

Les réflexions et les recherches conduites par le passé sur tout ou partie de notre objet de recherche constituent des matériaux importants pour l'enrichissement de notre réflexion.

### ***I-3 Les apports et les limites de la recherche***

Comme nous l'avons déjà évoqué, les recherches se rapportant à l'acte canularesque ou aux procédés qui lui sont apparentés sont encore peu nombreuses et l'approche de l'objet dans ces études est généralement très parcellaire. Rares sont les auteurs qui se risquent à donner une définition générique du canular sans tomber dans le travers de l'essentialisme ou celui de l'imprécision. Souvent sa définition est si elliptique et si vague qu'elle conduit à le confondre avec d'autres pratiques disposant pourtant de caractéristiques propres et bien établies. À l'opposé, certains travaux menés sur des modalités très particulières de l'acte canularesque conduisent à une sous-spécification de l'objet, rendant impossible une mise au jour des traits qui seraient communs à tout type de manifestation de ce genre.

#### **1-3.1 Des approches réductionnistes**

En raison du nombre élevé de cas de mystifications et de canulars survenus depuis plus de deux siècles dans l'univers des lettres et de la création artistique, un nombre important d'études littéraires et esthétiques se sont penchées sur la question. Mais, à l'exception de quelques recherches très poussées comme celles de Jeandillou (1989, 1994, 2000), la plupart de ces travaux s'attachent essentiellement à la dimension narrative, stylistique ou esthétique des textes et des objets servant de support à la dimension mystificatrice de l'acte canularesque. Le contexte particulier d'exposition et de réception de ces œuvres et, plus généralement, les processus actionnels complexes dans lesquels elles s'inscrivent sont presque systématiquement négligés. Par une réduction de type synecdotique, l'analyse de l'objet mystificateur se substitue souvent à celle de l'acte canularesque qui l'englobe. Il est ainsi courant dans les études littéraires qu'une confusion totale s'établisse entre canulars textuels et écrits parodiques, tant les procédés stylistiques employés dans les deux exercices sont semblables<sup>70</sup>.

---

<sup>70</sup> Concernant des auteurs comme Jonathan Swift ou Mark Twain qui ont pratiqué ces deux types d'exercices au cours de leur carrière d'écrivain, on constate que les spécialistes de leur œuvre n'établissent en général aucune distinction formelle entre production canularesque et production parodique dans la typologie qu'ils font de leurs écrits.

Les études journalistiques, notamment en Amérique du Nord où elles sont particulièrement développées, s'intéressent régulièrement aux canulars perpétrés dans le champ des médias et de l'information. Ces recherches ont pour qualité principale d'offrir un panorama historique et des descriptions assez détaillées des occurrences canularesques dans ce domaine. Elles ont en revanche pour tropisme de ne questionner que les dysfonctionnements des systèmes de production et de contrôle de la qualité de l'information. Elles n'entrevoient les actes canularesques que sous la forme d'accidents ou de déviations au regard des principes déontologiques supposés régir les métiers du journalisme. Ce travers axiologique conduit à un manque d'objectivation de l'acte canularesque qui occulte la nécessité de mettre au jour ses mécanismes propres.

Par ailleurs, et parce que nombre de canulars retentissants font désormais partie de l'imaginaire collectif de nos sociétés, il existe aussi au sein de l'édition populaire une importante production livresque qui leur est consacrée. La plupart du temps, ces ouvrages sont de qualité médiocre et s'attachent aux aspects les plus spectaculaires du phénomène. La description des faits y est souvent approximative, quant elle n'est pas profondément édulcorée. En général, ces « narrations » de seconde main contribuent à perpétuer – parfois en l'amplifiant – le discours apologétique déjà développé par les auteurs de ces actes sur leur travail.

### 1-3.2 Les discours autoréflexifs des auteurs de canulars

Dotés de défauts assez analogues, les écrits de ces derniers sont toutefois d'une plus grande pertinence pour notre recherche car, bien qu'ils s'inscrivent généralement dans un discours de valorisation des actes et de leurs auteurs, ils offrent un éclairage intéressant sur la personnalité de ces derniers, sur les intentions et les motivations les poussant à agir, ainsi que sur les étapes de préparation précédant la perpétration d'un canular. Certains livres et textes publiés par des « *hoaxers* » professionnels<sup>71</sup> témoignent de leur grande expertise sur les mécanismes de l'acte canularesque. Ceux qui procèdent à un grand nombre d'actes de ce type au cours de leur carrière de « *hoaxer* » sont toujours confrontés

---

<sup>71</sup> Parmi ces écrits, ceux notamment d'Alan Abel (*Confessions of a Hoaxer*, MacMillan Co, 1970), de Luther Blissett (*Mind Invaders*, Roma, Castelvechi, 2000), des Yes Men (*Comment démasquer en s'amusant un peu l'imposture néolibérale*, Paris, La Découverte, 2005) et de Joey Skaggs (conférences et essais édités sur son site personnel [www.joeyskaggs.com](http://www.joeyskaggs.com)) comportent des réflexions et des analyses très instructives sur les techniques et les modalités de mise en œuvre d'actes canularesques.

à certains échecs ou à des réussites plus ou moins mitigées en fonction de la qualité de leur travail, mais aussi du contexte spécifique et des circonstances particulières dans lesquels s'inscrivaient leurs initiatives. Ces témoignages d'expériences se doublent parfois de tentatives d'autoévaluation et de formalisation des techniques mises en œuvre, qui alimentent utilement le travail des chercheurs dans ce domaine. Ce statut d' « acteurs réflexifs » est d'autant plus affirmé aujourd'hui qu'un certain nombre de « *hoaxers* » ou de « *pranksters* » professionnels, notamment dans le monde anglo-saxon, cultivent des liens étroits avec le monde universitaire ou le milieu des écoles d'art<sup>72</sup>.

### 1-3.3 Le long désintérêt des sciences sociales pour l'objet

Concernant le domaine de la recherche en sciences sociales, il convient de souligner que, en dépit d'un intérêt plus affirmé pour le sujet depuis une dizaine d'années, l'acte canularique reste encore très peu étudié. Certes, il y a eu, à la suite de la fameuse émission d'Orson Welles sur CBS en 1938 et des travaux en réception de Cantril et Stanton sur cet événement<sup>73</sup>, une vague de recherches sur la question, mais l'intérêt retomba dans les années 1950 après que les grands médias de masse prirent des mesures très restrictives pour éviter la perpétration de ce type d'acte. Devenus moins fréquents et surtout moins intrusifs dans les médias, les actes canulariques apparurent, après le « coup de maître » d'Orson Welles, comme un épiphénomène ne méritant pas que la recherche lui consacre plus d'attention. La sociologie, la psychologie sociale et les sciences de la communication préférèrent, dans cette période de « guerre froide » et de montée en puissance de la société de consommation, orienter leurs recherches vers ces phénomènes plus sensibles qu'étaient le développement de la communication persuasive et l'usage de la propagande politique.

Le regain de la pratique canularique à la fin des années 1960 et durant les années 1970, notamment comme instrument de critique sociale et de contestation culturelle, n'a dans l'ensemble guère suscité l'intérêt de la recherche en sciences sociales. Émanant pour l'essentiel d'acteurs issus de la contre-culture ou d'avant-gardes artistiques, le recours

---

<sup>72</sup> Plusieurs d'entre eux, comme Andy Bichlbaum et Mike Bonanno des « Yes Men », Andrew Boyd des « Billionaires for Bush », John Jordan de la « Clown Army », enseignent dans les départements d'art ou d'esthétique d'universités renommées.

<sup>73</sup> Hadley Cantril, Franck Stanton, *The Invasion From Mars – A Study In The Psychology Of Panic*, 1940.

aux pratiques canularesques pour véhiculer des discours de nature subversive était entaché de fait d'une certaine marginalité.

### 1-3.4 Les apports déterminants d'Erving Goffman

Sans avoir fait l'objet de recherches dédiées, l'acte canularesque a toutefois été approché en tant que phénomène sociocognitif par le courant de la microsociologie interactionniste qui s'est développé aux Etats-Unis dans les années 1960 et 1970. Puisant notamment dans les apports théoriques et méthodologiques de la phénoménologie sociale, de la linguistique pragmatique et de l'ethnographie de la communication, les travaux d'Erving Goffman sur la manière dont s'organisent les interactions sociales dans le cadre quotidien vont apporter un éclairage inédit sur certains comportements mystificateurs développés parfois par les individus en situation d'interaction avec d'autres personnes. Dans *La mise en scène de la vie quotidienne*<sup>74</sup>, publié en 1959, Goffman s'intéresse notamment aux « représentations frauduleuses » auxquelles recourent certains acteurs pour fausser la perception d'eux-mêmes en situation de confrontation et d'interaction avec des tiers. Filant la métaphore théâtrale de la « mise en scène », il décrit avec beaucoup de justesse les intentions et les procédés utilisés par ceux qui pratiquent l'usurpation d'identité, l'imposture et la mystification. Dans *Les cadres de l'expérience*, paru en 1974, Goffman, en faisant appel cette fois-ci à la métaphore cinématographique, s'intéresse désormais aux « cadres » et aux « cadrages » qui fixent la représentation de la réalité, orientent les perceptions et influencent l'engagement et la conduite des acteurs. À côté des cadres primaires (« naturels » ou « sociaux »), qui reposent sur des lois ou des conventions sociales fortes qui permettent aux acteurs de gérer leurs comportements face à une situation normale, Goffman identifie des « cadres transformés » – qui nécessitent une plus grande capacité d'adaptation des acteurs – et des « cadres fabriqués » qui résultent d'efforts délibérés visant à désorienter l'activité d'un individu ou d'un ensemble d'individus sans que ceux-ci s'en rendent compte. Parmi ces derniers, Goffman distingue les « fabrications abusives », qui relève de l'escroquerie ou de la pure manipulation, et les « fabrications bénignes » parmi lesquelles différents types d'actes canularesques. Sur une dizaine de pages<sup>75</sup>, l'auteur développe plusieurs modalités d'actes canularesques, en

---

<sup>74</sup> Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York, Double Anchor Books, 1959 (Traduction française sous le titre : *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Les Editions de Minuit, 1973).

<sup>75</sup> *Les cadres de l'expérience*, op. cit., pp. 97-106.



fonction notamment de la nature des intentions de leurs initiateurs. Si sa description de l'acte canularique est parfois sommaire et fondée sur une série d'exemples qui ne rendent pas compte de toute la variété de ce type de manifestation, elle met en revanche en lumière l'importance du travail effectué par le « *hoaxer* », ainsi que son habileté, pour bâtir le cadre fictif d'une situation prise pour crédible par sa cible. L'analyse de Goffman a également l'avantage de souligner qu'un acte mystificateur ne prend une dimension canularique que si celui qui en est l'initiateur et le maître d'œuvre est porté par des intentions qui ne sont pas malhonnêtes et que la perpétration effective de l'acte répond à ce critère. Sans évoquer ouvertement la question de la révélation de la facticité du « cadre fabriqué » dans le déroulement d'un acte canularique, Goffman consacre cependant un long développement aux « ruptures de cadres »<sup>76</sup>, c'est-à-dire aux moments souvent pénibles où les individus se rendent compte qu'ils ont perçu une situation de manière erronée et que les fondements de leurs croyances s'en trouvent bouleversés. Les réflexions de Goffman sur ce sujet – qui s'inscrivent dans la lignée des travaux de Bateson sur les situations paradoxales<sup>77</sup> et des « expériences de rupture » conduites par Harold Garfinkel<sup>78</sup> – mettent en lumière les sentiments d'embarras, de honte, d'anxiété ou d'indignation des victimes d'une mystification ou d'un quiproquo au moment où elles prennent conscience de leur erreur d'appréciation quant à la réalité de la situation.

L'apport fondamental des travaux de Goffman et de l'approche interactionniste a été de resituer l'acte canularique dans une perspective sociologique et communicationnelle. Le canular tel que décrit par Goffman est un acte social mettant en jeu dans le réel de la vie quotidienne des interrelations multiples entre celui qui initie l'action et d'autres acteurs sociaux (notamment la « cible » et les témoins de la mystification) disposant d'une capacité d'influer sur le cours de l'action. Ce processus actionnel rend l'issue de l'acte toujours incertain en dépit de la volonté permanente de son initiateur de contrôler et de garder la maîtrise des événements. Cette approche sociologique permet de dépasser l'approche strictement esthétique et artistique du canular qui jusque-là conduisait à confondre l'acte avec l'objet fictionnel produit par un auteur et servant de support à la mystification.

---

<sup>76</sup> *Ibid.*, pp. 338-369.

<sup>77</sup> Gregory Bateson, *Vers une écologie de l'esprit 2*. Paris, Seuil, 1980.

<sup>78</sup> Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, Englewood Cliffs, 1967.

Cette approche nouvelle de l'acte canularique apportée par Goffman restera toutefois encore longtemps occultée dans les recherches conduites sur le sujet, tant celles-ci sont restées sous l'empreinte d'une partie des études littéraires et esthétiques, marquées par « *une conception immanentiste faisant du texte (ou de l'objet) une totalité intangible – dépositaire de sens qu'on devrait se contenter d'explicitier, voir de contempler* »<sup>79</sup>. Ce n'est que très récemment seulement que l'acte canularique a commencé à être étudié comme un processus actionnel complexe qui, sans dénier à son initiateur une part d'auctorialité forte sur l'objet, reconnaît la mise en jeu de très nombreuses interactions entre ses différents acteurs et avec le contexte social particulier dans lequel celui-ci s'inscrit. La recrudescence des actes canulariques depuis la seconde moitié des années 1990, en liaison notamment avec les nouveaux usages communicationnels induits par le développement rapide des nouvelles technologies de l'information, ont contribué à rendre plus saillante la pertinence des enseignements de la linguistique pragmatique et de la sociologie interactionniste dans les champs des sciences sociales et de la communication.

### **1-3.5 Les apports de l'analyse pragmatique et interactionnelle**

À la croisée de la microsociologie et de l'ethnométhodologie, les recherches menées depuis une vingtaine d'années sur l'« action située »<sup>80</sup> permettent de mieux appréhender la nature complexe de l'acte canularique. En dépit des plans établis et des moyens mobilisés par son auteur en amont de sa mise en œuvre, un canular ne prend véritablement vie que lorsqu'il s'immisce dans la réalité et qu'il se confronte à la perception d'autrui. Fruit d'une série d'interactions entre différents acteurs dans un environnement toujours susceptible d'influer sur son procès, l'acte canularique est, en dépit des plans établis et des moyens mobilisés par son initiateur, toujours un processus incertain qui prend forme au fil de son déroulement en fonction de l'immédiateté de la situation et non pas uniquement en fonction des moyens prédéfinis et planifiés par les acteurs en amont de l'action. La théorie de l'action située a pour spécificité d'intégrer la nature opportuniste de l'homme en situation de résolution de problème. Le « plan » de l'action, tel qu'établi par son initiateur en amont de sa performance en situation réelle, resterait en permanence soumis aux aléas du jeu des acteurs et à l'incidence du contexte.

---

<sup>79</sup> Jean-François Jeandillou, *Effets de textes*, Limoges, Lambert-Lucas, 2009.

<sup>80</sup> Lucy A. Suchman. *Plans and Situated Actions : The Problem of Human-machine Communication*, Cambridge, Cambridge University Press, 1987.

Comme toute action située, il n'existerait alors qu'a posteriori, après avoir rempli les conditions de sa félicité.

Parmi les travaux les plus récents conduits sur l'acte canularique, ceux de l'historienne de la littérature scientifique Lynda Walsh constituent certainement l'apport le plus important apporté à la compréhension du phénomène depuis Goffman. Si son champ d'étude concerne essentiellement les canulars littéraires se rapportant à la science et à la technologie dans la presse américaine avant la Guerre de Sécession, la portée de sa réflexion sur l'acte canularique est plus large et procède d'un important travail de redéfinition rhétorique de l'objet en s'appuyant sur les enseignements de la linguistique pragmatique. Pour Walsh, « *la pratique du canular doit être abordée comme un projet social, qui va bien au-delà de la production d'un texte ou d'un discours, et qui doit tenir compte des intentions de l'auteur en même temps que des caractéristiques du support véhiculant le propos, des attentes du public et de la manière dont celui-ci réceptionne ce discours* »<sup>81</sup>. Au-delà de la nécessité de tenir compte de l'inscription sociale du phénomène, ce qu'elle appelle l'« *extratextualité des actes canulariques* »<sup>82</sup>, Walsh accorde également une attention majeure aux intentions de son auteur. C'est sur la base de ces intentions qu'elle détermine la particularité de l'acte au regard d'autres formes de tromperies ou de manipulations de la réalité. « *L'auteur d'un canular s'intéresse aux croyances de son public* » qu'il cherche à déstabiliser. Il est « *dans l'obligation de révéler sa mystification pour mettre celui-ci dans l'embarras* ». Il peut certes bénéficier de la notoriété que lui procure la prouesse de son acte, mais l'objectif principal de son action reste de véhiculer « *un message indirect* » auprès du public pour « *évacuer en lui sa fascination naïve pour telle ou telle croyance* »<sup>83</sup>. Son « mécanisme dual » reposant sur une tromperie puis sa révélation vise à transformer les prédicats du public en une prise de conscience embarrassante que Walsh compare à l'« *elenchus* » dans la dialectique platonicienne, ce moment où le philosophe par ses questions vise à éprouver la cohérence du discours de son interlocuteur.

---

<sup>81</sup> Lynda Walsh (2003). *Op. cit.*, p. 3.

<sup>82</sup> Lynda Walsh (2002), p. 109.

<sup>83</sup> Lynda Walsh (2003), *op. cit.*, p. 20.

#### ***I-4 Les éléments de caractérisation de l'acte canular***

Si l'essence de l'acte canular ne trouve toujours pas une définition qui fasse autorité, les recherches empiriques et les analyses conduites depuis plus d'une trentaine d'années sur certaines de ses manifestations contribuent toutefois à poser les bases d'une caractérisation relativement fiable de l'objet, notamment au regard d'autres pratiques avec lesquelles il est encore souvent confondu.

Après avoir longtemps été approché exclusivement dans sa dimension objectale, comme l'œuvre quasi démiurgique d'un auteur, le canular est à présent davantage considéré dans sa dimension d'acte social, autrement dit comme le fruit d'une véritable interaction entre différents acteurs et un environnement donné. Les travaux d'Erving Goffman (1974) et plus encore ceux de Lynda Walsh (2003, 2004) ont ainsi permis de mieux appréhender la globalité du processus actionnel de l'acte canular et certains de ses mécanismes fondamentaux. Sans nier la part d'auctorialité qui échoit à ceux qui initient et mettent en œuvre ce type de processus, leurs analyses ont souligné la complexité de l'acte canular et sa fragilité intrinsèque tout au long de son déroulement en soulignant les nombreuses « conditions de félicité » auxquelles l'entreprise doit répondre pour parvenir à ses fins et mériter son appellation.

Associés aux enseignements de l'analyse sémantique présentée précédemment et aux apports des études plus éparées conduites sur certains types de manifestations canulaires, ces travaux permettent de tracer certains des contours invariants de l'acte canular, de préciser les mécanismes qui lui sont propres, de rendre compte des facteurs socioculturels qui ont participé à son émergence historique et entretiennent sa récurrence au sein de la société.

##### **1-4.1 La morphologie générale de l'acte : une parenthèse dans l'ordre du réel**

Dans sa configuration générale, l'acte canular possède des caractéristiques fondamentales qui soulignent à la fois sa filiation avec certaines pratiques sociales plus

anciennes, en même temps qu'elles le distinguent clairement d'autres phénomènes contemporains auxquels il est encore trop fréquemment assimilé.

Les séquences d'action qui composent un acte canularique sont généralement de courte durée et leur enchaînement rapide témoigne d'une forte récursivité de son procès. C'est précisément cette récursivité de son processus actionnel, inscrit dans une relative unité de temps, qui donne au canular sa cohérence d'ensemble en tant qu'acte, malgré la très grande diversité de ses modalités d'incarnation.

Comme la farce, le carnaval ou le tour, le canular est un acte qui opère de manière délimitée dans le temps. Sa mise en œuvre opérationnelle peut, dans certains cas, nécessiter une longue et intensive phase de préparation. Conduite dans le plus grand secret et n'engageant qu'une seule personne ou un nombre très limité de complices, cette étape préalable n'est toutefois pas constitutive de l'action proprement dite. L'acte canularique n'entame son existence sociale que lorsque la tentative de mystification est véritablement engagée, c'est-à-dire au moment où l'objet qui lui sert de support est introduit dans l'espace public et qu'il parvient à être accepté pour véridique par un tiers. L'acte canularique se referme officiellement lorsque la mystification est levée et que des preuves tangibles de la facticité de la situation sont données ou sont saisies par celui ou ceux qui jusque-là avaient été abusés.

Différemment d'une rumeur, dont la propagation est souvent lente et insidieuse et surtout qu'un démenti officiel échoue généralement à éteindre, l'acte canularique est soumis à un mécanisme de clôture qui délimite précisément son inscription temporelle en tant qu'action. La mystification est donc rapidement effacée par sa révélation et l'aveu de celui qui l'a initiée. Ceux qui, un temps, ont été pris à son piège n'échappent donc pas à cette rectification qui met au jour les fondements de leur erreur d'appréciation de la situation. Contrairement à une légende urbaine, l'acte canularique n'a qu'un seul auteur et celui-ci est en général facilement identifiable à l'issue de son acte. Une occurrence canularique n'est pas répétable sans faire porter de rapides soupçons sur l'identité de son initiateur et sur la nature potentiellement mystificatrice de l'acte engagé.

La relative brièveté de l'acte canularique tient à sa morphologie particulière et à l'interventionnisme exercé par son auteur tout au long de son déroulement. Conçu comme

une « mécanique duale » mettant successivement en œuvre une mystification et sa révélation (Walsh 2003), l'acte canularique a une configuration globale d'apparence circulaire qui trouve sa formalisation symbolique dans l'analogie souvent faite avec le « tour » dans les définitions lexicographiques des termes canular et « *hoax* ». Certains chercheurs anglo-saxons emploient parfois le terme de « *loop* » (boucle) pour qualifier le cheminement particulier induit par le processus canularique.

À l'instar de la farce primitive qui, au Moyen Âge, prenait la forme d'une saynète autonome à l'intérieur d'une représentation théâtrale, l'acte canularique s'apparente à une parenthèse succincte dans l'ordonnement courant de la vie quotidienne où les échanges humains sont supposément régis suivant les principes d'honnêteté intellectuelle et de véridicité des propos tenus. Il se rapproche aussi de la représentation classique du carnaval comme moment de suspension provisoire des lois courantes avant leur réaffirmation pleine et entière par l'autorité tutélaire. Mais à la différence de la farce théâtrale ou du carnaval, l'ouverture de cette parenthèse est opérée de manière impromptue et unilatérale par l'initiateur de l'acte canularique : aucun signal formel ne permet aux autres acteurs de la situation de savoir qu'ils se trouvent soudainement engagés dans une séquence particulière jusqu'à la clôture explicite de celle-ci. Pour reprendre les termes employés par Goffman, c'est cette « *confusion de cadrage provoquée intentionnellement par un individu chez ses partenaires* »<sup>84</sup> qui permet de surprendre ces derniers et rend possible leur mystification. La prise de conscience de cette « mise entre parenthèses » par la victime et les témoins non-initiés de l'acte canularique ne survient donc qu'a posteriori, à la suite du renversement de situation mis en œuvre par la révélation de la mystification.

Le rétablissement du vrai ne signifie cependant pas un recouvrement total de la situation qui prévalait avant la perpétration de la mystification. Une tromperie intellectuelle ou morale laisse toujours des traces psychologiques chez ses victimes et peut également avoir des incidences sociales non négligeables, en particulier lorsque la mystification a lieu en présence de témoins. Dans ses travaux, Goffman (1967) insiste longuement sur l'embarras et le trouble suscités par le fait de « *perdre la face* »<sup>85</sup>, c'est-à-dire le fait

---

<sup>84</sup> Erving Goffman (1974), p.15. Goffman reprend la notion de « bracketing » proposée par Gregory Bateson dans son article « Une théorie du jeu et du phantasme ». (Article paru dans BATESON Gregory (1977), *Vers une écologie de l'esprit*, Paris, Seuil, vol. 1, p. 209-224 pour la traduction française).

<sup>85</sup> Erving Goffman, *Les rites d'interaction*, Paris, Éditions de Minuit, 1974 pour la traduction française.

qu'une personne voit la « *valeur sociale positive qu'elle revendique* » et « *l'image d'elle-même à laquelle elle est sentimentalement attachée* » menacées. Goffman s'intéresse également à la grande variété des réactions provoquées chez les victimes en fonction du caractère de chacune d'elles. Parfois ces réactions sont si violentes qu'elles paraissent disproportionnées au regard de l'humiliation subie. Les cas de cette nature sont toutefois relativement rares. La plupart du temps, la réaction des dupes à l'encontre de l'auteur de l'acte sont modérées ; non pas qu'elles soient insensibles au fait d'avoir été prises au piège du « *hoaxer* », mais parce qu'elles jugent qu'en faisant « bonne figure » et en répliquant pas à l'affront, elles ont davantage de chances de faire oublier cette séquence douloureuse.

La personne trompée a toujours sa part de responsabilité dans la duperie dont elle a été la victime. Le défaut de vigilance et plus précisément ce qui, à la suite de l'écrivain Samuel Taylor Coleridge, est appelé la « suspension de l'incrédulité » (« *suspension of disbelief* »)<sup>86</sup> consentie par les victimes d'une mystification – et incidemment l'embarras, voire la honte de soi qui peut en résulter – conduit souvent celles-ci à clore définitivement l'épisode en évitant de réagir aux effets de l'acte.

D'une manière générale, les actes canulars qui survivent à l'épreuve du temps sont peu nombreux, quand bien même ils auraient en leur temps obtenu un fort écho médiatique. Lorsque certains d'entre eux parviennent à s'inscrire durablement dans la mémoire collective, c'est plus souvent en raison de la renommée de leurs auteurs – généralement acquise dans le monde des arts et de la littérature – que parce que l'acte a, par lui-même, acquis une valeur heuristique immarcescible<sup>87</sup>.

Ce caractère relativement éphémère de l'acte canularsque provient de ce que son succès réside pour l'essentiel dans sa capacité à s'inscrire fortement dans les préoccupations spécifiques du public auquel il est confronté au moment de sa perpétration. L'ampleur du pouvoir mystificateur d'un canular dépend fondamentalement du « *kairos* » dans lequel il se produit. La véracité accordée par une partie du public à une fausse nouvelle suppose, *a minima*, sa correspondance avec les attentes ou les craintes latentes de celle-ci.

---

<sup>86</sup> Ou encore ce que Goffman (1974) appelle aussi « *engrossment* » pour signifier l'absorption totale et orientée de l'attention d'une personne dans une situation où elle se trouve directement impliquée.

<sup>87</sup> Ainsi, parmi les cas de canulars passés à la postérité, on retrouve ceux perpétrés par des écrivains célèbres comme Jonathan Swift, Edgar Allan Poe, Virginia Woolf, par le cinéaste Orson Welles ou encore par le président américain Benjamin Franklin.

S'attachant très souvent à une conjoncture très circonstanciée, la pertinence de l'acte canularique en tant que propos tend donc généralement à décliner avec l'obsolescence du contexte qui l'avait initialement porté.

#### **1-4.2 Les intentions de l'auteur comme critère de caractérisation**

Si les travaux conduits ces dernières années mettent en lumière l'importance du contexte d'inscription de l'acte canularique et l'incidence déterminante de la manière avec laquelle l'objet mystificateur est accueilli en réception par ses publics destinataires, aucun des chercheurs ayant approfondi la question ne remet cependant en cause le rôle déterminant occupé par le « *hoaxer* » dans l'ensemble du processus actionnel initié par celui-ci. Il n'est pas seulement la personne qui crée l'objet servant de support à la mystification et décide du moment dans lequel celui-ci sera introduit dans une partie du corps social, mais il est également celui qui tentera au mieux d'en maîtriser son mécanisme et ses effets jusqu'au terme de l'action engagée.

À ce titre, la manière dont la révélation de la mystification est amenée constitue un critère essentiel de caractérisation de l'acte canularique. Longtemps négligée, la question de la démythification occupe à présent une place centrale dans la réflexion sur l'objet. La plupart des chercheurs qui ont travaillé sur l'acte canularique ces dernières décennies avouent leur embarras quant à l'indétermination qui règne encore à ce propos dans les termes habituellement utilisés pour qualifier ce type de pratique. Spécialiste des mystifications littéraires dans l'univers anglophone, le chercheur australien David Brooks regrette la signification trop vague du mot « *hoax* » et l'absence d'un vocable spécifique pour désigner une mystification dont le dévoilement fait partie intégrante du projet développé par son auteur<sup>88</sup>.

Pour lever la confusion avec d'autres pratiques mystificatrices, Walsh (2003) pose l'intentionnalité de l'auteur comme critère discriminant de l'identification d'un acte canularique. La révélation de la mystification – comme la mystification – doit s'inscrire dans le projet initial de l'auteur. Elle ne saurait être le produit du hasard et des

---

<sup>88</sup> David Brooks, *The Literary Hoax*. Texte publié en ligne en 2002 et consultable au 15 octobre 2009 à l'adresse : [http://www.fish.unilim.fr/ditl/Fahey/CANULARHoax\\_n.html](http://www.fish.unilim.fr/ditl/Fahey/CANULARHoax_n.html) .



circonstances : elle doit être voulue par le « *hoaxer* » dès la conception de son acte et ce dernier a même, selon Walsh, obligation de la mettre en œuvre si le processus mystificateur perdure. C'est en choisissant de rendre publique sa duperie que le « *hoaxer* » se démarque de l'escroc ou du vulgaire manipulateur. Elle le distingue aussi du simple farceur qui, bien souvent, « *abandonne sa victime* »<sup>89</sup> dès le coup perpétré, laissant le soin à celle-ci de découvrir par elle-même les ressorts du tour qui lui a été joué. Ainsi, au XIXe siècle, période où les phénomènes d'imposture et de mystification à des fins vénales connaissent un développement inquiétant, nombre de « *hoaxers* », à l'image d'Edgar Allan Poe, décidèrent de procéder systématiquement à la révélation publique de leurs actes afin de lever tout risque d'ambiguïté quant à leurs intentions réelles.

Le moment et la manière dont s'opère la révélation de la mystification sont également très importants pour déterminer l'appartenance canularique d'un acte. Une mystification trop longue et trop intense peut susciter des réactions en chaîne dont la maîtrise dépasse rapidement les capacités de son initiateur. C'est la raison pour laquelle il est fréquent que l'auteur d'un canular lève assez vite l'ambiguïté lorsque la mystification perdure, soit en procédant personnellement à sa révélation, soit en distillant progressivement auprès de sa victime des indices d'invraisemblances en nombre suffisants afin que celle-ci puisse d'elle-même prendre conscience de son erreur de jugement.

Les intentions initiales de l'auteur ne sont cependant pas toujours simples à identifier dès lors que celles-ci n'ont pas été formellement consignées en amont de la perpétration de l'acte. Comme Goffman le souligne, cette méthode consistant à consigner ses intentions canulariques à un tiers, en amont de la perpétration de l'acte, est relativement rare en raison du risque qu'elle fait encourir de voir échouer l'opération si le complice venait à rompre la confiance. En l'absence d'indice clair à propos des intentions démystificatrices du « *hoaxer* », certains actes peuvent prêter à confusion. Il arrive parfois, en effet, que l'auteur d'une supercherie essaie de requalifier son acte en canular sous la pression des événements ou pour atténuer les sanctions encourues. Il existe aussi certains cas<sup>90</sup>, où l'auteur d'une histoire voit, à son insu, le récit fictionnel qu'il a produit pris pour véridique par certains de ses lecteurs. De la même manière, il est fréquent

---

<sup>89</sup> Erving Goffman (1974). *Op. cit.*, p. 99.

<sup>90</sup> Ce fut notamment le cas de deux textes satiriques de Mark Twain (« Petrified Man » et « Empire City Massacre ») pour lesquels l'auteur a dû, très longtemps, justifier de ses intentions non mystificatrices. (Cas rapportés par Lynda Walsh, *op. cit.* p 348).

qu'une personne propage une information fautive dont il croyait lui-même en la vérité. Dans toutes ces situations, il est donc impropre de parler d'acte canular. Les discours tenus *a posteriori* par les responsables d'un acte mystificateur sur la nature de leurs intentions initiales n'ont donc pas valeur de preuve. En fonction de la tournure prise par les événements, la personne suspectée peut être tentée, soit de « sous-intentionnaliser » son acte pour ne pas avoir à assumer certaines conséquences graves et imprévues provoquées par celui-ci<sup>91</sup>, soit au contraire de le « sur-intentionnaliser » pour amplifier l'impression donnée d'une totale maîtrise sur le cours des événements lorsque les effets de l'acte ont été favorablement perçus par toute ou partie de l'opinion.

L'appréhension des intentions initiales d'un auteur nécessite souvent un important travail de reconstitution historique de l'état d'esprit, des motivations et des contraintes de celui-ci lors des différentes étapes du processus canular. En dépit d'un travail d'investigation parfois considérable, il arrive que certains cas – comme celui de l'émission « La guerre des Mondes » – demeurent incertains quant à leur nature véritablement canular.

La question des intentions de l'auteur ne se limite pas à celle de son engagement démystificateur. En s'engageant dans la perpétration d'un canular, il est impératif aussi que l'initiateur n'ait pas d'intentions vénales. Car, si dans la mise en œuvre de la mystification, le « *hoaxer* » peut user de la crédulité de sa cible, il n'a en revanche pas le droit d'abuser de sa confiance. C'est là une autre caractéristique qui distingue fondamentalement l'acte canular de l'escroquerie. Dans sa catégorisation des actes visant à transformer délibérément le cadre d'une situation afin de fausser le jugement d'un tiers, Goffman (1974) établit une distinction franche entre les canulars, qu'il range à côté des tours et des farces dans le champ des « fabrications bénignes », et les fraudes en tout genres qu'il qualifie de « fabrications abusives ». Pour lui, le canular est porteur d'une dimension morale qui interdit au « *hoaxer* » de profiter, au sens pécuniaire du terme, de l'ascendant pris sur sa victime. Car si la mystification intentionnelle représente

---

<sup>91</sup> Ainsi, le cas très fameux de la retransmission radiophonique « La guerre des mondes », orchestrée sur l'antenne de CBS par Orson Welles en 1938, continue de faire débat quant aux intentions réelles de son auteur. En raison du début de panique provoqué par l'émission et des plaintes déposées par de nombreux auditeurs, Welles a dû s'excuser publiquement et n'a eu de cesse par la suite de plaider qu'il n'avait jamais eu l'intention de mystifier son public. Présentée par lui comme la preuve de sa bonne foi, l'annonce faite au début de l'émission du caractère fictionnel du programme ne suffit cependant pas à lever le doute sur les propos de Welles. Nombre de spécialistes ont, en effet, mis en évidence qu'il ne pouvait ignorer qu'une grande partie de l'auditoire du « Mercury Theatre on the Air » prenait régulièrement le programme en cours de diffusion et ne pouvait de fait avoir entendu l'avertissement.

une véritable transgression des règles communes, l'acte canularsque voit la gravité de son acte considérablement atténuée par le fait que sa visée est d'ordre purement symbolique. Walsh (2003) insiste elle aussi sur cette distinction et la lie étroitement au processus de révélation : « *L'auteur d'un canular s'intéresse aux croyances de son public, tandis que le fraudeur s'intéresse à son argent* ». Le « *hoaxer* » est, de fait, « *dans l'obligation de révéler sa mystification pour mettre sa victime dans l'embarras* »<sup>92</sup>. Il peut certes bénéficier de la notoriété que lui procure sa prouesse, mais l'objectif principal de son action reste de véhiculer « *un message indirect* » auprès du public pour « *évacuer en lui sa fascination naïve pour telle ou telle croyance* ».

Dans son mécanisme primaire, l'acte canularsque ressemble à un piège, mais un piège assez particulier où le chasseur choisirait de relâcher sa proie après l'avoir saisie en se satisfaisant du seul plaisir de la leçon ainsi donnée. Même si son acte est souvent motivé par un antagonisme vif nourri à l'endroit de sa cible, l'auteur d'un canular prend toujours soin de ne pas enfreindre les frontières de l'admissible et de contrôler au mieux la nature des effets engendrés par sa mystification. L'acte canularsque reste socialement tolérable dans la mesure où son objet est d'ordre symbolique. L'auteur cherche à impressionner sa cible, non pas à la dépouiller. Par son acte, il cherche également à s'attirer une certaine reconnaissance et sympathie de la part du public et non son opprobre.

### **1-4.3 La part du jeu et la fragilité de l'acte**

Dans ses dispositifs et ses procédés, l'acte canularsque s'avère plus complexe et plus élaboré que le simple tour ou la pure mystification. Différemment des autres fabrications bénignes ou abusives, le piège mis en œuvre dans un canular laisse toujours une chance à la victime potentielle d'y échapper.

Certes, le « *hoaxer* » a pour finalité la réussite de son entreprise ; et celle-ci suppose qu'il parvienne à mystifier momentanément tout ou partie de la cible qu'il s'est donnée. Mais le canular n'est pas non plus une pure machination ou un mécanisme implacable visant à « *détruire* » ou à faire définitivement « *perdre la face* » à celui qu'il tente de piéger. Si tel

---

<sup>92</sup> Lynda Walsh (2003). *Op. cit.*, p. 21.

était le cas, l'auteur apparaîtrait alors trop machiavélique pour recueillir l'indulgence ou la sympathie du public et risquerait de transformer sa victime en martyr.

Quand bien même l'auteur possède une vision précise de ses objectifs, détermine un plan d'action précis et se dote des moyens nécessaires pour y parvenir, l'acte canularique reste soumis à l'imprévu et au jeu complexe des interactions entre l'auteur et les autres acteurs de la situation. Le déroulement de l'acte, malgré le « cadre fabriqué » par l'auteur, s'inscrit dans le présent du réel et l'incertitude du devenir. Dès lors que l'auteur expose sa mystification à la sagacité de sa cible et du public, il prend le risque de voir la fictivité de sa construction perçue et révélée. A la différence d'une fiction littéraire où seul l'auteur contrôle la narration et où le lecteur consent à une certaine suspension de son incrédulité, la fiction canularique se donne pour réelle et s'inscrit dans le présent : elle est donc soumise à la vigilance de ses destinataires en pareille situation. L'« action planifiée » par l'auteur prend alors la forme d'une « action située » où celui-ci perd son statut de « *deus ex machina* » pour revêtir celui d'acteur, certes conscient des enjeux de l'action, mais désormais entré dans un jeu à multiples inconnues.

Le risque pris par l'auteur est évidemment un risque conscient et accepté ; il représente la part du jeu auquel l'auteur se livre délibérément. L'enjeu est de taille, car si la tentative de mystification échoue, c'est non seulement l'acte tout entier qui s'effondrera mais également la compétence de son initiateur qui sera remise en question. Tel l'arroseur arrosé ou le « *trickster* » maladroit, la chute n'en sera que plus dure et la « perte de la face » devant sa cible prendra la couleur du déshonneur. Le péril n'est pas moindre non plus pour l'auteur si la mystification qu'il a engagée va trop loin et provoque des effets trop préjudiciables à l'endroit de ses victimes. Sa perte de la maîtrise des événements altérera durablement son image, le faisant basculer du statut d'audacieux admiré à celui d'irresponsable conspué.

Le sens de l'à-propos et de l'improvisation doit donc impérativement compléter les compétences stratégiques et planificatrices du « *hoaxer* ». Car ce qui rend la mystification canularique distincte de la mystification courante ou de la pure imposture, c'est qu'elle ne vise pas simplement à faire accréditer une fausse identité, une fausse situation, un faux message ou un faux objet, mais d'être en mesure de transformer ce « faux vraisemblable » en « vrai invraisemblable ». Autrement dit, le « *hoaxer* » ne vise pas

simplement à produire une copie en tout point identique à l'original – l'acte n'aurait alors qu'une valeur reproductive –, mais il ambitionne de donner vie, un temps durant, à un objet si novateur qu'il aura capacité à déstabiliser l'ordre courant des choses. Comme Goffman le relève fort justement : « *Les canulars sont des manœuvres plus complexes : il s'agit non seulement d'obliger quelqu'un à aller au-delà de ce qu'il admettrait spontanément, mais de l'amener à faire l'impossible* »<sup>93</sup>.

Si durant la phase de mystification, l'auteur du canular recourt assez fréquemment au vol d'identité, à l'imposture, à l'imitation et à la production d'un « faux », son objectif principal repose avant tout sur la création d'une réalité alternative, distincte de la réalité connue de sa cible. Cette transformation du réel ou du connu opérée par le « *hoaxer* » passe systématiquement par l'introduction d'une « nouveauté » qui prend généralement la forme d'une découverte, d'un fait nouveau, d'une annonce soudaine ou d'un revirement de situation et qui oblige sa cible à réévaluer sa vision antérieure du monde ou ses présupposés sur une question donnée.

Le « cadre » d'inscription de cette nouveauté doit cependant être crédible aux yeux de la cible pour garantir la recevabilité de l'énoncé proposé par l'auteur. C'est toute l'importance de la qualité et de la justesse du « cadre fabriqué » en amont de la perpétration de l'acte. Pour assurer l'acceptabilité de sa fausse proposition auprès du public qu'il entend mystifier, l'auteur d'un acte canularesque s'appuie sur l'autorité que lui confère le statut social qu'il endosse pour l'occasion. Car pour commettre son acte et pousser plus loin la mystification de sa cible, le « *hoaxer* » doit préalablement être parvenu à faire « accréditer » son statut d'énonciateur crédible.

Une fois son personnage installé et la situation « cadrée », le « *hoaxer* » peut alors commencer à dérouler son récit mystificateur pour mettre sa cible à l'épreuve. Dans cette perspective, la fiction réaliste créée par le « *hoaxer* » comportera en son sein à la fois un degré minimal de vraisemblance et une dose d'in vraisemblance pour mettre à l'épreuve l'esprit critique et la vigilance de sa cible. Contrairement au faussaire, à l'illusionniste ou même au simple farceur, l'auteur d'un canular distille toujours des indices de la facticité ou de l'incongruité de sa proposition.

---

<sup>93</sup> *Les cadres de l'expérience, op. cit.*, p. 98.

Car au-delà de l'incertitude propre à toute action située, le « *hoaxer* » se donne deux contraintes supplémentaires : d'une part, celle de détourner la logique du propos attendu et, d'autre part, celle de rendre le destinataire de l'opération en partie co-responsable de sa propre mystification. C'est, en effet, en multipliant les marques de fiction, les signes d'invéraisemblances et d'incongruité le plus longtemps possible durant la performance de la mystification sans provoquer de rupture de véridicité auprès de sa cible que l'auteur a démontré la crédulité coupable de celle-ci. Plus la défaillance de la victime sera rendue flagrante, plus elle passera pour véritable responsable du châtement symbolique qu'elle aura reçu. Ces signaux d'invéraisemblances ont, par ailleurs, une double utilité pour le « *hoaxer* » : ils permettent de témoigner, a posteriori et si nécessaire, des intentions mystificatrices limitées de son acte et de s'assurer la connivence et la sympathie d'une partie du public qui n'aura pas été dupe. Pour autant, cette exigence que l'auteur d'un canular se donne de signifier ainsi le caractère fictif de sa mystification fragilise encore davantage l'acte entrepris. Trop de signes évidents d'exagération ou de facticité peuvent conduire l'entreprise canularesque à son échec et, à l'inverse, leur absence donnerait à celle-ci le tour d'une pure manipulation qui, une fois révélée, ferait perdre à l'acte beaucoup de sa valeur symbolique et son caractère hyperbolique.

#### **1-4.4 Une terminaison de l'acte en forme d'apologue**

Car, au-delà de l'esprit du jeu qui anime le « *hoaxer* », il existe aussi chez lui une volonté plus noble : celle de donner à son acte valeur de parabole, de récit illustratif d'une situation qui dépasse l'antagonisme personnel, éventuellement nourri par lui, à l'endroit de sa cible. Ainsi, au terme de sa perpétration, l'acte canularesque se fait toujours, de manière plus ou moins formelle et explicite, le porteur d'un message à caractère axiologique. Pour Goffman, il s'agit là d'un des traits distinctifs majeurs du canular au regard d'autres types de « fabrications bénignes », comme la simple farce ou le tour : « *Les canulars à visée corrective s'adressent à une assistance plus large et souvent même à l'opinion publique dans son ensemble. Ils visent au moins autant à établir un point de morale qu'à amuser la galerie* »<sup>94</sup>.

---

<sup>94</sup> *Ibid.*, p. 100.

Les travaux de Linda Walsh sur les canulars littéraires et scientifiques des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles témoignent des intentions axiologiques qui animent leurs auteurs<sup>95</sup>. La nature même de l'acte – qui enfreint délibérément les règles de bienséance qui régissent le rapport à la vérité et bouscule le « sens commun » – a, en effet, très tôt suscité des usages mus par des intentions dénonciatrices à l'endroit du pouvoir ou de la pensée dominante. Bien avant de devenir un des pères fondateurs des Etats-Unis, Benjamin Franklin fut longtemps journaliste et usa à plusieurs reprises du procédé canularique, tantôt pour railler les superstitions de ses concitoyens, tantôt pour condamner les discriminations juridiques entre les hommes et les femmes, pour s'attaquer à l'esclavage ou encore dénoncer avec fracas les agissements des colons anglais en territoire américain. Les exemples sont nombreux de canulars perpétrés avec des motivations politiques, voire parfois franchement subversives. Les résistants à l'occupation allemande en Pologne, en Belgique et en France en usèrent à plusieurs reprises durant la Seconde Guerre mondiale.

La vague de contestation qui vit le jour aux Etats-Unis dans les années 1960 provoqua elle aussi une forte recrudescence de l'usage de ce « procédé renversant » à des fins de critique sociale et d'expression contre-culturelle. Le canular se transforme alors, dans une société où l'influence des médias et de la communication publicitaire est croissante, en un véritable instrument de « guérilla sémiotique »<sup>96</sup> que de nombreuses figures de la contestation de l'époque utiliseront. A défaut de pouvoir renverser un système qu'ils dénoncent pour ses « manipulations de l'opinion publique » et son usage supposé de la « persuasion clandestine »<sup>97</sup>, les représentants de la culture *underground* recourront à la valeur symbolique de l'acte pour subvertir le discours dominant.

L'usage du canular à des fins politiques va connaître un nouvel essor à partir des années 1990, avec l'émergence d'une nouvelle vague de contestation politique et culturelle de portée internationale. En parallèle aux importantes mobilisations contre la globalisation économique et financière, nombre de groupes activistes s'empareront à leur tour des

---

<sup>95</sup> Selon Walsh (2003), Swift, à travers son canular à l'encontre de l'astrologue John Partridge, vise à dénoncer les croyances irrationnelles de ses concitoyens et les ouvrir à la rationalité des penseurs du Siècle des Lumières (pp. 11-12). Poe, quant à lui, « entend donner corps à une communauté d'intellectuels qui réfuteraient l'illusion d'une société gouvernée par une science qui se voudrait toute puissante » (...) et qui élaboreraient ensemble « une épistémologie de l'imagination » (p. 74).

<sup>96</sup> Suivant l'expression d'Umberto Eco in *La Guerre du faux*, Paris, Editions Grasset, 1985, p.129.

<sup>97</sup> Traduction française du titre de l'ouvrage *The Hidden Persuaders* de Vance Packard, paru en 1957 (New York, David McKay Co, 275 pages) qui dénonce les techniques insidieuses de la publicité. Le livre a connu un important succès international dans les années 1960.

procédés canularsques pour tenter de déstabiliser symboliquement les représentants du « nouvel ordre mondial »<sup>98</sup>.

L'usage politique du procédé n'est cependant pas le seul fait d'intellectuels progressistes ou de personnes originaires des milieux de la gauche contestataire. Ainsi, lorsqu'il perpète sa fameuse « imposture scientifique » en 1997, Alan Sokal vise ouvertement à déstabiliser ce qu'il appelle « la nouvelle doxa intellectuelle » représentée à ses yeux par les tenants de la pensée post-moderniste. Comme il l'avoue, la revue *Social Text*, dont il a déjoué la vigilance en publiant un article sans fondement scientifique, n'était que le moyen de toucher sa seule et véritable cible : ceux qui entendent imposer leurs visions idéologiques sur la science<sup>99</sup>.

Parfois qualifié d'« arme de dérision massive »<sup>100</sup>, le canular possède – quand il est mené avec talent, humour et réussite – des caractéristiques communes avec la satire et la caricature : il permet d'attenter à l'image publique de sa cible sans mettre en cause son intégrité physique tout en s'attirant la sympathie et une certaine connivence du public. C'est là précisément un des objectifs recherchés par l'auteur : dépasser le cadre du jeu strictement dual entre lui et sa cible pour impliquer le public observateur de l'acte et emporter le soutien bienveillant de celui-ci. À défaut d'obtenir l'approbation des témoins directs ou indirects quant au procédé fondamentalement « agressif » sur lequel ce type d'acte repose, l'auteur vise avant tout à recueillir leur compréhension et leur agrément à l'égard du message axiologique que l'auteur tente de véhiculer.

Dans sa forme, l'acte canularsque cultive de fortes ressemblances avec l'apologue et les récits qui, comme la fable ou le conte philosophique, bâtissent une narration – généralement courte – dont l'objet essentiel est de mettre en valeur une terminaison ayant valeur d'authentique leçon de par le caractère exemplaire de l'histoire rapportée. Ainsi, la portée métaphorique attachée au processus actionnel mis en œuvre par l'auteur du canular donne à l'acte une valeur qui dépasse largement le cadre très circonscrit de la situation dans laquelle il se déroule.

---

<sup>98</sup> À ce sujet, nous nous permettons de renvoyer à notre article intitulé : « Prélude à une théorie du *hoax* et de son usage subversif » in *Multitudes* n°25, été 2006, Amsterdam, pp. 149 à 157.

<sup>99</sup> « *Social Text n'est pas mon ennemi, ni ma principale cible intellectuelle. Mon objectif est de défendre un véritable regard scientifique, soucieux du respect de faits et de la logique (...) refusant de prendre ses rêves pour la réalité, pourchassant la superstition et la démagogie* » (Propos d'Alan Sokal, rapportés par Lynda Walsh, *Op. cit.*, p. 380).

<sup>100</sup> L'expression est employée par Sylvette Babin dans son éditorial du n° 60 de la revue *Esse* consacrée à l'art et au canular (« Le canular est un canular » in *Esse* N° 60, printemps-été 2007, Montréal, p. 3).



## ***I-5 Vers une définition conceptuelle de l'acte canularesque***

A ce stade de notre recherche, la proposition d'une formulation plus circonstanciée de l'acte canularesque apparaît indispensable pour aller plus avant dans l'appréhension de la notion de canular médiatique. Au-delà du nécessaire réajustement de la définition lexicographique du terme, les enseignements tirés de l'analyse sémantique et des travaux universitaires déjà conduits permettent également de proposer une approche plus conceptualisée de l'objet. C'est à partir de cette première modélisation de l'acte canularesque utilisée comme grille d'analyse du phénomène dans le champ médiatique que nous pourrions, en effet, circonscrire de manière fiable et opérationnelle notre territoire effectif de recherche.

### **1-5.1 La nécessité d'une définition plus circonstanciée**

L'analyse lexico-sémantique du terme canular et de ses principales traductions dans les langues européennes souligne la relative imprécision et la forte polysémie qui entourent les différentes définitions de l'objet. En un peu plus d'un siècle, le mot « canular » a connu pas moins de trois re-définitions de son sens initial. En dépit des révisions apportées, la définition actuelle du terme – tout comme celle de « *hoax* » en anglais – peine encore à décrire de manière satisfaisante et suffisamment circonstanciée une pratique sociale évolutive aux manifestations toujours plus diversifiées. Ainsi, la langue française – pourtant riche en locutions pour désigner les artifices et les illusions du réel – persiste à entretenir une forme de confusion sémantique entre canular et simple mystification.

Tout en s'inscrivant dans l'héritage des définitions antérieures, notre proposition de révision lexicographique du terme vise à rendre explicites certaines caractéristiques majeures de l'objet mises au jour durant ces dernières décennies par les analyses les plus détaillées conduites sur la question.

Cette définition revisitée du terme canular pourrait prendre la forme suivante :

*« Canular – Acte de mystification temporaire, perpétré intentionnellement par une personne, ou un groupe restreint de personnes, à l'encontre d'une cible avec des effets bénins et des visées d'ordre symbolique ».*

Si elle admet l'appartenance du canular à la catégorie plus étendue des actes mystificateurs, cette définition en précise les principales modalités distinctives :

- a) Cette mystification est intentionnelle : elle n'est pas le fruit d'un quiproquo, d'une erreur de jugement ou du hasard des circonstances. C'est en pleine conscience de sa nature mystificatrice qu'un objet fictif est produit et introduit subrepticement par son auteur dans une partie de l'espace social.
- b) Cette mystification est le produit d'un auteur ou d'un groupe restreint de personnes qui, à l'issue de l'acte, deviennent identifiables et donc en position d'en assumer la paternité et la responsabilité. L'acte canularique se distingue en cela de la légende urbaine qui n'a pas d'auteur clairement désignable et de la rumeur dont l'initiateur vise toujours à conserver l'anonymat.
- c) Cet acte mystificateur a une cible précise, qu'elle soit directe ou indirecte. Fréquemment, cette cible est incarnée par la personne – ou le groupe de personnes – dupée par la mystification. Dans certains cas cependant, il se peut que la personne ou les personnes effectivement mystifiées ne correspondent pas à la cible visée par le canular : on parlera alors d'un canular à cible indirecte où le public mystifié ne constitue pour l'auteur qu'un vecteur pour atteindre et affecter la cible réellement visée par l'opération.
- d) Cette mystification est temporaire, parfois même très éphémère. Le caractère temporaire de la mystification s'inscrit dans le dessein de son auteur. Le processus de démystification fait donc partie intégrante du projet de celui qui initie l'acte canularique. Si l'auteur n'est pas toujours l'opérateur effectif de la révélation de la mystification, il veille cependant toujours à en faciliter la mise en œuvre, le plus souvent en distillant certains signes d'invraisemblance ou d'incongruité durant le

procès de mystification. A la différence de la supercherie ou de la fraude, le canular n'entend pas substituer durablement le faux qu'il produit à l'authentique dont il s'inspire.

- e) Les effets engendrés par ce type de mystification sont de nature bénigne. Ils sont évidemment limités par le caractère très temporaire de la mystification mais également par l'absence d'intentions vénales ou criminelles de l'auteur à l'endroit de sa victime. Les effets provoqués sont essentiellement d'ordre psychologique et de nature immatérielle. L'acte canularique ne relève donc ni de l'escroquerie ni d'un quelconque acte délictueux entraînant une dégradation physique ou matérielle.
  
- f) Enfin, les visées de l'acte sont d'ordre symbolique. A travers la perpétration d'un canular, l'auteur aspire d'abord à questionner et à éveiller sa cible sur la manière dont elle appréhende la réalité, à l'alerter des faux-semblants et, *in fine*, à produire sous une forme souvent ludique et distrayante un petit récit à portée morale ou axiologique. Différemment de la vulgaire farce, du tour ou de la blague, l'acte canularique n'est pas « gratuit » : il ne vise pas simplement à assouvir les humeurs facétieuses ou belliqueuses de l'auteur à l'égard de sa cible. Il entend véhiculer un message dont l'ambition dépasse le cadre souvent étroit de la situation particulière dans laquelle il a été perpétré.

Outre les différenciations qu'elle établit avec d'autres formes de mystification ou de falsification du réel, cette définition reste suffisamment générique pour inclure en son sein la grande diversité des manifestations canulariques. Volontairement, elle n'opère pas de distinction entre les canulars où l'auteur procède formellement à la révélation de la mystification et ceux où celle-ci résulte des déductions logiques de la cible ou d'une tierce personne. Par ailleurs, et du fait de sa formulation assez générique, cette définition concerne aussi bien les canulars de nature interpersonnelle qui n'impliquent généralement guère plus de deux personnes, les canulars de type « initiatique » ou « formateur » perpétrés dans le cercle fermé d'un « en-groupe » que ceux menés à une plus large échelle et engageant un nombre plus conséquent d'acteurs. D'autre part, cette définition ne reconnaît pas le recours pourtant fréquent du canular à des procédés de nature humoristique comme consubstantielle à l'acte. Cette dimension, fréquemment induite dans certaines définitions du terme en français et dans d'autres langues latines, est, en

revanche, totalement absente des qualifications sémantiques données en anglais au mot « *hoax* ». L'adopter comme constitutive du mode canularique reviendrait de fait à écarter un nombre important d'actes qui, tout en partageant les mêmes attributs fondamentaux, recourraient à des registres discursifs dénués de toute dimension comique.

En dépit de sa formulation assez synthétique, cette définition parvient cependant à mettre en exergue les multiples exigences et conditions qui pèsent sur un acte méritant la dénomination de canularique. Loin d'être une action simple et facile à mettre en œuvre, l'acte canularique est le résultat d'une succession de plusieurs séquences d'action où, jusqu'au terme du processus, chaque étape de son déroulement est conditionnée à la réussite de la précédente. Par ailleurs, les caractéristiques qui sous-tendent l'appartenance d'une mystification au type canularique ne se rapportent pas seulement à ce qui, au cours et à l'issue de l'acte, a été effectivement réalisé, mais également aux intentions préalables et explicites de son auteur en amont du processus engagé de les réaliser. Autrement dit, et même si la réalisation de l'acte est soumise aux aléas propres à toute action située, sa qualification canularique dépend autant de la conformité des intentions de l'auteur quant au respect des règles spécifiques qui définissent ce type de procédé que de leur mise en œuvre effective tout au long du déroulement de l'action. En dépit du caractère assez transgressif de l'acte canularique, celui-ci exige de son auteur une éthique dans sa manière de procéder, un art de diriger sa conduite pour parvenir à ses fins.

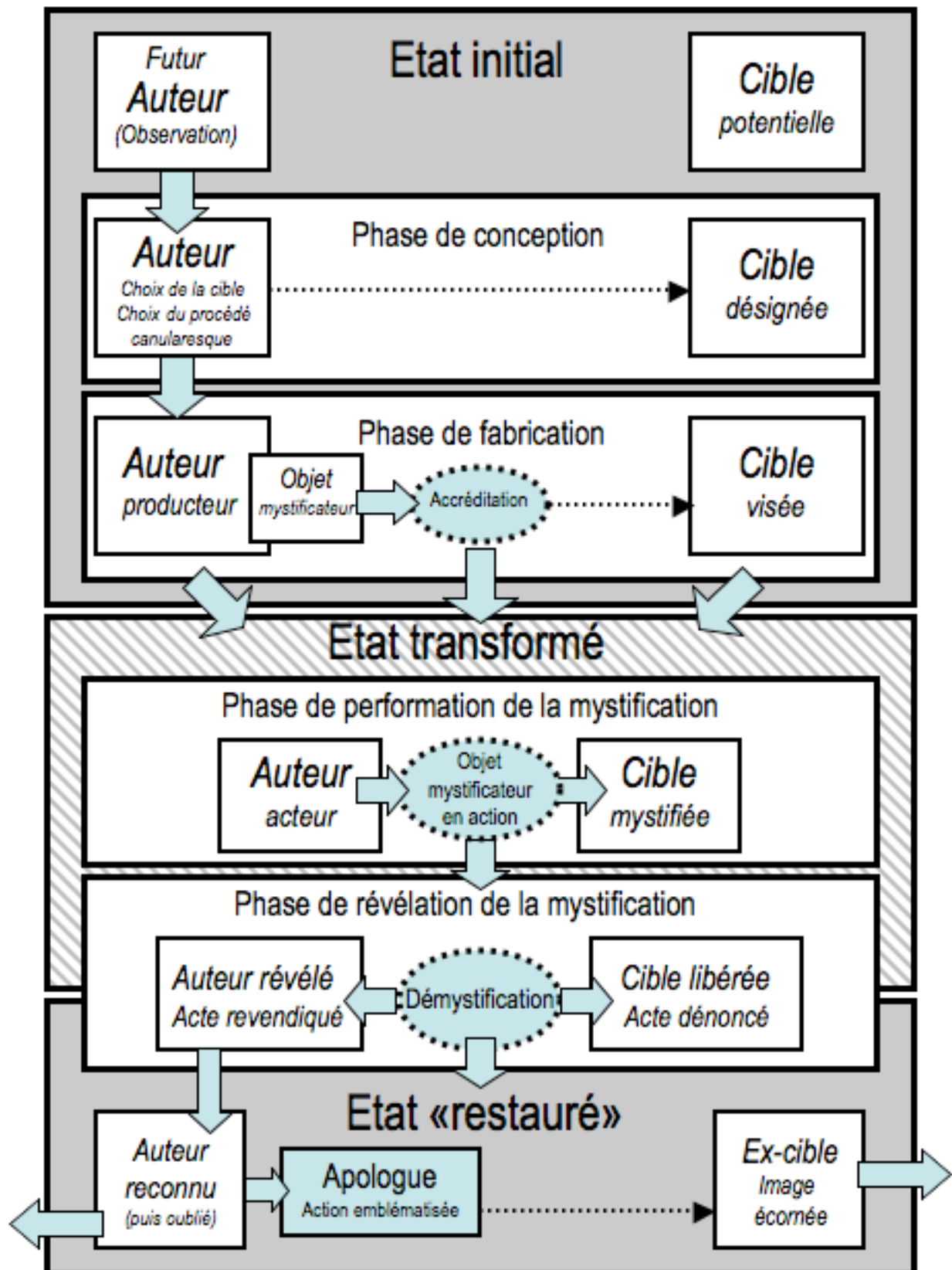
Pour être pleinement opérationnelle dans le cadre de notre recherche, et donc de disposer des critères précis permettant de déterminer l'appartenance ou non d'une manifestation donnée à la catégorie des actes canulariques, notre définition lexicographique nécessite d'être complétée par une définition analytique et conceptuelle qui, au-delà des caractéristiques globales de l'acte, éclaire également la spécification de chacune des étapes majeures de son déroulement.

### **1-5.2 Le schéma conceptuel du déroulement type d'un acte canularique**

La revue critique des travaux conduits sur l'objet amène à distinguer quatre grandes séquences dotées chacune d'attributs et de fonctions spécifiques à l'intérieur du processus actionnel qui caractérise l'acte canularique.

Le déroulement type d'un acte canularique peut se résumer de la manière suivante :

## Schéma synthétique de l'acte canularistique type



- 1) La première de ces phases est – comme pour toute action complexe ayant une finalité bien déterminée – celle de la conception du projet. C’est à l’occasion de cette étape que l’auteur détermine les grandes lignes de son plan d’action. S’agissant d’une initiative appelée à s’inscrire dans une réalité sociale donnée avec pour objectif de provoquer un effet de surprise, son auteur doit à ce stade faire preuve d’une forte capacité imaginative et être doté d’un bon sens de l’observation du milieu et du contexte dans lesquels il envisage de sévir. C’est durant cette phase préalable que l’auteur définit la nature et le sens du message qu’il entend faire passer au travers de la perpétration de son acte et qu’il choisit la cible sur laquelle il entend cristalliser son attaque. C’est aussi le moment où l’auteur opte pour l’usage du procédé canularesque et en accepte les règles et les contraintes afférentes, en particulier le fait de n’engager qu’une mystification temporaire, bénigne et dénuée d’intention vénale. A ce stade, encore purement spéculatif, l’ordre courant des choses n’est pas encore perturbé ; le travail engagé par l’auteur est de nature prospective et intellectuelle et s’opère dans le plus grand secret.
  
- 2) La seconde phase de l’acte est celle de la fabrication de la mystification. Sa durée varie suivant le degré de sophistication de la mystification à laquelle l’auteur souhaite se livrer. Les canulars de nature interpersonnelle n’engagent généralement qu’une préparation assez sommaire : celle-ci peut se limiter à « *la manipulation d’une simple parcelle de l’environnement habituel de la victime* »<sup>101</sup>. En revanche, les canulars de plus grande envergure nécessitent souvent une production mystificatrice très élaborée parce que soumise à la sagacité d’un public étendu et plus diversifié. L’objet conçu par l’auteur pour servir de support à sa mystification suppose parfois le recours à des complices. Bien qu’opérée dans la discrétion, la fabrication de l’objet, du cadre ou du propos mystificateur court toujours le risque d’être éventée ou découverte par un tiers. Durant cette période, l’auteur doit faire preuve d’une grande prudence pour éviter ce type de désagrément. D’autant que, sa fabrication achevée, l’objet en question doit encore obtenir une forme d’« accréditation » de sa véracité, avant de pouvoir enfin être exposé et confronté à la cible. Cette sorte de certification d’authenticité – ou tout

---

<sup>101</sup> Suivant le constat fait par Goffman, in *Les Cadres de l’expérience*, *op.cit.*, p. 99.

au moins de vraisemblance – peut, elle aussi, prendre des aspects très variés : depuis l’endossement d’une personnalité fictive par l’auteur jusqu’à l’accréditation en bonne et due forme de l’objet fabriqué par un expert ou par la cible elle-même. Dans bien des cas, il existe donc, en amont de la phase de performance de la mystification, une première mystification d’ampleur plus réduite qui garantira à l’objet mystificateur le degré minimum de crédibilité qui permettra, dans un second temps, à son auteur d’aller plus avant dans la mise en scène d’une tromperie plus retentissante.

- 3) La troisième phase – cruciale dans l’ensemble du processus – est celle de la performance de la mystification. C’est le moment où le canular entre en action et se confronte au monde réel. L’objet mystificateur est alors mis au contact de la cible que l’auteur espère mystifier. Bien qu’il se soit entouré d’un certain nombre de précautions, l’auteur ne dispose à ce moment-là d’aucune certitude quant au devenir de son entreprise. Autant il possède le pouvoir de clore la mystification en révélant l’imposture, autant il est dépendant de la nature des réactions de ses interlocuteurs pour que celle-ci puisse s’enclencher. La présence d’un tiers – témoin ou observateur – lors de la scène ajoute souvent au risque de voir la mystification prématurément dévoilée. Lorsque, en dépit de tous ces obstacles, la mystification parvient à opérer, la tentation devient forte chez l’auteur de pousser l’avantage en cherchant à amener sa victime à adopter un jugement ou une attitude jusque-là difficilement imaginable. L’ordre usuel des choses est alors modifié, comme un fleuve détourné de son cours naturel. La phase de performance se referme alors, soit parce que l’auteur, satisfait de ce qu’il a produit, met fin de lui-même à la mystification, soit que la cible, troublée par les incohérences auxquelles elle est confrontée, aura finalement pris conscience de l’anormalité de la situation et retrouvé ses pleines capacités d’analyse critique.
- 4) L’ultime phase du processus est donc celle de la révélation de la mystification et du dévoilement de la vraie nature de l’auteur de l’acte. Qu’elle s’effectue à la suite immédiate de la performance de la mystification ou dans un temps postérieur à celle-ci, la divulgation de la mystification n’en marque pas moins une rupture qui ouvre une nouvelle séquence de la perpétration de l’acte. Elle traduit alors une forme de rétablissement de l’ordre des choses et des valeurs qui prévalaient avant.

La victime se trouve libérée de l'aliénation qui pesait sur elle, tandis que l'auteur peut enfin sortir du rôle qu'il avait jusque-là endossé pour faire connaître les motivations profondes de son acte. Toutefois, et même si le réel a au bout du compte repris ses droits sur le fictif et que l'acte n'a pas eu de conséquence matérielle, la situation qui suit la révélation n'est pas celle d'une restauration pleine et entière de l'état des choses qui prévalait en amont de la perpétration de la mystification. Le préjudice moral subi par la victime n'est pas effacé et la faiblesse coupable d'entendement dont elle a fait preuve reste inscrite dans les mémoires. Blessée dans son for intérieur et affectée socialement, la victime se trouve généralement obligée d'« encaisser l'affront » et de « faire bonne figure » si elle veut espérer faire oublier au plus vite sa défaillance. L'auteur a beau jeu dans ces circonstances de profiter de la position de supériorité provisoirement acquise pour déployer dans son discours la leçon qu'il entend tirer de l'événement. Ainsi justifié et raconté par son auteur, l'acte canularique prend alors la forme d'un petit apologue, un récit ayant une valeur de parabole et délivrant un enseignement en lien avec sa vision du monde.



## II – Le canular médiatique : spécification de l’objet et de ses dispositifs

Etape indispensable à une approche méthodique et circonstanciée de notre objet de recherche, le travail de caractérisation de l’acte canularesque auquel nous venons de nous livrer nécessite à présent d’être rapporté au champ particulier de ses manifestations au sein de l’espace médiatique.

Composée d’un nom et d’un adjectif épithète, l’expression « canular médiatique » induit par nature l’existence d’une hiérarchie sémantique entre les deux termes qu’elle associe. Le substantif « canular » renvoie ainsi aux fondements principaux de l’objet, tandis que le qualificatif « médiatique » a pour vocation de circonscrire les caractéristiques additives permettant de spécifier le sous-ensemble « canular médiatique » au regard de l’ensemble plus vaste dans lequel il est inclus. En tant que sous-spécification, le canular médiatique doit donc impérativement posséder tous les attributs d’un acte canularesque et les caractéristiques complémentaires précisant sa nature médiatique ne peuvent en aucune manière remettre en cause les fondements de cette appartenance générique. Ainsi, et même s’il est amené à provoquer quelques variations du modèle général de l’acte canularesque, l’acte canularesque médiatique se doit néanmoins d’en respecter les lignes fondamentales telles que précédemment mises au jour dans notre définition conceptuelle de l’objet.

L’identification des caractéristiques définitoires de la déclinaison médiatique de l’acte canularesque n’en reste pas moins délicate. L’expression « canular médiatique », qui n’est employée que depuis quelques années dans la langue française, est d’un usage encore rare et ses occurrences ne nous aident guère à préciser son sens. Son emploi a, en général, une valeur plus connotative que dénotative. Les incertitudes et les mésusages qui entourent encore le terme canular ne sont pas seuls en cause dans l’indéfinition dont souffre l’expression. Le champ sémantique généralement assigné à l’adjectif médiatique est si large qu’il rend mal aisée la circonscription de ce qu’est véritablement un acte canularesque à dimension médiatique. D’apparition assez récente<sup>102</sup>, le terme

---

<sup>102</sup> Les premiers usages attestés datent de 1983 selon *Le Grand Robert de la langue française*, édition de 2001.

« médiatique » dans sa définition générale renvoie en effet à tout « *ce qui concerne les médias* », « *qui est relatif aux médias* » ou qui est « *transmis par les médias* »<sup>103</sup>. Dans une société où les médias occupent une place majeure dans notre vie quotidienne, l'adjectif médiatique connaît un succès indéniable sans que son usage permette cependant d'appréhender de manière très explicite la nature des relations desdits médias avec l'objet auquel l'épithète est attaché.

C'est la raison sans doute pour laquelle le mot a également une acception plus restreinte qui réfère à ce « *qui produit un bon effet, est à son avantage dans les médias, particulièrement à la télévision* »<sup>104</sup>. Mais là encore, les critères d'appréciation auxquels renvoie cette seconde définition rendent l'appréhension de l'objet difficile à objectiver : quels sont, en effet, les éléments invariants qui conduisent à considérer qu'une personne ou un objet est « *à son avantage* » et « *produit un bon effet* » dans les médias ?

Rapportée à l'acte canularique, la question de la nature et de l'intensité de son inscription dans le champ des médias appelle des réponses précises et argumentées. A partir de quel moment peut-on considérer qu'un canular prend une dimension véritablement médiatique ? Et en quoi celle-ci induit-elle une variation significative au regard d'un acte canularique commun qui légitimerait l'existence d'une sous-catégorisation ? Car s'il est relativement facile d'identifier comme « non médiatiques » la plupart des occurrences canulariques de nature interpersonnelle ou s'opérant à l'intérieur d'un groupe restreint et fermé de personnes, il est, en revanche, plus délicat d'admettre comme « médiatique » tout canular ayant fait l'objet d'une quelconque publicisation par l'entremise d'un média.

La notion de médiatisation à laquelle renvoie implicitement le terme « médiatique » – au sens de ce qui est transmis par les médias – et qui constitue au regard de notre objet de recherche la base définitoire la plus tangible sur laquelle appuyer une caractérisation opératoire de l'acte canularique médiatique n'est cependant pas sans poser problème. La manière dont un acte canularique fait – ou non – l'objet d'une médiatisation semble particulièrement évolutive au fil du temps et du développement des moyens de communication. Ainsi, nombre d'informations qui relevaient par le passé de la sphère des échanges privés font désormais l'objet d'une dissémination publique par l'entremise des

---

<sup>103</sup> *Ibid.*

<sup>104</sup> *Ibid.*

médias. Prendre pour seul critère définitoire du canular médiatique le fait que celui-ci aurait bénéficié d'une propagation publique au travers des médias peut conduire à adopter une définition qui accorderait une importance excessive à la propension croissante de notre société à transformer tout fait un tant soit peu exceptionnel en objet médiatique.

A l'inverse, une définition du canular médiatique qui limiterait la spécification de l'objet aux actes canularsques initiés par des instances médiatiques courrait pour sa part le risque d'écarter nombre d'occurrences qui, bien que largement publicisées, n'auraient pas l'heur d'être le fruit d'auteurs appartenant au monde du journalisme ou aux métiers de la communication. Si une définition aussi restrictive de l'acte canularsque médiatique – adoptée d'ailleurs avec quelques réserves par Fedler (1989) et Walsh (2003) sous le terme de « *media hoax* » – pouvait avoir une certaine pertinence au XIXe siècle<sup>105</sup>, époque où une proportion importante de canulars retentissants était le fruit de journalistes, il semble qu'elle soit beaucoup moins appropriée à l'évolution des pratiques communicationnelles depuis la seconde moitié du XXe siècle. Grâce à l'apparition de nouveaux médias et à la multiplication des canaux d'information, nous sommes – selon le sociologue Alberto Melucci – progressivement passés d'une situation de « *rareté de l'information* » à un « *état d'abondance* », voire « *d'excès* » de celle-ci, « *transformant presque chacun d'entre nous en sujet émetteur* »<sup>106</sup>. De fait, la démocratisation de l'accès aux instruments de communication a rendu quelque peu obsolète la séparation formelle qui existait autrefois entre producteurs de l'information et destinataires de celle-ci. Au cours du XXe siècle, presque tous les grands acteurs de la vie sociale ont acquis des compétences et des moyens de communication leur permettant soit d'informer directement l'espace public de leurs activités, soit d'influer sur la nature de l'information produite et relayée par les médias institués. L'émergence d'Internet et des nouvelles technologies de l'information n'a fait qu'accentuer ce phénomène en universalisant la possibilité d'accès de chacun au statut d'émetteur.

Au fil de l'évolution historique, la nature de l'acte canularsque médiatique semble ainsi avoir connu des inflexions importantes en fonction du contexte médiatique dans lequel il s'inscrivait. Il paraît donc opportun, pour aller plus avant dans la détermination de critères de qualification de celui-ci, de tenter de retracer la

---

<sup>105</sup> Période à laquelle réfèrent les travaux conduits par ces deux chercheurs.

<sup>106</sup> Alberto Melucci, *Culture in gioco. Differenze per convivere*, Milan, Il Saggiatore, 2000, pp. 133-135.

généalogie et l'évolution des liens entre pratiques canularesques et pratiques médiatiques sur une longue période pour parvenir, sur la base de ces enseignements empiriques, à circonscrire une définition fondée sur les caractéristiques les plus intangibles de l'objet.

## ***II-1 Médias et canulars : une histoire commune***

La rencontre de l'acte canularesque avec l'univers des médias est en effet ancienne. Les recherches historiques – Fedler (1989), Boese (2002) et Walsh (2003) – s'accordent à considérer que les premières manifestations canularesques remonteraient au XVIII<sup>e</sup> siècle et que leur propagation à une large échelle dans certaines sociétés occidentales daterait des premières décennies du XIX<sup>e</sup> siècle, période qui vit en Angleterre et aux Etats-Unis le passage de la presse écrite du stade artisanal au stade industriel. Depuis cette époque et jusqu'à aujourd'hui, on constate d'ailleurs que chaque apparition d'un nouveau moyen de communication a eu pour effet connexe de susciter la mise en œuvre de nouvelles pratiques canularesques directement attachées à l'usage de celui-ci.

Si les liens entre l'histoire des médias et celle des pratiques canularesques sont indéniables, ceux-ci ne sont cependant pas de nature mécanique : le volume d'occurrences canularesques n'est pas inflexiblement corrélé à la multiplication des supports d'information. Les qualités propres à chaque média ainsi que les règles d'usage qui lui sont associées n'offrent pas systématiquement la même perméabilité aux pratiques canularesques. D'autres facteurs entrent en compte dans la plus ou moins forte prolifération des actes canularesques au sein de l'espace public. Parmi ceux-ci, figurent naturellement le degré de rigueur attaché aux pratiques journalistiques et le niveau de régulation exercé tant par les pouvoirs publics que par la profession journalistique quant au contrôle des informations diffusées et aux sanctions encourues pour propagation de fausse nouvelle. Les actes canularesques – en particulier ceux qui sont sujets à une propagation médiatique – sont nettement plus fréquents dans des pays bénéficiant d'un régime démocratique où la liberté d'information est solidement implantée que dans des pays où la culture politique est singulièrement moins libérale. Car si les régimes autoritaires recourent sans parcimonie à la propagande et à la désinformation, ils n'apprécient guère, en revanche, le caractère irrévérencieux et parfois subversif du canular. Enfin, et indépendamment du fait médiatique, les périodes de profondes

transformations de la société – notamment les époques marquées par de rapides avancées scientifiques et technologiques – semblent particulièrement propices à l’essor des pratiques canularesques.

### **II-1.1 Une rapide histoire des pratiques canularesques associées à l’usage des médias**

Bien que parcellaires et essentiellement centrées sur le monde anglo-saxon, les recherches historiques conduites jusqu’à ce jour sur les manifestations médiatiques du phénomène canularesque permettent néanmoins et à grands traits d’identifier plusieurs grandes périodes distinctes et relativement cohérentes permettant de décrire l’évolution à l’échelle internationale des manifestations canularesques associées à l’usage des médias. Si, depuis plus de deux siècles, la production d’actes canularesques ne souffre pas d’interruption dans la plupart des pays occidentaux bénéficiant d’une forte permanence démocratique, celle-ci connaît toutefois des cycles d’intensité assez variable. Il existe des périodes plus favorables que d’autres à ce type de manifestation et celles-ci ne sont pas uniformément corrélées au déploiement de nouveaux médias au sein de la société.

Le séquençage historique que nous suggérons dans les pages qui suivent est évidemment très sommaire et en bien des points trop généralisant au regard des très grandes disparités nationales observables – notamment en amont du XXe siècle – en matière de développement des pratiques informationnelles et canularesques à l’intérieur de l’espace européen et nord-américain. Du XVIIIe jusqu’au milieu du XXe siècle, un décalage assez net est en effet constatable entre, d’une part, les Etats-Unis et la Grande-Bretagne – où les occurrences canularesques médiatiques sont particulièrement développées – et, d’autre part, certains pays européens où celles-ci semblent avoir été réfrénées par une moins grande pérennité des institutions démocratiques et une émergence plus tardive de médias disposant d’une large liberté d’information<sup>107</sup>.

En dépit de la relativité de l’exercice et des réserves précédemment soulignées, l’approche diachronique des manifestations canularesques associées à l’usage des médias permet néanmoins de mettre au jour quatre périodes assez cohérentes donnant chacune un

---

<sup>107</sup> La France par exemple, en dépit d’une certaine précocité dans le domaine des mystifications littéraires au XVIIIe siècle, a ainsi, du fait d’une démocratisation assez tardive de son régime politique et du fort contrôle exercé sur la presse jusqu’aux années 1880, engrangé un retard très sensible jusqu’au début du XXe siècle en matière de pratiques canularesques médiatiques.

éclairage assez précis sur les raisons socio-historiques qui ont présidé à l'émergence de différents types de pratiques canularesques médiatiques. Loin de s'être, de période en période, substituées les unes aux autres, ces différentes pratiques semblent au contraire se sédimenter au fil des évolutions historiques pour composer aujourd'hui un paysage assez diversifié.

### **II-1.1.1 Les faux almanachs astrologiques ou la préhistoire du canular médiatique**

Période d'apparition des premiers actes canularesques en Europe et en Amérique, le XVIII<sup>e</sup> siècle a également été le moment des premières manifestations de cette pratique en association avec l'usage de supports écrits à large diffusion. Si le terme « média de masse » est évidemment impropre pour qualifier les publications de cette époque, force est néanmoins de constater que la rapidité avec laquelle plusieurs auteurs de mystifications canularesques surent s'emparer de l'opportunité offerte par les progrès de l'édition pour amplifier la portée de leurs actes préfigure assez bien les liens assez étroits qui s'instaureront au siècle suivant entre médias et canulars.

Successivement, deux auteurs passés par la suite à la postérité – Jonathan Swift en Angleterre et Benjamin Franklin en Amérique – vont en effet s'illustrer par un usage du procédé canularesque au travers d'un des supports de communication parmi les plus populaires de leur époque : les almanachs de prévisions astrologiques.

C'est Jonathan Swift, écrivain satiriste irlandais et figure du Siècle des Lumières, qui le premier en eut l'idée en publiant en février 1708 sous le nom d'Isaac Bickerstaff, un faux almanach astrologique dont l'objet réel était de discréditer John Partridge, un des plus célèbres voyants de l'époque qui tirait d'importants profits de la commercialisation de ses prétendues prédictions sous la forme d'une brochure de périodicité bisannuelle. La mystification orchestrée par Swift fonctionna à merveille<sup>108</sup> : les nombreux lecteurs de sa fausse publication crurent en effet à la prédiction du décès de Partridge annoncée par Bickerstaff.

---

<sup>108</sup> Le texte intégral des prédictions d'Isaac Bickerstaff, ainsi que certains commentaires postérieurs de l'auteur, est publié dans un recueil de textes parodiques et satiriques de Jonathan Swift intitulé *Propositions, résolutions et prédictions*, Strasbourg, Circé, 1992 (pour la traduction française), pp. 35-85.

Cette mystification très élaborée donna à Swift l'occasion de tourner en dérision les croyances irrationnelles qui sévissaient à l'époque tant dans les milieux populaires que dans une partie de l'élite britannique. Bien qu'il ne reste aujourd'hui aucune indication précise du tirage dont firent l'objet les fameuses prédictions d'Isaac Bickerstaff, on sait cependant grâce à différents témoignages de l'époque qu'elles eurent un fort retentissement et que leur succès incita Swift et quelques complices à produire – sur un mode cette fois-ci plus satirique que canularique – de nouveaux almanachs dans les années qui suivirent. Comme en attestent les travaux de l'historien anglais Bernard Capp<sup>109</sup>, les almanachs, et tout particulièrement ceux comportant des prédictions astrologiques, représentaient en Angleterre sur la période allant du XVI<sup>e</sup> jusqu'à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle les publications qui, après la Bible, disposaient des plus larges tirages. Vers le milieu du XVII<sup>e</sup> siècle, certains de ces périodiques, comme celui de l'astrologue Lilly, se vendaient à plus de 30 000 exemplaires. A la fin du XVII<sup>e</sup> siècle, période d'apogée des almanachs astrologiques, leur diffusion globale représentait environ 400 000 exemplaires par an. Les copies passaient alors de main en main, assurant à ces brochures un taux très élevé de circulation et une audience effective de plusieurs millions de personnes.

Ayant eu vent de la mystification ainsi opérée par Swift, Benjamin Franklin – alors journaliste et proche des idées philosophiques de son aîné – s'en inspirera trois décennies plus tard pour, à son tour et dans le contexte de l'Amérique coloniale, éditer un faux almanach de prévisions astrologiques visant à dénoncer la charlatanerie des auteurs de ce type d'ouvrage et l'incroyable crédibilité dont ils bénéficiaient auprès de leurs lecteurs. Pour sa première édition, parue en 1738, le tirage du « *Old Farmer's Almanac* » de Franklin atteignit 10 000 exemplaires, ce qui, pour un pays peuplé d'à peine plus d'un million de colons à l'époque, constituait une diffusion considérable. Le succès fut tel que, une fois la mystification découverte, l'almanach lancé par Franklin poursuivit son existence pendant plusieurs décennies. En 1766 la diffusion du « *Old Farmer* » dépassait 140 000 exemplaires.

Figures emblématiques des Lumières dans le monde anglo-saxon, Swift et Franklin ont ainsi été les premiers à avoir su, de manière spectaculaire et persuasive, associer les mécanismes élaborés de la mystification canularique à la force de propagation dont disposaient les premières publications à grand tirage. Territoires d'émergence de l'acte

---

<sup>109</sup> Bernard Capp, *Astrology and the Popular press. English almanacs 1500-1800*, Londres, Faber, 1979, 460 pages.

canularesque médiatique, les almanachs populaires consacrés aux prédictions astrologiques connaîtront cependant un déclin durant les dernières décennies du XVIII<sup>e</sup> siècle, confrontés à l'apparition d'une presse savante à prétentions plus scientifique et rationalisante et au développement d'une presse d'opinion et d'information destinée aux publics les plus éduqués.

### II-1.1.2 Canulars et presse écrite au XIX<sup>e</sup> siècle : l'âge d'or du canular médiatique

Dans l'histoire des relations entre les médias et les pratiques canularesques, le XIX<sup>e</sup> siècle anglo-saxon représente la période qui, jusqu'à présent, a été la plus étudiée. Les recherches les plus développées concernent la période américaine des années 1830 à la fin des années 1890, moment d'intense activité canularesque dans la presse écrite. Souvent qualifiée d'« âge sombre du journalisme » (« *Dark Age of journalism* ») en raison des informations très approximatives qui pullulaient dans les journaux, cette longue séquence fut aussi l'âge d'or d'une presse populaire incroyablement puissante et très friande de sensationnalisme.

Le fait que de grands écrivains appartenant aujourd'hui au panthéon de la littérature américaine comme Poe et Twain aient – dans la lignée de Swift et de Franklin – perpétré nombre d'actes canularesques au travers de publications à forte diffusion n'est sans doute pas étranger à l'intérêt accordé par les chercheurs à cette période particulière de l'histoire du canular médiatique. Sans qu'une comptabilité précise de l'objet puisse être établie, Fred Fedler (1989) affirme que, à l'issue de neuf années de recherches sur le sujet, il a recensé plusieurs milliers de mystifications intentionnelles perpétrées dans la presse américaine de l'époque, dont plusieurs centaines s'apparentant à des actes canularesques<sup>110</sup>. Les travaux de Fedler et de Walsh s'étant concentré sur les canulars médiatiques produits par des journalistes ou des responsables de titres, le volume global des actes canularesques à fort retentissement médiatique au cours de la période est vraisemblablement bien plus élevé.

De nombreux facteurs expliquent cette prolifération des actes canularesques véhiculés ou perpétrés par la presse au XIX<sup>e</sup> siècle. Certains tiennent plus spécifiquement aux

---

<sup>110</sup> Fred Fedler, *Media Hoaxes, op. cit.*, pp. vii-viii.



évolutions profondes que connaissent la presse écrite et le journalisme à cette époque, d'autres aux importantes transformations sociétales qui affectent les nations, passées en quelques décennies de l'état rural à l'ère urbaine et industrielle.

Jusqu'au début du XIXe siècle, la presse écrite était, dans l'ensemble, encore très élitaire. Le tirage des titres à périodicité quotidienne ou hebdomadaire était assez confidentiel en raison des limitations imposées par des techniques d'impression qui demeuraient artisanales et des circuits de distribution très peu développés. De fait, le prix élevé des journaux de l'époque limitait leur accès aux milieux les plus fortunés et les plus éduqués. En l'absence d'une véritable culture journalistique, les éditeurs de titres recouraient généralement aux talents d'hommes de lettres, de hauts fonctionnaires ou d'érudits issus des milieux les plus aisés de la société pour la rédaction des articles.

L'apparition de nouvelles techniques de fabrication des journaux et la rapide élévation du taux d'alphabétisation de la population va, en l'espace d'une trentaine d'années, révolutionner la presse et permettre l'émergence du premier média de masse de l'histoire. De 1815 à 1850, la production des journaux en Angleterre et aux Etats-Unis va soudainement passer du stade artisanal au stade industriel. L'invention de la presse à cylindre par Friedrich Koenig en 1811 – adoptée par le quotidien anglais *The Times* dès 1814, puis par la plupart des grands journaux de l'Est américain – associée au système Fourdinier de fabrication industrielle du papier va ainsi rendre possible l'impression des quotidiens à plusieurs dizaines de milliers, voire plusieurs centaines de milliers d'exemplaires. La concentration croissante de la population dans les grandes villes industrielles, ainsi que la disponibilité d'une importante main d'œuvre à très bas coûts facilitera aussi la mise en place de réseaux denses de vente à la criée, permettant l'écoulement très rapide de tirages toujours plus élevés. Pour rendre leurs titres accessibles au plus grand nombre, les éditeurs vont, à partir des années 1830-1840, abaisser considérablement le prix de vente de leurs titres. L'apparition des « *penny dailies* » – quotidiens vendus pour la modique somme d'un *penny* – va contribuer à dynamiser un marché de la presse déjà florissant. L'invention de la presse rotative en 1847 accroîtra encore les économies d'échelle et la popularisation du média presse.

Le lectorat des journaux, désormais majoritairement composé de personnes appartenant aux classes moyennes et populaires, va inciter les patrons de presse à modifier très

profondément les contenus rédactionnels de leurs supports. Pour répondre aux goûts et aux attentes de leurs publics et également pour recruter de nouveaux lecteurs, les quotidiens vont accorder une place croissante aux articles de vulgarisation scientifique et surtout aux articles traitant de faits divers. Moins rigoureuse et moins littéraire que par le passé, l'écriture journalistique va de plus en plus emprunter au langage populaire et adopter des formes de narration assez libres et souvent peu soucieuses de rendre compte objectivement des faits. Aux Etats-Unis notamment, où le Premier amendement de la Constitution veille jalousement au respect de la liberté de la presse, les titres d'information se multiplient à une vitesse impressionnante suscitant une concurrence impitoyable entre éditeurs.

La compétition parfois féroce à laquelle se livrent les dirigeants de journaux pour séduire un lectorat toujours plus large conduit souvent à une dérive sensationnaliste et à des pratiques journalistiques pour le moins douteuses. Le recours au « *filling in* »<sup>111</sup> – le fait de « broder » voire d'inventer toute une histoire à partir d'une information très sommaire – est une pratique généralement admise. La publication délibérée de fausses nouvelles visant à susciter la curiosité et l'émotion du lectorat devient également assez fréquente. Tout ou presque semble permis dans l'espoir de faire progresser les ventes<sup>112</sup>. Les patrons de presse de l'époque sont souvent peu regardants sur les principes. Il n'existe d'ailleurs à cette époque aucune règle déontologique encadrant les pratiques journalistiques.

Le métier de journaliste ne dispose lui-même d'aucun statut ni d'aucune reconnaissance formelle. Ceux qui le pratiquent à cette époque sont de plus en plus rarement issus de l'élite intellectuelle. Ils s'apparentent davantage à des autodidactes, certes dotés d'une bonne plume, mais toujours prêts à quelques entorses à l'égard des usages en vigueur pour « sortir » une information qui fera vendre. Comme Fedler le rappelle, le métier est alors très précaire et la plupart des journalistes sont rémunérés à la pige, non pas sur la base de l'article commandé, mais en fonction de la longueur du « papier » effectivement publié<sup>113</sup>. Le corollaire de cette précarité, c'est une très large liberté d'initiative laissée au journaliste dans la production d'information qui ouvre naturellement le champ à toutes les formes de mystification. Mark Twain et Dan De Quille, deux des plus prolifiques

---

<sup>111</sup> Fred Fedler, *op. cit.*, pp. xx-xxi.

<sup>112</sup> Voir le cas du célèbre « *Moon Hoax* » de Richard Locke publié une semaine durant en 1837 dans le *New York Sun* et qui provoqua une très forte augmentation des ventes (exemple déjà évoqué en p. 20 de ce mémoire).

<sup>113</sup> Fred Fedler, *op. cit.*, pp. xix-xx.

auteurs de canulars journalistiques au milieu du XIXe siècle ont ainsi beaucoup usé de leur talent d'écriture et de leur imagination pour produire des mystifications retentissantes qui leur valurent plus d'admiration et de remerciements de leurs éditeurs que de véritable réprimande.

Si le journaliste reste à l'époque le parent pauvre de la presse, les patrons de journaux acquièrent en revanche un véritable pouvoir d'influence. Le siège du journal dans les grandes villes américaines rivalise souvent en monumentalité et en munificence avec le « *Town Hall* », centre du pouvoir municipal. Les conflits entre les représentants politiques locaux et la presse – qui s'érige peu à peu du fait de son succès populaire en « quatrième pouvoir » à l'intérieur de la société américaine – sont fréquents. Il n'est pas rare que certains éditeurs de presse soient directement à l'initiative de canulars visant à mettre en cause l'inanité des pouvoirs publics. Un des exemples les plus fameux parmi les canulars initiés à cette époque par une instance médiatique est celui du « *Theater Fire Hoax* » publié par le *Chicago Times* en février 1875. Scandalisé par la non application de mesures minimales de sécurité à l'intérieur des théâtres municipaux de la capitale du Michigan, Wilbur Storey – patron de l'un des plus influents quotidiens de Chicago – après plusieurs mises en garde non suivies d'effets, décida d'annoncer sur onze colonnes à la une de son journal qu'un incendie venait la veille au soir de provoquer la mort d'au moins 157 spectateurs dans une des salles de spectacle du centre-ville. En dépit de la présence d'un sous-titre signalant qu'il s'agissait-là de « *la description d'un possible holocauste susceptible d'arriver chaque soir* », la mystification opéra auprès de nombreux lecteurs. L'affaire fit grande sensation et des centaines de personnes se rendirent le jour même de théâtre en théâtre pour vérifier si aucun de leurs proches n'avait péri dans l'incendie imaginaire. Les critiques à l'encontre de Storey furent nombreuses – surtout de la part de ses concurrents – mais aucune poursuite ne fut engagée et le *Chicago Times*, coutumier de ce genre de procédé, vit ses ventes continuer de progresser<sup>114</sup>.

Plus généralement, dans l'analyse qu'il fait des raisons expliquant la prolifération d'actes canulariques dans la presse du XIXe siècle, Fedler insiste tout particulièrement sur trois facteurs qui sont déterminants :

---

<sup>114</sup> Ce cas est longuement détaillé par Fred Fedler (1989), pp. 97-109.

- L'état d'extrême concurrence – sans aucune véritable forme de régulation – qui règne à l'époque entre les différents titres sur un même territoire. Les titres sont alors conduits à une surenchère dans le sensationnalisme, en acceptant de diffuser, voire de produire eux-mêmes, de fausses informations avec pour seul but d'augmenter leurs ventes et d'accroître leur lectorat;

- L'absence totale de principes déontologiques et de réelle formation chez ceux qui ont vocation d'informer qui, couplée à un statut économique relativement précaire, rendent les journalistes très perméables aux pratiques mystificatrices;

- La grande crédulité du lectorat de la presse à cette époque qui lui fait facilement admettre pour vraies certaines histoires qui paraissent aujourd'hui particulièrement extravagantes.

Reprenant les conclusions de Fedler, Walsh (2003) précise et développe l'analyse concernant ce dernier point. Pour Walsh, la crédulité du lectorat, et plus généralement celle du public, en Amérique au XIXe siècle relève d'un contexte socio-historique particulier :

- L'impact de l'écrit est, à l'époque, très fort au sein d'une population composite, venue de différents horizons, et qui a souvent pour seul référent commun les textes de la Bible. De nature certes profane, les journaux constituent les vecteurs d'information les plus fiables à propos de ce qui se produit dans un espace géographique aussi vaste que le continent nord-américain – ou en Angleterre sur un territoire aussi étendu que l'empire britannique.

- Dans les pays en pleine révolution industrielle, les découvertes scientifiques et les innovations technologiques sont si nombreuses et si rapides qu'elles accèdent aux yeux du grand public l'idée que des bouleversements soudains des connaissances sont possibles, même s'ils ne sont pas toujours souhaités. L'importance donnée à la science dans la construction de la culture patriotique du pays à partir de l'époque jacksonienne va fortement influencer la manière souvent très positive des citoyens d'aborder le changement et la notion de progrès.

Selon Walsh, ce qui fait la force mystificatrice des principaux canulars perpétrés aux Etats-Unis au cours du XIXe siècle, c'est à la fois parce qu'ils prennent la forme d'écrits et qu'ils reflètent aussi les grandes préoccupations de la jeune république à cette époque : le développement des sciences, de la technologie et de l'industrie ainsi que la question du renforcement du pouvoir à l'échelle fédérale.

D'une manière plus générale, il convient de noter que si l'effervescence canularique dans la presse américaine du XIXe siècle atteint un niveau sans commune mesure avec la situation observée dans les pays européens de la même époque, c'est en grande partie en raison de la place exceptionnelle prise dès cette époque par les médias à l'intérieur de la société étasunienne. De moindre ampleur et plus tardif sur le continent européen – à l'exception notable de la Grande-Bretagne – ce phénomène de développement d'actes canulariques perpétrés par ou au travers de la presse écrite n'en est pas moins réel. C'est la multiplication des fausses informations – diffusées volontairement ou involontairement par la presse – qui, à partir du début du XXe siècle, conduira notamment à la volonté d'instaurer des règles plus strictes en matière de contrôle et de vérification des informations ainsi qu'à un souci de professionnalisation de la profession journalistique.

### **II-1.1.3 Le temps de la régulation et des tentatives de normalisation des pratiques canulariques**

Si les canulars ne représentent qu'une part infime des mystifications et des fausses informations propagées par la presse au XIXe et au début du XXe siècle, ceux-ci ne vont cependant pas tarder à subir les conséquences d'une volonté de plus en plus marquée de réguler les pratiques journalistiques dans le sens d'une plus grande rigueur des informations délivrées à l'opinion publique.

Dès la fin du XIXe siècle, certains universitaires, intellectuels et journalistes conscients des dérives de la presse écrite en matière d'information et de son influence croissante dans la formation de l'opinion publique appellent à une professionnalisation du métier de journaliste et à la création d'écoles spécialisées pour former ceux qui se destinent à cette profession. C'est ainsi que, à la suite de l'affaire Dreyfus en France, un groupe d'universitaires laïcs, conduit par la romancière Dick May et soutenu par Emile Durkheim, créera en 1899 l'Ecole supérieure de journalisme de Paris. Aux Etats-Unis,

l'Université du Missouri, après de longs démêlés avec les pouvoirs publics, se verra enfin autorisée en 1908 à créer elle aussi une école de journalisme. Les milieux de la presse – et notamment les éditeurs de journaux – longtemps hostiles à une trop grande institutionnalisation du métier, finiront au fil du temps par s'ouvrir à cette nécessité.

Partout en Europe et en Amérique du Nord, la montée en puissance de grands groupes industriels et financiers, qui cherchent à assurer leur influence sur l'opinion et sur la classe politique, conduit à des affaires de corruption impliquant des journalistes ou des patrons de presse peu scrupuleux. La nécessité d'une régulation du pouvoir économique des grandes entreprises mais aussi des pratiques journalistiques se fait sentir. Dans le domaine des médias, l'essor des télécommunications – câbles transatlantiques et téléphonie – et de la cinématographie a, dès le début du XXe siècle, déjà poussé les pouvoirs publics à mettre en place des réglementations visant à préserver l'intérêt des États face à la puissance de certains intérêts privés.

En matière d'information, le journalisme se retrouve de plus en plus souvent pris dans l'étau que constituent, d'une part, les intérêts économiques et financiers qui pèsent sur un métier sans véritable protection statutaire et, d'autre part, la volonté croissante de l'État et des dirigeants politiques de contrôler et d'orienter les nouvelles divulguées par la presse.

La Première guerre mondiale, avec le rétablissement de la censure, le déploiement de la propagande militaire et les fortes restrictions apportées à la liberté d'information dans tous les régimes démocratiques, va agir comme le révélateur de l'urgence à établir des lois protégeant les journalistes et leurs sources d'information, garantissant leur indépendance et leurs droits vis-à-vis de leurs employeurs, mais également des règles déontologiques strictes encadrant les pratiques journalistiques. Dans son ouvrage, *Liberty and the News*, publié en 1920, le journaliste américain Walter Lippmann insiste sur le rôle d'intermédiaires crédibles que les journalistes et les médias ont désormais à jouer dans une société toujours plus complexe et soumise à des incompréhensions et des divergences fréquentes entre élites et opinion publique. Selon Lippmann, la profession journalistique doit impérativement se doter de nouvelles règles et de moyens scientifiques d'investigation; l'information divulguée doit être systématiquement vérifiée, contextualisée, hiérarchisée et commentée avec un véritable souci d'objectivité et de pédagogie. La recherche de la vérité, le respect du lecteur et le souci de ne point chercher

à le tromper s'imposent peu à peu comme le cœur du contrat qui lie le journaliste au public. Devant l'ampleur de la tâche et les menaces que fait peser sur la démocratie la montée des autoritarismes, les sciences sociales ne tardent pas, dès le lendemain de la Première Guerre mondiale à s'intéresser aux mécanismes d'influence de l'opinion publique et aux manipulations de l'information auxquelles se prêtent souvent le pouvoir et parfois aussi les médias<sup>115</sup>. Si les formes de régulation imposées par les pouvoirs publics et l'autorégulation à laquelle se livre désormais la profession journalistique dans la plupart des pays démocratiques n'éradiquent pas les pratiques canulariques dans les médias, cette évolution structurelle aura néanmoins pour conséquence d'en restreindre singulièrement la prolifération.

L'émergence rapide du média radio dans la plupart des pays européens et américains dès le début des années 1920 ne va pas manquer de susciter des inquiétudes quant à son influence et à son fort pouvoir de suggestion auprès des populations. Accessible au plus grand nombre, c'est un média qui induit une relation « *in presentia* » entre le locuteur et l'auditeur. Les techniques d'enregistrement audio étant encore peu développées durant les premières décennies du XXe siècle, la plupart des transmissions radiophoniques s'effectuent en direct, conférant au média un statut d'immédiateté dans la diffusion de l'information que ne possède évidemment pas la presse écrite. La crédibilité dont jouit la radio auprès de son public est donc forte et se voit encore renforcée par la force suggestive des sons et des voix. Plusieurs fictions radiophoniques et fausses nouvelles diffusées sur les ondes durant les années 1920 à 1940, vont ainsi susciter des réactions inattendues et quelques peu inquiétantes auprès du public<sup>116</sup>. Ainsi, en janvier 1926, un prêtre anglais – connu pour goût de la parodie – décide d'interrompre une émission de littérature qu'il anime sur la BBC pour annoncer que des émeutes sont en cours à Londres. Le souvenir de la révolution russe est encore vif et l'agitation sociale est alors forte en Angleterre. De nombreux appels téléphoniques anxieux parviennent rapidement

---

<sup>115</sup> En 1921, l'historien Marc Bloch publie une courte étude consacrée aux fausses nouvelles de guerre. Il constate notamment que : « (...) *le plus souvent la fausse nouvelle de presse est simplement un objet fabriqué ; elle est forgée de main d'ouvrier dans un dessein déterminé, – pour agir sur l'opinion, – pour obéir à un mot d'ordre, – ou simplement pour orner la narration, conformément à ces curieux préceptes littéraires qui s'imposent si fortement aux plus modestes publicistes et où traînent tant de souvenirs des vieilles rhétoriques ; Cicéron et Quintilien ont dans les bureaux de rédaction plus de disciples qu'on ne le croit communément* ». Marc Bloch, « Réflexions d'un historien sur les fausses nouvelles de guerre », *Revue de synthèse historique*, 1921, repris dans *Histoire et Historiens*, Paris, Armand Colin, 1995, pp. 147-166.

<sup>116</sup> Hervé Glevarec rappelle plusieurs de ces cas de mystification plus ou moins intentionnelles dans un article intitulé « Du canular radiophonique à l'effet réel », in *Du Canular dans l'art et la littérature - Quatrième rencontres internationales de sociologie de l'Art de Grenoble*, (J.-O. Majastre et A. Pessin dir.), Paris, L'Harmattan, 1999, p. 75 à 94.

au siège de la station et, en dépit de plusieurs annonces démentant l'information, la fausse nouvelle continuera de circuler dans le pays pendant plusieurs jours.

Le cas le plus fameux de mystification opérée au travers du média radio reste évidemment celui de l'émission d'Orson Welles sur CBS le 30 octobre 1938, à la veille d'Halloween. Si, en bien des aspects, celle-ci semble pouvoir être apparentée à un acte canularique, il convient cependant de noter que son auteur n'a jamais véritablement levé le voile sur les intentions qui avaient présidé à la mise en œuvre de cette mystification<sup>117</sup>. Comme en attestent les travaux d'Hadley Cantril<sup>118</sup>, une large partie des auditeurs de l'émission, mais également de ceux qui en entendirent parler, furent effectivement mystifiés par le « réalisme » de la performance. L'enquête d'opinion conduite par l'American Institute for Public Opinion souligne néanmoins que, quelques mois seulement après la catastrophe du dirigeable Hindenburg et surtout l'annexion de l'Autriche par l'Allemagne nazie, une forte proportion de dupes crurent davantage à l'usage d'une nouvelle arme secrète qu'à une véritable invasion martienne. L'émission fut violemment fustigée pour l'incroyable panique généralisée qu'elle était supposée avoir provoqué à New York et dans le New Jersey. Si quelques incidents eurent effectivement lieu, les nombreux travaux de recherches menés sur la question attestent que, contrairement au bruit qui se répandit à l'époque, aucune manifestation d'hystérie collective ou d'exode massif de la population ne fut constaté. L'emballement médiatique qui accompagna cette affaire semble davantage témoigner de l'excessif pouvoir d'influence attribué par les commentateurs à la radio, ainsi que de la volonté plus ou moins avouée de la presse écrite de discréditer ce média en pleine ascension, que de la réalité des faits.

Média émergent instaurant une forme nouvelle de relation avec son public, la radio a effectivement prouvé qu'elle pouvait être un vecteur efficace de propagation de fausses nouvelles. Mais comme le souligne Fedler<sup>119</sup>, les cas de mystifications intentionnelles orchestrées par les diffuseurs radiophoniques – même si certains d'entre eux furent particulièrement retentissants – restent relativement rares dans l'histoire du média. Cette

---

<sup>117</sup> Interrogé à de multiples reprises au cours de sa carrière, Orson Welles, qui au lendemain de l'événement avait démenti toute intention mystificatrice de sa part – il se trouvait alors sous le coup d'éventuelles poursuites –, a par la suite toujours laissé planer le doute sur la question et refusé de refermer le champ des interprétations possibles.

<sup>118</sup> Hadley Cantril, *The Invasion from Mars, A study in the psychology of panic*, Princeton, Princeton University Press, 1940.

<sup>119</sup> *Op. cit.*, pp. 178-189.



rareté s'explique notamment par le fait que les pouvoirs publics et les autorités étatiques ont, très tôt, établi des règles très strictes en matière d'attribution des fréquences hertziennes et des possibilités de lourdes sanctions de la part de la Federal Communications Commission – créée en 1934 pour succéder à la Federal Radio Commission – en cas de non-respect des principes édictés.

Plus généralement, les canulars perpétrés par la presse ou par des journalistes vont assez rapidement perdre en fréquence et en intensité tout au long du XXe siècle. Les éditeurs et la profession journalistique furent plus prudents, tentant de respecter le contrat de véridicité qui les liaient avec leurs lecteurs. Certes les canulars perpétrés par les médias ne disparurent pas, mais ils devinrent plus ritualisés et souvent moins équivoques.

La pratique de la fausse nouvelle publiée dans les journaux du 1<sup>er</sup> avril et évidemment démentie dans l'édition du lendemain, déjà en œuvre à la fin du XIXe siècle dans la presse européenne et américaine, va connaître une véritable institutionnalisation dans les années 1920-1930. Souvent loufoques et portant sur des sujets assez anodins, les fausses informations ainsi publiées sont, en général, assez facilement décelables par les lecteurs. Leur publication à date fixe, un jour réputé pour être un moment intense de perpétration de farces en tout genres, contribue aussi à désamorcer fortement le potentiel mystificateur de ce type de nouvelles. Loin des annonces à caractère souvent catastrophique de certains canulars publiés par la presse américaine au XIXe siècle, ces fausses nouvelles rituelles du 1<sup>er</sup> avril cultivent volontairement une dimension insolite et humoristique qui leur confère, aux yeux des lecteurs, une valeur de divertissement, bien plus que de réelle transgression des devoirs journalistiques en matière d'information.

Devenue rapidement très populaire, tant au sein des rédactions qu'auprès d'une large partie du lectorat, la pratique ritualisée de la fausse nouvelle diffusée à date fixe sera très vite reprise en radio, puis en télévision. Parmi tous les canulars de ce type perpétrés sur le petit écran depuis plus d'un demi-siècle, celui auquel se prêta la BBC le 1<sup>er</sup> avril 1957 dans son émission Panorama<sup>120</sup> est certainement le plus fameux. A une époque où la population britannique consommait encore très peu de pâtes alimentaires, la chaîne britannique s'amusa à diffuser un court reportage montrant la cueillette des spaghettis sur

---

<sup>120</sup> Ce canular télévisuel est rapporté dans ses détails dans le livre de Martin Wainwright, *The Guardian Book of April Fool's Day*, Londres, Aurum Press, 2007, pp. 39-53.

une espèce très particulière d'arbre, poussant en Suisse et supposée être à la source de cette denrée. Bien qu'assez surréaliste, le reportage suscita nombre d'appels de téléspectateurs crédules à la chaîne pour savoir où il était possible d'acquérir un « *spaghetti tree* » et si ce type d'arbre pouvait pousser sous les latitudes britanniques.

Sans disparaître totalement des médias d'information, la pratique de la fausse nouvelle du 1<sup>er</sup> avril va cependant connaître un certain déclin dans la presse écrite à partir des années 1960. Trop répétitive et sans doute trop prévisible, elle semble avoir perdu de sa capacité à susciter la curiosité des lecteurs. Dans une fonction distractive et récréative, les rédactions des médias d'information semblent désormais lui préférer les nombreuses nouvelles insolites et bien réelles qui affluent désormais du monde entier et qui sont largement rapportées par les agences internationales de presse.

A partir de la fin des années 1940 aux Etats-Unis, la radio va développer un nouveau type d'émission utilisant le procédé canularesque sous la forme de courtes impostures perpétrées par un animateur masquant son identité. Initié en 1947 par Allen Funt à l'antenne d'ABC Radio Network, le genre va très rapidement rencontrer un large succès. Le registre du programme est de nature humoristique et n'a, de ce point de vue, que très peu à voir avec les fausses alertes alarmantes fréquemment lancées dans la vie quotidienne par quelques malveillants profitant du taux d'équipement téléphonique désormais très élevé des foyers dans les pays occidentaux. Souvent opéré en direct sur les ondes via un appel téléphonique, le canular radiophonique veille cependant à garder un esprit bon enfant et à préserver l'anonymat des personnes prises pour cible. Lorsque la mystification perdure au point de rendre la situation trop embarrassante, l'auteur du canular n'hésite pas à révéler l'imposture à son interlocuteur. Le but du procédé est d'abord de divertir le public sans enfreindre certaines règles de bienséance. L'auditeur, informé de la mystification, est placé en situation de complicité avec celui qui perpète le canular. Conséquence directe des leçons tirées des fracassantes mystifications radiophoniques conduites à l'encontre du public durant les premières décennies de la radio, les diffuseurs sont désormais très prudents dans le recours au procédé canularesque : l'imposture ne vise qu'une seule personne et les cibles choisies sont systématiquement de « petites gens » qui font preuve d'une crédulité telle, que le public de l'émission a assez peu de chance de s'identifier à elles. Il n'est pas rare d'ailleurs que

la victime soit, à la suite de la mystification, gratifiée d'un petit cadeau ou d'un message d'excuse de la part des animateurs du programme.

En France, où le développement de la télévision est relativement tardif, la radio va assez abondamment recourir au canular téléphonique radiodiffusé pour amuser son auditoire. C'est le comédien et humoriste Francis Blanche qui, avec ses canulars téléphoniques très élaborés sur Radio Luxembourg, puis sur Europe n°1, donnera dès la fin des années 1950 ses lettres de noblesse à ce genre radiophonique très apprécié des auditeurs.

A la recherche de programmes susceptibles de séduire un large public, la télévision va très vite s'intéresser au procédé et le transposer dans une forme adaptée à ce nouveau média qui associe le son et l'image. La première émission de « Candid Camera », animée par le même Allen Funt qui avait créé le « Candid Microphone », fera son apparition sur le petit écran aux Etats-Unis dès l'automne 1948. Les audiences élevées recueillies par ce programme inciteront rapidement les autres *networks* américains à se doter d'émissions du même type. Les principales chaînes publiques européennes suivront le mouvement dans les années suivantes, donnant naissance à des émissions désormais inscrites dans la mémoire médiatique populaire comme la « Candid Camera » de la BBC en Angleterre (adaptée du programme américain en 1960), « La caméra invisible » de l'ORTF en France (créée en 1964), ou encore le « Specchio segreto » de la RAI en Italie (diffusé pour la première fois en 1965).

La télévision – qui n'a véritablement commencé à se développer que dans la décennie qui a suivi la fin de la Seconde Guerre mondiale – a, dès ses débuts, fait l'objet d'un contrôle très étroit de la part des pouvoirs publics qui s'inquiétaient de la puissance du média et voulaient à tout prix éviter les dérives déjà observées par le passé dans les autres médias. En Europe, les premières chaînes de télévision relèvent alors exclusivement du service public, avec parfois, comme en France, une intervention très directe du gouvernement dans le choix des programmes diffusés. Dotées d'un public familial, les chaînes de télévision sont tenues de veiller scrupuleusement au respect d'un certain nombre de principes moraux. Si le recours au procédé canularique y est admis, c'est sous une forme extrêmement normée qui édulcore presque totalement son caractère transgressif. Les émissions de caméra cachée diffusées dans les années 1950 et 1960, outre qu'elles excluent toute mystification à l'encontre des téléspectateurs, sont systématiquement

diffusées en différé pour éviter tout dérapage. Les mystifications jugées trop embarrassantes pour la victime ou pour le téléspectateur sont écartées et seuls les canulars s'achevant positivement – c'est-à-dire par une réconciliation entre le piéteur et le piégé – sont conservés pour être diffusés. Pour Vladimir Donn, producteur de télévision et spécialiste des émissions d'humour, « *Le risque est que, face à la cruauté du gag, le public bascule dans le malaise et passe de la connivence avec les bourreaux à la connivence avec la victime. (...) La séquence de chute doit alors intervenir au plus vite pour sauver le canular. Elle va ramener le téléspectateur dans le camp du rire. La conclusion d'un gag, c'est la thérapie du public. C'est le moment de libération où l'on nous dit : 'Finalement, tout cela n'est que de la télévision'. (...) La clé d'un bon canular, c'est donc son happy end* ». <sup>121</sup>

Les télévisions du monde entier ont, durant plus de deux décennies, fait un usage si intensif de ces procédés canularsques radiophoniques ou télévisuels très conventionnels et formatés qu'elles ont fini, à la longue, par lasser un auditoire devenu plus critique à l'égard d'une production parfois jugée trop normative en bien des aspects.

Les évolutions socioculturelles profondes qui vont traverser les populations américaines et européennes à partir des années 1960-1970 ainsi que les transformations importantes qui vont s'opérer dans l'univers des médias durant la décennie suivante vont marquer le début d'une nouvelle période qui va redonner un caractère moins institué aux pratiques canularsques.

#### **II-1.1.4 Le temps de la dérégulation et du renouveau des pratiques canularsques**

Si le processus de normalisation des canulars perpétrés par les médias n'a cessé de se renforcer durant les deux premiers tiers du XXe siècle et que les pratiques journalistiques ont, au cours de cette période, contribué significativement à rendre les rédactions moins perméables que par le passé à la propagation de fausses nouvelles, les pratiques canularsques opérées hors du champ des médias n'ont, en revanche, pas véritablement connu de répit. Le développement des moyens de communication, et notamment la propagation du téléphone dans un nombre croissant de foyers, a grandement contribué à la multiplication de nouvelles formes de canulars dans la vie quotidienne. Au-delà de ces

---

<sup>121</sup> DONN Vladimir, *L'humour cathodique*, Paris, Editions Austral, 1995, p. 28.

jeux de mystification souvent assez rudimentaires, d'autres actes canularsques plus sophistiqués ont continué de se produire en parvenant à capter une large attention auprès du public et des médias d'information. Bien qu'ils ne soient désormais qu'assez rarement l'œuvre de journalistes ou de professionnels des médias, ces actes canularsques retentissants peuvent néanmoins être qualifiés de « médiatiques » en raison de l'important écho obtenu dans la presse grand public. Agissant tantôt par goût de la satire sociale, tantôt par plaisir de la provocation ou encore par volonté de délivrer un message à connotation politique, les auteurs de ces actes ont en commun d'agir avec un objectif communicationnel fort qui les conduit à intégrer les médias dans les dispositifs qu'ils mettent en place. Dès les lendemains de la Première Guerre mondiale, les avant-gardes artistiques ne manquèrent pas de s'emparer des techniques canularsques pour provoquer le scandale, railler les conventions sociales et tourner en dérision la crédulité et l'extravagance de certains milieux de l'art<sup>122</sup>. Tour à tour, dadaïstes, surréalistes, puis lettristes inscrivent l'art du canular sur la palette de leurs interventions transgressives. Durant la Seconde Guerre mondiale, plusieurs groupes de résistants usèrent également du procédé face à l'occupant en produisant de fausses éditions de journaux qu'ils diffusaient en lieu et place des originaux<sup>123</sup>.

Mais c'est surtout à partir des années 1960 aux Etats-Unis, puis durant les années 1970 en Europe, que certaines pratiques canularsques très « intrusives » – car portées par des acteurs extérieurs au monde traditionnel des médias – et perpétrées à des fins de critique sociale vont connaître un véritable essor. Aux Etats-Unis, la satire, puis la dénonciation des valeurs et du mode de vie sous-tendus par l'« *American way of life* » commence à prendre de l'ampleur. Dès la fin des années 1950, certains personnages atypiques, comme l'acteur et scénariste Alan Abel, vont profiter de l'intérêt croissant des médias – et notamment des premiers grands « talk shows » télévisés – à l'égard de certains faits de société pour fomenter des mystifications canularsques dénonçant le caractère souvent

---

<sup>122</sup> Un des pionniers de l'usage du canular dans le domaine artistique fut l'écrivain Roland Dorgelès. Ami des cubistes et fasciné par la manière dont leurs œuvres défrayaient la chronique, il décida en 1910 sous le pseudonyme de Boronali de lancer un nouveau courant avant-gardiste – l'« excessivisme » – et parvint à faire exposer au Salon des Indépendants une œuvre très abstraite intitulée « Et le soleil s'endormit sur l'Adriatique ». Après que de nombreux articles aient été publiés sur la fameuse toile et son soi disant auteur dans la presse parisienne, Dorgelès décida de se rendre au journal *Le Matin*, photographies et constat d'huissier en main, pour révéler que le tableau n'était autre que le résultat des mouvements désordonnés d'un pinceau attaché à la queue d'un âne. Boronali, le nom du prétendu artiste, était quant à lui une simple anagramme de « aliboron », terme désignant un ignorant qui feint de jouer les connaisseurs.

<sup>123</sup> Ce procédé fut notamment utilisé par un réseau de résistants polonais en mars 1943, puis par un groupe de résistants belges qui publièrent en octobre de la même année une fausse édition du journal *Le Soir* et également par des résistants de la région lyonnaise qui éditèrent un faux numéro du *Nouvelliste* en décembre 1943.

absurde de la vie contemporaine ainsi que la frénésie sensationnaliste qui s'empare alors des grandes chaînes de télévision<sup>124</sup>.

La forte vague de contestation politique et culturelle qui se propage à l'intérieur de la société américaine à partir de la seconde moitié des années 1960 va alors jouer un rôle d'accélérateur dans l'usage du canular à des fins de critique sociale. Fustigés par les médias dominants, les acteurs de la contre-culture vont très souvent recourir aux pratiques canularesques pour dénoncer le conservatisme de la société face aux nouveaux modes de vie portés par la jeunesse de l'époque. Après avoir été longtemps l'exclusive des médias et des journalistes, les procédés mystificateurs vont à présent devenir un instrument de contestation et de détournement des codes culturels véhiculés par les médias *mainstream*. La presse *underground* qui fleurit au cours de cette période multiplie ainsi la publication de fausses nouvelles provocatrices qui, par un étrange mélange de voyeurisme malsain et d'offuscation sincère, sont très souvent reprises sans aucun contrôle de leur véracité par les médias traditionnels<sup>125</sup>. Issu des milieux de la contestation new-yorkaise des années 1960, Joey Skaggs va ainsi, et pendant plus de quarante ans, instruire le procès des médias *mainstream* et des pratiques de plus en plus délétères qui affectent selon lui le journalisme avec la naissance de l'ère de l'information. Auteur de dizaines de canulars très élaborés à l'encontre des médias, il parviendra ainsi à de nombreuses reprises et sans être démasqué à se faire inviter sous différents noms d'emprunt sur les plateaux des principales chaînes pour présenter des inventions ou des créations toutes plus farfelues les unes que les autres<sup>126</sup>. Cet usage du canular à des fins de contestation politique et médiatique va faire de nombreux émules à partir des années

---

<sup>124</sup> Satiriste de talent, Alan Abel débutera sa carrière de « hoaxer » professionnel en 1959 en créant une fausse ligue morale contre l'indécence nudité des animaux (Society for the Indecency of Naked Animals). Sa campagne en faveur de l'obligation du port de vêtements par les animaux domestiques recueillera de très nombreux soutiens dans une société américaine souvent choquée par une évolution jugée trop rapide des mœurs. Régulièrement invité sur les plateaux de télévision en tant que porte-parole de cette prétendue association, il parviendra à mystifier ses interlocuteurs durant près de cinq années avant que le magazine *Time* au terme d'une longue enquête révèle enfin l'imposture en 1963. En 1966, Abel publiera un livre consacré à cette affaire intitulé *The Great American Hoax*. En dépit de sa grande notoriété, il parviendra pendant plus de vingt ans à perpétrer de nombreux autres canulars qui obtiendront également un large retentissement médiatique. Le site Internet « Abel raises Cain » (consultable en ligne au 1<sup>er</sup> décembre 2010 à l'adresse : <http://abelraisescain.com>) répertorie l'ensemble des canulars conduits par celui que la presse américaine continue aujourd'hui de qualifier de « *world's greatest hoaxer* ».

<sup>125</sup> Parmi les nombreux exemples de canulars perpétrés par la presse *underground*, un des plus célèbres est celui que Max Scherr, fondateur du *Berkeley Barb*, opéra dans les colonnes de son titre en 1967 en révélant les soi-disant vertus hallucinogènes des peaux de banane séchées. En dépit des dénégations répétées de différents scientifiques, la presse à grand tirage s'empara de la fausse information et la propagea durant plusieurs années, conduisant certains parents inquiets à interdire la consommation de ce fruit à leurs enfants.

<sup>126</sup> En fin connaisseur des techniques de communication, Skaggs, après chaque mystification réussie, s'emploie lui-même à convoquer la presse pour révéler l'imposture et dénoncer le sensationnalisme et l'absence de réel travail d'investigation qui conduit les médias à tomber dans les pièges qu'il a dressés.

1970. D'autant que l'évolution rapide des mœurs et la libéralisation qui touche l'ensemble des sociétés occidentales va rendre plus acceptables des pratiques jugées inacceptables socialement durant les décennies précédentes.

Sous l'influence des médias alternatifs et des nouvelles pratiques journalistiques initiées par ceux-ci, les nouveaux médias commerciaux qui naissent et se multiplient n'hésitent pas à adopter des formes d'écriture et des techniques d'enquête qui redonnent des libertés à l'auteur dans sa manière d'appréhender et de rapporter les faits. Le journaliste n'hésite plus à masquer son identité – voire à emprunter une fausse identité – pour pouvoir mieux s'immerger dans la réalité des situations; son regard subjectif sur les événements n'est plus banni au nom de la sacro-sainte objectivité qui prévalait auparavant et le public des médias semble apprécier une mise en scène plus émotionnelle de l'actualité qui rompt avec le formalisme et la rigidité de l'information d'antan. Le marché des médias comme celui de la grande consommation s'adapte à la nouvelle donne sociétale et évolue rapidement d'une culture de masse assez uniforme à une culture de segments qui entérine la fragmentation du social et les revendications identitaires de chacun. Les valeurs collectives sont ébranlées par la montée de l'individualisme et la reconnaissance du libre-arbitre de chacun. Le passage d'une culture du monopole à celle d'une concurrence toujours accrue autorise, au nom de l'innovation et de la créativité, un droit à la transgression de certains cadres sociaux.

Parallèlement à ces évolutions socioculturelles, l'univers des médias va connaître de profondes transformations technologiques et économiques qui, à partir des années 1980, auront pour conséquence de produire des effets importants tant sur la place désormais occupée par l'information et la communication dans notre vie quotidienne, que sur la manière d'informer. Après l'Amérique du Nord, les pays d'Europe occidentale vont à leur tour s'ouvrir à la concurrence du privé dans les domaines de la télévision et de la radio. Cette dérégulation de l'audiovisuel, associée au développement de la communication par câble et par satellite va engendrer une multiplication soudaine des canaux de diffusion. L'essor rapide du marché publicitaire va également favoriser la création de nombreux supports et modifier assez profondément les modèles économiques qui prédominaient jusque là dans les médias : disposant d'une aide publique moins importante, les médias s'engagent alors dans une course à l'audience pour profiter de la manne représentée par les investissements en communication des annonceurs. Disposant

à partir des années 1980 d'un taux de croissance bien supérieur à la moyenne des autres secteurs de l'économie, le monde de la communication va voir les exigences de rentabilité de ses actionnaires augmenter et le secteur des médias entamer sa concentration industrielle et financière. Progressivement, le centre de décision à l'intérieur des entreprises de presse glisse des mains de dirigeants issus du monde du journalisme vers celles de spécialistes du marketing, pour échouer finalement durant les années 1990 dans celles de financiers.

Cette mutation très rapide du secteur des médias aura de nombreuses conséquences sur la manière dont va évoluer la production d'information et plus généralement celle de l'ensemble des contenus proposés au public. La multiplication des canaux d'information et des supports ne s'accompagne pas d'une augmentation symétrique du nombre de journalistes et de créateurs originaux de contenus. La même information est désormais reprise et dupliquée à l'identique par un grand nombre de médias sans qu'une vérification systématique de la véracité de celle-ci soit mise en place. Mesure d'économie qui résulte évidemment des relations de plus en plus concurrentielles qui s'établissent entre les titres, mais également effet d'accélération du temps de traitement de l'information qui découle de la quasi-instantanéité de divulgation permise par les technologies qui révolutionnent en quelques années les moyens de transmission. Avant même l'émergence d'Internet, la vitesse et le temps réel bousculent déjà les règles traditionnelles du travail journalistique : l'information devient plus que jamais une denrée rapidement périssable qui conduit souvent les rédactions à divulguer d'abord et à vérifier ensuite. Les fausses nouvelles qui franchissent sans encombre les barrières de sécurité officiellement mises en place par ceux qui ont vocation d'informer honnêtement le public deviennent de plus en plus nombreuses. Les enquêtes conduites régulièrement depuis les années 1980 sur la confiance des citoyens envers les médias d'informations aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne et en France témoignent d'un déclin tendanciel de leur crédibilité. Coûteuse et souvent sujette à suspicion de la part du public, l'information est globalement perçue comme anxiogène par ses destinataires. De fait, et notamment en période de crise, l'information divulguée par les journaux d'information se rapporte très majoritairement à des événements ou des faits qui renvoient à un monde en proie aux difficultés et aux catastrophes. A défaut de pouvoir offrir tous les jours à leurs publics le lot de bonnes nouvelles qu'ils semblent espérer, les médias tentent tout au moins de les séduire en faisant un usage parfois excessif du divertissement. Après avoir longtemps résisté au



mélange des genres, les supports d'information ont graduellement cédé aux attraits de l'« *infotainment* ». La recherche parfois effrénée de nouvelles insolites, spectaculaires ou amusantes pour alimenter les formats courts des journaux, de la radio ou de la télévision amène fréquemment à la diffusion d'histoires « trop belles pour être vraies » sans qu'elles soient toujours passées au crible des vérifications d'usage. L'info-divertissement constitue de fait une véritable aubaine pour les « *hoaxers* » qui, à la suite d'un Alan Abel ou d'un Joey Skaggs, savent mettre en scène des fausses informations dont les codes répondent aux attentes ou aux besoins des journalistes.

Si les canulars « intrusifs » tendent à se multiplier au sein de l'espace médiatique depuis une trentaine d'années en raison de la perméabilité accrue des supports d'information aux fausses nouvelles en tout genres, il ne s'agit cependant pas des seules formes d'actes canulars qui se propagent aujourd'hui à l'intérieur du monde des médias. Les médias eux-mêmes semblent renouer avec des pratiques canulars moins policées que les désormais très traditionnelles fausses nouvelles du 1<sup>er</sup> avril ou classiques impostures téléphoniques et caméras cachées s'en prenant aux simples anonymes. Sous l'effet des importants changements culturels qui ont affecté la société ces dernières décennies, mais également en raison de la plus grande liberté de ton et de programmation dont bénéficie à présent le secteur audiovisuel, les médias semblent avoir pris leurs distances avec les règles de bienséance qui encadraient leurs usages des pratiques canulars. La concurrence très forte qui règne dans le secteur contraint désormais la radio et la télévision à renouveler sans cesse leurs grilles de programmes et leurs émissions, tandis que les titres de presse doivent revisiter en permanence leur formule et plus généralement leur offre rédactionnelle pour tâcher de satisfaire les goûts changeants de l'audience. Face à des publics dont l'attention est de plus en plus sollicitée par la multiplication des messages et des formes de communication, les médias hésitent de moins en moins à recourir au sensationnalisme et à la transgression. La perte de confiance et de loyauté des citoyens à l'encontre des pouvoirs institués conduit les médias à être moins révérencieux que par le passé.

Dans ce contexte, le mécanisme canulars transposé en télévision a un triple avantage :

- Il se marie assez bien avec un mode d'humour parodique ou satirique qui connaît un important succès depuis une vingtaine d'années;
- Il cultive à la fois les qualités d'un récit répondant aux caractéristiques du schéma narratif classique en même temps qu'il correspond à une action perpétrée dans le réel;
- Il est générateur d'une succession d'effets psychologiques assez intenses chez le téléspectateur (complicité avec l'auteur, sentiments ambivalents à l'égard de la victime, réaction de soulagement à l'issue du processus) qui captive fortement son attention<sup>127</sup>.

Ainsi, à partir des années 1980, de nombreuses chaînes de télévision ont repris le principe déjà ancien de la « caméra cachée » en le sophistiquant et en l'adaptant aux nouveaux goûts des téléspectateurs. Comme le note Vladimir Donn, « *le renouveau est venu du Québec avec l'émission « Surprise sur prise », dont l'idée est de piéger non plus des anonymes mais des vedettes. Challenge difficile qui ne peut se concevoir qu'à grand renfort de moyens techniques* »<sup>128</sup>. L'émission créée en 1987, puis adaptée en France en 1989 d'abord sur Canal Plus, puis sur TF1 et enfin sur France2 rencontrera un vif succès durant les années 1990 puisque son concept sera vendu dans 90 pays du monde. L'émission, qui emploie de gros moyens (coût de 3 millions de francs par émission au début des années 1990), marque une grande sophistication des dispositifs mis en place pour piéger les personnalités. L'équipe, composée d'une trentaine de personnes, s'entoure aussi de la complicité de proches de la victime pour tisser la toile de son piège. Ces préliminaires peuvent parfois durer des mois. Ainsi, pour piéger le cinéaste Claude Lelouch, les préparatifs ont duré deux ans.

Avec « Surprise sur prise », les émissions de caméra cachée franchissent donc une nouvelle étape vers davantage de transgression des codes sociaux et surtout des codes télévisuels en vigueur jusque-là. « *A voir des gloires certifiées tomber de leur piédestal, le public éprouve une joie certaine. En ne piégeant que des vedettes, on maintient farouchement le public du côté des bourreaux et ainsi on le rassure, le flatte. Là où la télévision a trop souvent tendance à faire passer le quidam pour un imbécile, « Surprise sur prise » apparaît presque une émission morale; elle fait la démonstration que la*

---

<sup>127</sup> Nous reprenons ici les principales conclusions de l'étude que nous avons menée avec Jean-Marie Floch en 1992 au sein de la société d'étude Ipsos Médias sur les émissions de divertissements d'Antenne 2. Une partie des résultats a été publiée par Jean-Marie Floch dans un article intitulé « Les logiques du rire et du divertissement à la télévision » in *Humoresques* n°4, 1993, pp. 81-95.

<sup>128</sup> Vladimir Donn, *op.cit.* p.30.

*célébrité n'épargne pas des aléas de l'existence* »<sup>129</sup>. La transgression opérée a cependant ses limites. « Surprise sur prise » a une règle d'or : la personne piégée doit rire de sa mésaventure à l'issue du tournage. Si la séquence canularique met en évidence certains défauts de la victime, ceux-ci doivent rester universels, c'est-à-dire susceptibles d'être décelés chez tout un chacun. Manifestement, il y a volonté de préserver l'intégrité de la star piégée. Une règle qui a une double raison : un souci de bienséance pour une émission grand public et aussi une préoccupation de ne pas courir le risque de se voir interdire la diffusion au nom du droit à l'image opposable par la victime.

L'évolution conduisant certains programmes radiophoniques et télévisuels à aller vers davantage d'irrévérence et de transgression en faisant un usage moins « domestiqué » des pratiques canulariques ne s'est cependant pas arrêtée à « Surprise sur prise ». En Europe comme aux États-Unis, certaines chaînes et stations privées émergentes en quête d'une audience jeune et urbaine n'ont pas hésité à aller plus loin dans une certaine forme de provocation. En radio notamment, certains auteurs d'impostures téléphoniques opérant en direct à l'antenne « poussent parfois le bouchon » jusqu'à provoquer des réactions verbales très vives de leurs interlocuteurs. Comme le relève Hervé Glevarec, sur certaines stations telles que Skyrock et Fun Radio, le ton des canulars est souvent rude, les allusions sexuelles à peine voilées et les animateurs, qui s'appliquent parfois à faire preuve d'une certaine cruauté à l'égard de leurs victimes, jouent du « *plaisir attaché à la transgression des règles relationnelles de politesse et de respect* »<sup>130</sup>.

A partir de la seconde moitié des années 1990, certains canulars radiophoniques et télévisuels franchissent également un nouveau degré dans l'impertinence et l'irrespect en prenant pour cible, non plus seulement certaines célébrités du spectacle, mais également des personnalités politiques ou des dirigeants d'institutions ou d'entreprises. L'acte canularique médiatique prend alors une dimension ascendante, dans la mesure où son auteur se situe alors dans une position sociale inférieure à celle occupée par sa cible. Les risques encourus ne sont pas négligeables, depuis de possibles pressions exercées par la victime sur les dirigeants du média incriminé jusqu'à des rappels à l'ordre très fermes des autorités de contrôle de l'audiovisuel. D'une manière générale, les personnalités piégées, en particulier celles appartenant au monde politique, se gardent de réagir trop

---

<sup>129</sup> *Ibid*, p. 34.

<sup>130</sup> Hervé Glevarec, *Libre antenne. La réception de la radio par les adolescents*, Paris, Armand Colin/INA, 2005, p. 147.

vigoureusement afin de ne pas paraître mauvais joueurs aux yeux de l'opinion. D'autant que, comme l'observe Donn (1995), un nombre croissant d'émissions utilisant des procédés canulars opèrent désormais avec des caméras apparentes. A l'instar du fameux programme franco-belge « Strip-tease », ces programmes d'un genre nouveau misent sur la présence institutionnalisante des caméras et du sérieux apparent affiché par l'équipe de journalistes pour amener les victimes à se prendre à un jeu de questions-réponses qui progressivement dérive vers l'absurde et la tentative de mystification. La chaîne Canal Plus, avec des humoristes comme Raphaël Mezrahi, Philippe Vandel ou Jean-Yves Lafesse, est coutumière de ce type de programme. Les émissions recourant à ce type de procédé sont, depuis la fin des années 1990, toujours plus nombreuses. Parmi celles-ci, la plus emblématique et la plus transgressive reste vraisemblablement le « Da Ali G Show », programme hebdomadaire que Sacha Baron Cohen – auteur et acteur devenu par la suite internationalement connu pour ses films « Borat » (2006) et « Brüno » (2009) – anima de 1998 à 2005, d'abord sur la chaîne britannique Channel 4 puis sur la chaîne américaine HBO. Personnage fictif sorti de l'imagination fertile de Baron Cohen, Ali G est le stéréotype du mâle blanc, issu d'une banlieue tranquille, qui s'épanouit dans la culture rap américaine, a un discours souvent grossier et une vision simpliste du monde. Présenté à ses interlocuteurs comme un personnage bien réel et très populaire auprès des jeunes, nombre de personnalités du monde politique, universitaire, des milieux économiques ou du spectacle se sont souvent fait piéger en acceptant l'invitation à son émission. Véritable performeur, ses interviews extravagantes, faites d'un mélange d'inexactitudes volontaires et de raisonnements tronqués, menées sur un rythme impressionnant amènent généralement ses victimes à approuver certaines erreurs flagrantes ou adopter des propos et des comportements en profond décalage avec leur image sociale.

Programmes de divertissement, ces nouvelles formes d'émissions profitent d'une propension de plus en plus fréquente en télévision à transgresser, au nom de la créativité et de l'innovation permanente, les frontières rigoureuses qui existaient autrefois entre les genres télévisuels<sup>131</sup>. La confusion croissante des genres n'affecte d'ailleurs pas seulement les émissions de plateau ou les programmes d'information. Depuis la fin des

---

<sup>131</sup> Isabelle Veyrat-Masson, dans un ouvrage consacré à cette question, rappelle qu'à la télévision française, ce mélange a longtemps été proscrit et qu'une directive du Conseil d'administration de l'ORTF, émise en 1970, établissait une ferme séparation entre les différents genres télévisuels (*Télévision et histoire, la confusion des genres. Docudramas, docufictions et fictions du réel*, Bruxelles, De Boeck/INA, 2008, pp. 37-38).

années 1970 et surtout depuis les années 1980, les frontières entre fiction et documentaire ont commencé à tomber avec des productions filmiques et télévisuelles empruntant les formes et les codes de ces derniers pour troubler la perception que les téléspectateurs se font de la réalité. Outre les travaux d'Isabelle Veyrat-Masson, de nombreuses recherches ont été conduites à ce sujet depuis une quinzaine d'années. « Docu-fiction », « *Fake documentary* », « fiction du réel », « *Mock-documentary* » (ou « *Mockumentary* »), « documenteur »..., les dénominations ne manquent pas pour tenter de circonscrire ces formes hybrides – et globalement assez hétérogènes – d'œuvres filmiques qui mêlent souvent sans distinctions explicites des images réelles à des images fictives, des faits avérés à des événements imaginaires. Si toutes ces productions ne recourent pas à des procédés canularsques, une partie d'entre elles que Jane Roscoe et Craigh Hight qualifient de « *critique and hoax mock documentaries* »<sup>132</sup> – sous-catégorie au sein des docu-fictions, distincte des faux documentaires ne masquant pas leur caractère parodique – n'hésite toutefois pas à en faire un usage souvent très sophistiqué. Diffusées en salles ou sur des chaînes de télévision sans alerte préalable auprès des spectateurs de leur caractère fictionnel, ces productions, qui revendiquent souvent une filiation étroite avec ces deux grands précédents historiques qu'ont été la fameuse « Guerre des Mondes » de Welles de 1938 et le célèbre « Spaghetti Tree » de la BBC en 1957, disposent en effet d'un potentiel mystificateur extrêmement élevé. Si les diffuseurs veillent à ne pas faire un usage trop fréquent de ce genre de procédé en rupture avec le « contrat de véridicité » supposé les lier à leur public, force est cependant de constater que le nombre de faux documentaires à portée canularsque s'est singulièrement accru depuis le courant des années 1990.

Historiquement plus ouvertes aux pratiques mystificatrices et canularsques de grande ampleur que les pays latins, les chaînes des nations anglo-saxonnes sont, de loin, celles qui ont fait le plus tôt usage de ce type controversé de production. La chaîne britannique Anglia TV fut ainsi une des premières télévisions dans le monde en 1977 à mettre à l'antenne un faux documentaire sur un prétendu programme spatial américain préparant la colonisation de Mars par l'élite terrienne en vue de préserver l'espèce humaine d'une extinction prochaine en raison de la raréfaction soudaine de l'atmosphère sur notre planète. Intitulé « Alternative 3 », ce docu-fiction, dont la diffusion initiale prévue pour le

---

<sup>132</sup> Roscoe et Hight consacrent un long chapitre à ce type très particulier de production filmique et télévisuelle dans un ouvrage intitulé *Faking it. Mock-documentary and the subversion of factuality*, Manchester, Manchester University Press, 2001, pp. 131-159.

1<sup>er</sup> avril avait été reportée au 20 juin, fut pris très au sérieux par certains téléspectateurs qui téléphonèrent à la chaîne pour protester contre le fait que l'émigration vers la planète rouge était trop restrictive. Fantasmagoriques, les questions entourant l'existence d'une vie extra-terrestre et la conquête de l'espace constituent un thème récurrent sur lequel se fondent, depuis plusieurs siècles, nombre de mystifications et canulars en tout genres<sup>133</sup>.

Mais le cas le plus spectaculaire de diffusion sans alerte d'un faux documentaire sur une grande chaîne de télévision au cours des années 1990 reste sans doute celui de « *Forgotten Silver* », réalisé par le cinéaste Peter Jackson et mis à l'antenne en *prime-time* le 8 novembre 1995 sur la chaîne publique Néo-zélandaise TV1. Prenant la forme d'un hommage à Colin Mckenzie, un Néo-zélandais oublié mais dont la découverte très récente des archives filmiques témoignait qu'il était successivement le véritable inventeur du cinéma muet, puis du parlant et enfin du cinéma couleur, le documentaire – présenté comme authentique et réalisé par le plus célèbre cinéaste national – obtint une audience exceptionnelle<sup>134</sup> et mystifia presque la totalité d'une population fière de voir son pays consacré comme le berceau du 7<sup>ème</sup> Art. A la découverte de l'imposture, les réactions du public furent très contrastées, mais cette production audacieuse participa à la consécration internationale de Peter Jackson qui fut ensuite appelé par un grand studio américain pour réaliser l'adaptation filmique de la trilogie du « *Seigneur des anneaux* » de Tolkien<sup>135</sup>.

Le développement des pratiques mystificatrices au cours des dernières décennies ne concerne pas seulement l'univers des médias, mais semble aujourd'hui affecter de nombreuses autres formes de communication et d'échanges dans une société où l'image paraît souvent prévaloir sur la réalité. La place grandissante occupée par la communication persuasive et la communication publicitaire dans nos vies quotidiennes influe sur la manière dont chacun tente d'offrir une présentation de soi en adéquation avec le rôle social qu'il entend occuper dans une situation donnée, quitte à faire prévaloir

---

<sup>133</sup> Les faux documentaires sur ce thème continuent d'abonder, jouant très souvent sur l'existence d'une culture « conspirationniste » largement propagée dans l'opinion et qui suppose l'existence d'un complot de certaines élites visant à cacher la vérité aux citoyens. Parmi les créations filmiques pseudo-documentaires relevant de cette veine, on signalera notamment « *Alien Abduction* » (diffusé sur la chaîne américaine UPN en 1998), « *Opération Lune* » de William Karel (diffusé sur Arte en 2002) ou encore « *X-Film : autopsie d'une enquête* » (diffusé par la RTBF en 2003).

<sup>134</sup> La diffusion de « *Forgotten Silver* » recueillit une audience exceptionnelle d'environ 400 000 téléspectateurs dans un pays peuplé d'un peu plus de trois millions et demi d'habitants.

<sup>135</sup> Craig Hight et Jane Roscoe ont réalisé une analyse de ce canular télévisuel dans un article intitulé « *Forgotten Silver: A New Zealand Television Hoax and its Audience* » in *F is for Phony. Fake Documentary and Truth's Undoing*, (Alexandra Juhasz, Jesse Lerner dir.), Minneapolis, The University of Minnesota Press, 2006, pp. 171-186.

le faux sur le vrai et la fiction sur le réel. Dans ce contexte, les pratiques canulars avec leur logique démystificatrice qui succède implacablement à une mystification intentionnelle préalablement perpétrée s'apparentent à une démarche de nature réflexive sur la manière dont se construit – et se fabrique – la représentation du réel dans une société où l'expérience des choses fait de plus en plus souvent l'objet d'une intermédiation. Le recours aux pratiques canulars par les médias, tout en transgressant les principes classiques de neutralité du média à l'endroit de son public, témoigne sans doute aujourd'hui d'un questionnement plus fondamental sur la façon dont s'établit la valeur d'une information, d'un savoir et plus généralement la valeur de la connaissance.

## **II-1.2 Principaux enseignements de l'étude historique des relations entre canulars et médias**

Bien que fragmentaire, l'analyse historique des pratiques canulars en relation avec le développement des médias et des supports d'information à large diffusion permet de dégager nombre d'enseignements utiles à une meilleure compréhension de notre objet d'étude.

Le premier enseignement concerne la rapidité avec laquelle les premiers auteurs avérés d'actes canulars, puis leurs émules, ont profité de l'existence et de l'apparition successive de médias à forte audience pour élargir le champ de leur intervention. Si les manifestations canulars de nature interpersonnelle ou restreinte à un groupe social bien défini continuent depuis trois siècles de se perpétuer, il convient cependant de noter que les actes à visées sociales élargies semblent faire l'objet d'une médiatisation croissante. Dans une très nette majorité de cas, cette médiatisation de l'acte canular n'est pas le fruit du hasard ou d'un concours de circonstances, mais le résultat d'un choix délibéré de son auteur. Généralement, la présence d'un ou plusieurs médias est intégrée, dès le projet initial, dans le dispositif d'action mis en place par l'auteur. Cette intégration du média dans le processus canulars peut s'opérer sous différentes formes et à différents moments de la mise en œuvre de l'acte : le média peut être le commanditaire ou l'ordonnateur de l'acte ; il peut être le support de la mystification ; la cible visée par

l'auteur ; l'instance révélatrice de la mystification ; ou encore le propagateur de l'acte achevé au sein de l'espace public.

L'intérêt porté par les auteurs de canulars à l'endroit des médias – quels que soient leur proximité et leur degré de sympathie à l'égard de ceux-ci – semble à la fois reposer sur des motifs de nature personnelle et sur des considérations plus structurelles liées à la finalité même de ce type d'acte. N'étant pas animé par des fins vénales et n'ayant guère de possibilité de tirer un véritable bénéfice pécuniaire de son entreprise, l'auteur d'un canular n'en investit pas moins beaucoup d'énergie et de talent. Sa prise de risque est souvent forte : la réussite de son acte n'est aucunement assurée et la menace de mesures de rétorsion est toujours envisageable. La notoriété et la gloire qui accompagnent généralement un acte fortement médiatisé représentent donc le principal retour sur investissement que l'auteur est en droit d'espérer. Mais la médiatisation de l'acte canularique est surtout pour l'auteur l'occasion de propager plus largement le ou les messages sous-tendus par la mise en œuvre de son opération. De nature avant tout symbolique, le canular vise toujours à distiller une double leçon : d'abord celle commune à l'ensemble de ce type d'acte et qui vise à rappeler les risques d'une appréhension trop routinière des situations ; ensuite celle plus circonstanciée et qui, à partir de la situation particulière mise en scène par l'auteur, vise à porter un propos critique à l'encontre d'un groupe spécifique ou d'une idée donnée. A l'instar de tout apologue, la visée communicationnelle d'un acte canularique entend dépasser le cadre factuel de l'action perpétrée pour lui donner une valeur symbolique plus large. Le média devient alors un amplificateur du message final, permettant à des personnes n'ayant pas assisté à l'événement de pouvoir accéder à sa connaissance et adhérer aux conclusions axiologiques ou morales déduites de celui-ci par son initiateur. Les médias ne sont cependant pas qu'une simple caisse de résonance de l'acte une fois celui-ci mené à son terme. Ils offrent également toute une série d'autres qualités que le « *hoaxer* » n'hésite pas à employer durant le déroulement de l'acte canularique. Quand il n'est pas lui-même l'instigateur direct de la mystification, le média joue fréquemment et à son insu le rôle de certificateur de la véracité de celle-ci. Généralement doté d'une assez forte crédibilité auprès du public en matière de validation de la vraisemblance d'une information, le « soutien » qu'il accorde à l'objet mystificateur participe fortement au mécanisme qui conduit la cible du canular ou son public à mettre entre parenthèses son esprit critique face à l'annonce d'une nouvelle venant perturber le champ des



connaissances déjà acquises. Cette étape d'accréditation du fondement de la mystification par un média n'est évidemment pas une chose acquise ; elle suppose que l'auteur, par son talent et aussi sa connaissance des failles du processus de vérification des faits, parvienne à leurrer le média et en particulier les journalistes qui officient en son nom. Cependant, lorsque l'auteur parvient à franchir cette épreuve auprès d'une instance médiatique, sa mystification dispose alors d'un degré accru de vraisemblance et d'un « relais démultiplicateur » qui élargit singulièrement le nombre de personnes susceptibles d'être abusées.

Au-delà de leurs propriétés d'accréditation et d'amplification, les médias exercent également un fort attrait sur les auteurs de canulars pour la sorte de protection que ceux-ci leur procurent souvent vis-à-vis de leurs victimes. Une mystification conduite par l'intermédiaire d'un média préserve souvent une distance salutaire pour l'auteur entre lui et sa cible. Contrairement à un canular interpersonnel, la co-présence en un même lieu des deux protagonistes principaux du canular que sont le piègeur et sa proie n'est, en effet, pas indispensable pour que la mystification puisse opérer. L'objet mystificateur, lorsqu'il prend la forme d'une information relayée par un média, suffit souvent à la mise en œuvre de la tromperie. En évitant une confrontation directe et toujours hasardeuse avec sa cible, le « *hoaxer* » réduit ses risques de défaillance lors de la phase de performance de la mystification. A ce stade du processus canularique, l'intermédiation opérée par un support d'information permet aussi à l'auteur de la mystification de conserver un certain anonymat<sup>136</sup>. Il évite également une réaction possiblement violente à son endroit de la part de sa victime si elle découvre dans le feu de l'action qu'elle vient d'être abusée par son interlocuteur. Certes, tous les canulars ne s'opèrent pas systématiquement à distance avec la « complicité » plus ou moins consentie d'un média servant d'intermédiaire dans la mise en interaction de l'objet mystificateur avec sa cible. Cependant, et même dans ce type de situation, la présence visible d'un journaliste ou d'un instrument de captation de la scène – micro, caméra... – contraint la victime à tenter de garder un certain sang froid à l'endroit de son persécuteur lorsqu'elle s'aperçoit qu'elle a été dupée.

---

<sup>136</sup> Usant généralement d'un pseudonyme ou d'un nom de plume ou s'abritant derrière un statut social emprunté, l'auteur d'un canular, qu'il appartienne ou non à une instance médiatique, parvient ainsi souvent à déjouer l'identification réelle de sa personne. Sa présence physique lors de la confrontation de sa mystification avec sa cible rend en revanche plus probable le risque d'être reconnu, confondu ou même trahi par une attitude ou réaction en décalage explicite au regard du statut ou de l'identité qu'il prétend incarner.

Un autre enseignement important qui découle de l'étude des interactions entre les pratiques canularsques et l'univers des médias met en relief une certaine réciprocité de l'attraction qui s'exerce entre les deux parties. Si évidemment l'usage du canular par les médias apparaît globalement contradictoire avec les valeurs de respect de la véridicité portées par la société en général et l'éthique journalistique en particulier, il convient cependant de noter que les règles gouvernant dans les faits les pratiques des médias ne sont pas aussi intangibles qu'elles le paraissent à première vue. La prohibition plus ou moins formelle de certaines pratiques canularsques dans les médias d'information durant une partie du XXe siècle ne parvient pas à cacher la tolérance dont celles-ci firent l'objet au siècle précédent ni leur regain assez net au cours des dernières décennies. Comme le souligne Fedler (1989), le recours au canular par les médias semble assez étroitement lié aux pressions économiques qui pèsent sur les médias lors des périodes où la concurrence entre supports est très forte et lorsque les instances étatiques et autres autorités refusent ou peinent à réguler cette situation. L'accroissement exponentiel du nombre d'informations faisant l'objet d'une large divulgation, la multiplication impressionnante des canaux de diffusion, ainsi que la réduction extrême du temps séparant un événement et sa médiatisation contribuent en effet à une perméabilité accrue des médias à la propagation de fausses nouvelles. La mission publique de sélection, de vérification, d'investigation et d'objectivation de l'information assignée aux médias entre très souvent en contradiction avec leurs obligations économiques, notamment celle de rentabilité supposée garantir leur indépendance au regard des autres instances influentes de la société.

Même s'il apparaît transgressif par rapport aux règles journalistiques et plus généralement par rapport au contrat de véridicité qui lie logiquement le média à son public, l'acte canularsque possède en lui-même des qualités et des caractéristiques qui le rendent attrayant aux yeux des opérateurs des canaux de diffusion. Son caractère spectaculaire est indéniable. Il suscite des réactions et des émotions fortes auprès du public. Il exploite souvent avec une certaine habileté les espoirs, les craintes et les fantasmagories qui hantent l'imaginaire social. Sa dimension perturbatrice de l'ordre courant des choses, pour critiquable qu'elle soit, renvoie cependant à des pratiques anciennes et populaires assez fortement ancrées dans nos sociétés. Le caractère temporaire et les effets généralement assez anodins produits par la mystification canularsque suscitent une relative bienveillance à l'égard de sa pratique. Dans son déroulement formel, l'acte canularsque se conforme globalement assez bien au schéma

actantiel classique et aux canons du schéma narratif qui autorisent, a posteriori, une mise en récit séduisante pour des médias qui visent perpétuellement à capter l'attention de leur public. Les visées morales et axiologiques du canular – qui recourt par ailleurs très souvent à des procédés de nature humoristique – lui confèrent ainsi une dimension de divertissement pédagogique qui rend son usage, en dépit de ses entorses aux règles communément admises, socialement tolérable.

D'autre part, et bien que l'argument soit utilisé avec beaucoup de prudence par les supports qui font parfois usage de procédés canularsques, le degré de mystification qu'ils parviennent à opérer auprès de leur public constitue une preuve de leur plus ou moins grande puissance et influence sur l'opinion. Difficilement recevable par le public qui attend justement des médias qu'il fréquente qu'ils se conforment au respect du principe de véridicité qui le lie à eux, ce discours est, en revanche, très apprécié des milieux publicitaires qui investissent l'espace des médias pour convaincre et orienter le choix des consommateurs. Ainsi la mystification orchestrée par Welles et 1938 sur les ondes de CBS, en dépit des vives critiques qu'elle a suscitées dans l'opinion, a largement été exploitée par la station – et plus généralement par le média radio – comme témoignage de son impact sur la population réceptrice<sup>137</sup>.

Le dernier enseignement d'importance pour une définition appropriée de l'acte canularsque médiatique et qui ressort de l'étude diachronique de l'objet que nous avons conduit concerne la nature et le statut des opérateurs de ce type d'entreprise. Après être resté essentiellement aux mains de journalistes et d'écrivains de métier au cours des XVIIIe et XIXe siècles, la perpétration d'actes canularsques à visées sociales élargies s'est progressivement ouverte à d'autres acteurs extérieurs aux professions de l'information. Artistes, propagandistes, farceurs invétérés, contestataires, intellectuels, universitaires<sup>138</sup> ont pris peu à peu, au cours du XXe siècle, une place accrue dans les pratiques canularsques à fort retentissement médiatique. La démocratisation de l'accès aux médias, et surtout aux techniques et aux instruments de la communication moderne, a largement contribué à leur maîtrise des facteurs facilitant la médiatisation de leurs actes.

---

<sup>137</sup> Depuis les années 1950, le monde de la publicité s'intéresse de près aux procédés canularsques en ce qu'ils témoignent justement de la capacité persuasive de certaines formes de communication. Ainsi, en 1956, à l'occasion de la semaine mondiale de la publicité à Paris, les professionnels du secteur lancent une fausse marque : Garap (pour Gare à la pub).

<sup>138</sup> Le cas en France dans les années 1930 du faux mathématicien Nicolas Bourbaki – incarné par plusieurs authentiques chercheurs normaliens – est à ce titre exemplaire des fréquentes facéties canularsques perpétrées par nombre d'universitaires au cours du XXe siècle. Plus récemment, le canular conduit par le physicien Alan Sokal en 1996 illustre bien la permanence de l'usage réflexif souvent fait du canular parmi les milieux scientifiques.

L'essor récent des nouvelles technologies de l'information et en particulier d'Internet, qui sur un même support associe des contenus assez hétérogènes et au statut journalistique parfois difficilement perceptible pour l'utilisateur, participe à un décroisement accru des distinctions autrefois opérantes entre les producteurs professionnels de l'information et de contenus médiatiques et les publics réduits au statut de simples destinataires. Les contours de l'espace médiatique au sein de la société ainsi que la sélection de ce qui mérite d'être médiatisé ne relèvent plus uniquement de la hiérarchisation opérée par les médias institués. Dans le domaine culturel par exemple, un artiste peut désormais acquérir une forte notoriété et accéder au statut de personnalité médiatique sans nécessairement passer par la visibilité et la reconnaissance sociale que construisait autrefois sa présence dans la presse et dans les médias audiovisuels. De la même façon, il devient quelque peu obsolète de n'attribuer le qualificatif de médiatique qu'aux seuls actes canulars initiés et perpétrés par des instances médiatiques ou par des professionnels des métiers de la communication.

## ***II-2 La définition du canular médiatique et ses incidences sur le schéma processuel de l'acte***

Face à l'imprécision entourant la définition du terme médiatique, l'étude empirique des liens qui associent certains types d'actes canulars à différents niveaux d'usage des médias nous éclaire assez précisément sur ce que pourrait être une définition raisonnée d'un canular médiatique. Au-delà de cette définition et de sa justification, nous nous attacherons dans les pages qui suivent à préciser les incidences du fait médiatique sur le schéma processuel de l'acte canular.

### **II-2.1 Une acception élargie du canular médiatique**

L'observation de l'évolution des pratiques canulars au sein de l'espace public durant les trois derniers siècles, et en particulier au cours du XXe, nous conduit à proposer une définition du canular médiatique moins restrictive que celle souvent usitée par certains chercheurs dont les travaux se sont presque exclusivement concentrés sur les

canulars littéraires et journalistiques perpétrés au XIXe siècle au sein de l'aire nord-américaine.

Dans le cadre d'une recherche portant sur les manifestations contemporaines du canular, il ne semble, en effet, guère justifié au regard de la nature toujours plus diversifiée des acteurs intervenant dans la production du champ médiatique de fonder notre approche de l'objet sur une définition circonscrivant celui-ci sur la base du seul critère d'appartenance ou non de son auteur à une fonction instituée au sein de la production informationnelle.

La définition que nous proposons de l'objet s'appuie donc sur une acception assez large du terme médiatique qui tient compte en premier lieu de l'inscription finale de l'acte canularesque au sein de l'espace public tel que figuré par les médias. Dans le sens où nous l'entendons ici, un acte médiatique est essentiellement un acte faisant l'objet d'une importante médiatisation. Rapportée à l'acte canularesque, cette médiatisation doit cependant, comme l'ensemble des autres effets produits par celui-ci, s'inscrire dans le projet initial de l'auteur, c'est-à-dire en amont de sa perpétration formelle.

Résumé sous une forme lexicographique courante, l'acte canularesque médiatique (ou si on préfère le « canular médiatique ») pourrait se définir comme « *un acte canularesque faisant l'objet d'une intention de publicisation par son auteur et obtenant un traitement significatif de la part des médias à l'issue de sa perpétration* ».

Cette définition induit deux conditions majeures qui nécessitent d'être précisées et explicitées pour être rendues plus opératoires dans le cadre de notre recherche :

- La première condition concerne la notion de « médiatisation significative » de l'acte au terme de sa perpétration. La question sous-tendue est naturellement celle de la détermination exacte de ce qui permet de considérer qu'un acte canularesque recueille ou non un niveau « significatif » de médiatisation. Car en dépit de sa dimension assez spectaculaire, un acte canularesque ne constitue que très exceptionnellement un événement majeur de l'actualité. Il est, en effet, extrêmement rare qu'un canular fasse la une des grands titres de presse écrite ou l'ouverture des journaux télévisés des grandes chaînes et des bulletins d'information des grandes stations radiophoniques. Nous proposons donc de considérer comme « médiatiquement significatif », un traitement de

l'acte opéré sur plusieurs supports disposant d'une audience importante et dont les développements rédactionnels sont tels qu'ils permettent à un public vaste et diversifié de disposer des principales informations concernant les protagonistes de l'acte, la nature de la mystification opérée et la manière dont celle-ci a été dévoilée. Lorsque l'acte en question a été perpétré par une instance médiatique, il est nécessaire que sa médiatisation ne repose pas uniquement sur le seul média directement impliqué dans sa mise en œuvre. Il s'agit là d'un principe minimal d'« objectivisation » de la narration du canular qui, de fait, écarte nombre d'actes du type « imposture radiophonique » ou « caméra cachée », produits par un média à destination de son seul public et sans répercussion médiatique « externe ». Par ailleurs, et malgré la place croissante prise par Internet dans les échanges communicationnels au cours des deux dernières décennies, il nous semble encore peu pertinent aujourd'hui de considérer comme médiatique, un canular dont la publicisation se serait faite exclusivement par l'entremise de ce support.

- La seconde condition autorisant à considérer un acte canulareresque comme médiatique se rapporte à l'intention initiale de son auteur de voir celui-ci faire l'objet d'une large médiatisation. Car si un canular constitue intrinsèquement un acte communicationnel, dans la mesure où son auteur accompagne toujours son action d'un message à destination de la cible qu'il s'est donnée, celui-ci n'a cependant pas systématiquement pour vocation d'être largement publicisé au sein de l'espace médiatique. C'est évidemment le cas des nombreux canulars perpétrés dans un univers restreint avec des finalités de nature corrective ou rituelle. Pourtant, il arrive parfois que certains de ces canulars aux visées sociales restreintes acquièrent, en dépit du souhait de leurs auteurs, une soudaine résonance médiatique. Un des meilleurs exemples de simple farce ayant subitement et involontairement pris une dimension d'événement politique et médiatique est certainement celui dit du « Dreadnought Hoax » ; un canular perpétré en 1910 en Angleterre par un groupe de jeunes farceurs emmenés par un certain Horace de Vere Cole et en compagnie d'une certaine Virginia Stephen qui deviendra plus tard célèbre dans le monde des lettres sous le nom de Virginia Woolf. Mus par l'esprit du jeu et grimés en faux princes d'Abyssinie, les imposteurs parvinrent à mystifier l'amiral du cuirassier « HMS Dreadnought » qui leur fit visiter en grandes pompes le célèbre navire. L'affaire eut un retentissement totalement imprévu dans la presse et provoqua une vive polémique

politique sur le manque visible de précaution entourant l'accès au plus beau fleuron de la flotte de guerre britannique<sup>139</sup>.

La question de l'intention médiatique de l'auteur au moment de la conception de son acte n'est cependant pas toujours aisée à attester. Comme tout élément se rapportant à la phase très secrète de la conception de l'acte, nous ne disposons en général que de peu de preuves concrètes témoignant des intentions réelles de son auteur. D'autant que celui-ci n'envisage sérieusement la médiatisation de son acte que dans la mesure où celui-ci parviendrait effectivement aux fins qu'il s'était initialement fixées. En cas d'échec, l'auteur ne tient évidemment pas à souffrir d'une forme accentuée de publicité négative à son endroit. Une reconstitution minutieuse des différentes phases composant l'acte canularesque permet cependant de valider avec une certaine solidité les intentions médiatiques de l'auteur sans se fonder exclusivement sur ses déclarations a posteriori. Ainsi, lorsque l'auteur, dès la mise en œuvre de son projet, s'entoure du soutien ou de la complicité volontaire d'un média ou de personnes qualifiées officiant dans le monde de la communication, la présomption d'intention médiatique est extrêmement élevée. Il en va de même lorsque l'auteur cherche, durant la phase de fabrication de la mystification, à faire accréditer la vraisemblance des fondements de sa tromperie par une instance médiatique. Quand la cible de la mystification n'est pas elle-même un média, il n'est pas rare que l'initiateur du canular tente de s'assurer de la présence d'un ou de plusieurs témoins de la performance issus du monde journalistique afin que ceux-ci puissent éventuellement rapporter l'événement dans les supports pour lesquels ils officient. Le plus souvent, l'auteur d'un canular préfère cependant se doter de ses propres moyens de captation – enregistreur, caméra... – pour garder des traces du déroulement du processus canularesque. En cas de succès de son entreprise, celles-ci lui permettront de fournir des preuves « objectives » de la perpétration de l'acte auprès des médias susceptibles de répercuter l'événement. La démocratisation des instruments de production audiovisuelle depuis la seconde moitié du XXe siècle a d'ailleurs fortement accru les possibilités d'accès à la médiatisation des actes canularesques perpétrés avec succès.

---

<sup>139</sup> Ce canular, resté célèbre notamment en raison de la notoriété littéraire de Virginia Woolf, a fait l'objet de nombreux récits détaillés. Parmi ceux-ci, citons notamment celui de Gilles Laurendon et Laurence Berrouet dans leur livre intitulé *Canulars et autres supercheries*, Paris, Ramsay, 1991, pp. 11-21.

## II-2.2 Le canular médiatique et ses incidences sur le schéma processuel type de l'acte

Sans remettre en cause les fondements principaux de l'acte canularesque tels que nous les avons précédemment synthétisés au travers d'un schéma-type composé de quatre grandes phases successives (voir p. 102), la définition que nous proposons du canular médiatique induit cependant un développement majeur qui résulte très directement de la dimension médiatique prise par un certain nombre de manifestations canularesques.

Différemment d'un canular se jouant hors de la sphère médiatique, les actes canularesques sujets à une médiatisation importante et souhaitée par leurs auteurs font systématiquement l'objet d'une forte activité narrative à l'issue de leur perpétration. Certes, un certain nombre de canulars interpersonnels ou de canulars « communautaires » sont parfois eux aussi l'objet d'une narration ou d'un récit au terme de leur mise en œuvre, mais celle-ci reste très sommaire et généralement confinée à un public extrêmement restreint. La plupart des canulars rituels, notamment ceux qui constituent une sorte d'épreuve d'entrée à l'intérieur d'un groupe ou d'une communauté, visent précisément à éviter toute divulgation en dehors du strict cadre initiatique dans lequel ils se produisent. Si de tout acte canularesque se dégage une sorte de morale, liée à sa nature d'apologue, celle-ci n'est pas toujours verbalisée : la leçon à tirer demeure souvent implicite.

A l'inverse, les canulars à visée sociale élargie se donnent eux pour mission de produire un événement ayant les meilleures chances d'intéresser les médias et d'être répercuté le plus largement possible à l'intérieur de l'espace public. Ainsi, les cibles visées et les thématiques retenues par les auteurs de ce type de canulars résultent souvent autant des représentations que ceux-ci se font des attentes des médias et du monde de l'information que de leurs convictions profondes et de leurs présupposés axiologiques. Qu'ils appartiennent à l'univers des médias ou qu'ils soient des acteurs extérieurs à ce monde, les auteurs de canulars à visée communicationnelle large déploient généralement une importante activité pour en faciliter la médiatisation potentielle. Parallèlement aux efforts importants qu'ils engagent pour mener à bien la perpétration de l'acte, les « *hoaxers* » ont aussi pour souci permanent d'orienter au mieux la transcription et l'interprétation que les journalistes seront amenés à faire de celui-ci. Ils disposent d'ailleurs d'une position assez



avantageuse qui facilite beaucoup la maîtrise qu'ils tentent d'exercer sur la nature du récit final de l'événement dans les médias. Auteur et souvent acteur principal de l'acte canularique, le « *hoaxer* », pour peu qu'il surmonte les « épreuves » et qu'il sorte victorieux de sa « quête », a de bonne chance d'incarner la figure archétypale du « héros » dans le récit médiatique qui sera a posteriori construit sur l'événement. En quête de « reconnaissance » publique, il se prête d'ailleurs beaucoup plus volontiers aux sollicitations des journalistes que sa victime, ce qui n'est pas sans susciter chez ceux-ci une certaine bienveillance à son endroit. Il les intéresse également parce qu'il est le seul à pouvoir expliciter les motivations qui ont sous-tendu la perpétration de l'acte et donner « à chaud » un sens global à l'action. Il est aussi le seul détenteur de certaines informations concernant la conception et la fabrication de la mystification. Il peut fournir des preuves formelles sur la manière dont il a procédé, en même temps qu'il peut occulter certains éléments – comme la complicité bienveillante de quelques comparses – qui atténueraient la force et la cohérence de son propos. Fort de sa position auctoriale, il n'hésite parfois pas à mystifier ses interlocuteurs qui ne disposent pas toujours du temps ou des moyens nécessaires pour procéder à une vérification de ses dires. La reconstitution du canular à laquelle se livre son auteur tend donc à reformater celui-ci suivant les mécanismes bien connus de la transformation d'un événement en un récit mythique : il procède à la fois par « simplification » (élimination d'aspects secondaires compliquant la perception générale de l'action), par « accentuation » (promotion de certains détails par leur exagération) et par « mise en cohérence » (insistance sur le sens de l'action, tel que souhaité par l'auteur)<sup>140</sup>.

Cette logique de « formatage » narratif du canular opéré par son auteur sied généralement assez bien au journaliste qui voit déjà naturellement dans ce type d'acte composé d'une succession d'actions, une bonne matière à narration journalistique. Naturellement, le récit auquel il procédera, même s'il sera souvent fortement influencé par la stratégie narrative de l'auteur, tentera de préserver un quant-à-soi témoignant de son souci d'objectivation des faits. Le registre et la tonalité de l'acte canularique peuvent influencer assez fortement sur le jugement porté par le journaliste dans sa narration de l'événement. Si le canular s'avère trop vexatoire pour la victime et que la tonalité de l'acte est trop anxiogène, la narration journalistique aura de fortes chances de prendre ses

---

<sup>140</sup> Nous reprenons là les modes majeurs de l'élaboration du récit mythique tels que rappelés par François Rastier dans un article intitulé « Action et récit » in *La logique des situations : nouveaux regards sur l'écologie des activités sociales* (Michel de Fornel, Louis Quéré, dir.), Paris, Editions de l'EHESS, 1999, pp. 173-198.

distances à l'égard de son initiateur. A l'inverse, si la mystification perpétrée est habile, qu'elle trouve une résonance sociale et morale forte et qu'elle s'inscrit dans un registre plutôt humoristique, le traitement réalisé par les médias aura une propension plus élevée à valoriser l'acte et son auteur. La situation est plus complexe lorsque l'initiateur ou l'auteur du canular est lui-même un média ou lorsqu'un média est pris ouvertement pour cible d'un canular. Le journaliste est alors mis dans une position délicate et parfois même paradoxale entre la loyauté qui le lie au support qui l'emploie – ou la solidarité qu'il nourrit à l'endroit des autres membres de sa profession – et des considérations plus prosaïques comme l'état de concurrence forte qui peut parfois régner entre les supports d'informations et qui peuvent conduire à profiter de la « faiblesse » d'un confrère pour affirmer sa propre « supériorité » journalistique. Ainsi lorsqu'un média procède à un canular de grande ampleur, il se voit souvent fustigé par ses confrères qui profitent de la situation pour souligner son manquement au « contrat de lecture » supposé le lier à son public. Même si certains journalistes appartenant au support-auteur du canular désapprouvent le procédé employé, ils seront le plus souvent conduits à taire leurs critiques, tandis que les journalistes des supports concurrents auront plutôt tendance à exagérer leur indignation à l'égard d'une telle pratique. S'agissant d'un canular prenant pour cible directe un support d'information et perpétré par un acteur extérieur au milieu des médias, il y a de fortes probabilités que ce dernier, en dépit de ses efforts pour justifier en valoriser son acte, se heurte, dans un premier temps du moins, à une unité de façade de la profession à son encontre.

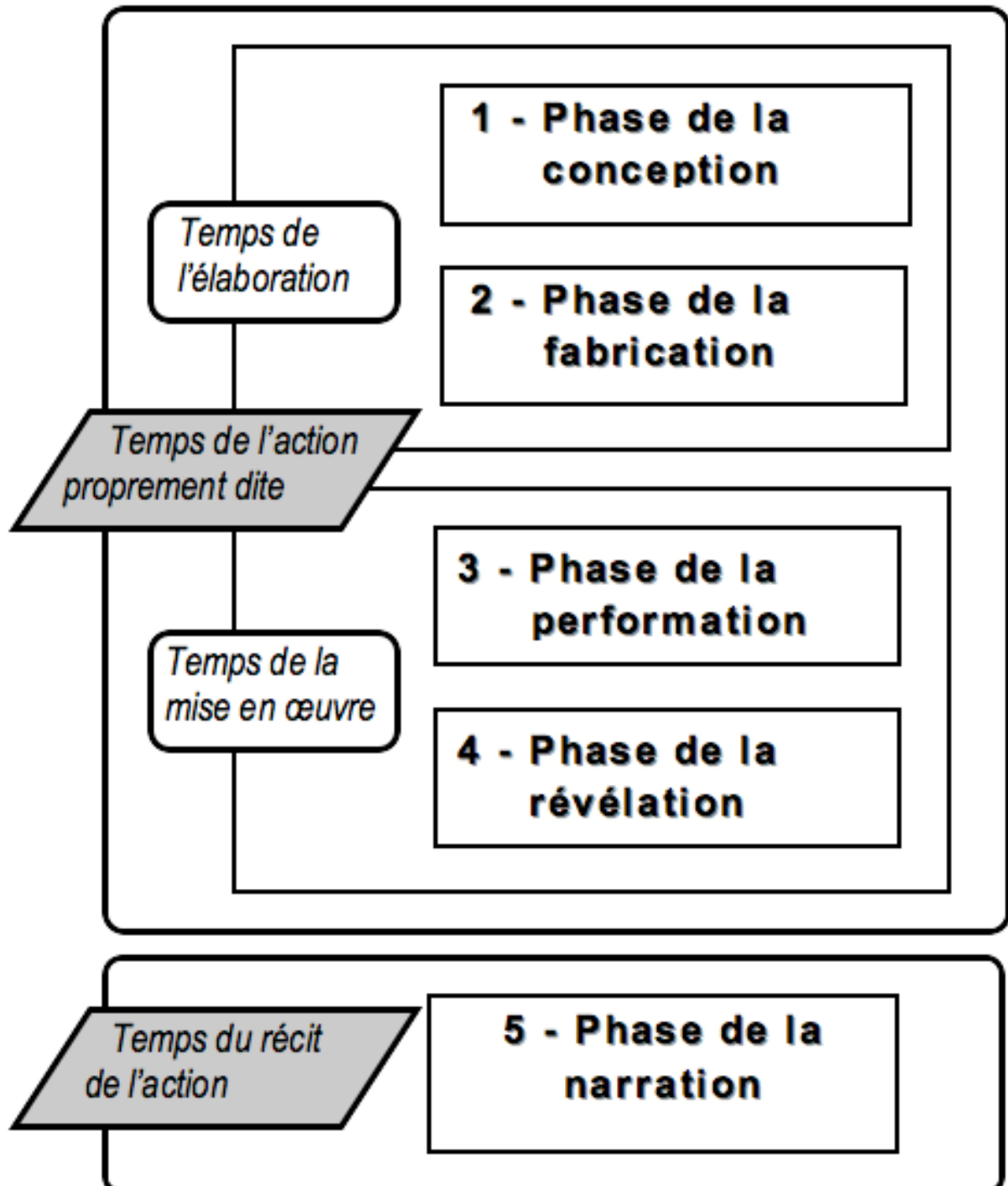
Plus généralement, le temps de la médiatisation et surtout le temps des différentes narrations qui s'opèrent à la suite d'un acte canularique de large ampleur peut être assez intense, et s'étendre parfois sur une durée de plusieurs mois, en fonction des rebondissements et des relances que connaîtra éventuellement l'affaire. Si la victime décide d'engager des mesures de rétorsion à l'endroit de celui qui l'a piégé, c'est un nouveau cycle d'actions qui commencera, conduisant alors les médias à suivre l'affaire et à en rendre compte à chaque nouvelle étape significative. Ce risque de voir leurs mésaventures rappelées régulièrement par la presse est d'ailleurs une des raisons qui conduit nombre de victimes de canulars à ne pas réagir à l'affront qui leur a été fait. La phase de narration d'un canular médiatique peut également être relancée et prolongée à l'initiative de son auteur. Face au récit médiatique souvent morcelé, incomplet et parfois insuffisamment élogieux à son goût et produit immédiatement à la suite de son action,

celui-ci est souvent tenté de produire une version plus développée – et évidemment de nature assez apologétique – des faits. Au cours de la seconde moitié du XXe siècle et de manière encore plus affirmée depuis les deux dernières décennies, on observe une propension croissante des auteurs de canular médiatique à publier des livres ou même à produire des documents filmiques se rapportant aux actions qu'ils ont commises. Outre que ces productions constituent parfois une forme de rétribution et rentabilisation financière de l'énergie dépensée par eux lors de la perpétration de leur acte, celles-ci témoignent également de leur souci croissant de maîtriser l'héritage narratif laissé par leur intervention dans la mémoire collective.

C'est là vraisemblablement le signe d'une prise de conscience accrue par les acteurs de la société de l'importance de la maîtrise communicationnelle dans la construction des représentations sociales à une époque marquée par un développement sans précédent de l'information et des canaux de transmission de la connaissance. A la succession des quatre phases constitutives du schéma processuel-type de l'acte canularesque, la variante médiatique de celui-ci induit l'existence d'une cinquième phase de nature narrative – que nous nommons « phase de narration » – et qui tend à recomposer en forme de récit appréhendable par le plus grand nombre les éléments jugés les plus significatifs de l'action perpétrée.

Le schéma qui suit résume le déroulement processuel en cinq phases qui caractérise à présent l'acte canularesque médiatique :

## Schéma simplifié du processus actionnel d'un canular médiatisé



Bien que s'inscrivant dans la continuité immédiate de la phase de révélation de la mystification, la phase de narration relève cependant d'un statut particulier au regard de l'acte canularique proprement dit. Comme le souligne Suchman (1987) dans sa théorie de l'action située, le récit de l'action ne fait pas partie intégrante de celle-ci mais constitue en soi une nouvelle action. Il tend généralement à réviser le déroulement effectif de l'action et à réordonner sa signification en fonction du résultat finalement atteint. Pour Suchman, le récit qui suit l'action cultive de nombreuses similitudes avec les plans qui sont élaborés en amont de l'action : « *ils sont des représentations de l'action* ». « *Ils sont évidemment des ressources et des outils pour appréhender l'action située* » (...) « *mais ils négligent les pratiques et les circonstances dans leurs détails concrets* » (...), « *Ils constituent une restructuration rationnelle des actions situées* ». <sup>141</sup>

Le, ou plutôt les récits qui se développent à la suite de la perpétration d'un acte canularique méritent donc une attention particulière de la part du chercheur en sciences de l'information et de la communication. Ils sont naturellement une des sources d'information importantes sur l'acte, même s'ils nécessitent d'être confrontés systématiquement à certains éléments tangibles et indices factuels laissés au cours de sa perpétration afin de ne pas laisser l'appréhension de la réalité de l'objet être infléchie par des représentations idéalisées et mythifiées de celle-ci. C'est précisément au travers de cette confrontation entre les reconstitutions objectivées de l'acte et les représentations et les interprétations médiatiques qui en sont données a posteriori que peut s'observer la manière dont s'élaborent aujourd'hui certaines formes de mise en récit du réel au sein de la sphère médiatique.

---

<sup>141</sup> Lucy Suchman, *op.cit.*, pp. 51-52.

**Deuxième Partie :**

**LE CANULAR MEDIATIQUE  
A L'AUBE DU XXI<sup>e</sup> SIECLE**

**L'étude de cas et ses enseignements**

## I - Champ de la recherche et corpus d'analyse

La détermination du corpus servant de support à une recherche est toujours délicate à effectuer, dès lors que la nature de l'objet étudié est relativement complexe et que les occurrences susceptibles de composer ce corpus prennent des formes assez hétérogènes, impliquent plusieurs types de supports médiatiques, mais également des dispositifs et des procédés techniques relativement variés.

L'étude des actes canularsques à forte résonance médiatique, perpétrés au cours de la période récente n'échappe pas à cette difficulté. Elle est même rendue plus complexe, tant la définition de l'acte lui-même n'a fait l'objet que de trop rares études universitaires et que sa dénomination dans le langage courant, comme dans le langage journalistique, ne fait pas unanimité.

Au terme de notre exploration théorique, présentée en première partie de cette dissertation, nous avons pu mettre au jour les caractéristiques essentielles qui permettent de définir ce que nous entendons par « acte canularsque à portée médiatique ». Dans la pratique cependant, les cinq phases supposées décrire le schéma processuel type d'un acte canularsque ne sont pas toutes aisément observables et appréhendables. Par exemple, la connaissance des intentionnalités et des visées réelles de l'auteur au moment de la phase de conception, capitale pour déterminer si un acte est véritablement canularsque, ne peut s'opérer à travers les seuls matériaux facilement mobilisables par le chercheur en sciences de l'information et de la communication que sont les contenus rédactionnels produits par les médias à ce sujet. Comme nous l'avons déjà souligné à plusieurs reprises, les périodes de conception et de fabrication constituent des phases souvent longues et assez secrètes du processus d'élaboration d'un acte canularsque, et les informations distillées a posteriori à ce sujet demeurent partielles et font souvent l'objet d'un contrôle auctorial important. Un travail approfondi d'enquête de terrain – d'investigation, pourrait-on dire – au sens où les sociologues et les anthropologues l'entendent, est donc nécessaire pour enrichir et éclairer l'analyse des matériaux discursifs produits par les acteurs et par les médias.

Il n'existe pas de véritable recension de ce type d'actes, même pour ce qui concerne la période récente où le phénomène canulars a pris une forte ampleur. Certes, quelques sites Internet nord-américains<sup>142</sup> tentent depuis plusieurs années de recenser les cas possiblement canulars dans l'actualité, mais le travail mené a rarement des visées analytiques, privilégie nettement l'espace états-unien et couvre un champ d'occurrences qui ne concerne pas exclusivement les canulars.

La constitution de notre corpus d'analyse fut donc longue et nécessita de nombreux ajustements en fonction du niveau et de la qualité d'information que nous étions en mesure de recueillir sur chacun des cas préalablement identifiés comme potentiellement intéressants. En choisissant de conduire nos recherches sur une période très récente, nous répondions à la nécessité d'approcher concrètement le « terrain », ou tout au moins de pouvoir recueillir des informations directes ou indirectes auprès des acteurs à propos d'actes qui venaient d'être perpétrés, parfois même au sujet d'actions en cours de préparation. Nous avons pu également constituer un réseau informel – et nécessairement parcellaire – de lanceurs d'alerte auprès d'universitaires, de journalistes ou d'observateurs indépendants de ce type de manifestation de différents pays en Europe et en Amérique du Nord. Leur contribution – malheureusement inégale d'un pays à l'autre – nous a été particulièrement utile pour la constitution d'un corpus d'exploration, l'obtention d'informations complémentaires sur certains des cas analysés et également pour la traduction en français ou en anglais de certains documents dans des langues que nous ne maîtrisons pas.

---

<sup>142</sup> Notamment le site « Museum of Hoaxes » d'Alex Boese ([www.museumofhoaxes.com](http://www.museumofhoaxes.com)), créé en 1997 « afin de favoriser la connaissance des phénomènes mystificateurs ». Apparus plus récemment, les sites « Art of the Prank » de Joey Skaggs ([www.artoftheprank.com](http://www.artoftheprank.com)) et « Improv Everywhere » de Charlie Todd ([www.improveverywhere.com](http://www.improveverywhere.com)) contiennent également de nombreuses informations sur les farces et les canulars élaborés perpétrés au cours de ces dernières années. Signalons également « Hoaxbuster » ([www.hoaxbusters.org](http://www.hoaxbusters.org)) et « Hoaxkill » ([www.hoaxkill.com](http://www.hoaxkill.com)), sites dédiés à l'information et à la prévention des impostures perpétrés via Internet.



## ***I-1 Délimitation temporelle et spatiale***

### **I-1.1 La période 2004 à 2008**

Afin d'examiner ce qu'ont pu être les grandes lignes de l'évolution récente du phénomène, nous avons choisi pour cadre temporel de notre recherche de nous concentrer sur une période allant de l'année 2004 à 2008.

Cette délimitation temporelle répond d'abord à des objectifs d'ordre pratique. Si, personnellement, nous nous intéressons à l'occurrence d'actes canulars dans le champ médiatique depuis près d'une dizaine d'années, nous n'avons véritablement engagé un travail d'observation quotidien de ses manifestations dans les grands médias d'information qu'en 2004, c'est-à-dire depuis notre décision d'entreprendre une recherche doctorale sur ce sujet. C'est à compter de cette date que nous avons également commencé de tisser des liens effectifs avec des acteurs et observateurs étrangers et fréquenté certains festivals ou rencontres internationales abordant cette thématique.

Comme nous l'avons souligné précédemment, notre approche méthodologique fondée sur l'enquête approfondie et l'analyse socio-discursive du phénomène supposait de procéder dans la mesure du possible à un recueil d'informations au plus proche des moments de déroulement de ces événements. Certains cas de canulars médiatiques qui obtinrent par le passé un grand retentissement ont aujourd'hui presque totalement disparu de la mémoire collective de nos sociétés. D'autres cas historiques qui sont, eux, parvenus à laisser une empreinte forte font fréquemment l'objet d'une narration excessivement simplifiée et parfois même très déformée. La tentation est grande en effet chez les auteurs de ces actes de chercher au fil du temps à orienter le récit qui en est fait et de leur conférer une signification symbolique ou axiologique qui diffère de la réalité de faits attestables par ailleurs. La narration médiatique de ces événements n'est pas non plus exempte d'altération, notamment quand certains médias sont directement impliqués dans la perpétration de ces actes.

Cette délimitation temporelle ne relève toutefois pas des seules contraintes résultant des modes opératoires que nous jugeons pertinents pour la conduite de cette recherche ou, plus prosaïquement, conformes à nos disponibilités personnelles pour mener à bien ce travail.

La séquence 2004-2008 représente en effet un moment intense dans la production de canulars médiatiques à l'échelle internationale. De manière synthétique, cette période correspond à un moment de convergence de trois facteurs favorables à l'émergence forte d'occurrences canularesques :

- 1) La montée en puissance d'un nouveau média – Internet – dont la jeunesse et les caractéristiques propres facilitent une large propagation de fausses informations et l'usage d'identités masquées ;
- 2) La recrudescence des cultures et de pratiques politiques à la fois subversives et créatives ;
- 3) La propension nouvelle des instances médiatiques à rompre avec les codes et certains principes éthiques auparavant en vigueur dans leur activité.

Autrement dit, la place croissante prise par les médias électroniques dans les usages informationnels des populations et des groupes sociaux, ainsi que les relations et les pratiques communicationnelles nouvelles qu'ils ont favorisées ont eu une influence importante sur la forme et la nature des contenus proposés par la sphère médiatique. Si ces évolutions ont débuté durant la seconde moitié des années 1990, c'est véritablement dans le courant de la décennie suivante qu'elles ont pris toute leur ampleur dans les pays occidentaux et créé un contexte propice à la multiplication des actes canularesques à forte portée médiatique.

Sans que le phénomène soit quantifiable avec précision, il semble que les années 2006 et 2007 aient représenté le moment où la perpétration de canulars médiatiques a été la plus intense. Le travail exploratoire que nous avons conduit afin d'établir notre corpus d'analyse corrobore cette impression.

À partir de 2007, les autorités politiques et les instances économiques, inquiètes de la forte recrudescence des phénomènes d'usurpation d'identité et de propagation de fausses informations, ont assez systématiquement renforcé les moyens de contrôle et les instruments répressifs visant à limiter leur propagation. Ainsi, les actes canulars, bien que de nature plus bénigne que les malversations les plus directement visées par ces mesures, paraissent avoir souffert de ces décisions. Il est trop tôt aujourd'hui pour affirmer que le reflux observé récemment soit la marque d'une inflexion durable. D'autant que le public et les médias semblent conserver un intérêt soutenu pour ces formes de manifestations se jouant des apparences sociales.

Quelle que soit la pertinence de l'analyse des manifestations contemporaines d'un phénomène, les enseignements qui s'en dégagent ont rarement une valeur prédictive quant à son devenir. L'objet principal de notre recherche ne se situe d'ailleurs pas là, mais dans l'étude des dynamiques et des modalités d'inscription récentes des actes canulars au regard de l'histoire plus ancienne de ce type de manifestation. À ce titre, le cadre temporel retenu pour cette recherche, pour relativement étroit qu'il soit, n'en représente pas moins une période assez foisonnante et donc propice à une analyse susceptible d'enrichir significativement la connaissance du phénomène.

## **I-1.2 Le territoire nord-américain et européen**

Au cours des dernières décennies et à l'instar des évolutions qui ont conduit à une forte globalisation des échanges économiques et culturels, le phénomène canulars s'est propagé à l'échelle internationale, aidé notamment en cela par l'interpénétration des systèmes de communication à l'échelle planétaire et par le rapide développement d'Internet et des nouvelles technologies de l'information.

Dans ce contexte, la limitation de l'étude des actes canulars à une échelle strictement nationale aurait pour effet d'occulter une partie importante de la dynamique globale qui semble affecter le phénomène. Une approche internationale de la question se justifie d'autant que les canulars médiatiques d'une certaine envergure font désormais assez souvent l'objet d'un traitement journalistique dépassant le cadre du pays où ils ont été perpétrés. Une forme d'ubiquité de l'information, renforcée par le développement

mondial d'Internet, a probablement participé à une « déterritorialisation » accrue de certains actes canularsques et de leur traitement médiatique<sup>143</sup>.

Une étude du canular médiatique à l'échelle internationale rencontre d'importants obstacles tant matériels que culturels. Elle suppose en particulier une connaissance fine de chacune des cultures où ce type de pratiques émerge. De plus, et en dépit d'une internationalisation réelle du phénomène au cours des dernières décennies, celui-ci ne frappe pas de façon indistincte toutes les cultures nationales de la planète. L'émergence d'actes canularsques dans une société est en effet assez étroitement liée à la démocratisation durable de celle-ci. La tolérance à l'égard de la raillerie et de la satire est indissociable de la pratique canularsque. Elle suppose l'existence d'une grande liberté d'expression et l'existence d'un système médiatique riche et pluraliste.

Au-delà des difficultés inhérentes à leur dénombrement, bien peu d'actes canularsques ont à ce jour été recensés dans des continents comme l'Afrique ou l'Asie. Dans de nombreuses cultures, le fait de « perdre la face », ne serait-ce que très temporairement, constitue une atteinte moralement et socialement intolérable.

Pour l'essentiel aujourd'hui, c'est dans les pays de culture anglo-saxonne et occidentale que les pratiques canularsques à forte consonance médiatique sont de loin les plus développées. À l'intérieur du continent européen, et en dépit de différences culturelles parfois anciennes, c'est globalement dans les pays où les niveaux de vie et d'instruction des populations sont les plus élevés que le phénomène paraît le mieux enraciné. Au sein des anciennes démocraties populaires, certaines nations comme la République tchèque, la Slovaquie ou plus accessoirement la Hongrie et la Pologne ont connu au cours des deux dernières décennies une véritable résurgence du phénomène, alors que celui-ci avait été presque totalement étouffé durant toute la période où ces pays étaient sous domination soviétique.

Pour autant, et même si l'Amérique du Nord et l'Europe semblent encore aujourd'hui dominer la production canularsque au sein du champ médiatique, leur monopole en la matière n'est pas assuré. À titre d'exemple, les productions télévisuelles recourant à des

---

<sup>143</sup> Plusieurs cas d'actes canularsques analysés plus avant dans cette dissertation mettent en lumière l'existence de plus en plus fréquente d'une dissociation entre le pays où l'acte a été originellement initié et le pays où la mystification a concrètement opéré ses effets. L'exemple du canular climatique, orchestré par le Britannique David Thorpe et dont les principaux effets mystificateurs se développèrent essentiellement auprès du public américain, illustre bien cette évolution (Voir l'étude de ce cas en pages 240 à 260).

formes canularsques très maîtrisées – les émissions du type « Candid Camera » ou « Caméra cachée » – connaissent aujourd’hui une propagation quasi-planétaire : elles sont ainsi devenues monnaie courante sur les télévisions russes, japonaises et connaissent même certaines adaptations très policées sur certaines chaînes des Emirats arabes.

Les formes d’actes canularsques sophistiquées, bien que nettement plus rares hors des espaces européen et nord-américain, ne sont pas absentes dans le reste du monde. En Amérique Latine, et en particulier au Brésil où les pratiques communicationnelles et médiatiques sont souvent audacieuses et très innovantes, l’usage de procédés canularsques très élaborés semble avoir cours en particulier dans le domaine de la communication publicitaire. Ces pratiques étant peu relayées par les médias de l’hémisphère nord, nous n’avons malheureusement pas été en mesure d’identifier de cas significatif, susceptible d’être intégré dans notre corpus d’analyse. Dans certains pays comme la Nouvelle-Zélande et l’Australie où des canulars médiatiques de grande ampleur ont parfois été perpétrés<sup>144</sup>, nous ne sommes pas parvenus non plus – en dépit d’explorations réitérées – à trouver de manifestation suffisamment marquante de notre sujet d’étude qui s’inscrive dans le cadre temporel que nous nous sommes fixés pour cette recherche.

La délimitation géographique du champ de notre analyse aux seuls territoires européen et nord-américain résulte donc d’une forme de compromis entre notre désir de donner une dimension véritablement internationale à ce travail et les contraintes imposées par nos capacités linguistiques.

Au sein même de l’espace européen, nous ne prétendons pas avoir procédé à une exploration sans biais des cas éligibles. Notre méconnaissance des langues slaves et nordiques ne nous a pas permis d’effectuer des investigations approfondies sur nombre de ces pays. L’écho international pris par les canulars médiatiques les plus retentissants nous a cependant permis, au travers de recherches pratiquées en langue anglaise, allemande, italienne, espagnole et française, d’identifier un certain nombre de cas survenus au cours

---

<sup>144</sup> Ce fut notamment le cas en Nouvelle-Zélande en novembre 1995 avec la diffusion du documentaire-fiction « *Forgotten Silver* » de Peter Jackson sur la deuxième chaîne de la télévision publique. De renommée mondiale, cette production et ses conditions particulières de diffusion ont fait l’objet de nombreux travaux universitaires dont notamment ceux de Jane Roscoe et Craigh Hight (*Faking it. Mock-documentary and the subversion of factuality*, Manchester, Manchester University Press, 2001, pp. 115-150).

de la période 2004-2008 aux Pays-Bas, en République tchèque, en Suède et au Danemark, susceptibles de correspondre aux critères de présélection de notre corpus.

Notre recherche ne saurait donc prétendre à l'exhaustivité, d'autant que l'importance du travail exigé pour la conduite d'une analyse détaillée de chacun des cas nous contraignait à une approche qualitative et à une sélection assez drastique des cas potentiellement étudiables.

## ***I-2 Critères de sélection***

Le suivi quotidien de la presse française et internationale, la consultation régulière de différents sites d'information générale et de certains blogs spécialisés depuis 2004, ainsi que les données transmises par notre réseau informel de lanceurs d'alerte, nous ont, dans un premier temps, permis de lister sur la période étudiée environ 150 cas d'actes à consonance canularsque, potentiellement susceptibles d'intégrer notre corpus de recherche.

Composé de cas dont le statut était parfois encore assez incertain au regard de notre objet de recherche, cet univers nécessitait d'être apuré et affiné en le soumettant au crible de critères de sélection plus précis afin de pouvoir dégager un ensemble de cas de taille moins importante, mais répondant aux principales caractéristiques recherchées.

- Dans un premier temps, ce processus d'éligibilité visait à déterminer si nous étions, pour chaque cas considéré, en mesure ou non de disposer de suffisamment d'informations permettant de savoir :
  - 1) S'il répondait globalement aux principales caractéristiques mises au jour dans notre schéma processuel type d'un acte canularsque (enchaînement effectif des principales phases décrites dans notre schéma et forte auctorialité d'une personne ou d'un groupe de personnes sur l'ensemble du processus) ;
  - 2) Si son inscription dans le champ médiatique était suffisamment significative pour mériter le qualificatif de « canular médiatique ».

Au terme de cette première approche sélective, seul un tiers des quelque 150 occurrences présélectionnées semblait satisfaire ces exigences. Sur la centaine de cas non retenus à ce stade de présélection, environ la moitié était écartée en raison d'une incertitude sérieuse quant à la nature proprement canularsque des actes considérés, tandis que l'autre moitié l'était en raison d'une visibilité médiatique à l'évidence trop restreinte.

- Une seconde étape consistait, sur la base de la cinquantaine de cas précédemment retenus, à engager une recherche documentaire plus approfondie sur la qualité des sources d'informations disponibles, afin d'évaluer si ces matériaux permettraient de décrire avec suffisamment de précision la manière dont l'acte avait été élaboré et perpétré, puis commenté par les médias et par ses auteurs.

À l'issue de cette seconde étape de sélection, seule une trentaine de cas répondaient de manière satisfaisante à ces critères. À ce stade, des obstacles linguistiques nous ont malheureusement contraint d'exclure de la sélection une demi-douzaine d'occurrences d'origine slovène, polonaise ou suédoise.

Parmi ce groupe d'une trentaine de cas, certaines occurrences nous ont paru trop peu différenciées par rapport à d'autres également présélectionnées pour faire l'objet d'une analyse spécifique. Par ailleurs, l'écho médiatique suscité par ces différents actes canularsques était encore trop hétérogène pour pouvoir leur accorder une valeur communicationnelle relativement comparable. Nous souhaitions également, pour des raisons méthodologiques, privilégier les cas ayant eu une résonance médiatique engageant au moins deux familles de supports et dépassant le cadre d'un seul pays. Ces deux conditions supplémentaires nous ont, en effet, paru de nature à permettre de relativiser les informations et les commentaires provenant d'un type exclusif de média ou d'un champ culturel trop spécifique. Elles autorisaient également et au-delà de la constitution d'un corpus international à procéder à une approche plus authentiquement transnationale de la manière avec laquelle notre objet d'étude était aujourd'hui appréhendé.

- Une troisième étape dans la définition de notre corpus d'analyse a donc consisté, d'une part à vérifier l'existence d'une réelle propagation médiatique de chacun des actes canularsques au-delà de leur territoire d'origine et, d'autre part, à nous assurer que l'intensité de l'écho médiatique de chacun des cas permettait de leur conférer de façon légitime l'appellation de « canular médiatique ».

Aucun instrument fiable et précis ne permettant aujourd'hui d'évaluer l'impact médiatique d'un événement à l'échelle internationale, il n'a malheureusement pas été possible d'établir un classement des occurrences canularsques retenues suivant une méthode scientifiquement irréprochable.

À défaut, nous avons dû recourir à un indicateur plus grossier mais aisément mobilisable : le nombre de références suggérées par les principaux moteurs de recherche sur Internet. Si la hiérarchie formelle des cas établie sur cette base est sujette à de nombreux biais (forte instabilité des réponses données à une même requête sur des périodes temporelles relativement rapprochées, faible hiérarchisation des références données au regard de la puissance réelle des médias diffuseurs, tropisme des réponses privilégiant les sources d'informations opérant spécifiquement sur le Net,...), elle fournit cependant et à peu de frais une indication relativement objectivée et tenant compte de la résonance internationale de chacun des cas soumis à requête.

Par précaution, nous avons recouru aux services proposés par les deux principaux moteurs de recherche à l'échelle mondiale : Google.com et Yahoo.com. Afin de tenir compte au mieux de la propagation internationale des cas, nous avons défini un certain nombre de mots-clés permettant de les identifier dans la langue de leur pays d'origine, mais aussi en anglais, en français, en italien, en espagnol et en allemand.

La somme des occurrences relevées pour chacun des actes évalués nous a permis à la fois d'établir un niveau global de « références », constituant à notre sens le seuil minimal de citations à partir duquel un cas pouvait être considéré comme ayant eu une résonance médiatique significative<sup>145</sup>. Le volume de 3000 résultats obtenus

---

<sup>145</sup> L'appréciation de la pertinence d'un tel seuil relève évidemment d'une certaine forme d'arbitraire, compte tenu des limites évidentes des instruments d'évaluation utilisés. Rappelons toutefois que notre approche méthodologique n'ayant pas prétention à produire des résultats de nature quantitative, le recours à ce type de critère visait uniquement à « objectiver » quelque peu la constitution de notre corpus d'analyse.



sur le moteur Google.com et de 1000 résultats sur le moteur Yahoo.com<sup>146</sup>, nous a paru constituer un seuil pertinent et globalement conforme aux appréciations de nature plus qualitative que nous avons pu faire sur la richesse du matériau journalistique concernant chacun de ces cas lors de nos recherches documentaires. Sur la base de ce volume global de résultats obtenus, nous avons également considéré qu'une proportion d'environ 10 % de références émanant de médias ou de supports extérieurs au champ médiatique du pays où l'acte avait été perpétré ou fomenté représentait un niveau minimal pour considérer celui-ci comme disposant d'une relative envergure internationale.

Au prisme de ces deux critères se rapportant à l'impact médiatique des actes canulars, seuls seize cas franchissaient le seuil d'éligibilité. Parmi la quinzaine de cas écartés à ce stade de la constitution de notre corpus d'analyse, quatre d'entre eux<sup>147</sup> que nous jugions pourtant intéressants à plus d'un titre furent versés dans un corpus secondaire pour être soumis à une analyse plus sommaire devant permettre d'illustrer certaines formes de manifestation canularsque trop partiellement illustrées par les cas qui allaient en définitive composer le corpus principal.

L'ultime étape de sélection de notre corpus d'analyse consista à écarter encore certains cas au prétexte d'une trop grande redondance ou d'une moindre pertinence par rapport à d'autres cas également sélectionnés. Ainsi, les canulars émanant de « hoaxers » professionnels, du fait même d'une production canularsque soutenue et assez régulière au cours de la période considérée, tendaient, au regard des critères de sélection jusque-là appliqués, à constituer une part excessivement importante de ce pré-corpus de seize cas. Leurs actes canularsques reposant souvent sur des modes opératoires identiques, l'analyse détaillée de tous les cas eût abouti à des résultats par trop redondants. Ainsi parmi la douzaine de canulars médiatiques perpétrés par les Yes Men durant la séquence 2004-2008, sept d'entre eux franchissaient les seuils d'éligibilité que nous avons

---

<sup>146</sup> Mesures effectuées pour l'ensemble des cas présélectionnés au cours de la première quinzaine du mois de janvier 2009, afin de disposer d'une appréciation optimale des cas d'actes canularsques survenus entre le début 2004 et la fin 2008.

<sup>147</sup> Il s'agit d'un premier cas perpétré par le groupe activiste italien Guerriglia Marketing (« Espropri Proletari »), d'un second conduit par le groupe belge Netwerk (« Ace Bank »), d'un troisième ayant pris la forme d'une émission TV produite et diffusée en Grande-Bretagne (« Space Cadets ») et d'un quatrième acte canularsque produit par une radio épiscopale à l'encontre du Premier ministre espagnol (« Broma Morales »).

fixés, mais plusieurs de ces sept cas reposaient sur des dispositifs et des procédés canularsques très similaires<sup>148</sup>. Les Yes Men étant incontestablement les auteurs de canulars médiatiques les plus prolifiques au cours de la période étudiée, nous avons choisi de retenir trois cas perpétrés par ce groupe, en veillant à ce que la singularité de chacun d'eux soit susceptible d'enrichir la diversité de notre corpus d'analyse. De la même manière, trois autres actes canularsques présélectionnés émanant soit du groupe d'humoristes canadiens Les Justiciers Masqués, soit de l'imitateur français Gérard Dahan nous ont paru cultiver trop de ressemblances entre eux pour faire l'objet chacun d'une étude de cas approfondie. Nous avons finalement choisi de retenir celui qui avait obtenu la plus forte médiatisation, sachant par ailleurs qu'il constituait un cas relativement polémique et particulièrement illustratif d'un certain type de rapports s'établissant aujourd'hui entre « hoaxers » et instances médiatiques.

- À l'issue de ce processus de sélection, notre corpus final d'analyse se composait de neuf actes canularsques de nature assez variée : quatre d'entre eux émanant de groupes activistes, deux de grandes instances médiatiques, un d'un groupe artistique avant-gardiste, un autre d'un journaliste indépendant et un dernier, enfin, d'un humoriste professionnel.

En termes géographiques, trois de ces actes ont été initiés aux Etats-Unis, mais deux d'entre eux ont été perpétrés hors de ce territoire (en France et au Canada). Un autre canular retenu a été fomenté en Angleterre, mais sa performance s'est pour l'essentiel déroulée aux Etats-Unis. Les autres cas sélectionnés ont systématiquement été pensés et perpétrés sur le même territoire : un en Belgique, un aux Pays-Bas, un en Italie, un en France et un en République tchèque.

---

<sup>148</sup> Avec certes quelques variantes, cinq de ces cas suivaient en effet un mode opératoire très fréquemment utilisé par les Yes Men depuis 2001 : captation d'une proie par l'intermédiaire d'un faux site institutionnel, invitation d'un des membres du groupe en lieu et place d'un représentant d'une grande entreprise à une conférence professionnelle, recours à un registre burlesque de performance, révélation de la mystification par ses auteurs...

## II – Limites et sources utilisées

### II-1 *Des limites*

#### II-1.1 Des limites inhérentes à ce corpus

Le nombre assez restreint de cas d'actes canularesques finalement retenus ne confère évidemment pas à ce corpus de recherche la valeur d'un échantillon représentatif au sens où ce terme est entendu lors de la réalisation d'enquêtes quantitatives permettant de mettre au jour des résultats de nature statistique.

La très grande hétérogénéité des actes canularesques – notamment à l'époque contemporaine – et l'absence de recensement systématique de ceux-ci n'autorisent pas le recours à ce mode d'enquête.

L'échantillon de cas sélectionnés, outre sa taille réduite, ne prétend pas non plus couvrir et représenter l'ensemble des types de canulars médiatiques perpétrés dans le cadre spatio-temporel délimitant notre recherche. Certaines formes d'actes canularesques répondant à des modalités classiques, déjà largement évoquées dans la première partie de cette dissertation, ont été écartées de notre champ d'analyse, permettant ainsi d'orienter notre recherche vers des types de canulars médiatiques emblématiques des évolutions récentes affectant cette forme de manifestation.

À l'inverse, certaines productions communicationnelles spécifiques empruntant partiellement certains procédés de nature canularesque n'ont volontairement pas été intégrées dans le corpus d'analyse pour préserver sa relative cohérence. Ces objets communicationnels de nature hybride – appartenant essentiellement au champ de la production filmique ou au champ de la communication publicitaire – seront en revanche plus longuement évoqués lors de la troisième partie de notre dissertation, lorsque nous tenterons d'évoquer de manière plus prospective les possibles évolutions de l'acte canularesque.

Le terme le plus adapté pour qualifier la nature de ce corpus d'analyse est certainement celui d'« échantillon raisonné », au sens où il est usuellement entendu dans les enquêtes qualitatives portant sur un nombre limité de cas, mais où chacun de ceux-ci renvoie, par

sa singularité, à la diversité des positions supposées exister au sein de l'univers de référence étudié.

## II-1.2 Présentation synthétique des cas

Le corpus soumis à analyse approfondie se compose des neuf cas suivants d'actes canularsques à forte dimension médiatique, présentés ici par ordre chronologique d'apparition<sup>149</sup> :

- 1) Le canular perpétré par le groupe activiste les Yes Men à l'encontre de la BBC et de l'entreprise Dow Chemical (3 décembre 2004).
- 2) Le canular perpétré par le mouvement des précaires Serpica Naro à l'encontre de la Semaine de la Mode de Milan (26 février 2005).
- 3) Le canular perpétré par la télévision publique belge francophone (RTBF) à l'encontre de son public par l'entremise de l'émission « Bye-bye Belgium » (13 décembre 2006).
- 4) Le canular perpétré par l'humoriste français Gérard Dahan à l'encontre de la candidate à l'élection présidentielle Ségolène Royal (24 janvier 2007).
- 5) Le canular perpétré par la télévision néerlandaise BNN à l'encontre de son public à travers l'émission « De Grote Donor Show » (1<sup>er</sup> juin 2007).
- 6) Le canular perpétré par les Yes Men à l'encontre d'ExxonMobil lors d'une conférence au Canada (14 juin 2007).
- 7) Le canular perpétré par le groupe artistique Ztohoven à l'encontre de la télévision publique tchèque (17 juin 2007).

---

<sup>149</sup> La date précise indiquée correspond pour chacun des canulars médiatiques au jour de la perpétration publique de la phase de mystification. Ce jour correspond généralement pour la plupart de ces cas étudiés au moment de plus fort intérêt porté à l'événement par les médias.

- 8) Le canular coordonné par le journaliste britannique David Thorpe à l'encontre de groupes climatosceptiques américains par l'intermédiaire d'une fausse publication scientifique (7 novembre 2007).
- 9) Le canular perpétré aux Etats-Unis par les Yes Men et plusieurs groupes activistes par l'intermédiaire de la publication d'une fausse édition du *New York Times* (12 novembre 2008).

Si cette présentation sommaire traduit une assez bonne dispersion géographique des cas composant notre corpus d'analyse, elle reflète en revanche une assez forte concentration des occurrences étudiées sur l'année 2007. Ce constat confirme l'observation déjà effectuée lors d'une des phases de présélection du corpus qui portait alors sur un nombre plus élevé de cas. Passé au filtre du critère évaluant l'intensité du traitement médiatique des actes, cette suractivité canularsque durant l'année 2007 ressort amplifiée. Outre les premières hypothèses d'explication précédemment évoquées, il est important de relever que ces cinq cas du corpus d'analyse se rapportant à l'année 2007 ont chacun bénéficié d'une importante couverture télévisuelle – deux de ces cinq cas ayant d'ailleurs été perpétrés en direct sur une chaîne de télévision nationale – ce qui conduit naturellement à penser que ce média continue d'occuper un rôle essentiel dans la dissémination de l'information. Il est possible également que les canulars médiatiques perpétrés durant l'année 2007 aient joui d'un intérêt tout particulier des médias après le grand retentissement obtenu à l'échelle internationale par le « faux » journal télévisé de la RTBF à la toute fin de l'année 2006.

Concernant la nature et la qualité des initiateurs des actes canularsques considérés, il ressort globalement que les auteurs issus des milieux activistes ou agissant avec une visée politique sont assez fortement représentés. Ce constat corrobore certaines observations faites à ce sujet au cours des dernières années<sup>150</sup>, même s'il convient de noter que la présence dans ce corpus de trois cas perpétrés par un seul et même groupe (les Yes Men) ait probablement contribué à rendre ce phénomène plus apparent.

---

<sup>150</sup> En 1989, Fred Fedler constatait l'émergence de « hoaxers » médiatiques venus des milieux de la contestation politique (*Media Hoaxes*, pp. 206-225). À ce sujet et concernant une période plus récente, l'auteur de cette dissertation se permet de renvoyer à son article « Prélude à une théorie du hoax et de son usage subversif », paru dans *Multitudes* n° 25, été 2006, pp. 149-157.

## **II-2 Les sources utilisées**

La diversité des actes canulars retenus dans notre corpus d'analyse, la forte spécificité des dispositifs et des procédés utilisés pour chacun d'eux, ainsi que la dimension plurinationale de notre champ de recherche, nous obligent à recourir à une grande variété de sources dont la composition n'est malheureusement pas identique d'un cas à l'autre.

Aucune recherche universitaire n'ayant été jusqu'à l'heure conduite sur sept des neuf cas composant notre corpus<sup>151</sup>, nous avons dû procéder à un important travail de compilation de sources d'informations afin de pouvoir mener une analyse détaillée de chacun des actes canulars et tenter ensuite d'en dégager des enseignements de portée plus générale sur la nature et l'évolution de ces pratiques au cours d'une période assez récente.

Les matériaux utilisés pour notre analyse sont globalement de quatre types :

### **II-2.1 Les matériaux filmiques ou textuels supports de la mystification et de la performance**

Pour chacun des cas, nous sommes parvenus à obtenir la quasi-totalité des matériaux disponibles correspondant à la performance de la mystification par les auteurs auprès de la ou des cibles. Il s'agissait, en fonction de la nature spécifique des cas, tantôt de documents filmiques dont la captation était l'œuvre des médias télévisuels ou des auteurs de l'acte, tantôt de documents écrits ou imprimés lorsque l'objet de la mystification était de nature littéraire ou journalistique. Pour un seul de ces cas, ce matériau était de nature strictement audio. Certains de ces matériaux étaient relativement sommaires ou de courte durée, d'autres correspondant à la production d'un programme télévisuel ou d'un média factice (création d'un faux quotidien, d'une fausse revue ou d'un faux site Web) étaient souvent plus élaborés et représentaient intrinsèquement un matériau plus volumineux.

---

<sup>151</sup> Le cas de l'émission « Bye-bye Belgium » est le seul à avoir fait, jusqu'à présent, l'objet d'une production universitaire très substantielle. Le canular perpétré le 3 décembre 2004 sur la BBC par les Yes Men a, pour sa part, fait l'objet d'analyses plus rares, mais qui ont néanmoins été fort utiles à notre travail.

Nous avons tâché de rendre compte au mieux de ces matériaux bruts dans les annexes de cette dissertation, en étant cependant contraint, parfois, de procéder à une sélection des contenus les plus pertinents. Deux des cas étudiés ayant fait l'objet de procédures administratives ou judiciaires de la part des victimes de l'acte, une partie des documents ayant servi de supports à ces actes manque à cette collection<sup>152</sup>.

## **II-2.2 La production journalistique constituant la couverture médiatique de chacun des actes étudiés**

Le corpus d'analyse étant exclusivement composé d'actes canularsques ayant obtenu une forte résonance médiatique, les ressources journalistiques sont, dans l'ensemble, abondantes même si quelques cas demeurent moins fournis que d'autres. Il convient aussi de signaler qu'en dépit d'un intense travail de veille engagé depuis 2004 sur plusieurs grands médias de langues anglaise et française, certains écrits journalistiques se rapportant à notre objet de recherche nous ont parfois échappé. La nature canularsque d'un acte n'étant généralement avérée qu'à l'issue de sa perpétration effective, certains traitements journalistiques produits en amont de l'achèvement du processus n'ont pu être retrouvés, malgré les recherches engagées a posteriori. En effet, et bien que constituant une très importante source d'archivage des contenus journalistiques, le Web demeure une source non exhaustive et relativement instable. Ainsi, des informations accessibles un moment sur Internet disparaissent parfois assez rapidement du cyberspace.

Cet abondant matériau journalistique, une fois compilé et confronté avec les autres sources disponibles, a été particulièrement utile à notre travail de reconstitution et de description objective des faits se rapportant aux actes canularsques analysés. Dans trois des cas étudiés, il convient de noter que ce furent des journalistes qui débusquèrent les impostures à l'origine des mystifications perpétrées. Dans deux autres cas – où la mystification fut l'œuvre d'instances médiatiques – les journalistes officiant pour ces médias furent également des observateurs privilégiés et les écrits qu'ils produisirent a posteriori furent également riches d'informations exclusives.

---

<sup>152</sup> Il s'agit notamment du faux site « Vivoleum » réalisé par les Yes Men et de certains passages vidéos retraçant la performance des auteurs lors de la conférence GO-EXPO à Calgary le 14 juin 2007, ainsi que du faux site du *Journal of Geoclimatic Studies* réalisé par David Thorpe dans le cadre du canular sur les causes du changement climatique perpétré en novembre 2007. Les deux sites en question ont été totalement effacés du cyberspace suite à des interventions auprès des fournisseurs d'accès. Concernant la captation filmique de la conférence mystificatrice des Yes Men, certains passages n'ont pas été rendus publics suite à certaines procédures judiciaires engagées par la direction d'ExxonMobil.

Quoique de qualité inégale, les articles de presse constituent également un bon outil d'approfondissement de la connaissance du contexte sociétal et événementiel dans lequel s'inscrivaient les actes canularsques étudiés. Facteur déterminant dans la réussite et le succès d'un acte canularsque, l'environnement social et communicationnel contribue aussi fortement à la résonance médiatique obtenue par celui-ci.

Le traitement journalistique de chacun des cas étudiés a naturellement représenté un matériau indispensable pour l'étude de la narration médiatique opérée à la suite de la perpétration des actes canularsques. L'analyse du contenu de ces articles ou reportages a notamment permis de déceler les convergences et les divergences d'appréciation et de traitement des événements en fonction de la nature des supports considérés et de leurs orientations idéologiques, de constater aussi les différences de points de vue entre les récits rapportés par les médias nationaux et ceux produits par les médias étrangers. L'étude du discours médiatique a parfois mis en lumière les « faiblesses » de la production journalistique, tant en termes d'approximations concernant les faits rapportés, qu'en termes d'influence exercée sur leur discours par la narration très subjective développée par les auteurs des actes canularsques.

### **II-2.3 Les productions textuelles et audiovisuelles émanant des auteurs des actes canularsques**

La dimension auctoriale très prononcée des actes canularsques, ainsi que les visées communicationnelles de plus en plus affirmées de ces pratiques, conduisent à une production discursive assez conséquente de la part des auteurs sur leurs actes, en particulier lorsque ceux-ci s'avèrent conformes à leurs objectifs.

Cette narration auctoriale peut, en fonction des cas, prendre des formes assez diverses : depuis la simple interview accordée à un média jusqu'à la publication d'un livre ou la réalisation d'un film documentaire relatant la version des faits par l'auteur. De diffusion large (comme les livres de Gérard Dahan, de Philippe Dutilleul) ou de diffusion plus confidentielle (comme les documentaires vidéos de Ztohoven ou de Serpica Naro), ces productions narratives sur les actes canularsques suscitent auprès de leurs publics



respectifs un intérêt sans commune mesure avec les productions, plus éparses et du même genre, réalisées par les « hoaxers » au cours du XIXe siècle ou des deux premiers tiers du XXe siècle. Ces documents écrits ou filmiques représentent souvent des sources de première importance pour l'étude des phases de conception et de fabrication des actes canularsques. De toute évidence, elles doivent être évaluées avec un regard distancié, car ces propos d'auteurs s'inscrivent généralement dans une démarche de défense et d'illustration *pro domo* de leurs actes.

L'impressionnant développement du Web au cours de la décennie écoulée a incité la plupart des auteurs de canulars à se doter d'un site ou d'un blog dédié à leurs activités. Ainsi, parmi les sept personnes ou groupes à l'origine des neuf canulars médiatiques composant notre corpus, cinq d'entre eux disposaient de leur propre site qu'ils utilisèrent à la suite de la perpétration de leur acte pour diffuser des informations, souvent assez détaillées, à son sujet. Concernant les deux cas initiés par des chaînes publiques de télévision (« Bye-bye Belgium » et « De Grote Donor Show »), il est à noter que si les concepteurs des programmes concernés ne disposaient d'aucun site personnel, une information riche et abondante se rapportant à ces deux émissions fut en revanche mise en ligne par le site officiel du média pour lequel ils officiaient.

L'analyse du discours des auteurs d'actes canularsques sur leur production montre que celui-ci n'est pas exempt de contradictions et met parfois en évidence des évolutions parfois sensibles au fil du temps et en fonction de la volonté plus ou moins affirmée des auteurs d'orienter ou de corriger le sens donné à leur acte par les médias.

#### **II-2.4 Les observations et les entretiens effectués par nos soins auprès des auteurs de certains actes canularsques ou de leurs complices**

L'approche de l'objet canularsque en tant qu'acte de communication nous conduisant à nous intéresser tout particulièrement à ses conditions de création et de fabrication, notre recherche aurait été incomplète si l'analyse menée n'avait été étayée que sur les matériaux discursifs de nature journalistique ou auctoriale.

Répondant à des visées communicationnelles, le canular médiatique n'en constitue pas moins un processus actionnel ancré dans le réel, et créateur de situations mettant

concrètement en scène et en interaction des acteurs en position d'échange dialogique. Incertains jusqu'à l'achèvement de l'action, les effets produits par un acte canularique dépendent largement de la maîtrise des événements par les acteurs impliqués dans son déroulement. La description des actes canulariques, tels que rapportés par les médias ou par leurs auteurs en posture de justification et de valorisation de leur action, soulève de nombreuses questions quant à son exhaustivité et à son objectivité.

À défaut de se trouver de situation de témoin direct de l'action, le chercheur travaillant sur un objet de cette nature se doit, à notre sens, de tenter d'approcher les acteurs de ces situations si particulières. De la même manière que le sociologue ou l'anthropologue « fait du terrain » ou que le journaliste se rend sur le lieu de déroulement d'un événement pour en observer le cadre et recueillir ses propres informations auprès des acteurs ou des témoins d'une situation, nous avons tenté, avec un succès inégal en fonction des cas étudiés, d'approcher les auteurs ou les complices de ces actes. Notre présence régulière et assidue depuis 2004 aux principales manifestations culturelles ou artistiques européennes invitant des « hoaxers » à présenter leurs réalisations nous a permis de rencontrer, de manière souvent informelle et dans des contextes propices à une divulgation relativement libre d'informations, les principaux acteurs contemporains de cet univers assez fermé. La régularité des contacts, associée à notre statut de chercheur travaillant sur ce champ jusque-là peu exploré, a facilité la création d'une relation de confiance avec nos interlocuteurs et nous a permis de recueillir des informations rarement divulguées aux journalistes. Ainsi pour six des canulars analysés, nous avons eu l'occasion d'interroger parfois assez longuement leurs auteurs et de collecter des informations sur la préparation et la perpétration des actions passées<sup>153</sup>. Pour les trois cas perpétrés par des auteurs agissant pour le compte d'instances médiatiques, nous ne sommes malheureusement pas parvenus à obtenir d'entretien. Cette absence de matériau directement recueilli a pu, en partie, être compensée par l'abondante littérature produite par deux des auteurs impliqués (Philippe Dutilleul d'une part, et Gérard Dahan d'autre part). Concernant le cas de l'émission néerlandaise « De Grote Donor Show », nous avons, à défaut d'avoir rencontré ses concepteurs, pu échanger à ce sujet avec un des dirigeants internationaux d'Endemol, la société productrice de l'émission.

---

<sup>153</sup> Lorsque nous avons été autorisés à les enregistrer, ces entretiens ont été retranscrits et rapportés en annexe de cette dissertation.

## II-2.5 Les limites des sources disponibles

Comme nous l'avons déjà souligné, les sources disponibles pour les neuf cas étudiés ne sont pas homogènes. La très grande variété des actes canularsques à l'époque contemporaine explique pour beaucoup ces disparités, et la dimension plurinationale de notre recherche contribue à les accentuer.

Concernant les effets produits par les actes canularsques sur leurs cibles – qu'ils s'agissent des publics directement exposés à la mystification ou des cibles indirectement visées – les sources fiables ou élaborées sur la base d'un protocole scientifique d'études en réception sont pratiquement inexistantes. Seul le canular perpétré à travers l'émission « Bye-bye Belgium » a fait l'objet d'une enquête d'opinion cherchant à évaluer – de manière très sommaire d'ailleurs – la perception de la fausse nouvelle et ses effets induits au sein de la population belge francophone. D'une manière générale, les réactions des victimes d'une mystification sont difficilement appréhendables à travers les productions journalistiques traitant du canular de même que dans les discours des auteurs de l'acte. Ces derniers tendent généralement à exagérer les effets engendrés par l'acte mystificateur afin de donner davantage d'éclat à leur intervention. Cependant, lorsque les conséquences de leur action prennent une tournure plus dramatique ou susceptible d'entraîner des sanctions juridiques à leur encontre, les auteurs ont une réaction inverse et essaient de minimiser la portée des effets provoqués. Car, dès qu'un acte mystificateur produit des effets très préjudiciables ou qu'il entraîne des conséquences irréparables, il perd le caractère bénin qui caractérise tout acte canularsque et lui permet de bénéficier d'une certaine indulgence sociale.

Notre approche épistémologique consistant à nous intéresser à la production des actes canularsques et aux discours médiatiques qu'ils suscitent, l'absence d'analyse en réception ne constitue pas en soi un handicap majeur pour notre recherche, même s'il eut été intéressant de confronter les discours médiatiques et auctoriaux sur les effets supposés des canulars avec des observations objectivées des effets réellement engendrés.

### **III - L'approche méthodologique de notre recherche**

#### ***III-1 Le rappel des objectifs de la recherche***

L'objectif principal de cette recherche sur les actes canularsques à forte portée médiatique est de mettre en lumière les constantes et les évolutions de ce type de pratique dans une période récente, marquée par d'importants changements sociétaux et de profondes transformations au sein de l'univers médiatique et communicationnel.

La multiplicité des formes canularsques à visées communicationnelles et le recours à ces pratiques par des acteurs plus diversifiés que par le passé conduisent-ils à un éclatement du genre ou bien assiste-t-on à des formes de convergence entre ces différents usages du canular médiatique ?

Le schéma processuel classique de l'acte canularsque mis en évidence dans la première partie de notre dissertation conserve-t-il sa validité au regard des manifestations récentes, ou subit-il – sous l'effet de la sophistication des dispositifs et des procédés utilisés – des distorsions telles qu'il faille remettre en cause sa pertinence?

Au-delà du processus actionnel qui régit les actes canularsques, c'est aussi la question des intentions communicationnelles et de la signification axiologique des messages effectivement propagés par ces actes qu'il convient d'interroger afin de dégager la nature des dynamiques actuellement à l'œuvre dans ce champ de recherche encore trop peu arpenté.

#### ***III-2 La démarche d'analyse du corpus de la recherche***

Pour mener à bien notre objectif de catégorisation des dynamiques contemporaines qui affectent les canulars médiatiques, il convient au préalable de procéder à une analyse systématique et approfondie des neuf cas de notre corpus.

Compte tenu de l'originalité intrinsèque de chacun des actes considérés, la méthode de l'étude de cas était à l'évidence le mode d'analyse le mieux adapté pour rendre compte de leurs spécificités.

Afin que cette approche au cas par cas conserve une valeur didactique forte et une comparabilité effective des cas étudiés, nous avons choisi de donner un cadre à la fois ordonné et systématisé à notre analyse.

### **III-2.1 L'ordonnement global des études de cas**

Les proximités constatées entre certains cas – notamment concernant les profils et les intentionnalités des auteurs des actes – nous conduisent à proposer un ordonnancement de l'analyse de ces neuf cas non pas suivant un ordre chronologique strict, mais plutôt selon une logique de présentation par groupes de cas possédant certaines caractéristiques communes. Cette approche devrait, à notre sens, permettre de rendre compte de manière plus structurée des nouvelles dynamiques affectant la pratique contemporaine du canular médiatique.

Notre corpus d'analyse peut a priori se subdiviser en trois catégories de cas ayant une valeur heuristique substantielle :

- Un premier groupe – certainement le groupe le plus hétérogène des trois – associe trois cas d'actes canularesques perpétrés par des auteurs recourant pour la première fois au canular médiatique et sans complicité aucune avec une instance médiatique. Il s'agit des canulars mis en œuvre par Serpica Naro, Ztohoven et David Thorpe. Le premier de ces trois cas émane d'un type d'acteurs jusque-là jamais impliqué dans la production d'acte canularesque, puisqu'il s'agit d'un groupe activiste faisant partie intégrante d'un large mouvement social visant à défendre les droits des précaires en Italie. Les deux autres cas proviennent de type d'acteurs pour qui l'usage du canular trouve dans leur milieu respectif une tradition plus affirmée : il s'agit du canular perpétré par le groupe artistique Ztohoven et de celui coordonné par l'écrivain et journaliste indépendant David Thorpe. Dans ces trois cas, la forme prise par l'acte canularesque traduit une évolution importante des pratiques et des procédés employés jusqu'alors dans leurs milieux de référence. L'analyse détaillée de ces trois cas apparaît donc susceptible de fournir des enseignements importants sur l'évolution des pratiques canularesques durant la période

récente au regard de certaines transformations profondes qui affectent la société et les techniques de communication.

- Le second groupe de cas soumis à analyse concerne trois actes canulars conduits par une seule et même entité : les Yes Men. En dépit de leur appartenance à la mouvance des activistes altermondialistes – mouvance généralement critique à l'égard des instances médiatiques – les Yes Men procèdent à des actes canulars assez élaborés depuis le début des années 2000 et témoignent de fortes aptitudes en matière de communication publique. Les trois actes étudiés couvrent les deux extrémités de la séquence 2004-2008, ainsi que l'année 2007 qui fut particulièrement prolifique en canulars médiatiques. Loin d'être répétitives, ces trois occurrences illustrent au contraire une certaine diversification des pratiques. A ce titre, cet ensemble nous paraît donc susceptible d'éclairer certaines évolutions à l'œuvre au cours des dernières années dans certains milieux de la contestation internationale.

- Le troisième et dernier groupe comporte également trois cas d'actes canulars ayant pour caractéristique commune d'émaner d'instances médiatiques ou, tout au moins, de personnes officiant pour ce type d'instance. Deux de ces cas, qui furent médiatiquement les plus retentissants de tous les actes perpétrés durant la période étudiée, étaient des canulars particulièrement élaborés, ayant nécessité une très longue préparation, et étaient le fruit de chaînes de télévision. Le troisième cas est plus atypique au regard des deux précédents, car émanant d'un humoriste professionnel, certes habitué à perpétrer des canulars téléphoniques pour le compte de différents médias, mais se trouvant dans le cas en question dans une situation de moindre intégration par rapport à ce type d'instance. L'analyse de ce dernier ensemble devrait permettre de mieux comprendre les raisons qui motivent de grands médias à recourir à des actes canulars de nature moins formatée que les traditionnelles émissions de caméra cachée, mais aussi de comprendre quelles sont les difficultés rencontrées par ces instances médiatiques lorsqu'elles ont un usage moins formaté des procédés canulars.

### **III-2.2 La grille d'analyse systématique**

Les études de cas ont été conduites selon une grille d'analyse identique qui répond au souci de comparabilité de l'ensemble du corpus. Cet outil permettra de dégager des

enseignements relatifs aux dynamiques présidant à l'évolution générale du phénomène étudié.

Outre la description précise de chacun de ces cas, cette grille d'analyse poursuit deux visées heuristiques :

- Vérifier le degré de conformité du processus actionnel de chacun des actes étudiés au schéma-type dégagé à l'issue de la première partie de notre dissertation ;
- Déterminer la nature et le sens de l'acte communicationnel s'abritant derrière chacun de ces canulars à forte visée médiatique.

Dans cette perspective, nous avons opté pour un exposé de chacun des cas structuré de la manière suivante :

*1) Une mise en relief de l'exemplarité du cas étudié au regard de certains types d'actes canularsques perpétrés antérieurement à la période couverte par notre recherche.*

Ce rapide cadrage historique du cas en référence à certaines pratiques antérieures aura notamment pour fonction de souligner ses éventuelles filiations et de rendre compte, lors d'une analyse plus synthétique du corpus, de certaines dynamiques à l'œuvre durant une période plus récente.

*2) L'exposé de l'acte canularsque tel qu'il en a été rendu compte au travers des différents discours médiatiques tenus à partir de sa performance publique.*

Cette description partielle de l'acte canularsque – puisqu'elle n'intègre pas les étapes de sa préparation gardées secrètes – a pour objet de rendre compte des moments d'émergence publique de l'acte, de l'environnement social et du contexte médiatique et informationnel de cette émergence, ainsi que des effets provoqués par l'acte tels que rapportés par les différents types de discours médiatiques.

*3) L'analyse approfondie du cas au regard des différentes étapes du schéma processuel type de l'acte canularsque.*

Correspondant à l'analyse détaillée, cette étape centrale de l'étude de cas visera à mettre en lumière les différentes phases de déroulement de l'acte canularique et à vérifier si leur ordonnancement respecte ou modifie celui communément observé pour les actes du même type.

Une attention particulière sera portée aux intentionnalités de l'auteur de l'acte lors de la phase de conception pour vérifier si celles-ci sont en correspondance avec les effets de l'acte tels que globalement reconnus par les discours médiatiques après sa perpétration. L'analyse s'attachera également à décrire et analyser avec la plus grande précision possible les phases de fabrication, de performance et de révélation de la mystification, afin notamment de déceler le rôle éventuellement joué par les médias dans l'accréditation de la fabrication mystificatrice, dans la propagation de la fausse information et/ou la révélation de la mystification.

Enfin, l'analyse de la phase narrative de l'acte canularique visera à mettre au jour les convergences, les divergences et les influences réciproques entre les récits proposés par les médias et le récit développé par l'auteur.

#### *4) Les principaux enseignements de l'étude de cas.*

À l'issue de l'analyse détaillée de chaque cas, nous tâcherons de dégager les principaux enseignements concernant les éventuelles variantes induites par le déroulement effectif de l'acte au regard du schéma-type, ainsi que l'incidence des dispositifs médiatiques et des procédés narratifs mis en œuvre sur les répercussions médiatiques de l'acte. Nous tenterons de qualifier la nature du canular médiatique étudié en termes de logique productionnelle et de portée axiologique du message véhiculé.

### **III-2.3 L'exploration des dynamiques contemporaines du canular médiatique**

Sur la base des enseignements tirés de l'étude de chacun de ces cas, nous tâcherons de déterminer les principaux critères de classification des actes canulariques au regard de l'approche socio-discursive qui est la nôtre. À défaut de pouvoir établir une véritable typologie des canulars médiatiques sur la base d'un corpus aussi restreint et de cas aussi hétérogènes, nous dresserons une carte heuristique permettant de situer chacun des cas



étudiés suivant les critères apparaissant les plus pertinents au regard de notre problématique.

Nous chercherons également à mettre au jour les dynamiques les plus marquantes dans l'univers des pratiques canularesques récentes en confrontant un ensemble plus large de canulars médiatiques souvent antérieurs à la période étudiée et évoqués plus sommairement dans cette dissertation pour leur valeur emblématique.

## IV - L'analyse des cas composant le corpus de recherche

Plutôt que de suivre un ordre chronologique strict, peu opérant au regard de la relative hétérogénéité des cas composant notre corpus de recherche, nous avons jugé préférable d'opter pour une présentation de nos neuf études de cas suivant une classification allant graduellement des actes canulars perpétrés par les auteurs les plus extérieurs au système médiatique jusqu'à ceux ordonnés et produits par d'importantes instances médiatiques.

Les neuf études de cas présentées dans ce chapitre suivront donc l'ordre suivant :

- 1) Le canular des activistes de Serpica Naro mené le 26 février 2005 à l'encontre de la Semaine de la mode de Milan.
- 2) Le canular du groupe artistique Ztohoven perpétré le 17 juin 2007 à l'encontre de la télévision publique tchèque.
- 3) Le canular de l'écrivain David Thorpe perpétré le 7 novembre 2007 à l'encontre des groupes climatosceptiques.
- 4) Le canular des Yes Men réalisé le 3 décembre 2004 sur la BBC à l'encontre de l'entreprise Dow Chemical.
- 5) Le canular des Yes Men conduit à l'encontre d'ExxonMobil lors d'une conférence sur l'industrie pétrolière au Canada le 14 juin 2007.
- 6) Le canular perpétré par les Yes Men à travers la publication d'une fausse édition du *New York Times* le 12 novembre 2008.
- 7) Le canular réalisé par l'humoriste Gérald Dahan le 24 janvier 2007 à l'encontre de la candidate à l'élection présidentielle Ségolène Royal.

- 8) Le canular perpétré par la RTBF au travers de l'émission intitulée « Bye-bye Belgium » diffusée le 13 décembre 2006.
  
- 9) Le canular opéré par la chaîne néerlandaise BNN à l'encontre de son public à travers l'émission « De Grote Donor Show » diffusée le 1<sup>er</sup> juin 2007.

## ***IV-1 Le canular des activistes de Serpica Naro mené le 26 février 2005 à l'encontre de la Semaine de la mode de Milan***

### **IV-1.1 L'exemplarité du cas**

Des neuf canulars retenus au sein de notre corpus d'analyse, ce cas est celui dont la propagation à l'intérieur de l'espace médiatique a connu la moins grande intensité. Sophistiqué dans sa conception et dans les dispositifs mis en œuvre, il émane d'un type d'acteur jusque-là peu enclin à l'usage de ce type de procédé et situé en marge du champ classique de la production médiatique. Il constitue, de fait, un exemple assez emblématique des pratiques communicationnelles novatrices qui ont commencé à se développer au sein des nouveaux mouvements sociaux et de certains groupes contestataires à partir de la deuxième moitié des années 1990. Si les grands supports journalistiques de la Péninsule ne lui ont en général accordé qu'un intérêt secondaire<sup>154</sup>, cet acte canularique a, en revanche, fait l'objet d'une large diffusion dans les réseaux d'information alternatifs en Europe, ainsi que de nombreux articles d'analyse dans les revues intellectuelles et universitaires s'intéressant aux nouvelles formes de mobilisation sociale. Mené avec de faibles moyens financiers mais avec l'aide de nombreuses complicités bénévoles, ce canular est également exemplaire pour la maîtrise dont ses initiateurs ont su faire preuve, d'étape en étape, tout au long du processus.

### **IV-1.2 L'exposé médiatique du cas**

Samedi 26 février 2005, la prestigieuse Semaine de la mode de Milan touche à sa fin. Le monde du stylisme est en effervescence et attend avec une certaine impatience le défilé d'une jeune créatrice, encore totalement inconnue quelques jours auparavant. Sans que son travail n'ait encore été présenté à la profession, Serpica Naro fait déjà beaucoup parler d'elle dans le petit landerneau de la mode milanaise. Elle dispose en effet du profil

---

<sup>154</sup> Loin d'être négligeable puisque ce canular retenu au sein de notre corpus d'analyse est parvenu à obtenir un niveau élevé de reprises médiatiques. Il convient de signaler que seule la chaîne Rai 3 lui a consacré l'ouverture de son journal régional du soir le 26 février 2005 et que, parmi les quotidiens nationaux italiens, trois d'entre eux seulement – *La Repubblica*, *Il Manifesto* et *Il Giornale* – lui ont accordé un traitement rédactionnel en première page dans leurs éditions des jours suivants.

idéal pour exciter la curiosité d'un milieu du luxe un peu blasé. Outre sa jeunesse, cette « créature rimbaldienne de la couture » décline une double nationalité anglo-japonaise – un cosmopolitisme très apprécié dans les réseaux internationaux de la mode – et manie avec délices l'art de la transgression et de l'autopromotion. A travers ses créations, elle prétend vouloir « rendre sexy » et donner ses lettres de noblesse à un nouveau mode de vie urbain : celui de la précarité. Dans un contexte où les dirigeants politiques, les responsables syndicaux et les médias s'inquiètent de la radicalisation qui affecte une partie de la jeunesse italienne frappée par le chômage et des conditions de vie de plus en plus délicates, le discours de la styliste sonne volontiers comme une provocation. Ses communiqués de presse annoncent une collection à la fois « fashion » et « révolutionnaire ». Son slogan (« We are the new class ! ») et les rumeurs savamment distillées par son service de presse ont fait monter la tension : elle aurait tenté de louer l'un des plus importants centres sociaux<sup>155</sup> de la ville pour y produire son défilé et aurait aussi, par le passé, recruté des mannequins dans les milieux de l'activisme homosexuel de Tokyo qui finalement n'auraient jamais été rémunérés.

Choqués par cette récupération indécente de la culture *underground* de la contestation sociale, les activistes et précaires de Milan appellent, en réaction et après plusieurs actions déjà perpétrées les jours précédents contre la Semaine de la mode, à un rassemblement sauvage pour empêcher la tenue du défilé de Serpica Naro. A moins d'une heure du début de l'événement, le périmètre de la Cavalcavia Bussa<sup>156</sup>, où la styliste a fait dresser les installations devant abriter la présentation de sa nouvelle collection, est encerclé par des dizaines de policiers sur les dents qui attendent l'arrivée du cortège des manifestants. A 19 heures, sous les yeux médusés des forces de l'ordre et des responsables de la Digos<sup>157</sup>, une étonnante convergence s'opère entre les manifestants et l'équipe de la styliste qui débarque pour franchir les cordons de sécurité filtrant l'entrée du lieu. L'embrouillamini est total. Les policiers peinent à distinguer les membres du staff de la styliste du lot des manifestants. D'autant que les deux groupes échangent joyeusement et paraissent s'amuser de la profonde confusion qui règne parmi les responsables des forces de l'ordre. Bloqués par la police, les organisateurs du défilé

---

<sup>155</sup> Les « centri sociali » sont des lieux innocupés, squattés et autogérés par des artistes et des activistes politiques et qui tiennent une grande place dans l'organisation de la contestation sociale en Italie depuis les années 1970. Un des premiers centres sociaux de la Péninsule, le centre Leoncavallo fut ouvert en 1975 à Milan.

<sup>156</sup> Située dans le quartier populaire de la gare Garibaldi, un des hauts lieux de la contestation des précaires depuis quelques années.

<sup>157</sup> Équivalent italien des Renseignements Généraux.

finissent par exhiber le contrat de location du parking où est installé le chapiteau et enjoignent les forces de l'ordre de laisser les manifestants entrer dans le lieu. Il faudra quelques minutes encore pour que le chef des renseignements généraux réalise enfin que « Serpica Naro » est l'anagramme de « San Precario » – le faux saint protecteur des précaires inventé un an plus tôt par les activistes du groupe Chainworkers – et que les deux groupes protagonistes sont de mèche. Le défilé aura donc finalement lieu en présence d'un public hétéroclite et de plusieurs journalistes dont les articles initialement prévus pour les pages Mode de leur quotidien basculeront finalement dans les rubriques Social et Société du lendemain.

L'affaire aura un retentissement important dans l'univers milanais de la création et elle fera l'objet d'un traitement souvent assez approfondi – et bienveillant dans l'ensemble – de la part des grands quotidiens nationaux et lombards. Le président de la Chambre de la mode, dont les services ont accredité la candidature de la fausse styliste, sera contraint quelques jours plus tard de s'excuser officiellement auprès des sponsors de la Semaine de la mode, tandis que plusieurs créateurs renommés tenteront très opportunément de s'accaparer le label Serpica Naro qui n'avait pas fait l'objet de dépôt officiel de marque à l'international.

#### **IV-1.3 L'analyse du cas au regard du schéma générique**

##### *Une conception rapide*

Emanant d'un acteur social situé totalement en dehors du système institutionnel et fonctionnant selon un mode d'organisation très informel, ce canular médiatique n'a pas fait l'objet de la part de ses auteurs d'un discours public très développé sur la manière dont il a été élaboré. La lecture des articles de presse et des multiples travaux universitaires qui ont traité de l'événement ne nous renseigne en effet que très sommairement sur sa phase de conception. Le long travail d'approche et d'immersion que nous avons entrepris dès 2004 auprès de certains milieux de la contestation sociale recourant à des formes non conventionnelles de communication, notamment en Italie<sup>158</sup>,

---

<sup>158</sup> En voyage d'étude à Rome et à Bologne en janvier 2004, nous avons eu l'occasion pour la première fois d'entrer en contact et d'interviewer plusieurs des membres fondateurs du Luther Blissett Project, un groupe activiste très novateur créé en 1994 qui avait notamment pour caractéristique d'utiliser la rumeur et la fabrication de fausse

nous ont heureusement permis d'établir très tôt des contacts assez réguliers avec des groupes activistes ou des individus en lien avec les auteurs de ce canular. Informé de l'événement le jour même de sa perpétration, nous avons pu rapidement entamer notre travail d'enquête et parvenir, dès le printemps 2005 et à plusieurs occasions, à rencontrer les principaux organisateurs de cette opération ainsi que certains témoins directs de sa mise en œuvre. La dizaine d'entretiens plus ou moins formels que nous avons ainsi pu réaliser auprès de ceux-ci, associée à un travail minutieux de recoupement de ces informations avec celles de plusieurs journalistes ayant couvert l'événement<sup>159</sup>, nous a permis d'éclaircir plusieurs zones d'ombre qui subsistaient quant au contexte et aux modalités qui avaient présidé à la conception et à la fabrication de cet acte canularique.

S'agissant d'un canular mettant en scène sur un territoire donné – l'agglomération de Milan – deux milieux dotés de codes et de spécificités sociales très affirmés – l'univers de la création milanaise d'une part, et la nébuleuse des mouvements de lutte contre la précarité d'autre part – il apparaît indispensable, préalablement à notre analyse de ce cas, de rappeler avec précision l'environnement très particulier dans lequel celui-ci s'est inscrit.

A partir du début des années 2000 et notamment en raison des mesures successives prises par le second gouvernement Berlusconi – du 11 juin 2001 au 23 avril 2005 – visant à fluidifier l'emploi, la précarité des conditions de travail et de vie des Italiens âgés de moins de 35 ans a connu une singulière aggravation<sup>160</sup>. Appartenant le plus souvent à des secteurs d'activités très faiblement syndiqués, une part importante de la jeunesse italienne, bien que disposant d'un niveau élevé d'instruction, s'est en effet trouvée très

---

nouvelle pour appuyer sa critique radicale du fonctionnement du système médiatique. Après l'autodissolution du groupe en 2000, certains de ses ex-membres ont été à l'origine en Italie d'une myriade de nouveaux groupes recourant tantôt à la mystification littéraire (comme le groupe d'écrivains Wu Ming), tantôt au canular artistique ou médiatique (comme 0100101110101101.org ou Guerriglia Marketing). C'est par l'entremise de ces deux derniers groupes et celle de Sergio Bianco, directeur de Derive Approdi, la maison d'édition du premier ouvrage de Chainworkers, que nous avons pu commencer à partir de la mi-2004 à échanger régulièrement par courriels avec Alex Foti et Zoe Romano, deux des auteurs de ce livre.

<sup>159</sup> Nous tenons à remercier tout particulièrement Marco Deseriis, chercheur italien spécialiste du « Net-Art » et à l'époque collaborateur régulier du quotidien *La Repubblica*, pour sa collaboration confraternelle et les informations très pertinentes qu'il a bien voulu nous communiquer sur ce cas, ainsi que sur d'autres exemples de canulars médiatiques intégrés ou non dans notre corpus d'analyse. Résidant aux Etats-Unis depuis 2007, il achève actuellement la rédaction de sa thèse de doctorat, intitulée « *Mythopoesis: A Social History of Collective Pseudonyms, Open Pop Stars and Multiple-Use Names* », au sein du Département Media, Culture et Communication de la New York University.

<sup>160</sup> Le chômage et l'emploi à durée déterminée concernaient 60 % des moins de 35 ans en Italie en 2005, selon l'économiste Andrea Fumagalli de l'Université de Pavie (Extrait d'un entretien réalisé avec l'intéressé en mars 2006).

duement touchée par la rapide dérégulation du marché du travail qui s'est mise en place. Dans un univers politique et idéologique encore fortement marqué par la culture opéraïste<sup>161</sup> et spontanéiste de l'extrême gauche italienne des années 1970 et 1980, puis par l'influence plus récente du vaste mouvement altermondialiste du début des années 2000<sup>162</sup>, l'antagonisme social en Italie reproduit assez régulièrement des formes de mobilisations basistes qui ne sont pas sans rappeler l'anarcho-syndicalisme vécu dans ce pays au début du XX<sup>e</sup> siècle.

Capitale économique du pays<sup>163</sup>, Milan – dont l'agglomération compte plus de quatre millions d'habitants – est un haut lieu international des industries de la communication, du luxe, de la mode, du *design* industriel et des nouvelles technologies et également un des principaux pôles universitaires du pays. Cette prospérité économique qui contraste avec la pauvreté endémique du Sud de l'Italie s'appuie notamment sur une déqualification croissante des populations diplômées. Face aux coûts élevés des formations universitaires et à la cherté de la vie dans la capitale lombarde, les étudiants sont souvent obligés d'exercer des emplois très peu qualifiés et mal rémunérés pour subvenir à leurs besoins<sup>164</sup>. Contraints fréquemment de résider au domicile de leurs parents au-delà de l'âge de trente ans en raison des prix exorbitants des loyers, nombre de jeunes à Milan choisissent, plus encore que dans les autres métropoles européennes, de procéder à l'occupation illégale de logements vacants et de se mobiliser en masse contre le phénomène croissant de la précarité.

Confrontés eux-mêmes à ces nouvelles difficultés de vie, deux couples de trentenaires milanais, de retour d'un long séjour aux Etats-Unis où ils se sont intéressés à la précarisation croissante des employés des grandes chaînes commerciales, décident en

---

<sup>161</sup> L'opéraïsme est un courant de pensée de l'extrême gauche italienne apparu durant les années 1960 qui, tout en se réclamant de l'approche marxiste de la lutte des classes, emprunte beaucoup à l'anarcho-syndicalisme et aux théoriciens de l'action directe. Fondé sur une critique radicale de l'Etat et du travail, l'opéraïsme développé par des intellectuels comme Mario Tronti et Toni Negri constituera le fondement théorique de nombreuses luttes parfois violentes conduites par la nébuleuse des mouvements de l'autonomie ouvrière qui ont vu le jour après l'« automne chaud » de 1969.

<sup>162</sup> Notamment les spectaculaires manifestations contre le sommet du G8 à Gênes en juillet 2001 (300 000 participants) et les mobilisations massives lors de la tenue du Forum Social européen de Florence en novembre 2002 (entre 600 000 et un million de participants).

<sup>163</sup> En 2004, l'aire métropolitaine milanaise représentait à elle seule près de 10 % du produit intérieur brut italien selon les données de l'Istat (équivalent de l'Insee en Italie).

<sup>164</sup> Selon Alex Foti : « Milan, c'est la précarité à outrance avec près des trois quarts des moins de 35 ans qui travaillent sous le régime des contrats dits « atypiques » ; soient une quarantaine de contrats précaires mis en place par la droite dans les années 90, prolongés par la gauche, puis renforcés encore sous Berlusconi après son retour au pouvoir » (Extrait d'un entretien réalisé le 17 avril 2006).



1999 de créer un site Internet pour informer et mobiliser les jeunes Italiens frappés par des formes analogues de souffrance sociale. Jouant sur le parallélisme des conditions de vie des travailleurs à la chaîne des usines d'antan et la situation difficile des employés précaires des chaînes commerciales, ces activistes choisissent ironiquement le terme anglo-saxon de « chainworkers » pour baptiser leur site<sup>165</sup>. Celui-ci va rapidement rencontrer une audience élevée et devenir la colonne vertébrale de la mobilisation des jeunes précaires milanais. Le petit groupe, emmené par Alex Foti, éditeur freelance dans différentes maisons d'éditions, et sa compagne Zoe Romano, graphiste indépendante dans le domaine de la presse, publie en 2001 un livre manifeste qui rencontre un écho important dans les milieux activistes italiens<sup>166</sup>. La même année et à l'occasion du 1<sup>er</sup> mai, ils organisent pour la première fois à Milan un défilé festif et revendicatif des précaires – la « Mayday Parade »<sup>167</sup> – qui rassemble près de 5000 manifestants. D'année en année, la Mayday Parade de Milan va connaître une affluence croissante – 50000 personnes en 2003, 80000 personnes en 2004 – au point de rivaliser avec les plus grands cortèges organisés par les syndicats italiens le jour de la Fête du Travail. Si à la mi-2004, les initiateurs de la manifestation peuvent se féliciter d'avoir réussi au-delà de leurs espérances le pari de « rendre visible les invisibles »<sup>168</sup>, force est aussi pour eux de constater que l'esprit des premiers temps, à la fois subversif, créatif et festif, semble s'être un peu perdu. Des groupes plus structurés issus de l'extrême gauche radicale tentent de reprendre à leur compte le succès de la manifestation et de nombreux incidents violents émaillent l'édition 2004 de la parade. Loin d'abandonner, les membres de Chainworkers décident alors de multiplier les initiatives en faisant primer la culture créative et plutôt joyeuse qui est la leur. Début 2004, ils décident, sur un mode à la fois symbolique et parodique, de doter les précaires et les chômeurs d'un saint patron. Ainsi naît San Precario (« Saint Précaire »), une identité libre de droit que tout précaire pourra s'approprier pour conduire des actions de mobilisation. A l'instar de Luther Blissett, un personnage fictif inventé par les milieux créatifs de la contestation en Italie durant la

---

<sup>165</sup> Toujours en activité, le site qui invite à l'auto-organisation des précaires de la Péninsule met en ligne l'ensemble de ses archives depuis sa création à l'adresse <http://www.chainworkers.org/faq> (consultable au 28 août 2010).

<sup>166</sup> Chainworkers, *Lavorare nelle cattedrali del consumo*, Milano, Derive Approdi, 2001, 132 pages.

<sup>167</sup> « Mayday » est le terme adopté par le code international de la navigation maritime, puis aérienne, pour désigner un appel à l'aide d'un appareil en perdition. Littéralement, le terme signifie aussi « Jour de Mai » en référence à la fois aux fêtes païennes honorant le retour du printemps et aux manifestations ouvrières du 1<sup>er</sup> Mai en hommage aux huit militants anarchistes exécutés à Chicago en 1886 à la suite d'une manifestation réclamant la journée de travail de huit heures.

<sup>168</sup> Suivant une expression attribuée au philosophe Georges Labica, reprise et largement diffusée d'abord par le « Mouvement des Sans Terre » au Brésil, puis par les mouvements de précaires en Italie et dans le reste de l'Europe.

seconde moitié des années 1990<sup>169</sup>, San Precario est un nom multiple<sup>170</sup> : une sorte de licence ouverte que chaque individu en lutte contre la précarité peut utiliser librement en même temps qu'il est invité à ajouter sa touche personnelle à l'imaginaire et à la mythologie naissante du personnage<sup>171</sup>. Accompagné d'une imagerie à la fois pieuse et ouvriériste – conçue par Zoe Romano – le nouveau héros du « précarariat »<sup>172</sup> rencontre un succès immédiat. Ses « apparitions » se multiplient dans toute l'Italie, tantôt à la tête de processions parodiques pour réclamer de meilleures conditions de travail, tantôt pour protester contre la privatisation sauvage des plages<sup>173</sup> ou encore pour masquer le visage de groupes d'activistes venus procéder à des « expropriations prolétaires » dans des grandes surfaces d'alimentation<sup>174</sup>.

C'est dans ce contexte riche et complexe que, en fin d'année 2004, Chiara, Zoe, Andrea, Frankie et quelques autres membres de Chainworkers qui se réunissent régulièrement au centre social de La Pergola<sup>175</sup> décident de lancer une nouvelle initiative pour fédérer plus spécifiquement les précaires de l'industrie de la mode milanaise<sup>176</sup>. Généralement présentées comme les premières victimes du système de la mode au travers de la consommation, les femmes sont aussi celles qui forment l'essentiel du bataillon des petites mains qui œuvrent sous contrat à durée déterminée à la réussite et à la renommée des grands rendez-vous milanais du secteur. La mode s'impose ainsi comme une cible de choix pour les activistes car l'opulence qu'elle déploie dans la capitale lombarde repose largement sur l'économie spéculative des marques, dont les produits sont vendus au décuple de leurs prix de fabrication réels. Enfin, et il ne s'agit pas d'une motivation

---

<sup>169</sup> Cette filiation étroite avec le « Luther Blissett Project » est finement décrite par Andrea Natella (ex-membre de Luther Blissett, co-créateur du groupe Guerriglia Marketing et proche de Chainworkers) dans un article intitulé « Aux origines de l'usage subversif du canular en Italie », *Multitudes*, n° 25 – 2006/3, pages 169 à 173.

<sup>170</sup> Deseriis, Marco. « Lots of Money Because I am Many: The Luther Blissett Project and the Multiple-Use Name Strategy » in *Thamyris /Intersecting: Place, Sex and Race. Theorizing Cultural Activism*, Begum Ozden Firat, Aylin Kuryel (Dir.), Amsterdam, Rodopi (à paraître).

<sup>171</sup> Pour plus d'information à ce sujet se référer à la traduction française de l'article de Benedetto Vecchi intitulé « Andata e ritorno nella rete di San Precario », publié dans *Il Manifesto* du 19 novembre 2004 (traduction consultable au 29 août 2010 à l'adresse : <http://www.hns-info.net/spip.php?article5196>).

<sup>172</sup> Suivant le néologisme « precariato » inventé par les théoriciens du mouvement en référence au terme « proletariato » (prolétariat).

<sup>173</sup> Voir à ce sujet l'entretien que nous a accordé Zoé Romano le 19 octobre 2005, dont la retranscription figure en annexe 1 en pp. 3-7.

<sup>174</sup> Cette multiplication des actions d'« auto-réduction » et de vols collectifs de biens de première nécessité dans les supermarchés fera fréquemment la Une de l'actualité en 2004 et 2005 en Italie. Vécue comme une résurgence de l'extrême gauche violente des années 1970, elle est vivement condamnée tant par la droite que par la gauche parlementaire.

<sup>175</sup> Centre social situé via della Pergola dans le quartier nord du centre de Milan.

<sup>176</sup> Selon Alex Foti, « *Serpica Naro, comme San Precario, sont nés pour sortir les précaires de leur isolement et créer une force revendicative dans des métiers atomisés où il est impossible de s'organiser syndicalement sans risquer de lourdes mesures de rétorsion* » (Extrait d'un entretien réalisé le 17 avril 2006 à Milan).

secondaire dans le choix de la cible par les auteurs du canular, la ville de Milan a récemment choisi les anciens quartiers populaires du Nord de la cité, là où sont implantés la plupart des squats qui constituent la base opérationnelle du mouvement des précaires, pour l'édification de la future Cité de la mode supposée entériner le *leadership* mondial de la capitale lombarde sur ses concurrentes européennes<sup>177</sup>. Il y a donc là occasion aussi de dénoncer la *gentrification* accélérée d'une municipalité qui repousse désormais les jeunes les moins favorisés vers la périphérie et procède à l'expulsion de lieux autogérés qui constituent les poumons de la contestation.

Autre élément déterminant aussi dans le choix des activistes de s'attaquer à l'industrie de la mode : il s'agit d'une cible relativement facile à piéger en raison de son goût exacerbé pour l'extravagance et la provocation. Comme Nello Barile, sociologue milanais, le souligne : « *Le degré de créativité de la mode semble indexé sur sa capacité paradoxale à transgresser les conventions formelles des milieux sociaux qui font sa fortune* »<sup>178</sup>. Ce souci presque obsessionnel des hérauts de la mode internationale de se poser en avant-garde des tendances de la société les conduit en effet à s'enthousiasmer et à s'appropriier tout ce qui est frappé du sceau de la nouveauté et du changement, quitte parfois à véhiculer des discours ou des codes en contradiction avec les valeurs et les intérêts des entreprises qui contrôlent ce secteur. Les stylistes des grandes marques n'hésitent pas à puiser leur inspiration dans les modes de vie et les codes esthétiques développés par les « sous-cultures » pourtant parfois très transgressives qui se développent au sein de la jeunesse<sup>179</sup>. A l'instar du monde de l'art contemporain, l'univers de la mode est mû par un désir permanent d'anticiper le mouvement au sein de la société et se laisse assez aisément mystifier par des postures qui viennent alimenter son besoin permanent de renouveler la sensation.

---

<sup>177</sup> La Cité de la Mode est au cœur d'un projet global de restructuration urbaine parmi les plus ambitieux d'Europe. Ce pôle entièrement consacré à la mode devrait être achevé en 2015 et couvrira un espace d'environ 100 000 m<sup>2</sup> au nord du centre-ville de Milan. Il accueillera notamment des quartiers résidentiels, un parc commercial et un centre de formation « Milano Fashion Institute », financé à hauteur de 30% par trois grandes universités milanaises. (Source : <http://www.fashionpride.com/mode-luxe/showroom-design/milan-cite-de-la-mode-2015/>, consultable en ligne au 7 septembre 2010).

<sup>178</sup> Extrait d'un entretien avec Nello Barile réalisé le 14 août 2008 à New York.

<sup>179</sup> Nous reprenons là les éléments de définition du terme anglo-saxon « subculture » du sociologue Chris Jencks, notamment en pages 89-90 de son livre : *Subculture : The Fragmentation of The Social*, Londres, Sage Publications, 2005. Plus généralement, cette propension croissante des industries créatives à récupérer et à monétiser les discours et l'imaginaire transgressif des mouvements contestataires et des courants de la contre-culture a été largement décrite et analysée par deux sociologues canadiens, Joseph Heath et Andrew Potter, dans un essai intitulé *The Rebel Sell : Why The Culture Can't Be Jammed*, publié au Canada en 2004. Cet ouvrage a été traduit en français sous le titre *Révolte consommée – Le mythe de la contre-culture* (Paris, Naïve, 2005).

Issues des milieux milanais du graphisme et de la communication, Zoe et Chiara – les deux principales instigatrices de Serpica Naro – connaissent bien les tropismes du monde de la mode et elles prennent très vite conscience de l'écho que recueillerait une opération fondée sur l'invention d'une styliste fictive qui répondrait positivement aux critères d'appréciation privilégiés par les grands prescripteurs du secteur. Mais l'idée de mettre en œuvre un acte canularique sophistiqué ne s'impose pas d'emblée : il semble au départ que les premières esquisses du projet s'orientaient davantage vers une forme plus parodique et satirique que véritablement mystificatrice. Novices en matière de canular, Zoe et Chiara n'en sont pas moins au fait de ses techniques grâce à leurs liens avec les anciens membres du groupe Luther Blissett et surtout leurs relations fréquentes avec le groupe Guerriglia Marketing qui, à l'époque, vient récemment de produire une action retentissante autour de la question de la précarité. Suite à une « expropriation prolétarienne » conduite par un groupe de 400 précaires dans un grand centre commercial de la banlieue romaine en novembre 2004, les médias italiens se sont émus de la possible résurgence d'une tension sociale rappelant les terribles « années de plomb » vécues par le pays dans les années 1980. Amusé par cette capacité naturelle de la presse à voir le « spectre du terrorisme » dans toute forme de contestation radicale, le petit groupe romain de Guerriglia Marketing a décidé d'ouvrir en décembre 2004 un site très ambigu intitulé [www.esproprioproletari.com](http://www.esproprioproletari.com)<sup>180</sup>. Ce dernier se présentait comme un intermédiaire publicitaire entre les grandes enseignes de la distribution et les mouvements radicaux de précaires, en vue d'organiser de toutes pièces – et moyennant cachet – des descentes de précaires dans un magasin, assurant ce dernier d'une couverture presse d'une intensité et d'une efficacité bien supérieure à n'importe quelle action classique de promotion. Contre toute attente, ce site parodique fut pris au sérieux par plusieurs médias et hommes politiques qui dénoncèrent cette stratégie de vandalisme organisé. Ce canular involontaire a fortement marqué les esprits des membres de Chainworkers<sup>181</sup> à un moment où ils cogitaient sur la manière de donner la résonance la plus large possible à leur projet.

La cible et le mode opératoire de l'action étant clairement définis en ce début du mois de janvier 2005, il restait encore à trouver le cadre le plus opportun pour parvenir à mystifier les institutions milanaises de la mode. Car malgré son ouverture théorique à tout ce qui

---

<sup>180</sup> Ce site n'est plus en ligne depuis deux ans, le nom de domaine n'ayant pas été renouvelé. Une traduction en français de ses contenus reste cependant consultable au 19 septembre 2010 à l'adresse suivante : <http://www.hns-info.net/spip.php?article5345>.

<sup>181</sup> Comme en témoignent leurs très nombreux échanges sur ce cas en début janvier 2005 sur la liste de diffusion électronique « Precog » qui fédérait une partie des activistes milanais.

incarne la nouveauté, le monde de la mode est d'abord une industrie très concurrentielle et il n'est généralement pas aisé d'obtenir en quelques jours des barons de la profession la reconnaissance d'une marque nouvelle ou d'un jeune styliste. Les principaux acteurs du marché s'observent, s'espionnent, se livrent entre eux à une concurrence féroce et se méfient plus encore des possibles « outsiders ». Par chance pour les initiateurs de l'opération Serpica Naro, le milieu milanais de la mode avait mis en place, depuis plusieurs années dans le cadre de la Semaine de la mode, un espace consacré à la promotion de jeunes créateurs sélectionnés par un jury sur la seule base d'un dossier de candidature adressé à la Chambre de la mode. Jugé plus facile à mystifier que les autres manifestations de la « Fashion week », cet événement, suivi avec grande attention par les journalistes spécialisés, fût donc très vite retenu comme cible opérationnelle du canular par les initiateurs de Serpica Naro.

Mais l'idée de fond du projet fomenté par les activistes de Chainworkers n'était pas simplement de piéger les organisateurs de la Semaine de la mode et les médias pour souligner leur crédulité. Le fait de pouvoir obtenir un large écho dans les médias était certes pour eux important, mais ils ne souhaitaient pas limiter leur intervention à un coup d'éclat, un geste esthétique pour la beauté de l'art. Il s'agissait surtout de bâtir une véritable histoire, une sorte de fable<sup>182</sup>, pour dénoncer ce milieu, sa façon opportuniste de récupérer certains codes de la contestation pour en faire un objet commercial tout en continuant d'exploiter les populations précaires travaillant dans ce secteur de l'économie<sup>183</sup>.

L'intention politique a donc bien été le ressort dominant de ce projet et le souci d'agir en collectif et de s'appuyer sur le mouvement social est resté une préoccupation majeure des auteurs, tout au long du processus. L'acte canularique a été pensé comme un acte de communication politique avec plusieurs niveaux de message : l'un à l'intention de l'industrie de la mode évidemment, un autre à l'intention des médias et de l'opinion, mais également un troisième à destination du mouvement des précaires tel qu'il s'était jusque-

---

<sup>182</sup> « Un récit symbolique, une petite légende urbaine, (...) construite par les précaires et destinée à alimenter un imaginaire social alternatif », suivant les termes employés par Alex Foti lors d'un entretien réalisé à Milan le 17 avril 2006.

<sup>183</sup> Voir à ce propos les travaux de Nello Barile, sociologue de la mode et de la publicité et enseignant à l'Université Libre de Langue et de Communication de Milan (IULM). Il évoque en particulier ce jeu particulier d'appropriation des codes issus des groupes marginaux dans *Sistema delle marche, cultura del consumo et nuovi linguaggi della comunicazione* (Milan, Arcipelago, 2007) et dans "La mentalité néo-totalitaire ou l'affrontement des barbaries" in *Les Cahiers Européens de l'imaginaire*, 2009/1, (sous la direction de Michel Maffesoli et Gilbert Durand), Paris, Cnrs Editions, Janvier 2009.

là organisé et tel qu'il commençait à dériver en raison de son trop rapide succès. Au-delà, il s'agissait notamment de mettre davantage en lumière la question de la précarité des femmes dans le discours revendicatif du mouvement et de renvoyer une image de celui-ci moins masculine, y compris dans ses symboles et sa représentation virtuelle désormais incarnée par la figure de San Precario. L'univers graphique de San Precario était religieux, ouvriériste, masculin et matérialiste ; celui de Serpica Naro devait donc être transgressif, consumériste, féminin et post-matérialiste. Zoe Romano, qui a joué un rôle essentiel dans la construction des deux personnages, avoue « *s'être bien amusée* » en offrant cette image à la fois contrastée et complémentaire : « *le saint d'un côté et le côté putassière de l'autre* »<sup>184</sup>.

Conçu non pas comme une finalité en soi, cet acte canularique a d'abord été programmé pour devenir l'acte fondateur d'un nouveau mouvement social – celui des précaires de la mode – et le point de départ de diverses initiatives parallèles, comme la création d'ateliers de libre création en matière de stylisme, l'autoproduction de vêtements, la mise en place d'actions régulières de mobilisation des travailleuses de la mode<sup>185</sup>. Pour reprendre les termes utilisés par les acteurs réflexifs de ce mouvement, le canular mis en œuvre avait pour vocation plus large de bâtir un *social media* (un « média social »), c'est-à-dire « *une intersection entre un mouvement social en constitution dont les composantes sont fortement atomisées et des outils de mise en réseau et de communication internes et externes dotés d'une large autonomie à l'égard des médias dominants et des systèmes classiques d'information* »<sup>186</sup>. Cette conception du « social media », qui diffère de la définition élaborée de manière contemporaine par les théoriciens du Web 2.0<sup>187</sup>, constitue

---

<sup>184</sup> Suivant une formule utilisée par Zoe Romano lors de son exposé du 27 mai 2005 (« Serpica Naro : Subvertising the fashion industry ») lors du cycle de conférences « Utopiebaustelle » organisé par Jan Brüggemeier à la Bauhaus Universität de Weimar les 26 et 27 mai 2005.

<sup>185</sup> « Au-delà, ce projet n'a pas eu pour mérite que d'inciter des gens à passer à l'action, il a stimulé leur intelligence. Passée l'étape du *hoax*, (...) quatre groupes de travail se sont constitués pour organiser « l'après-Serpica Naro ». Il y a un groupe qui travaille sur la question de la propriété intellectuelle des marques dans la logique des *Creative Commons* et du partage des savoirs. Un autre groupe s'occupe du site (...) pour le transformer en une communauté d'échanges d'informations dans le domaine de la mode alternative et des jeunes stylistes. Dans les centres sociaux italiens, il y a beaucoup de gens qui font de la mode auto-produite. (...) L'idée est de diffuser une autre manière de bâtir l'économie ; une économie construite sur un capital social et non plus un capital financier. Il y a aussi un autre groupe qui travaille à la préparation de nouvelles actions (...). Enfin, il y a un dernier groupe qui prend la forme d'un atelier de stylisme et qui permet de créer et de réaliser ses propres vêtements, d'inventer soi-même des habits pour les enfants par exemple. (...) Ce qui est intéressant, c'est que Serpica Naro ne s'achève pas avec le *hoax* et le battage médiatique qui a suivi. » (Extrait de l'entretien réalisé le 19 octobre 2005 avec Zoe Romano qui figure en annexe de cette dissertation, pp. 3-7).

<sup>186</sup> Définition précisée au cours d'un entretien croisé avec Alex Foti et Zoe Romano conduit le 28 septembre 2010.

<sup>187</sup> Cette définition du « média social » – souvent présenté comme synonyme de « nouveaux réseaux sociaux » – est plus empreinte d'une approche technologique que véritablement sociologique. Elle concerne essentiellement la

une tentative de théorisation des expérimentations conduites par les Chainworkers<sup>188</sup> et reflète assez bien la position originale occupée par ce groupe à l'intérieur du mouvement de mobilisation des précaires en Italie et en Europe. Différemment du « média-activisme » classique<sup>189</sup> qui vise principalement à produire des instruments de communication indépendants – en opposition aux médias commerciaux et/ou aux médias dits *mainstream* –, le projet communicationnel des Chainworkers s'attache à la construction de lieux et d'espaces physiques ou virtuels de co-élaboration pleinement appropriables – et même modifiables – par la diversité des composantes sociales auxquelles ils s'adressent. L'objet, au final, est moins la constitution de canaux et de moyens de diffusion que la production sur un mode coopératif de nouvelles formes de discours, passant notamment par des inventions sémantiques ou des récits emblématiques qui permettent aux acteurs sociaux d'œuvrer ensemble, de s'identifier, de s'auto-définir et d'offrir d'eux-mêmes une représentation qui ne soit pas que le fruit de producteurs externes de contenus.

### *Une fabrication artisanale*

La phase de conception du canular, commencée en décembre 2004, a connu une véritable accélération à partir du mois suivant. Début janvier 2005, les auteurs disposaient d'un projet très élaboré où toutes les grandes lignes du processus tel qu'il sera finalement mis en œuvre étaient déjà clairement établies. Le calendrier de réalisation du projet, et notamment celui de la fabrication et de la performance de la mystification, était extrêmement réduit. Les initiateurs de l'opération avaient choisi d'opérer durant la première « Fashion week » de l'année – celle de la fin février –, d'une part, afin de ne pas interférer avec la préparation très lourde de la Mayday Parade 2005 et, d'autre part, dans l'espoir, grâce à cette action conduite en amont du grand rassemblement du 1<sup>er</sup> mai, d'influer sur son état d'esprit et son déroulement.

---

constitution de communautés virtuelles permises par les potentialités offertes par les nouvelles technologies de l'information.

<sup>188</sup> L'ensemble des textes de Chainworkers a été rassemblé dans un recueil de 70 pages édité en 2006 sur Internet sous le titre *Chainworkers Crew Reader*, disponible en ligne au 1<sup>er</sup> octobre 2010 à l'adresse : [http://www.chainworkers.org/materiali/chainworkers\\_reader.pdf](http://www.chainworkers.org/materiali/chainworkers_reader.pdf).

<sup>189</sup> Selon la définition donnée par Matteo Pasquinelli in *Media Activism: Strategie e pratiche della comunicazione indipendente*, Rome, Derive Appodi, 2002.

La série d'entretiens que nous avons conduite, les rencontres que nous avons eues avec les organisateurs de ce canular, ainsi que le court documentaire filmique produit par ces derniers sur la préparation de l'action<sup>190</sup>, nous ont permis de reconstituer avec une assez grande précision la manière dont les activistes ont procédé pour préparer l'opération du 26 février 2005.

La première étape de cette phase de préparation a été celle de l'obtention de l'accréditation de la prétendue styliste pour lui permettre de participer officiellement à la Semaine de la mode. Il s'agissait d'une épreuve particulièrement délicate lorsque l'on sait que certains professionnels ont parfois tenté leur chance en vain pendant dix années consécutives pour faire partie du calendrier de cette manifestation. Outre les 1150 euros à rassembler pour régler les droits d'ouverture du dossier, il fallait surtout présenter un « *book* » des réalisations de Serpica Naro suffisamment professionnel et alléchant pour retenir l'attention des organisateurs et franchir le cap de la sélection effectuée par un jury réputé exigeant. Serpica Naro ne disposant par nature d'aucune notoriété dans le milieu de la mode, il s'agissait de doter la candidate d'un profil suffisamment attractif pour justifier que le jury choisisse de passer outre ce handicap. Connaissant bien les stéréotypes en vogue dans le milieu du stylisme, les auteurs du canular optèrent pour un personnage féminin, jeune, métisse anglo-japonaise – deux pays très prisés pour l'audace et la créativité de leurs stylistes – et issu des milieux *underground* de Tokyo. Ces signes distinctifs avaient en effet de bonnes chances de séduire un univers professionnel avide de nouveauté, d'exotisme et d'extravagance. Par ailleurs, la jeunesse et l'extranéité de l'artiste offraient l'avantage de compliquer une éventuelle vérification de l'authenticité de son parcours. Zoe Romano et quelques amies passèrent plusieurs nuits à fabriquer un « *book* » à l'esthétique très sophistiquée, agrémenté d'exemples de créations originales qui, en réalité, ne faisaient que recycler des éléments visuels empruntés au *nec plus ultra* des stylistes les plus en vogue. Le document de présentation contenait surtout un impressionnant échantillon d'articles de presse comportant de fausses couvertures et de faux articles de magazines de mode japonais ou anglais assez réputés. Le risque aurait été grand que l'imposture fût démasquée si l'un des membres japonisants de la commission de sélection s'était engagé dans une lecture approfondie desdits articles. Tel ne fut pas le cas et les membres du jury ne s'intéressèrent qu'aux articles en anglais, rédigés avec

---

<sup>190</sup> Ce documentaire réalisé par les membres de Serpica Naro et intitulé « Making of Serpica Naro » met en scène les principales phases du canular jusqu'à sa performance. Présenté en avant-première lors du cycle de conférences « Utopiebaustelle » du 27 mai 2005, ce documentaire n'a fait l'objet que d'une diffusion militante très restreinte.



l'aide de quelques journalistes complices, et présentant une artiste encore plus sulfureuse et transgressive encore que ses créations vestimentaires pouvaient le laisser penser. Dans ce domaine, l'équipe qui entourait Zoe Romano fit preuve d'une étonnante créativité et d'un très grand professionnalisme dans la confection du « *book* » de Serpica Naro.

Plus prosaïquement, le dossier de candidature devait également préciser le numéro d'inscription de l'entreprise au registre du commerce, son numéro de TVA et l'adresse de son siège social. Les références japonaises données étaient évidemment fictives, mais des éléments authentiques d'inscription auprès de l'administration fiscale italienne – témoignant de démarches officielles conduites dans l'urgence – figuraient bel et bien au dossier. Si certaines formalités étaient encore en cours, c'était prétendument en raison du très soudain engouement suscité par Serpica Naro sur le marché international. Accompagnée d'une fausse liste de magasins et de *show rooms* distribuant déjà la marque, les arguments avancés semblèrent suffire et les initiateurs du canular reçurent l'agrément de la Chambre de la mode de Milan dix jours à peine après avoir déposé leur candidature.

L'épreuve déterminante de l'accréditation officielle désormais franchie, il restait à procéder à la fabrication formelle de l'objet mystificateur – c'est-à-dire le défilé lui-même et toute la logistique l'accompagnant. Parallèlement, il fallait aussi tenter d'éveiller la curiosité des médias pour ce qui n'était, somme toute, qu'une des multiples présentations de collection à côté de celles de marques établies disposant de moyens considérables. L'opération aurait été irréalisable dans les quatre semaines qui restaient avant la date fatidique si elle n'avait pas bénéficié d'innombrables complicités à la fois compétentes et totalement bénévoles. L'important réseau de militants et de contacts, tissé au fil des ans par les activistes de Chainworkers au sein des précaires de la mode et du spectacle, explique pour beaucoup l'exceptionnelle mobilisation qui parvint à se mettre secrètement en place autour du projet Serpica Naro. Intermittents du spectacle, petites mains de l'industrie du prêt-à-porter, journalistes pigistes, attachés de presse *free-lance*, graphistes et *web-disgners*... Au total, ce serait une centaine de personnes qui, selon Zoe Romano, auraient participé activement à l'opération. L'exploit mérite d'autant plus d'être souligné que, pour des raisons évidentes de confidentialité, le recrutement des complices a été conduit en face-à-face et dans des délais extrêmement resserrés. L'originalité et l'ambition du projet – avec en ligne de mire l'idée d'agir pour une cause juste – ont

également beaucoup participé à cette implication large et intense. Plusieurs équipes, travaillant souvent de nuit, ont ainsi très rapidement été mises en place pour assurer la création et la confection des sept prototypes de vêtements du défilé, la logistique de l'événement qui supposait notamment l'installation d'un chapiteau et de décors intérieurs, la fabrication d'un site Internet au *design* particulièrement sophistiqué, la construction d'une cellule ad hoc de communication et de relations publiques...

Pendant ce court mois, il a fallu également coordonner le travail de cette *task force* aussi hétéroclite qu'improvisée<sup>191</sup>. Si une partie des tâches afférentes à la préparation de la mystification a été effectuée à domicile et sur le lieu de travail de certains participants, l'essentiel des opérations fût mené et centralisé depuis le centre social de La Pergola. Occupé par des membres de Chainworkers et par quelques amis, ce lieu autogéré, différemment du Bulk et du Cantiere – deux autres squats très impliqués dans le mouvement milanais des précaires –, avait pour avantage de garantir une plus grande confidentialité à l'opération qui se tramait. Car s'il était indispensable que ni les organisateurs de la Semaine de la mode, ni les journalistes, ni encore les services de renseignement de la police ne fussent prématurément informés de l'imposture, les initiateurs du projet avaient décidé aussi de tenir à l'écart de leurs plans la plus grande partie des activistes en lutte contre la précarité. En premier lieu parce que l'aile la plus radicale du mouvement n'a jamais véritablement apprécié la créativité et l'audace intellectuelle déployées par les Chainworkers, préférant les actions militantes classiques et la perpétuation d'un rapport de force fondé sur une dialectique continuant d'opposer jusqu'à la caricature « culture prolétarienne » et « culture bourgeoise ». Au-delà de ce clivage bien réel au sein du mouvement, il y avait surtout une volonté délibérée de la part des initiateurs du projet de mettre en scène un antagonisme fort entre Serpica Naro et les précaires rassemblés autour de la figure de San Precario, afin d'exciter plus encore l'intérêt des journalistes pour la jeune styliste. Cette mise en tension avait notamment pour fonction de transformer ce qui n'aurait été qu'un événement somme toute assez secondaire au sein de l'univers de la mode en un véritable événement social, élargissant au passage le spectre des journalistes susceptibles de venir couvrir le défilé.

---

<sup>191</sup> « Certes, l'idée est venue de notre petit groupe, mais, au final, l'opération a impliqué une centaine de personnes travaillant dans le secteur de la mode, des personnes qui n'étaient pas des activistes. C'est une grande satisfaction que tant de gens aient participé à ce projet. Nous n'imaginions pas au départ avoir un tel succès. Quand nous présentions le projet aux gens, ils étaient enthousiastes et voulaient en être. » (Extrait d'un entretien réalisé avec Zoe Romano le 19 octobre 2005, *Op. Cit.*)

Ce procédé conduisant les auteurs d'un canular à orchestrer artificiellement une polémique en amont de la phase de révélation constitue un dispositif très singulier au regard des pratiques canularsques généralement en usage. Il est important de noter que le seul cas antérieur – à notre connaissance – de recours à un procédé de ce type concerne un acte canularsque mené en 1995 et 1996 en Italie par le groupe Luther Blissett<sup>192</sup>. Sans que nous puissions affirmer que les initiateurs de Serpica Naro aient délibérément puisé leur inspiration de ce cas exemplaire, l'enquête que nous avons conduite confirme cependant que plusieurs membres de Chainworkers disposaient d'une bonne connaissance de celui-ci en amont de la conception de leur acte mystificateur.

Concrètement, le groupe Chainworkers se scinda en janvier 2005 en deux équipes distinctes : l'une chargée de la « fabrication » de Serpica Naro ; l'autre de la mobilisation des précaires et des activistes contre la styliste et, plus généralement, contre la tenue même de la Semaine de la mode. C'est ainsi et grâce à la complicité de Pornflakes, un groupe activiste de défense des droits homosexuels, qu'ils répandirent la rumeur selon laquelle la jeune créatrice avait honteusement exploité des mannequins issus des milieux *gay* lors d'un de ses précédents défilés en 2001. Les auteurs du canular firent ensuite courir le bruit au sein du mouvement que Serpica Naro, dans sa stratégie grossière de récupération, avait tenté – pour la somme extravagante de 15000 euros – de louer le centre social de La Pergola afin d'y produire son défilé. Au-delà de ces fausses informations, Chainworkers mit aussi en place une série d'actions et de manifestations bien réelles durant toute la durée de la Fashion Week qui tinrent en alerte les services de la Digos. Cette « Contre-Semaine de la mode » débuta par une manifestation sauvage devant le siège de Prada à Milan. Elle fut suivie, trois jours plus tard, par une « action surprise » qui vint sérieusement perturber le défilé de la styliste Laura Biagiotti. Le blocage du défilé de Serpica Naro du samedi 26 février, ultime événement de cette Semaine de la mode, était présenté sur les listes de diffusion du mouvement comme le

---

<sup>192</sup> De décembre 1995 à avril 1996, plusieurs membres du groupe Luther Blissett vivant à Viterbe avaient fait courir le bruit et semé certains indices laissant penser à la tenue régulière de réunions sataniques dans les bois avoisinant la ville. La presse locale et une partie de la presse nationale prirent l'affaire au sérieux et relayèrent la rumeur, régulièrement relancée et enrichie par le groupe. Très dubitative, la police locale persistait dans son refus d'ouvrir une enquête qui aurait donné du crédit à l'affaire. Les initiateurs du canular eurent alors l'idée de créer un soit disant « Comité de sauvegarde de la morale » (CoSaMo), violemment opposé aux satanistes, qui mobilisa de nombreux citoyens et força finalement la police à investiguer. Quand la tension médiatique fut à son comble, les membres de Luther Blissett dévoilèrent la vérité et dénoncèrent le sensationnalisme exacerbé des médias. Pour un récit détaillé de cet acte canularsque, lire notre traduction et nos commentaires du texte collectif intitulé « Le gai mensonge de Luther Blissett », in *Multitudes*, n° 25 – 2006/3, pp. 175-185.

point d'orgue de la mobilisation<sup>193</sup>.

Dans cette stratégie de la tension mise en scène par Chainworkers, la fausse styliste ne fut pas en reste. Via des communiqués de presse quasi-quotidiens, elle multiplia les provocations à l'encontre des précaires et milieux alternatifs de Milan. Notamment en niant toute pertinence à la notion de conflit de classes et en décrétant qu'elle incarnait désormais « *The New Class* », jouant habilement de la polysémie du terme anglais « class » (un anglicisme très en vogue en Italie<sup>194</sup>), utilisé tantôt pour désigner la classe sociale d'appartenance, tantôt pour qualifier une forme d'élégance supérieure et distinctive. Dans une autre de ses déclarations rapportées par son service de presse, la jeune créatrice accusa les communistes de « *bloquer la marche de l'Italie vers le progrès* » et dénonça le caractère à son sens réactionnaire de l'écologie. La mystification à l'intérieur des milieux contestataires fonctionna parfaitement. L'appel à manifester, en dépit de la forte présence policière, rassembla le jour J une bonne centaine de personnes au point de rassemblement fixé une fois de plus au centre social de La Pergola, situé à moins de 500 mètres de la Cavalcavia Bussa, destination finale de la manifestation.

Pour parfaire l'imposture, un site de belle facture vantant la marque Serpica Naro a été mis en ligne durant les derniers jours de janvier 2005<sup>195</sup>, reprenant la plupart des contenus éditoriaux fabriqués pour la constitution du dossier de candidature, complétés d'un certain nombre de communiqués de presse. Pour élargir encore leur capacité à intéresser les journalistes spécialisés, les coordinateurs de l'opération avaient également ouvert un second site<sup>196</sup>, plus généraliste, prétendument outil d'information officiel de la Semaine de la mode et ayant notamment pour vocation de promouvoir les jeunes stylistes

---

<sup>193</sup> Ce sont ces listes de diffusion – notamment celles de Precog, Chainworkers et Pornflakes – très fréquentées par les activistes milanais, mais aussi étroitement surveillées par les services de renseignement de la police qui commencèrent à inquiéter les autorités quant à la possibilité de troubles à l'ordre public lors du défilé de Serpica Naro, expliquant la très forte présence policière le soir du 26 février aux abords de la Cavalcavia Bussa.

<sup>194</sup> *Class* est également le nom d'un mensuel haut de gamme très connu en Italie, destiné aux hommes d'affaires et dont la diffusion payée est passée de 74 000 exemplaires en moyenne par an en 2004 à 89 000 exemplaires en 2005 (source : ADS-Accertamento Diffusione Stampa, organisme en charge de la certification des chiffres de tirage et de vente de la presse écrite en Italie).

<sup>195</sup> Préparé jour et nuit depuis une semaine, le site Internet [www.serpicanaro.com](http://www.serpicanaro.com) fit l'objet d'un enregistrement officiel auprès de Gandi SAS et d'une mise en ligne le 27 janvier 2005. Officiellement déposé par une certaine Laura Romano au nom de la société Serpica Naro, son siège déclaré était situé au 5 via della Pergola à Milan, soit l'adresse du centre social hébergeant le groupe Chainworkers. Ces informations, disponibles en ligne au 5 septembre 2010, figurent sur le site officiel d'enregistrement des noms de domaines sur Internet aux adresses : <http://www.whois.net/whois/serpicanaro.com> et <http://www.whois.net/whois/serpicanaro.org>.

<sup>196</sup> La dénomination « Semaine de la mode » n'ayant pas été enregistrée sur le Net par les responsables de la Chambre de la mode de Milan, les activistes de Chainworkers ont donc pu procéder légalement à son dépôt et créer fin janvier 2005 le site [www.settimanadellamoda.it](http://www.settimanadellamoda.it) (Ce site n'ayant pas été renouvelé au moment de l'échéance des droits, il n'est malheureusement plus consultable en ligne).

représentant « *l'avenir économiquement florissant du système de la mode* »<sup>197</sup>. Disposant d'une lettre d'information électronique destinée aux journalistes de la mode et du luxe, ce site a ainsi permis aux initiateurs du canular de se constituer un fichier de 300 contacts à qui ils pouvaient adresser régulièrement des informations vantant notamment les talents de Serpica Naro, ainsi que les nombreux communiqués de presse préparés par Nadja Fortuna.

Au total, cette vaste entreprise de mystification n'aurait coûté que 4000 à 5000 euros selon une évaluation crédible donnée par Zoe Romano<sup>198</sup>. L'essentiel des dépenses se serait concentré sur les coûts de location et de chauffage du chapiteau utilisé pour le défilé, les frais d'ouverture du dossier de candidature et les frais d'enregistrement de la marque et de la société auprès de diverses instances officielles. Tous les acteurs de cette opération auraient officié bénévolement, n'hésitant pas parfois à détourner les ressources dont ils disposaient dans le cadre de leurs activités professionnelles.

### *La performance est anticipée*

La phase de performance de la mystification a, dans les faits, débuté durant la phase de fabrication, puisque les initiateurs du canular étaient déjà parvenus, avant même le jour du défilé, à illusionner la Chambre de la mode, les médias spécialisés, la police et une partie des militants en leur faisant passer pour effective l'existence de l'artiste et la tenue de la présentation de sa collection.

Mais, à ce stade, la performance de la mystification restait encore très virtuelle et n'avait pas réussi à susciter une véritable couverture journalistique. L'événement programmé – le défilé formel des modèles créés par Serpica Naro – posait un sérieux problème de crédibilité et donc de confirmation au long cours de la capacité mystificatrice de l'acte canularistique. En dépit des moyens déployés, le défilé, tel que les auteurs de l'opération étaient en mesure de le réaliser, ne pouvait guère leurrer un observateur même très crédule quant à son caractère amateur et factice. Car si le dossier de candidature et la communication externe de Serpica Naro avaient été en mesure de faire brillamment illusion, la production complète d'un défilé de facture véritablement professionnelle

---

<sup>197</sup> Suivant l'intitulé figurant à l'époque sur la page d'accueil du site.

<sup>198</sup> Information recueillie lors d'un entretien informel réalisé le 28 mai 2005 à Weimar.

appelait des moyens hors de portée des initiateurs de ce canular. Les photos et vidéos du chapiteau, de ses décors et du défilé, telles que diffusées dans la presse ou sur Internet, trahissent d'ailleurs a posteriori un profond amateurisme : l'installation de la tente qui abritait le défilé était assez bancal, la finition des panneaux disposés à l'intérieur de la salle était très rudimentaire et la sonorisation de la salle assez catastrophique. Par ailleurs, la collection présentée par Serpica Naro ne comportait en tout et pour tout que sept tenues vestimentaires, soit un nombre de modèles anormalement réduit pour une manifestation de ce genre.

Se sachant, dès le départ de l'opération, incapables de pousser la mystification jusqu'à l'issue du défilé, les organisateurs de l'action ont donc misé sur un dispositif mystificateur plus court en inscrivant la révélation de la mystification en amont de la présentation des créations. Pour ne pas perdre en impact médiatique, ils ont donc opté pour une dramaturgie « *ante événement* » reposant sur une opposition dialectique forte – mais évidemment factice – entre les partisans de l'« authentique » protecteur des précaires, San Precario, et les admirateurs de la nouvelle égérie de la récupération marchande de la contestation, Serpica Naro. Cette mise en scène de l'antagonisme supposé entre les deux personnages a d'autant mieux fonctionné qu'une partie de la centaine de protestataires qui s'étaient mobilisés ignorait encore la supercherie au départ du cortège et ne fut initiée qu'en cours de route. Du côté des forces de l'ordre, la mystification fut totale, puisque plusieurs unités de policiers équipés de casques et de boucliers avaient été diligentées aux abords du chapiteau pour permettre au défilé de se dérouler. A Milan, le monde du luxe et de la mode fait partie de l'image de marque de la cité, et la municipalité est toujours extrêmement soucieuse quant à la bonne tenue de ces manifestations qui assurent son prestige. Après les actions conduites les jours précédents, la police avait toutes raisons de redouter des tensions vives, voire des heurts susceptibles de dégénérer.

### ***La révélation est maîtrisée***

L'affrontement n'eut pas lieu puisque les manifestants et les organisateurs du défilé convergèrent quelques minutes avant le commencement de celui-ci. Comme souvent lorsque la mystification a été intense, les premiers signes évidents d'invraisemblance de

la situation n'engendrent pas immédiatement une acceptation pleine et entière de la nouvelle réalité qui s'offre pourtant aux personnes piégées. L'état de confusion mentale qui s'empara des responsables de la police milanaise dura plusieurs minutes. Ce moment de perturbation fut d'autant plus fort que les forces de l'ordre avaient peine à distinguer les représentants de chacun des deux camps. Ce temps de latence fut encore prolongé par la demande faite par les organisateurs du défilé – qui avaient enfin donné la preuve de leur statut en présentant le contrat de location du lieu – de laisser les manifestants pénétrer à l'intérieur de l'enceinte. Face à cette situation d'injonctions contradictoires (obéir aux ordres de leur hiérarchie ou satisfaire à la requête des organisateurs), les responsables de la sécurité publique restèrent désarmés jusqu'à ce qu'un des membres de Chainworkers prît le soin d'expliquer à l'officier des renseignements généraux que Serpica Naro n'était en fait qu'un anagramme de San Precario, une sorte d'incarnation janusienne d'un seul et même mouvement : celui des précaires milanais. Cette révélation formelle de la supercherie détendit soudainement l'atmosphère, provoquant même l'hilarité de l'officier de la Digos dépêché sur place<sup>199</sup>. Après l'inquiétude, la confusion, ce fut donc un sentiment de soulagement qui envahit les policiers en faction : ils échappaient à un possible affrontement violent et la fin de cette journée de samedi devenait pour eux miraculeusement paisible. Les journalistes venus assister au défilé, loin d'abandonner les lieux, comprirent eux aussi qu'un autre type d'événement s'installait et que celui-ci était, par son caractère assez exceptionnel, potentiellement plus à même de se voir accorder une place de choix en termes de traitement rédactionnel à l'intérieur de leurs supports respectifs. Piégés, et sans doute informés tardivement de la supercherie, les organisateurs de la Semaine de la mode n'eurent pas les moyens de faire annuler le défilé, préférant un déroulement pacifique de celui-ci plutôt que d'éventuelles mesures de rétorsion de la part des précaires dans les jours suivants.

Une fois les manifestants installés dans la salle aux côtés des nombreux journalistes et invités restés là, le défilé débuta sur un mode à la fois burlesque et engagé, mêlant humour grinçant et revendications sociales. Chacune des tenues présentées durant le défilé se voulait l'illustration ironique d'une situation de précarité dans l'univers des entreprises du secteur tertiaire et des métiers de la communication. Les mannequins avaient été recrutées parmi les jeunes femmes du mouvement et elles ne ressemblaient

---

<sup>199</sup> Cette scène, peut-être fictive ou simplement exagérée, nous a été rapportée par plusieurs personnes présentes ce jour-là sur le lieu de la manifestation, lors d'entretiens réalisés les 18 et 19 avril 2006 au centre social de La Pergola à Milan.

guère aux top models des habituels défilés de haute couture. Parmi les créations présentées figurait notamment un ensemble permettant de masquer sa grossesse pour éviter d'être licenciée. La veste comportait une ceinture intérieure cachée, pouvant être resserrée pour compresser la taille de l'employée au fil de la gestation. Un autre modèle intitulé « Mouse Trap » était, entre autres, composé d'une jupe sexy dotée de volants masquant une série de pièges à souris afin de prévenir toute tentative de harcèlement sexuel sur le lieu de travail. Un troisième ensemble, dénommé « Call Donald Mac Center » et qui retint particulièrement l'attention des journalistes dans leurs articles, prenait la forme d'un astucieux vêtement réversible permettant alternativement de travailler à mi-temps dans un centre d'appel, puis dans un restaurant Mac Donald. Dans le même esprit, la collection Serpica Naro proposait aussi un pyjama transformable en « jean » en un clin d'œil afin de pouvoir se rendre immédiatement au travail sur un simple appel en pleine nuit. Chaque modèle est accompagné d'un commentaire sarcastique dénonçant la précarité des femmes dans l'emploi qui donnait une forte connotation politique à ce spectacle à la fois parodique et satirique.

Le défilé Serpica Naro, d'une durée assez brève, fut suivi de la présentation des créations atypiques produites par trois autres collectifs – Yo Mango de Barcelone, Industrial Couture de Milan et Sailor Mars de Londres – qui offrirent d'autres visions d'une création vestimentaire alternative, préfigurant la naissance d'un réseau international d'activistes œuvrant dans ce domaine. A l'issue de ces présentations, les initiateurs de Serpica Naro annoncèrent qu'ils n'entendaient pas en rester là et que le groupe constitué à l'occasion de la préparation de cet étonnant happening entendait se transformer « *en espace d'échange, de partage et de réappropriation des talents et des savoirs* ». L'achèvement du canular fut ainsi présenté comme le commencement d'un nouveau mouvement social revendicatif au sein de l'univers de la mode : « *Par ce show, nous proclamons la fin de la Semaine de la mode et le début de la saison de la conspiration des précaires* » déclara Zoe Romano<sup>200</sup>.

D'une certaine manière, la révélation anticipée de la supercherie par Serpica Naro en amont du défilé a permis de faire de celui-ci un moment de revendication et d'exposé des motivations politiques de ses initiateurs.

---

<sup>200</sup> Citation extraite de la captation filmique du défilé de Serpica Naro présentée dans le documentaire « Making of Serpica Naro », *Op. Cit.*



### *De la narration à la légende urbaine*

La phase de narration faisant suite à la perpétration de ce canular a pris des formes assez particulières au regard de la manière dont ce type d'acte est généralement rapporté par les médias et par ses auteurs. Certes, la mystification complexe élaborée par les membres de Chainworkers, ainsi que sa révélation, ont naturellement été relevées par nombre de médias italiens le lendemain et le surlendemain de l'opération. Cette propagation médiatique a toutefois été moins intense que celle habituellement obtenue par des canulars de ce degré de sophistication.

Deux facteurs expliquent à notre sens les raisons de cet écho médiatique relativement restreint dont cet événement fit l'objet par les grands supports d'information généralistes. D'une part, la cible principale de cette mystification – le monde de la mode milanaise – bien que disposant d'une réputation internationale ne constituait pas un domaine d'intérêt général, susceptible de faire l'objet d'un traitement rédactionnel de premier plan. D'autre part, la nature spécifique des auteurs de l'acte ainsi que le caractère très politique et revendicatif de leurs motivations ont certainement représenté un frein à l'intérêt porté par nombre de médias italiens généralement peu enclins à accorder une publicité aux formes anarchisantes de contestation se développant dans le pays.

On notera par ailleurs que la presse internationale n'a pas produit de véritable traitement « à chaud » de l'événement. Absente du lieu où se jouait la performance du canular le 26 février 2005, elle n'a souvent eu vent de l'affaire que très tardivement, ce qui invalidait naturellement la valeur d'actualité qui aurait pu servir de prétexte à un traitement éditorial de cette performance. D'autre part, pour bien saisir toute la portée et la signification de ce canular, il fallait être particulièrement au fait du contexte social milanais dans lequel l'événement venait de se dérouler. En France, comme dans le reste de l'Europe, le discours revendicatif des précaires était encore très embryonnaire au regard de la place déjà occupée par celui-ci dans l'espace public italien. Ce n'est qu'avec la montée des mobilisations et des luttes contre la précarité en Europe à partir du printemps 2005, notamment avec l'extension de la tenue de la Mayday Parade à une douzaine de grandes

villes du continent, qu'un certain nombre de médias étrangers finiront par s'intéresser de manière rétrospective à ce canular à travers un traitement de nature « magazine »<sup>201</sup>.

Une autre caractéristique du traitement médiatique dévolu à ce canular concerne la très forte habileté dont ses auteurs ont su faire preuve en parvenant à imposer aux journalistes leur propre récit des faits en même temps que les grandes lignes du message politique qu'ils entendaient faire passer sur la précarité. Inventeurs d'une terminologie originale pour qualifier leur démarche, les Chainworkers ont su faire émerger des expressions nouvelles comme « precogs » (pour « précaires cognitifs »), « flexworkers » (pour « travailleurs flexibles »), « conspira precaria » (« conspiration précaire »), « mythopoesis post-fordista » (« mytho-poétique post-fordiste »), « Social media » (« média social »),... Celles-ci n'ont pas seulement été reprises par la presse, mais ont souvent aussi été adoptées par les chercheurs qui se sont penchés sur ces nouvelles formes d'interventions militantes. Cette prééminence du discours auctorial dans la transcription journalistique des faits et les commentaires les accompagnant résulte en grande partie de l'étonnante maîtrise communicationnelle dont ont su faire preuve les organisateurs de l'opération. Ainsi, ils ont – immédiatement après la révélation de la mystification et avec beaucoup d'à-propos – procédé à la transformation du site Internet initial promouvant la fausse styliste pour en faire un média d'information sur la précarité dans la mode. En recourant à un mode d'intervention de nature canularesque chargé d'une dimension à la fois créative et humoristique, les Chainworkers ont également créé les conditions leur permettant de s'attirer une certaine bienveillance de la part de médias jusque-là réputés pour leur défiance à l'égard du mouvement des précaires. Car pour les autorités et les observateurs qui redoutaient un temps des affrontements violents le jour du défilé, la révélation de la complicité entre la fausse styliste et les manifestants anti-Serpica Naro a représenté une sorte de *happy end* presque inespéré et offert ainsi à la mise en récit de l'événement un des ressorts archétypaux d'adhésion parmi les plus efficaces.

La plupart des médias italiens qui ont rapporté l'événement<sup>202</sup> ont d'ailleurs entamé leurs reportages par la manifestation des précaires et le risque d'échauffourées, pour enchaîner

---

<sup>201</sup> A titre d'exemple, nous citerons l'article de Marie Lechner paru dans *Libération* le 29 avril 2005 (l'avant-veille de la première Mayday Parade organisée à Paris) et intitulé : « Les Chainworkers, as du canular » (article consultable en ligne au 25 septembre 2010 à l'adresse <http://www.liberation.fr/economie/0101527475-les-chainworkers-as-du-canular>).

<sup>202</sup> Il s'agit notamment des éditions du dimanche 27 et du lundi 28 février 2005 de *La Repubblica*, *La Stampa*, *Il Giorno*, *Il Giornale*, mais également des journaux télévisés du soir d'Italia Uno et Rai 3 du samedi 26 février 2005.

sur la révélation de l'imposture et conclure sur la bonne farce faite par les activistes au milieu de la mode. Les membres de Serpica Naro, dans les différents récits qu'ils ont produits après-coup, n'ont pas manqué d'emphase et d'une certaine exagération quant à l'ampleur réelle de l'opération qu'ils venaient de mener. Ainsi, Frankie, un des quatre initiateurs du projet interrogé par le site de *La Repubblica*<sup>203</sup>, est arrivé à passer l'idée que le coup avait été « *monté en sept jours avec très peu d'argent* » et qu'il avait « *impliqué plus de 200 précaires* ». Dans cette même interview, l'activiste affirmait, avec grandiloquence et sans que son propos ne soit tempéré par le journaliste, que Serpica Naro venait de « *briser la vitrine de l'image, celle d'un Milan vampirisé par la mode* ». Le discours des auteurs sur leur acte, dans cette interview comme dans les autres témoignages faits par eux à la suite, ne s'est pas gêné d'exploiter parfois de manière un peu démagogique le goût du public – mais aussi des journalistes – pour les récits mettant en scène la victoire par la ruse du faible sur le puissant. Fins connaisseurs de l'imaginaire social et des mécanismes du récit populaire, les Chainworkers savaient qu'en usant exagérément de la métaphore qui les plaçait dans la position de David terrassant Goliath, ils offraient à leur cause un capital de sympathie jusque-là inespéré au sein de l'opinion italienne.

Mais par-delà de cette étonnante capacité à user avec succès des procédés narratifs, une des forces de Serpica Naro a été de savoir associer, avec habileté, discours revendicatif et inventivité communicationnelle, à un moment où les organisations syndicales italiennes paraissaient dépassées par la rapidité de la transformation du contexte social et sociétal, et en particulier par l'explosion de la précarité au sein de la population des jeunes à haut niveau d'instruction. « *Pour nous, le hoax ne constitue pas une fin en soi. Il n'est qu'un instrument parmi d'autres dans notre démarche de création d'un imaginaire radical fort pour bâtir un mouvement social en dehors des syndicats et des partis institués qui ne se sont jamais souciés de notre situation* », déclarait Zoe Romano en mai 2005<sup>204</sup>. Et de poursuivre : « *Nous voulons précariser ceux qui nous précarisent, et comme c'est justement notre isolement qui constitue leur force, nous avons choisi de recourir à la puissance du symbolique et de l'imaginaire en créant une figure libre et collective dans laquelle chacun peut s'incarner sans perdre sa spécificité ; un nom multiple permettant à*

---

<sup>203</sup> Interview réalisée par Rosaria Amato, publiée le 26 février 2005 (article consultable au 7 septembre 2010 à l'adresse : [http://www.repubblica.it/2005/b/sezioni/spettacoli\\_e\\_cultura/modanoglobal/intervistaserpica/html#](http://www.repubblica.it/2005/b/sezioni/spettacoli_e_cultura/modanoglobal/intervistaserpica/html#)).

<sup>204</sup> Extrait d'un entretien réalisé le 28 mai 2005 à Weimar et rapporté dans notre article intitulé « Serpica Naro : un hoax activiste contre le milieu de la mode », *Multitudes*, n° 25 – 2006/3, pp. 189-190.

chacun d'agir en préservant son anonymat »<sup>205</sup>. Le fait que « Serpica Naro » ne soit pas resté que la signature d'un acte canularique éphémère, mais que ce nom se soit pérennisé à travers l'émergence d'un collectif qui a poursuivi ses activités et continué d'avoir une visibilité sociale et médiatique importante<sup>206</sup> explique sans doute que le canular qui fut son acte fondateur ait aussi souvent fait l'objet de rappels dans certains médias, parfois plus de quatre ans après sa perpétration. Et de fait, au fil du temps, celui-ci a pris l'allure d'une fable emblématique au sein du nouvel imaginaire contestataire qui a commencé à s'instaurer dans le courant des années 2000. Embelli, exagéré, amplifié à l'extrême dans ses facettes les plus glorieuses, il est désormais rapporté de manière presque caricaturale par nombre d'ouvrages apologétiques sur les nouvelles pratiques militantes publiés en Europe<sup>207</sup>.

A un tout autre niveau et sans que cette production textuelle puisse être qualifiée de « médiatique » ou de « narrative », il convient de relever qu'un nombre relativement important de travaux universitaires ou d'essais sociologiques analysant la création de Serpica Naro a été publié en Italie et à l'étranger depuis 2005. A notre connaissance, pas moins d'une dizaine de chercheurs, pour la plupart spécialisés dans l'étude des nouveaux mouvements sociaux et la théorie de l'action collective, se sont déjà penchés sur le sujet, ne s'intéressant cependant que très superficiellement au caractère canularique de l'acte fondateur de ce groupe activiste. Si, dans l'ensemble, les publications qui ont émané de ces recherches sont d'une qualité appréciable<sup>208</sup>, il convient toutefois de relever qu'elles sont, pour l'essentiel, l'œuvre de personnes elles-mêmes impliquées dans le mouvement social analysé ou, comme c'est le cas notamment d'Alice Mattoni ou Olivia Chambard, des chercheurs qui ont travaillé en observation participante. Ces deux chercheuses disent

---

<sup>205</sup> *Ibid.*, p. 189.

<sup>206</sup> Ce fut notamment le cas au début de l'année 2006 lorsque les initiateurs de Chainworkers découvrirent que la maison de couture Enrico Coveri qui, constatant que la marque Serpica Naro n'avait pas été déposée au niveau international, avait décidé de s'en emparer en procédant à son dépôt légal. En rétorsion, les précaires de la mode organisèrent un happening punitif lors du défilé milanais de Coveri en février 2006 et produisirent plusieurs clips raillant les pratiques de cette entreprise. Redoutant de voir le conflit s'envenimer, la société Enrico Coveri préféra abandonner ses droits indûment acquis.

<sup>207</sup> Parmi ces multiples ouvrages rendant compte de ce canular sur un mode des plus grandiloquents, on citera notamment, *Shut Them Down!* (Collectif, Leeds-New York, Dissent! & Automedia, 2005, pp. 224-225) et *Désobéir par le rire* (Les Désobéissants, Paris, Le passager clandestin, 2010, pp. 40-41).

<sup>208</sup> Notamment ceux d'Alice Mattoni (« Serpica Naro and the Others. The Media Sociali Experience in Italian Struggles Against Precarity » in *PORTAL*, vol. 5, n° 2, July 2008, article consultable en ligne au 7 septembre 2010 à l'adresse : <http://epress.lib.uts.edu.au/ojs/index.php/portal/article/view/706/920>), de Marco Deseriis (*Op. Cit.*), d'Ilaria Vanni (« How to Do Things with Words and Images: Gli Imbattibili », in *Images and Communities. The Visual Construction of the Social*, M. Stocchetti & J. Sumalia-Sappanen (Dir.), University of Helsinki Press, Helsinki, 2007, pp. 147-170) ou d'Olivia Chambard (« L'orchestration d'un mouvement transnational en Europe : L'Euromayday des précaires », mémoire de DEA sous la direction de Michel Offerlé, 2005, 173 pages).

d'ailleurs avoir été « impressionnées par la capacité autoréflexive des acteurs rencontrés »<sup>209</sup> ou par leur aptitude à « mettre en interaction permanente leur réflexion théorique et leurs expérimentations sociales »<sup>210</sup>. Elles reconnaissent également avoir recouru à certaines analyses ou concepts théoriques développés par leurs interlocuteurs au sein du mouvement. Ainsi, ces travaux, parfois entachés d'un manque évident de distance critique à l'égard de leur objet de recherche, ont souvent involontairement participé à une emblématisation sans doute un peu excessive du cas Serpica Naro à l'intérieur du phénomène plus large de la montée en puissance des mobilisations en faveur des précaires en Europe.

#### **IV-1.4 Les principaux enseignements du cas étudié**

Cet acte canularique, tout en respectant globalement le schéma processuel type décrit dans notre première partie, comporte cependant des caractéristiques jusqu'à présent rarement rencontrées dans le volume important de cas que nous avons investigués dans le cadre de nos recherches.

En premier lieu, les étapes conceptuelles et opérationnelles de sa mise en œuvre effective se sont déroulées sur une période extrêmement resserrée (globalement de la mi-décembre 2004 à la fin février 2005) au regard du degré élevé de sophistication de la mystification mise en œuvre et de la relative inexpérience de ses auteurs. Cette brièveté des principales phases caractéristiques d'un acte canularique contraste avec la durée importante pendant laquelle différents types de récit sur l'acte se sont propagés dans l'espace public et médiatique. Le plus fréquemment, un canular médiatique réussi nécessite un très long temps de préparation et les effets médiatiques qu'il suscite, pour intenses qu'ils puissent être, sont assez éphémères.

En second lieu, il s'agit d'un canular dont les dispositifs de mystification sont assez complexes et qui ont nécessité l'intervention d'un grand nombre de complices en même temps qu'ils ont, au global, impliqué une très large diversité d'acteurs : le milieu de la mode, les précaires de cette industrie, des activistes de différents mouvements, les journalistes et même les forces de l'ordre. Le dévoilement de la mystification en amont

---

<sup>209</sup> Alice Mattoni, *Op. Cit.*

<sup>210</sup> Olivia Chambard, *Op. Cit.*

de l'événement ayant servi de support matériel à cette mystification représentait un pari audacieux et assez inhabituel en matière de perpétration d'un acte canular.

Troisième spécificité majeure de ce cas : les auteurs, en respectant très rigoureusement les plans qu'ils avaient échafaudés bien en amont de l'action, ont su faire preuve d'une maîtrise peu commune tout au long du déroulement du canular. D'une manière générale, la réussite finale de ce type d'acte dépend presque autant de circonstances favorables induites par le contexte dans lequel il est perpétré que de la qualité du scénario élaboré et du sens de l'improvisation de l'auteur face à des circonstances où les acteurs n'interagissent pas de la manière espérée. Dans le cas présent, les auteurs ont parfaitement su mettre en œuvre les mécanismes leur permettant d'arriver à leurs fins, car ils disposaient d'une très grande connaissance des milieux dans lesquels ils opéraient et que celle-ci les a placés en situation d'anticiper avec justesse les réactions des différents acteurs impliqués dans ce théâtre improvisé.

Au-delà de ses spécificités processuelles, cet acte canular. comporte également quelques particularités se rapportant à sa dimension plus strictement communicationnelle.

Le statut social des initiateurs de l'acte – un groupe activiste défendant la cause des précaires – comparé à celui de sa cible principale – les organisateurs de la très opulente Semaine de la mode – conduit évidemment à conclure qu'il s'agissait là d'un canular de nature « ascendante », mettant en scène de manière presque exemplaire le pouvoir et la ruse du faible face à la balourdise du puissant. C'est l'inversion momentanée des rapports de force entre ces deux parties incarnée par cet acte canular. qui a contribué au fait qu'il ait, au fil des années écoulées, pris valeur de véritable fable populaire dans les milieux de la contestation sociale en Italie. De ce canular, qui comportait certes une certaine dimension humoristique dont les formes relevaient davantage de la dérision et de la satire que du burlesque et de la facétie, il ressort que sa signification effective globale – en conformité avec les intentions initiales de ses concepteurs – renvoyait à un propos de critique sociale de nature indéniablement subversive.

Mais, au-delà de ce message subversif à l'encontre des pouvoirs institués, cet acte canular. avait aussi pour particularité de comporter un second message à destination cette fois-ci du milieu contestataire pour lui signifier la nécessité de ne pas se scléroser en

reproduisant des discours et des pratiques militantes d'un autre temps et de faire preuve d'imagination et de créativité dans sa pensée et ses modes d'action. De ce point de vue, l'action perpétrée par les membres de Chainworkers avait donc aussi une visée « corrective » à l'intérieur de l'« en-groupe »<sup>211</sup>.

Que ce soit dans sa dimension dominante de nature « ascendante » ou dans sa dimension secondaire de canular « horizontal », l'acte mis en œuvre provenait d'un acteur totalement extérieur à la sphère médiatique instituée et n'ayant pas pour intention d'intégrer celle-ci. Bien que disposant de véritables compétences communicationnelles et même de certaines complicités dans certaines professions de la communication<sup>212</sup> et n'exprimant pas une position de défiance absolue à l'endroit des médias de masse<sup>213</sup>, il ressort cependant clairement que les auteurs de Serpica Naro n'entendent pas substituer l'action communicationnelle à l'action sociale et politique. La transfiguration de Serpica Naro après ce canular fondateur en véritable mouvement de mobilisation des précaires de la mode ainsi qu'en atelier d'autoproduction de vêtement souligne, s'il le fallait, que le happening médiatique du 26 février 2005 ne constituait pas une fin en soi, mais simplement un moyen parmi d'autres d'enclencher et de fédérer une mobilisation sociale.

---

<sup>211</sup> Au sens de « groupe d'appartenance », tel que définit par Robert K. Merton (*Eléments de théorie et de méthode sociologique*, Paris, Gérard Monfort, 1983).

<sup>212</sup> Plusieurs des initiateurs de Serpica Naro participeront en 2006 et 2007 à la constitution d'un groupe défendant les journalistes précaires et produiront même plusieurs numéros pastiches de *City* (le principal quotidien gratuit de l'agglomération milanaise) sous le nom de *City of Gods*.

<sup>213</sup> Notons que, même si certains journalistes ont été piégés par la mystification opérée, ils ne constituaient pas la cible de ce canular. Dans les déclarations des auteurs, postérieures à la performance de l'acte canularique, aucune critique ou dénonciation n'a été produite à l'endroit de la presse et des médias. Par ailleurs, il résulte de nos entretiens avec Zoe Romano et Alex Foti que l'action communicationnelle mise en œuvre par leur groupe visait en premier lieu à produire des messages et un imaginaire au service du mouvement, indistinctement de la nature des canaux qui véhiculaient ces contenus – qu'ils s'agissent de médias dits « alternatifs » ou de médias dits « mainstream ».

## ***IV-2 Le canular du groupe artistique Ztohoven perpétré le 17 juin 2007 à l'encontre de la télévision publique tchèque***

### **IV-2.1 L'exemplarité du cas**

De tous les canulars médiatiques perpétrés au cours de la décennie écoulée, celui de Ztohoven, un collectif de jeunes artistes pragois, à l'encontre de la deuxième chaîne de la télévision publique tchèque est un des plus singuliers, tant par les techniques et le mode opératoire mis en œuvre que par l'intensité des poursuites judiciaires dont ses auteurs firent l'objet.

Comme tous les actes canularsques prenant la télévision pour support de la mystification, l'action en question a eu un retentissement médiatique extrêmement fort aussi bien en République tchèque que dans de nombreux autres pays. Différemment des canulars télévisuels menés à peu près à la même période en Belgique (décembre 2006) et aux Pays-Bas (juin 2007)<sup>214</sup>, cette mystification a pour particularité d'avoir été menée à l'insu des responsables de la chaîne et elle constitue ainsi un des rares cas réussis de piratage d'une grande station de télévision depuis l'émergence de ce média au milieu du XXe siècle. Culturellement, ce canular s'inscrit dans un contexte de renouveau des formes de contestation artistique et médiatique apparu dans les ex-démocraties populaires au cours des dix dernières années. Les mesures de rétorsion et les procès engagés contre ses auteurs témoignent également d'un changement de climat qui a marqué la fin d'une certaine tolérance qui prévalait jusque-là à l'égard des initiateurs de ce type d'intervention.

Sur le fond, les ressorts discursifs employés par le collectif Ztohoven font peu de place aux procédés humoristiques généralement empruntés par les auteurs d'actes canularsques. La mystification mise en œuvre renvoie à une catastrophe nucléaire dans un contexte d'actualité de nature relativement anxiogène. Cette dramatisation de l'acte canularsque a été quelque peu accentuée par le fait que ses auteurs, longtemps restés anonymes et peu disert sur leurs objectifs, ont entretenu une posture et un discours assez

---

<sup>214</sup> Nous faisons ici référence au canular de la RTBF sur la sécession de la Flandre (cas étudié en pp. 337 à 370 de cette dissertation) et au canular de BNN sur le don d'organe aux Pays-Bas (pp. 371 à 393).



mystérieux qui renvoyaient à une rhétorique plus proche de celle de certaines avant-gardes artistiques et politiques que de celle de joyeux farceurs.

#### **IV-2.2 L'exposé médiatique du cas**

Le dimanche 17 juin 2007 à 8h16, les téléspectateurs de CT2, la deuxième chaîne de la télévision publique tchèque, découvrent avec stupeur durant la transmission de Panorama, un programme quotidien d'une trentaine de minutes consacré aux prévisions météorologiques, de très étonnantes et inquiétantes images. Alors que, région après région, les températures locales pour la journée à venir s'égrènent sur fond d'images captées en direct grâce à des caméras stationnaires, à rotation panoramique, disposées en différents points du territoire, les téléspectateurs voient soudainement apparaître à l'écran dans le paysage montagneux du Krkonose<sup>215</sup> une violente déflagration rapidement accompagnée d'un impressionnant nuage en forme de champignon, caractéristique d'une explosion atomique. La séquence, d'une durée de 48 secondes au total, s'achève sur un écran de « neige » qui suggère un brouillage des ondes sous l'effet des radiations émises. Comme si rien d'anormal ne s'était passé, le programme va poursuivre son cours en enchaînant une nouvelle séquence d'un paysage captée dans une autre région. Détail important : l'adresse d'un site Internet ([www.ztohoven.com](http://www.ztohoven.com)) apparaît en incrustation à gauche au bas de l'écran durant toute la séquence piratée.

Si, rationnellement, l'événement rapporté est assez peu crédible (la région est très rurale et elle n'abrite pas d'installations majeures qui en feraient une cible stratégique), l'effet de surprise et le contexte diplomatique dans lequel il s'inscrit ont peut-être contribué à susciter quelques effets de vraisemblance auprès de certains téléspectateurs particulièrement crédules.

Membre de l'OTAN depuis 1999, le pays est un des plus fidèles alliés des Etats-Unis dans les conflits afghan et irakien et des menaces d'attentats terroristes sont assez régulièrement évoquées par les autorités tchèques. En cette fin de printemps 2007, les tensions diplomatiques avec la Russie ne sont pas totalement aplanies. Moscou apprécie

---

<sup>215</sup> Région montagneuse de la Bohême, réputée pour ses stations de ski et son parc naturel, située à environ 150 kilomètres au nord-est de Prague, près de la frontière polonaise.

peu l'alignement de Prague sur la politique extérieure de Washington, en particulier depuis que le président Vaclav Klaus a donné son accord pour l'installation à Jince<sup>216</sup> d'un puissant radar intégré au projet de bouclier américain d'interception de missiles en provenance du Moyen-Orient et de l'ex-Union soviétique. Cette décision est vécue comme un acte d'hostilité par les dirigeants du Kremlin, et le président Vladimir Poutine a prononcé quelques semaines auparavant<sup>217</sup> une mise en garde solennelle à l'encontre de l'OTAN en menaçant de suspendre le respect par Moscou du moratoire sur les forces conventionnelles en Europe. Dans la foulée, la Russie a même effectué un tir d'essai d'un nouveau missile intercontinental et menacé de « pointer ses armes sur l'Europe ». Si, à la mi-juin, les tensions ont connu un net apaisement, la question des relations avec la Russie occupe encore souvent le devant de l'actualité. Enfin, et toujours au cours de cette période, la question de la sécurité des installations nucléaires en fonctionnement dans le pays est très régulièrement évoquée. L'Autriche, pays frontalier de la République tchèque, proteste avec véhémence contre la faible sécurité qui semble régner dans les centrales nucléaires de sa voisine.

En dépit de tous ces éléments, il reste difficile d'apprécier précisément l'impact mystificateur de ce canular auprès des téléspectateurs de CT2 ce dimanche matin. La télévision publique tchèque et les services de police ont certes déclaré avoir reçu un certain nombre d'appels téléphoniques de personnes en état de panique après la diffusion des fausses images, mais ces allégations n'ont jamais pu être confirmées. Si mystification il y eut, il est vraisemblable que le nombre de ses victimes a été très limité. CT2 est certes une chaîne réputée pour ses programmes principalement destinés aux classes moyennes éduquées, mais son audience demeure assez restreinte : environ 8 % de parts de marché selon ATO-Mediaresearch<sup>218</sup>, société spécialisée dans la mesure d'audience de la télévision tchèque. L'auditoire matinal de Panorama est par ailleurs relativement modeste (entre 40000 et 50000 personnes ce 17 juin 2007) et la qualité d'écoute du programme est faible et discontinue, plus portée sur un suivi audio de l'émission que sur une observation attentive d'images assez répétitives d'un jour sur l'autre et régulièrement entrelardées d'incrustations publicitaires vantant l'intérêt touristique des régions couvertes par le

---

<sup>216</sup> Base militaire tchèque rattachée à l'OTAN et située à 200 kilomètres de la région du Krkonose.

<sup>217</sup> « Cette décision engendre pour nous de réels dangers et des risques de surprises » (Déclaration de Vladimir Poutine du 26 avril 2007 prononcée à Moscou). Voir à ce sujet l'article du 26 avril 2007 d'Antonio Garcia sur rfi.fr, consultable au 29 août 2010 à l'adresse : [http://www.rfi.fr/actufr/articles/088/article\\_51351.asp](http://www.rfi.fr/actufr/articles/088/article_51351.asp).

<sup>218</sup> Données d'audience moyenne de la chaîne en 2007 (informations consultables au 13/08/2010 à l'adresse [http://img3.ceskatelevize.cz/boss/pages/english/pdf/czech\\_television\\_2008.pdf](http://img3.ceskatelevize.cz/boss/pages/english/pdf/czech_television_2008.pdf)).

programme. Celles et ceux qui ont suivi avec attention la fameuse séquence piratée ont dû, par ailleurs, être intrigués par l'inscription permanente à l'écran de l'adresse du site de Ztohoven et – pour peu qu'ils se soient reportés sur sa page d'accueil – ont pu très rapidement être informés de la facticité des images diffusées.

L'affaire ne commencera à prendre toute son ampleur médiatique qu'à la fin de la matinée, à partir du moment où les responsables de la télévision publique tchèque ont décidé de s'exprimer publiquement pour dénoncer le procédé et la malveillance de ses auteurs.

Objet de nombreuses critiques sur la qualité de ses programmes et sur le manque d'indépendance de ses services d'information, CT2 a clairement tenté de se dédouaner de ses propres responsabilités dans l'incident en dramatisant la portée réelle de celui-ci et en tâchant de diaboliser à l'extrême ses auteurs en leur prêtant des intentions quasi-criminelles. Ainsi, dans ses multiples interventions publiques de la mi-journée, Martin Krafl, porte-parole de la télévision publique, insistera sur la gravité du délit – « *Cet acte imprévisible aurait pu provoquer une réaction de panique massive dans la population* » – et sur la diligence de la réaction des autorités face à ce « crime » en annonçant que la police « *disposait déjà du nom du propriétaire de l'adresse Internet du site* »<sup>219</sup>. En accordant une importance démesurée à cet événement sur ses canaux télévisés (CT1, CT2 et CT24) et radiophoniques, la télévision publique a indiscutablement contribué à lui donner une ampleur médiatique inespérée au regard des faits réels. A la fois, victime et principale source d'information sur l'événement durant les heures qui le suivirent, le discours de la chaîne fut dans un premier temps largement relayé par les autres médias sans considération du « conflit d'intérêt » qui pouvait émaner de la situation très particulière dans laquelle se trouvaient CT2 et les autres chaînes du service public. En l'absence d'information propre sur le sujet, les chaînes privées ont donc abondamment repris la majeure partie des arguments de la télévision publique et participé à l'emballement médiatique qui a accompagné cet acte canularique<sup>220</sup>. Loin d'avoir été en

---

<sup>219</sup> Interview de Martin Krafl dans l'édition du journal télévisé du soir de CT1 le 17 juin 2007.

<sup>220</sup> Seule Nova, la première chaîne du pays avec plus de 40 % de part d'audience, a assez rapidement pris quelques petites distances avec le discours médiatique dominant imposé par la télévision publique, en évoquant les défaillances de cette dernière en matière de sécurité de ses modes de diffusion. Cette distanciation – très relative – dans le traitement rédactionnel de l'affaire par Nova n'est vraisemblablement pas à mettre au crédit uniquement d'une plus grande objectivité journalistique : elle semble tout autant résulter d'une volonté de la chaîne privée de marquer des points auprès de l'opinion contre le service public dans le contexte de concurrence très exacerbée régnant au sein du marché télévisuel tchèque.

reste dans cette affaire, la presse écrite – en particulier les grands quotidiens nationaux – n’a pas manqué de lui consacrer sa une et de nombreuses pages dans les deux jours qui suivirent la perpétration de l’acte.

Très rapidement, les images de ce détournement télévisuel vont faire le tour de la planète, reprises par les chaînes internationales d’information continue, par les journaux télévisés des grandes stations européennes et les agences de presse du monde entier. Spectaculaire, visuelle et d’un format court se prêtant bien à une diffusion et à une rediffusion dans différents programmes, la séquence du canular rentrait parfaitement dans les critères de l’« infotainment » si prisée par les chaînes à forte audience. Très vite mis en ligne sur de nombreux sites Internet, l’extrait va se propager à grande vitesse et être visionné de multiples fois avant d’être adressé par courriel à des amis et contacts par un nombre impressionnant de personnes<sup>221</sup>. Les grands titres de la presse écrite internationale, notamment dans les pays anglo-saxons, ont également consacré de nombreux articles à ce canular associant à la fois prouesse technologique, posture artistique et critique sociale.

Loin de s’achever avec la révélation de la mystification et la revendication quasi-immédiate de l’acte par Ztohoven, ce canular médiatique a vu son traitement connaître une succession de relances dans les médias tchèques et étrangers en raison des poursuites judiciaires engagées par la télévision publique. En effet, alors que l’affaire s’estompait dans les médias, la police tchèque va procéder le 8 août 2007 à l’arrestation au petit matin et en différents lieux de Prague de sept des membres de Ztohoven sur un mode très spectaculaire et particulièrement musclé. Les moyens d’investigation mis en œuvre par la police ont été impressionnants (écoutes téléphoniques, géo-localisation des téléphones portables, filatures,...). Placés en garde-à-vue, trois des membres du groupe seront maintenus en détention plusieurs jours. Ce zèle disproportionné des autorités va provoquer les réactions de nombreux intellectuels tchèques et un traitement assez significatif de ce nouvel événement dans les médias nationaux. Peter Uhl, ex-dissident et signataire de la Charte 77, prendra la défense de Ztohoven, en évoquant que lui-même et d’autres opposants au régime communiste avaient projeté la fabrication d’un programme de télévision pirate dans les années 1980.

---

<sup>221</sup> Sur Youtube, le premier extrait des images du canular recueillera à lui seul et en quelques jours plusieurs centaines de milliers de visites. Au 31 octobre 2009, son niveau de consultation dépassait le million de connexions ; ce chiffre ne représentant qu’une partie de l’audience recueillie sur le Net par ces mêmes images, également relayées sur des centaines de sites et de blogs.

Dès septembre en effet, les milieux artistiques et politiques se mobilisent en faveur des membres de Ztohoven. Une pétition demandant la grâce présidentielle des jeunes artistes *underground*, initiée par le Département d'information et de documentation de l'Université Charles de Prague, recueillera au final plus de 14000 signatures dans le pays. En décembre 2007, la Galerie nationale de Prague décide d'adjuger le prix NG 333 au collectif Ztohoven pour son travail. Outre les 333000 couronnes (environ 13000 euros) de récompense qui vont couvrir les frais de justice du groupe dans le procès qui lui est intenté, ce choix sonne comme un soutien très appuyé de la vieille génération artistique tchèque à l'endroit de sa jeune garde. Aux dires de Milan Knizak, directeur de la prestigieuse institution, « *Ztohoven a suscité plus d'attention à l'échelle internationale qu'aucun autre artiste tchèque depuis au moins dix ans* ».

Le 25 mars 2008, le procès de sept des membres du groupe a finalement lieu au tribunal régional de Trutnov en Bohême du nord. La salle du tribunal est trop exiguë pour accueillir l'ensemble des journalistes qui sont venus couvrir le sujet. Même si les actes d'accusation ont été requalifiés – CT2 peinant à trouver le témoignage de personnes ayant été victime de crise de panique à la suite de la diffusion du 17 juin –, les peines réclamées par le procureur apparaissent excessives et l'issue du procès se solde par un acquittement général. Furieux de cette sentence, le procureur général décide de faire appel et annonce qu'un nouveau procès se déroulera prochainement dans une autre juridiction. Cet ultime acte judiciaire se tiendra finalement le 3 février 2009 au tribunal régional de Hradec Kralové et se soldera par une simple amende pour infraction au règlement de la télédiffusion en République tchèque.

De procès en mobilisations multiples, le canular atomique de Ztohoven drainera régulièrement l'attention des médias durant près de deux ans. Certains quotidiens de langue anglaise comme le *New York Times* et l'*Herald Tribune* lui consacreront plusieurs longs articles dans leurs pages « Art and Design » et sur leurs sites Internet respectifs<sup>222</sup>.

Si, au final, cet acte canularique ne semble avoir eu qu'une très faible incidence mystificatrice auprès des publics exposés, il constitue cependant un cas exemplaire en

---

<sup>222</sup> Illustration de cet intérêt soutenu des milieux artistiques internationaux pour l'affaire, l'article de Michael Kimmelman dans le *New York Times* du 24 janvier 2008 (article consultable en ligne au 13 août 2010 à l'adresse <http://www.nytimes.com/2008/01/24/arts/design/24abroad.html>).

matière d'audace et de créativité déployées par ses auteurs. La réaction exagérée de la principale victime du canular – la chaîne CT2 – a paradoxalement eu pour effet de retourner l'opinion en faveur de Ztohoven et de lui conférer au final une notoriété d'une ampleur inespérée dans les milieux artistiques internationaux.

#### IV-2.3 L'analyse du cas au regard du schéma générique

##### *La conception est longue*

Bien qu'ayant connu un traitement médiatique considérable, cet acte canularique demeure cependant assez difficile à retracer précisément dans ses phases de conception et de fabrication. Ses auteurs multiples ont longtemps cultivé un épais mystère sur la manière dont ils ont agi et de nombreuses ambiguïtés sur les finalités réelles de leur action. Les auteurs d'un canular sont généralement assez secrets sur leurs techniques de fabrication. Mais cette culture du mystère a, dans ce cas précis, été accentuée pour des raisons assez spécifiques : l'une endogène au groupe Ztohoven et à sa « philosophie », l'autre exogène et résultant du tour judiciaire pris par les événements. Revendiquant une appartenance au monde de l'*underground* et de l'avant-garde artistique transgressive, les membres de Ztohoven se complaisent depuis toujours à donner de fausses pistes à ceux qui tenteraient de les définir ou de les cataloguer. Les lourdes menaces pénales qui, à la suite du piratage, ont pesé sur ses auteurs au regard du droit tchèque – jusqu'à trois ans d'emprisonnement et une très forte amende – les ont très rapidement contraints à un quasi-silence médiatique durant de nombreux mois. Très peu d'interviews ont en effet été accordées à la presse par les membres de Ztohoven et leurs identités restent encore aujourd'hui largement dissimulées derrière des alias et des noms d'artistes. Ce n'est d'ailleurs qu'à partir du début de l'année 2009 et la clôture des procédures engagées à leur encontre que certains d'entre eux ont commencé à s'exprimer de manière publique – principalement lors de manifestations artistiques tenues à l'étranger<sup>223</sup> - sur la façon dont ils avaient fomenté leur coup. La parution fin 2008 d'un documentaire de 45 minutes en DVD sur cette action<sup>224</sup> a certes permis de disposer de plus d'éléments sur l'affaire, mais

---

<sup>223</sup> Notamment à Barcelone en février 2009 et à Berlin en novembre 2009.

<sup>224</sup> « O Medialni Realite », documentaire tchèque de 45 minutes réalisé par Vladimir Turner, produit en 2008 et diffusé en DVD par FAMU/CAS (Filmova A Televizni Faculta AMU). Ce documentaire en langue tchèque avec sous-titrage en anglais est visible en intégralité à l'adresse <http://www.ztohoven.com/omr.html> (au 14 août 2010).

de larges zones d'ombre et incohérences subsistent dans les « explications » données a posteriori par le groupe.

Suivant notre démarche d'investigation inspirée des techniques journalistiques et de la méthode d'observation participante, nous avons tenté très tôt d'établir des contacts directs avec les auteurs de l'action<sup>225</sup>. Ce n'est cependant qu'en février 2009, lors de la tenue de la 5<sup>ème</sup> édition du festival The Influencers au CCCB<sup>226</sup> de Barcelone où ils étaient officiellement invités, que nous avons pu rencontrer deux des membres de Ztohoven impliqués dans le piratage de la CT2 et obtenu d'eux certaines informations jusque-là non-dévoilées sur le groupe et sur la façon dont l'action en question a été conçue et préparée<sup>227</sup>.

La phase de conception de l'acte fut particulièrement longue (quatre années) et entrecoupée par d'autres actions menées par le groupe ou certains de ses membres. Le projet fut assez erratique et évolua fortement depuis ses prémisses jusqu'à sa mise en œuvre effective. Les contraintes successives apparues au fil du temps et notamment les difficultés techniques de réalisation eurent notamment pour effet de faire qu'il est temporellement assez difficile de dissocier totalement la phase de conception de la phase de fabrication du canular. L'idée d'entreprendre une forme de piratage des programmes de télévision daterait de 2003, à la suite d'une action de détournement des panneaux publicitaires opérée dans les stations du métro pragois par le groupe. Constatant l'omniprésence de la publicité dans l'espace public et son impact médiatique, quelques membres du groupe se sont pris à imaginer l'effet que susciterait « *une opération de ce*

---

<sup>225</sup> Découvrant l'existence de ce canular dans la journée du 17 juin, nous avons aussitôt engagé des recherches sur Internet et contacté notre réseau d'informateurs sur le sujet pour rédiger un premier article publié le 27 juin 2007 sur le site indépendant d'information hns-info.net (article consultable en ligne au 14 août 2010 à l'adresse <http://www.hns-info.net/spip.php?article11576>). Quelques jours plus tard, nous sommes parvenus à établir un contact par échanges de courriels, puis par téléphone avec le dénommé Roman Tyc, fondateur et figure emblématique du groupe Ztohoven. Ces premiers échanges furent peu fructueux, d'une part en raison d'une barrière linguistique – Roman Tyc ne possédant que quelques rudiments d'anglais –, et d'autre part parce que les menaces judiciaires pesant sur lui et ses collègues le rendaient rétif à communiquer via courriel ou téléphone. Nous avons ensuite tenté d'inviter le groupe Ztohoven à la 4<sup>ème</sup> édition du festival The Influencers de Barcelone en février 2008, mais nous nous sommes heurtés, avec les organisateurs de cet événement culturel, à un refus pour cause d'attente du verdict du premier procès engagé contre le groupe.

<sup>226</sup> Centre de Culture Contemporaine de Barcelone.

<sup>227</sup> L'intervention de Ztohoven à ce festival le 7 février 2009 est consultable sur le site officiel de la manifestation à l'adresse <http://www.theinfluencers.org/ztohoven/video/1> (document en ligne au 14 août 2010). Durant ce festival, nous avons par ailleurs eu l'occasion d'échanger plus personnellement avec Roman Tyc et Prokop Bartonicek, deux des trois principaux initiateurs de ce canular. Ces entretiens qui, à leur demande, n'ont pas été enregistrés, nous ont permis d'avoir connaissance de certaines informations tenues secrètes jusque-là.

*type conduite au travers du plus puissant des médias qu'est la télévision* »<sup>228</sup>. Sur le fond, l'action projetée par Ztohoven à l'encontre de la télévision tchèque s'inscrivait en effet en continuité avec certaines opérations déjà menées par le groupe et, plus généralement, en cohérence avec le « message » qu'il entendait porter sur l'art et sur la société.

Créé en 2002 par un petit groupe d'étudiants en écoles d'art et de communication de Prague, le groupe Ztohoven est assez représentatif de ces nouveaux collectifs d'artistes qui fleurissent depuis la fin des années 1990 dans certains pays d'Europe de l'Est à la suite des profondes transformations qui ont affecté leur société après l'effondrement du communisme. Associant pratiques artistiques expérimentales, usages des nouvelles technologies et discours critique à l'égard des médias traditionnels et de la société de consommation, ces groupes relativement informels s'inscrivent dans un phénomène plus général d'émergence d'une nouvelle « contre-culture » à l'échelle internationale<sup>229</sup>. Ils puisent une partie de leur inspiration dans certains mouvements de l'avant-garde artistique et culturelle de la seconde moitié du XXe siècle (lettrisme, mouvement situationniste, Fluxus, actionnisme viennois, plagiarisme...) et recourent volontiers à des formes d'interventions esthétiques assez transgressives (happenings, installations illégales, détournements...). La pratique du *hack* (« piratage »), largement développée par une nouvelle génération d'artistes et de théoriciens des nouvelles technologies de l'information et des nouveaux réseaux sociaux<sup>230</sup>, ajoute une touche de modernité aux travaux de ces nouveaux groupes qui prennent l'espace public, et en particulier le champ médiatique, comme support de leurs interventions. Refusant l'extrême personnalisation de la création dans l'art contemporain, ces jeunes artistes privilégient l'usage des pseudonymes, des noms collectifs, voire de l'anonymat pour « signer » leurs productions.

Ztohoven est une appellation « multi-vocale »<sup>231</sup> qui, phonétiquement en tchèque, signifie à la fois « partir loin de là » et, de manière moins métaphorique, « cent merdes ».

---

<sup>228</sup> Selon les mots de Roman Tyc, le 7 février 2009 lors de son exposé au festival The Influencers.

<sup>229</sup> Pour une analyse développée de cette nouvelle forme de contre-culture émergée à l'échelle internationale durant les années 1990, nous renvoyons à notre exposé du 26 mai 2005 dans le cadre des rencontres Utopiebaustelle à la Bauhaus Universität de Weimar intitulé « From underground to no ground » qui tente de définir les similarités et les spécificités entre le mouvement contre-culturel des années 1960-1970 et celui plus diffus des années 1990-2000.

<sup>230</sup> Nathalie Magnan, dans une conférence de l'Observatoire des nouveaux médias (ENSAD – université Paris 8) du 30 mars 2009, définit le « hack » de la manière suivante : « *Hack sonne comme le coup de hache qui permet de construire des meubles. Aujourd'hui cela désigne le recodage d'une tâche, le contournement d'une barrière. Le hacker, à la frontière de la légalité, joue avec le code et les codes; il circule librement de machine en machine et refuse la propriété.* » (Source : [http://www.arpla.fr/odnm/?page\\_id=7343](http://www.arpla.fr/odnm/?page_id=7343), consultable en ligne au 5 octobre 2010).

<sup>231</sup> Suivant le terme utilisé par Roman Tyc lors de son exposé du 7 février 2009 à Barcelone.



Construit autour d'un petit noyau d'individus, le collectif voit sa composition plus large évoluer au fil du temps en fonction des projets développés et des moyens requis pour les mettre en œuvre. Revendiquant une centaine de membres lors de leurs rares déclarations aux médias après l'action de piratage de Panorama, les initiateurs du projet acceptent en privé de reconnaître que ce nombre n'excède pas en réalité une trentaine de personnes et que seule une partie d'entre elles a été effectivement engagée dans l'opération menée en juin 2007. La plupart des membres ont un nom d'artiste en forme de jeu de mots : Eman Cipace (« émancipé »), Mira Slava (« Paix et Liberté »), Ketchup, Roman Tyc... Un peu plus âgé que ses complices (32 ans au moment des faits), c'est ce dernier qui fait figure de *leader* du groupe. Depuis 2003, il dispose d'une petite notoriété dans les milieux artistiques et journalistiques pragois suite à la première action de détournement engagée par Ztohoven lors de la commémoration officielle des derniers jours passés par Vaclav Havel à la présidence de la République<sup>232</sup>. Son influence esthétique et idéologique sur le groupe est indéniable. Ses travaux personnels<sup>233</sup> témoignent d'un esprit sombre, mystérieux et assez transgressif. Son univers, empreint de cynique et d'absurde, s'inscrit dans une certaine tradition littéraire tchèque et témoigne aussi d'un regard inquiet sur les dérives coercitives du monde contemporain. Un mystère et une inquiétude en fond de réflexion esthétique sur le monde qui d'ailleurs a conduit le groupe Ztohoven à faire du point d'interrogation la signature systématique de toutes ses interventions esthétiques de 2003 à 2004<sup>234</sup>.

Après les premiers coups d'éclat réussis en 2003, Ztohoven a souhaité, selon les dires de ses initiateurs, aller plus loin dans sa démarche d'intrusion au sein de l'espace public en s'attaquant cette fois-ci à la télévision. L'occasion leur en a été donnée grâce à un proche du groupe qui est parvenu fin 2003 à localiser précisément une des caméras stationnaires diffusant quotidiennement et en direct des images de paysage dans l'émission Panorama

---

<sup>232</sup> En janvier 2003, lors des commémorations en hommage à Vaclav Havel qui achève son dernier mandat présidentiel, Ztohoven réussit à déconnecter la moitié gauche de l'immense néon en forme de cœur qui surplombe le château présidentiel – une œuvre réalisée par l'artiste Jiri David. Le symbole d'amour se trouve alors transformé en un immense point d'interrogation lumineux, comme pour interroger l'opinion sur le réel bilan d'un président en fin de mandat. Ce happening vaudra à Roman Tyc une arrestation en bonne et due forme et une certaine notoriété pour lui et son groupe dans la presse pragoise.

<sup>233</sup> Exposés en partie sur son propre site en accès restreint (<http://www.romantyc.info>), consultable en ligne au 14 août 2010.

<sup>234</sup> « ? » : c'est le symbole qui s'affiche au-dessus du Palais présidentiel après l'extinction volontaire de la moitié gauche de l'immense cœur lumineux installé en hommage à Havel ; « ? » encore qui orne exclusivement les 800 affiches apposées en lieu et place des publicités effacées dans le métro pragois ; « ? » toujours dans les expositions illégales organisées dans l'espace public en 2004 et en illustration systématique des premières version du site Internet du groupe Ztohoven.

de CT2. Panorama, loin d'être uniquement une émission informative de prévisions météo, est aussi et dès cette époque un support de promotion des offices de tourisme et des stations de ski. En infraction aux règles de la télévision publique tchèque, les annonceurs contribuent doublement pour leur présence dans l'émission : en achetant l'espace publicitaire à l'intérieur des programmes et en payant directement certains coûts de fabrication du programme lui-même. La cible de Ztohoven et la justification de leur intervention sur ce programme en particulier sont donc déjà trouvées. Mais la nature exacte du mode opératoire n'est pas encore définie.

A partir du printemps 2004, une partie du groupe va procéder à un repérage systématique des sites et des webcams qui alimentent en images les séquences du programme météo de la chaîne publique<sup>235</sup>. L'accès des sites, interdit au public et prétendument sécurisé, s'avère dans les faits très perméable et non surveillé. A cette époque, le groupe Ztohoven ne s'oriente pas encore en direction d'une action mystificatrice de nature canularique. Le piratage envisagé est de nature plus satirique et ludique : il s'agirait de produire en direct un jeu de marionnettes devant plusieurs des webcams dispersées dans les montagnes tchèques pour symboliser la manipulation des esprits exercée par les médias commerciaux et par la publicité. Très rapidement, le projet se révèle peu réalisable : les caméras des différentes stations sont juchées en hauteur, souvent à l'extrémité d'un pylône qui rend difficile la mise en place d'un tel spectacle. Par ailleurs, une action quasi-simultanée sur des sites dispersés suppose une logistique et un effectif d'intervenants dont le groupe ne dispose pas. L'idée d'un piratage du signal de transmission des images fait alors son apparition, mais elle nécessite que Ztohoven recrute de nouveaux membres possédant de sérieuses compétences techniques en la matière. De nouveaux venus – plus jeunes que ceux qui composent le noyau initial de Ztohoven – vont progressivement rejoindre le groupe autour de ce projet dont la préparation doit rester totalement secrète.

Après plusieurs expertises des stations visées, il s'avère que la technologie utilisée par la chaîne rend très difficile une insertion pirate d'images préenregistrées. Une seule des caméras inspectées est susceptible d'être assez facilement détournée avec les moyens dont dispose le groupe. Cette contrainte va imposer de repenser profondément le projet initial ; la séquence panoramique diffusée par chacun des sites étant d'environ 45

---

<sup>235</sup> Ce sont sur ces images de repérages effectués en 2004 par des membres de Ztohoven que débute le documentaire de Vladimir Turner, « O Medialni Realite », *Op. cit.*

secondes, l'impact médiatique d'une saynète de marionnettes aurait été bien dérisoire au regard des risques de poursuite encourus pour atteinte au monopole d'Etat qui régit la diffusion hertzienne en République tchèque. Sans envisager une mystification durable des téléspectateurs, les concepteurs de l'opération souhaitent cependant engendrer un effet spectaculaire en optant pour des images réalistes et à caractère catastrophique.

Pratiquant pour la première fois un acte de nature canularesque, les auteurs déclarent que leur principale référence dans ce domaine à cette époque était celle de la fameuse émission radiophonique d'Orson Welles mettant en scène La Guerre des Mondes sur CBS en 1938. Le choix consistant à montrer sans avertissement préalable les images d'une explosion atomique s'inscrit effectivement dans la veine apocalyptique de certains canulars des années 1930 et 1940 ; il a vraisemblablement été influencé aussi par le contexte diplomatique assez tendu des années 2006 et 2007 précédemment exposé.

L'analyse de la phase de conception de ce canular souligne les nombreux aléas rencontrés par les auteurs de ce type d'acte et en particulier l'incidence des contraintes techniques – notamment dans le cas d'une opération de nature assez sophistiquée – qui induit une réévaluation importante du projet tel qu'il avait initialement été envisagé. Dans le cas présent, ces contraintes ont non seulement eu une incidence sensible sur la nature et le style du discours propagé, mais également sur la modalité et le registre de l'acte lui-même. Le caractère canularesque de l'action ne s'est que très tardivement imposé comme vecteur possible des intentions discursives du groupe.

### *Une fabrication technique*

Comme dans plusieurs autres cas étudiés dans notre corpus d'analyse, les phases de conception et de fabrication de l'opération conduite par Ztohoven se sont pour une large part déroulées simultanément. La cible et le vecteur de perpétration médiatique du canular, qui ici ne faisaient qu'un (CT2 et son programme météo du matin), ayant, très tôt, été définis par l'auteur, les travaux de repérage et les préparatifs techniques de l'opération ont très vite commencé pour répondre aux impératifs complexes et délicats de mise en œuvre d'un piratage en direct sur une chaîne de télévision. A plusieurs reprises, le documentaire réalisé sur cette opération montre des images de repérages et de

« visites » sur les différents sites à partir desquels l'opération de *hacking* était susceptible d'être opérée. Au final, après que plus de dix stations de transmission aient été inspectées, seul le relais de Cerny Dul, équipé en câbles optiques et non en câbles coaxiaux, s'est avéré susceptible d'être piraté avec les moyens du bord.

Dans leur discours, les responsables de la télévision tchèque ont beaucoup exagéré l'importance et la sophistication des moyens techniques qui auraient été mis en œuvre par les « hackers ». Ces déclarations marquaient surtout une volonté de dramatiser et de criminaliser à outrance l'action et témoignaient aussi de leur tentative de masquer les failles de sécurité importantes de leur système de captation et de transmission des images. Les préparatifs techniques n'expliquent cependant que pour partie le temps conséquent qui s'est déroulé entre les premiers repérages et le passage effectif à l'action. Le choix du type d'images à diffuser a fait l'objet de nombreuses discussions entre les membres du collectif. Il a fallu déterminer aussi une période de l'année où le site était facilement accessible<sup>236</sup> et un jour de la semaine assez calme pour faciliter un éventuel repli en catastrophe de l'équipe.

La préparation de la fausse séquence montrant l'explosion nucléaire a également nécessité de nombreuses heures de travail. Si les effets de « blast » (lumière blanche intense de l'explosion), puis le brouillage final de l'image sous l'effet des radiations constituent des trucages aisément réalisables, l'incrustation dans le paysage du champignon atomique a visiblement requis davantage de manipulations. Après nombre de visionnages, les images de l'explosion jugées les plus adaptées furent celles d'un essai nucléaire américain de 1952, extraites d'archives militaires aujourd'hui déclassifiées et disponibles sur le site du DOE, le Département Américain à l'Énergie et à la Sécurité Nucléaire<sup>237</sup>. En optant pour un mode d'intervention de nature canularique, Ztohoven a dû aussi s'entourer des conseils d'un ou de plusieurs juristes. Afin de ne pas aggraver leur cas, les auteurs du piratage ont choisi aussi de présenter un indice de facticité et d'incongruité de la séquence en faisant apparaître durant toute sa durée l'adresse de leur site en incrustation. Outre le gain de notoriété qu'un tel affichage pouvait leur conférer, le

---

<sup>236</sup> Situés en moyenne montagne, les alentours du relais de Cerny Dul sont peu praticables et la période d'enneigement est parfois longue de l'automne au printemps.

<sup>237</sup> Selon les spécialistes du site anti-conspirationniste Godlikeproductions qui, dès le début de l'après-midi du 17 juin 2007, avaient identifié la provenance de ces images. Ces informations diffusées à l'adresse <http://www.godlikeproductions.com/bbs/message.php?message> ne sont plus consultables en ligne depuis décembre 2008.

site en question créé pour l'occasion<sup>238</sup> permettait dès sa page d'accueil de saisir la nature canularsque de la mystification opérée.

### *Performance éclair*

La phase de performance de cet acte canularsque a été extrêmement courte. L'objet de la mystification (la fausse séquence diffusée par piratage), certes très spectaculaire, était d'une durée très réduite et diffusée auprès d'une audience restreinte et, dans l'ensemble, peu attentive. Les quelques milliers de téléspectateurs qui ont suivi la séquence avec attention ont certainement été surpris, voire inquiétés pendant un court moment, par les images diffusées. Mais l'événement, s'il avait été réel, était d'une telle ampleur qu'il aurait très vite entraîné l'apparition d'un flash spécial d'information sur toutes les radios et naturellement sur CT2. Au lieu de cela, les programmes de la chaîne ont ostensiblement poursuivi leur cours sans faire état de l'« information », si ce n'est pour la démentir formellement en toute fin de matinée. Les auteurs du canular ne disposaient évidemment d'aucun élément d'information concernant la manière dont les téléspectateurs réagissaient pendant la diffusion car ils étaient tous mobilisés sur le site de Cerny Dul ou à ses abords. Ils semblaient plus préoccupés par les retombées médiatiques de leur « coup » que par les effets éventuellement produits auprès des téléspectateurs. Si les fausses images diffusées ne manquaient pas d'un certain réalisme et que le contexte diplomatique des derniers mois avait été tendu, bien peu de Tchèques pouvaient cependant croire sérieusement à une attaque nucléaire contre leur pays. Par ailleurs, la signature laissée à l'écran par Ztohoven – dont la signification farcesque ne pouvait guère échapper au public – a vraisemblablement fonctionné comme un indice assez évident d'incongruité, donnant un caractère plus provocateur que véritablement effrayant à la séquence.

Le discours des différents protagonistes de l'affaire a naturellement longtemps divergé sur les effets prétendument produits sur le public par ce « happening » télévisuel. Les membres de Ztohoven, très vite informés du souhait des autorités de les poursuivre en justice, ont naturellement tenté de minimiser l'affaire et affirmé que leurs intentions

---

<sup>238</sup> Selon les informations de Whois.net (<http://whois.net/whois/ztohoven.com>), site officiel des dépôts de noms de domaine sur Internet tel que consultable au 15 août 2010.

étaient essentiellement artistiques, tandis que les responsables de la télévision publique ont, à l'inverse, singulièrement exagéré la gravité de l'acte. Dès ses premières déclarations faites à la mi-journée, le porte-parole de la Télévision publique, Martin Krafl, a volontairement dramatisé la situation en évoquant « *les multiples plaintes de téléspectateurs* », ainsi qu'« *un nombre significatif d'appels paniqués* »<sup>239</sup> reçus dans la matinée aux standards téléphoniques de la chaîne et des services de police. Certains responsables de la police se sont également exprimés pour assimiler l'opération à un acte criminel, souligner le caractère « *extrêmement organisé et qualifié* » des auteurs de la mystification et insister sur le fait que, au regard de la loi, ils encouraient une peine de trois années de prison pour « *fausse nouvelle alarmante* »<sup>240</sup>.

Les témoignages rapportés dans la presse les jours suivants sont beaucoup plus circonspects sur la prétendue panique qui aurait frappé nombre de téléspectateurs. Les très nombreuses interventions d'internautes dès le matin du 17 juin sur les sites des principaux quotidiens d'information tchèque<sup>241</sup> ne laissent pas entrevoir de cas de personnes qui auraient été affolés plus de quelques secondes en regardant le programme. Sommés durant l'instruction du premier procès de fournir des témoignages explicites à ce sujet, les responsables de la chaîne ont botté en touche en arguant de la difficulté à retrouver la trace des personnes qui s'étaient plaintes. Jiri Baumruk, président de la télévision publique, à nouveau interrogé sur ce point durant le procès en appel, finira par reconnaître que la chaîne n'avait reçu que très peu de plaintes de téléspectateurs, « *trois ou quatre* » suivant ses dires.

Selon la presse écrite, certains téléspectateurs ont bien été « choqués », mais surtout par le fait qu'il était possible de piéger aussi facilement la télévision. Parmi certaines personnes âgées, l'idée que de jeunes artistes pragois s'adonnent à ce type de provocation a naturellement suscité des réactions de désapprobation. Jan Lasek, expert en psychologie et mandaté par la Cour sur l'affaire, a résumé les conclusions de son rapport en ces mots : « *Je ne pense pas que l'impact ait été aussi dramatique que certains voudraient le faire croire, les auteurs compris* »<sup>242</sup>. Dans les attendus du verdict du procès en première instance acquittant les accusés, la juge Stanislava Suchankova est allée plus loin en

---

<sup>239</sup> Propos rapportés dans le documentaire « O Medialni Realite », *Op. Cit.*

<sup>240</sup> *Ibid.*

<sup>241</sup> En particulier les sites Internet des quotidiens *MF DNES* et *Lidové Noviny*.

<sup>242</sup> Propos rapportés dans le documentaire « O Medialni Realite », *Op. Cit.*

déclarant : « *Cela a été de l'art, de l'ironie, mais pas une volonté malveillante d'alarmer la population* »<sup>243</sup>. Et d'estimer au final que les auteurs du « délit » : « *avaient certainement moins effrayé les gens qu'ils ne les avaient amusés* »<sup>244</sup>.

Si mystification il y eut, elle fut donc bénigne, très circonscrite dans la durée et dans ses effets au sein du public. Les recherches approfondies que nous avons conduites dès le 17 juin soulignent qu'aucun média ou support d'information, même parmi les sites Internet ou les blogs, ne semble avoir véhiculé la fausse nouvelle. La nature et le statut particuliers de l'objet mystificateur ne rendaient guère sa propagation évidente : l'émission Panorama n'a pas le rang d'une émission réalisée par des journalistes et elle n'est guère suivie par les professionnels de l'information.

Dans cette affaire, la principale tentative de mystification massive de l'opinion fut probablement celle des responsables de la télévision publique tchèque visant à faire croire que le piratage de Ztohoven avait entraîné une grave mystification des téléspectateurs.

### ***Révélation quasi-instantanée***

A l'instar de la phase de performance qui fut de courte durée et n'engendra pas d'importants effets mystificateurs, la phase de révélation de la mystification a été succincte et presque concomitante avec la phase précédente. Le renvoi au site de Ztohoven affiché durant la fausse séquence de l'explosion atomique constituait en soi une première forme de démystification. Le démenti diffusé par la télévision tchèque dès la fin de matinée et les nombreuses interventions de ses responsables dans les médias durant toute la journée ne laissaient aucune chance à un téléspectateur abusé par la fausse séquence de perdurer dans l'ignorance des faits.

Les membres de Ztohoven qui au départ tenaient à entretenir une part de mystère, ont cependant, au vu des événements, ressenti le besoin dès le 18 juin de produire un communiqué plus explicite quant à la revendication et à la justification de leur acte. Il est

---

<sup>243</sup> *Ibid.*

<sup>244</sup> Propos rapporté par Max Ruzicka, journaliste de Radio Prague, le 1<sup>er</sup> avril 2008 dans un article consacré à l'affaire, publié sur le site de la station (article consultable en ligne au 16 août 2010 à l'adresse : <http://www.radio.cz/fr/article/102540>).

vrai qu'ils ne s'attendaient pas, au moment où ils ont fomenté leur action, à une telle dramatisation des faits de la part de la télévision publique et par les autorités. L'annonce de poursuites judiciaires à leur encontre les a vraisemblablement conduits à être moins laconiques qu'à l'accoutumée. La police ayant dès le 17 juin engagé une procédure d'effacement du site dans le cyberspace, les membres de Ztohoven se voyaient privés de leur principal moyen de communication, alors qu'ils devaient tenter de contrer le discours peu flatteur que véhiculait la télévision à leur endroit. Dans leur communiqué d'une vingtaine de lignes, adressé aux médias le 18 juin<sup>245</sup>, les membres de Ztohoven déclarent en préambule qu'ils ne sont « *ni un groupe terroriste, ni une organisation politique* », mais « *un groupe artistique* » et que « *leur intention n'était pas d'effrayer le public ou de le manipuler comme cela est le cas dans le monde réel et médiatique* ».

Leur démarche, qu'ils qualifient d'artistique, est cependant profondément empreinte d'une phraséologie constestatrice, notamment à l'égard des médias et de la publicité. « *Cette action vise à montrer concrètement le pouvoir d'influence mais aussi la vulnérabilité des médias à notre époque (...). Nous souhaitons alerter le public sur la façon dont la publicité viole et exploite nos désirs, nos idées et nos perceptions des choses avec pour but exclusif de nous pousser à consommer* ». Si la rhétorique employée par Ztohoven est assez confuse et que le ton est particulièrement péremptoire, le discours reflète assez bien ce qui constitue la ligne directrice des interventions du groupe depuis 2003 : un refus de confiner la créativité aux seuls lieux institutionnels dévolus aux arts et à la culture et une volonté de se réappropriier l'espace public et médiatique, quitte à enfreindre les règles imposées par une culture marchande qui serait devenue avilissante.

En dépit de ce communiqué se voulant rassurant sur leurs intentions, les membres de Ztohoven ne sont pas parvenus, dans les heures qui suivirent leur piratage télévisuel, à lever tous les soupçons qui pouvaient peser sur eux. En cultivant un discours aux consonances très radicales et un imaginaire proche de celui d'un groupe clandestin ou d'une société secrète (pseudonymes, anonymat, photos d'eux-mêmes cagoulés diffusées sur Internet,...), le tout sans aucun soupçon d'humour ou d'autodérision, ils ont en partie accrédité l'image un peu sinistre et potentiellement dangereuse qu'une partie des autorités tchèques a voulu donner d'eux. La suite des événements leur ont heureusement donné

---

<sup>245</sup> Communiqué disponible en tchèque et anglais sur le site de Ztohoven, re-ouvert en 2008, à l'adresse <http://www.ztohoven.com/omr.html> (consultable en ligne au 16 août 2010).



l'occasion de rectifier leur image publique et même de tirer une certaine gloire de leur action.

### *La narration est redressée*

Différemment des deux précédentes phases qui se sont jouées en quelques heures seulement, la phase de narration de cet acte canularique hors du commun s'est étendue sur une période de deux ans avec une intensité médiatique – au moins en République tchèque – assez forte. Cette résonance médiatique au long cours est une des conséquences directes des procédures judiciaires engagées par les autorités télévisuelles à l'encontre de Ztohoven.

La réaction de CT2 à l'égard des auteurs de ce canular a, en effet, été assez atypique au regard de l'attitude prévalant habituellement chez les victimes directes ou indirectes de ce type d'acte. Ainsi, dans le cas du canular perpétré par les Yes Men en décembre 2004<sup>246</sup>, la BBC, piégée par une fausse nouvelle, n'avait pas engagé de mesure de rétorsion à l'encontre de ses auteurs, faisant même fait preuve d'un grand fair-play en reconnaissant ses torts. Il est vrai que le piratage du programme de la télévision tchèque en juin 2007 constituait un « délit » de nature assez différente : il ne résultait pas d'une défaillance journalistique dans le procès de vérification de l'information, mais relevait d'une infraction aux règles en vigueur sur la radiodiffusion, passible de sévères condamnations dans le droit tchèque. Cette infraction a d'ailleurs été spécifiquement sanctionnée par une amende de 50000 couronnes tchèques à verser par plusieurs des membres de Ztohoven ayant participé à l'action.

Mais la nature particulière de l'infraction commise par Ztohoven n'explique pas à elle seule la réaction très appuyée de CT2 et des pouvoirs publics. Ce piratage avait l'heur de mettre en lumière certaines irrégularités commises par la télévision publique et ce à un moment où elle faisait déjà l'objet d'attaques récurrentes sur ses pratiques professionnelles et sur la qualité de ses programmes. Ce canular a d'abord pointé la perméabilité des mesures de sécurité supposées entourer les sites de captation et de

---

<sup>246</sup> Nous renvoyons à l'analyse détaillée de ce cas en pp. 261 à 278.

diffusion des images servant de support à l'émission Panorama, puis, au fil des révélations, les pratiques douteuses de la chaîne en matière de commercialisation des espaces publicitaires abrités par ce programme. Le premier point a d'ailleurs valu à la chaîne une condamnation et une amende pour non-respect de ses obligations et le second une enquête du Conseil de la Radio et de la Télédiffusion Tchèque avec injonction de faire cesser certaines pratiques commerciales en contradiction avec les missions de service public édictées par l'Etat.

Dans un premier temps, la phase de narration de cet acte canularique a été marquée par une nette prééminence du discours de la victime – la télévision publique tchèque – au détriment de celui des auteurs qui étaient sous le coup d'une enquête policière et qui voyaient peser sur eux l'épée de Damoclès d'un procès annoncé.

Mais les médias tchèques du secteur privé et les médias étrangers ont eux aussi joué un rôle très important dans la narration médiatique de ce canular. Ils ont même, à un certain stade de l'affaire, contribué à infléchir l'attitude de la justice tchèque en donnant de Ztohoven une image plus valorisante que celle dont le groupe avait été au départ gratifié. Dans le cas de ce canular, il y a donc eu plusieurs types de récits médiatiques selon la nature des médias considérés, leur implication directe ou non dans l'affaire et aussi suivant le moment où ces narrations ont été produites. L'abondance du traitement journalistique consacré à cet acte canularique et à ses suites fut telle qu'elle mériterait certainement un exposé plus détaillé que celui auquel nous allons nous livrer. La taille et la diversité de notre corpus d'analyse ne nous permettant guère de procéder à une étude exhaustive d'un cas particulier, nous ne relèverons ici que ce qui nous a semblé être les grandes lignes de ce qui a constitué la parole publique et médiatisée sur cette affaire.

Lors de la première phase de couverture médiatique – celle qui de loin fut la plus intense – et concerna les premiers jours qui suivirent l'événement, cinq grands types de traitement journalistique furent à l'œuvre :

- *Le traitement de l'affaire opéré par les stations radio et télé appartenant au consortium de la télévision tchèque.*

Ce traitement fut particulièrement orienté et exclusivement à charge contre les auteurs du piratage. L'extrême dramatisation des faits à laquelle la télévision publique tchèque s'est livrée avait vraisemblablement pour objectif de tenter de masquer les défaillances dont elle venait de faire preuve dans cette affaire. En aggravant la nature réelle des faits et en jouant à l'excès le rôle de la « victime innocente », le service public de la télévision est indéniablement parvenu à obtenir le soutien de la frange la plus conservatrice de l'opinion, comme en témoignent de nombreuses réactions relevées sur les forums des sites Internet des grands médias nationaux s'en prenant à une jeunesse pragoise jugée « privilégiée » et « irresponsable »<sup>247</sup>. A la fois cible du canular et source d'information privilégiée sur son déroulement et ses conséquences supposées, la télévision tchèque a également exercé, durant les premières heures, une forte influence sur la manière dont un certain nombre de médias tchèques traitèrent le sujet. L'acharnement dont elle a ensuite fait preuve à l'égard des membres de Ztohoven, notamment lors de leur interpellation par la police le 8 août 2007, a, à l'inverse, largement participé à développer un sentiment de suspicion quant à l'objectivité de son traitement journalistique.

- *Le traitement des autres médias d'information tchèques.*

Relativement circonspects quant aux effets de panique suscités par le canular de Ztohoven, ils ont dans l'ensemble opté pour un traitement plus distancié que celui de la télévision publique, même si, dans un premier temps, ils ont eux aussi participé au déferlement médiatique alimenté par la télévision publique. Les grands quotidiens nationaux ont tenté d'offrir un portrait plus objectif du groupe Ztohoven et de ses pratiques artistiques en rappelant leurs actions passées et la petite reconnaissance dont ils faisaient l'objet dans le milieu de l'avant-garde pragoise. Pour sa part, la chaîne de télévision privée Nova, net leader en audience,

---

<sup>247</sup> Suivant des expressions relevées dans les forums très fréquentés des sites des quotidiens *MF DNES, Lidové Noviny* et du site de l'hebdomadaire *Reflex*.

a tenté d'allier confraternité et concurrence à l'endroit de la télévision publique en proposant un traitement plus équilibré de l'affaire, en dépit du refus des membres de Ztohoven de s'exprimer à l'antenne. Sans atteindre l'ampleur du débat suscité à propos des pratiques journalistiques dans les médias belges à la suite du canular de la RTBF en décembre 2006, cette nouvelle affaire est cependant parvenue à ouvrir certains espaces de discussion sur ces questions en République tchèque dans certains titres de la presse de qualité.

- *Le traitement du canular par les chaînes de télévision étrangères.*

Il fut quantitativement très élevé<sup>248</sup>, mais dans l'ensemble assez peu développé d'un point de vue journalistique. Si les courtes images de l'intrusion télévisuelle de Ztohoven ont souvent été rediffusées par les chaînes nationales et internationales d'information continue et dans les émissions de *zapping* des grandes chaînes généralistes, le développement de l'information sur l'événement a été généralement succinct, pour ne pas dire minimal. Le démenti d'une éventuelle explosion nucléaire en Bohême ayant été très rapide, aucune chaîne étrangère n'a diffusé ces images en pensant qu'elles étaient réelles. Cette propagation exceptionnelle des images de la fausse séquence en même temps que le caractère minimaliste des commentaires les accompagnant s'explique largement par la dimension très spectaculaire du support de la mystification. Nombre de chaînes étrangères, peu au fait du contexte médiatique tchèque, n'ont pas jugé bon d'expliquer plus en détail les tenants et les aboutissants de ce canular. Souvent ramenée à un format de 15 ou 30 secondes après montage, la séquence initiale a naturellement séduit les programmeurs par son caractère insolite et étrange, plus proche du divertissement que de la pure information. Vue de l'étranger, l'absence de victime grave de cette tentative de mystification n'incitait pas à développer l'information.

---

<sup>248</sup> Le chiffre approximatif de 100 à 200 chaînes ayant repris les images piratées de l'émission Panorama avancé par Prokop Bartonicek lors d'un entretien réalisé en février 2009 est vraisemblable au regard de l'importance des références renvoyant à cette séquence dans les moteurs de recherche tels que ceux de Google, Yahoo ou Bing.

- *Le traitement du canular par certains titres d'information à l'étranger.*

Nombreux furent aussi les quotidiens ou les hebdomadaires étrangers de référence qui reprirent la nouvelle, principalement dans les pays où les canulars médiatiques et les happenings artistiques audacieux sont monnaie courante (Etats-Unis, Belgique, Allemagne, Italie, Grande-Bretagne...). Dans les jours qui suivirent le 17 juin, le traitement qu'ils accordèrent au piratage de Ztohoven fut, à l'instar des grandes chaînes étrangères, assez bref et superficiel, renvoyant souvent à leur site Internet où la vidéo de la séquence piratée était mise en ligne. Ce traitement rapide et de seconde main, reprenant pour l'essentiel les informations des grandes agences de presse, s'explique dans ce cas par le peu d'informations précises dont disposaient ces rédactions sur l'événement et sur ses auteurs. Bien que très sommaire, ce traitement a néanmoins éveillé la curiosité des journalistes spécialisés dans ce type de sujet ainsi que l'intérêt des milieux artistiques et contestataires hors de la République Tchèque.

- *Le traitement du canular sur certains sites, blogs et listes de diffusion.*

Ce sont surtout les sites artistiques, activistes et plus encore les sites référencés comme « art-activistes »<sup>249</sup> qui ont, dans un premier temps, accordé le plus d'attention et de développement rédactionnel sur cette « performance », le plus souvent par sympathie pour ce genre de démarche transgressive. D'une fréquentation évidemment bien moindre que celle des médias évoqués précédemment, ces petits supports spécialisés avec leurs réseaux de fidèles et d'experts ont néanmoins fortement enrichi les informations disponibles sur ce canular et parfois contribué activement à la mobilisation en faveur des membres de Ztohoven à un moment où ils ne pouvaient guère s'exprimer librement.

Rarement un acte canulareresque n'aura suscité un volume aussi abondant de traitements éditoriaux dans une telle variété de supports d'information. Notre rapide analyse du traitement de l'affaire par ces différents types de médias dans les premiers jours qui ont

---

<sup>249</sup> A titre d'exemple, le site « Art of the prank » de Joey Skaggs, très fréquenté par les spécialistes de ce type d'intervention, a publié pas moins de six articles au sujet du canular de Ztohoven (<http://artoftheprank.com>, tel que consultable au 24 août 2010).

suivi le canular de Ztohoven met notamment en lumière que derrière le discours dominant – celui d’une condamnation ferme des auteurs de l’acte – d’autres formes de narration médiatique sont néanmoins parvenues à émerger et permettre progressivement une transcription des faits moins partielle que celle initialement engagée.

Cette première vague de traitement médiatique, très courte et très intense, a logiquement connu un rapide déclin. En juillet, l’affaire avait pratiquement disparu de l’actualité et les choses en seraient peut-être restées là si une impressionnante opération de police déclenchée le 8 août 2007 dans différents lieux de Prague au matin n’avait débouché sur l’arrestation musclée de sept des membres du collectif. La disproportion des moyens mis en œuvre et surtout la manière très discutable dont la télévision publique rendit compte de l’information<sup>250</sup> provoqua un revirement de nombreux médias en faveur des jeunes artistes. L’étonnement des rédactions nationales et internationales devant un tel déploiement de forces fut en effet vif, même si la nouvelle apparue en pleine période estivale ne suscita sur le moment que de brefs commentaires.

Relâchés au bout de deux jours, les trois principaux accusés décidèrent, dans les limites de ce que la procédure judiciaire en cours leur autorisait, de prendre la parole dans les médias, en particulier dans certaines radios pragoises très écoutées des jeunes. Leur discours, désormais moins systématiquement empreint d’invectives à l’égard du monde médiatique, s’est davantage focalisé sur le caractère kafkaïen et disproportionné des procédures dont ils faisaient l’objet. Mettant en avant le caractère artistique de leur démarche, les membres de Ztohoven ont alors choisi de réfuter le terme de « hoax » pour qualifier leur action, pour lui préférer l’expression à connotation plus avant-gardiste et esthétique de « performance ». Plus volubile que Roman Tyc, considéré jusque-là comme le porte-parole du groupe, Ztohoven a alors davantage mis en avant Prokop Bartonicek – autre figure du groupe apparaissant désormais sous sa véritable identité – pour intervenir dans les médias. Plus volubile que son collègue et doté d’un indiscutable sens de l’humour, le jeune homme a beaucoup contribué à donner de Ztohoven l’image d’un groupe plus facétieux que véritablement inquiétant.

---

<sup>250</sup> L’information fut annoncée en urgence sur CT24, la chaîne d’information continue de la télévision publique, par un bandeau-texte défilant et une voix « off » sur fond d’images d’un groupe de Talibans maniant un important arsenal militaire.

La mobilisation des milieux artistiques, universitaires et intellectuels qui s'est mise en place à la fin de l'été 2007 autour de la pétition réclamant la grâce présidentielle pour les inculpés a également favorisé une couverture journalistique plus bienveillante à l'égard de Ztohoven et vraisemblablement pesé lourd dans la décision de la Galerie nationale de Prague de leur décerner un prix spécial – le prix NG 333 – en décembre 2007. En acceptant cette distinction – pourtant parrainée par une entreprise spécialisée dans la surveillance et remise par les principaux représentants de l'art institutionnel en République tchèque – les membres de Ztohoven ont évidemment essuyé les critiques des milieux artistiques les plus radicaux, ainsi que les sarcasmes de Jiri David, celui-là même qu'ils avaient qualifié d'artiste officiel en 2003 pour son installation lumineuse en hommage à Havel au-dessus du palais présidentiel. Pour autant, l'attribution du prix NG 333 a eu deux effets positifs majeurs pour Ztohoven. Elle leur a, d'une part, conféré la reconnaissance officielle de leurs « pairs » tant en Tchéquie que dans les réseaux internationaux de l'art expérimental et, d'autre part, elle leur a permis de développer l'image d'un groupe plus conventionnel et aux intentions plus esthétiques que malignes auprès des grands médias tchèques.

La répression excessive dont Ztohoven a fait l'objet durant l'été 2007, associé au repositionnement<sup>251</sup> de son image publique intervenu à l'automne, a relancé l'intérêt des médias pour l'affaire durant les semaines qui ont précédé le procès tenu en janvier 2008 au tribunal de Trutnov. Durant cette période et également à la suite du verdict d'acquittement, nombre de médias, en particulier de la presse écrite nationale et internationale, consacrèrent à nouveau un traitement conséquent au canular, à ses auteurs et à leurs motivations. Plusieurs grands titres internationaux de référence – notamment le

---

<sup>251</sup> C'est à dessein que nous employons ici le terme de « repositionnement » habituellement utilisé par les milieux du marketing et de la communication persuasive. Cette stratégie délibérée de Ztohoven d'offrir au groupe une image plus conventionnelle de lui-même est palpable dans l'inflexion de son discours : « Nous ne pensons pas que cette performance ait créé la panique. Nous avons essayé de faire passer un message important par un moyen original. Nous espérons que le prix que nous a accordé la Galerie nationale va faire comprendre à la Cour quel était notre projet. Nous voulions que cette explosion fasse réaliser au public qu'il ne faut pas se fier aux informations données par les autres. Et que les gens soient incités à remettre en question la « vérité » qui leur est proposée. C'est un réflexe important, même dans une démocratie ». (Propos attribués à un porte-parole de Ztohoven interrogé par Ostař Karmodi dans son article du 29 janvier 2008 sur le site de France 24 (article consultable en ligne au 24 août 2010 à l'adresse : <http://observers.france24.com/fr/content/20080128-'art-contemporain-'invite-tele>). Cette décision assumée de séduire les médias et l'opinion publique pour peser sur la décision du juge en vue du procès est explicitement exprimée lors d'une réunion entre les membres de Ztohoven et leurs avocats. Cette séquence filmée apparaît dans le documentaire « O Medialni Realite », *Op. cit.*

*New York Times*<sup>252</sup>, *Die Welt*<sup>253</sup>, *El Pais*<sup>254</sup> – publièrent de longs articles sur le sujet, profitant de l'actualité offerte par la tenue du procès pour revenir sur cette étonnante affaire de piratage télévisuel en proposant à leurs lecteurs un traitement rédactionnel plus développé que celui déjà dispensé en juin et comprenant notamment des interviews des membres de Ztohoven. La teneur globale de la plupart des articles parus durant cette période est très indulgente, voire clairement favorable aux jeunes inculpés, désormais présentés comme des artistes audacieux et dénués de mauvaises intentions.

Sans aller aussi loin dans le panégyrique, le ton éditorial adopté par la presse tchèque semble également prendre le pas affiché par la presse internationale et par les milieux culturels et intellectuels tchèques. L'absurdité des démarches policières et juridiques initiées par la télévision publique a ravivé quelques mauvais souvenirs du régime communiste chez nombre de journalistes tchèques. La dramatisation excessive de l'affaire orchestrée par les responsables de CT2, et leur acharnement judiciaire à l'encontre de Ztohoven ont, au final, eu pour conséquence d'inverser en leur défaveur la tendance dominante dans l'opinion. Les procédures d'appel lancées par le ministère public à la suite de l'acquittement du groupe en première instance et les amendes imposées à ses membres par le Conseil de la Radiodiffusion tchèque n'ont fait que renforcer ce sentiment d'absurdité à l'encontre du comportement des autorités. A partir de début 2008, le vocabulaire et les références les plus souvent employés par les journalistes pour qualifier cet acte canularique contrastent singulièrement avec les mots et les parallèles utilisés dans les jours qui suivirent le piratage de Panorama. Les mots « terroriste », « panique » et « irresponsabilité » ont généralement fait place aux termes « art », « amusement » et « avertissement ». De manière tout aussi symptomatique, la référence à l'émission « La Guerre des Mondes » d'Orson Welles et à la prétendue hystérie collective qu'elle avait déclenchée, systématique en juin, a presque disparu au profit d'évocations nettement plus positives et en référence directe à la culture littéraire tchèque. Ainsi, l'univers kafkaïen, en particulier celui du « Procès », est fréquemment convoqué pour dénoncer l'acharnement des autorités, de même que la figure de Jara da Cirmrman, personnage fictif créé par un collectif d'écrivains et d'acteurs durant le régime

---

<sup>252</sup> Voir notamment l'article de Michael Kimmelman, « That Mushroom Cloud ? They're Just Svejkig Around », paru dans le *New York Times* du 24 janvier 2008 (article consultable en ligne au 24 août 2010 à l'adresse : <http://www.nytimes.com/2008/01/24/arts/design/24abroad.html>).

<sup>253</sup> Voir l'article de Hans-Jörg Schmidt dans *Die Welt* du 31 janvier 2008 (article consultable au 24 août 2010 à l'adresse : [http://www.welt.de/vermischtes/article1618577/Prozess\\_um\\_einen\\_Atompilz\\_als\\_Kunstaktion.html](http://www.welt.de/vermischtes/article1618577/Prozess_um_einen_Atompilz_als_Kunstaktion.html)).

<sup>254</sup> Voir l'article paru dans *El Pais* du 10 février 2008 (article consultable au 24 août 2010 à l'adresse : <http://www.elpais.com/articulo/internet/explosion/nuclear/hay/preocuparse/elpepuntec/20080210elpepuntec/1/Tes>).



communiste pour dénoncer l'absurdité de la vie quotidienne, pour qualifier la démarche et la posture artistiques de Ztohoven.

Au-delà de la narration médiatique, intense, diversifiée et évolutive qui s'est développée sur une période d'environ une année et demie, l'acte canularique étudié a également fait l'objet d'une narration auctoriale par les membres et les proches de Ztohoven.

Souvent incomplète, elliptique et orientée dans le sens des intérêts de ceux qui l'élaborent, la narration d'un acte canularique par ses auteurs comporte aussi quelques qualités propres au regard des récits produits par les journalistes. Il fournit notamment des informations jusque-là méconnues sur les phases de conception et de fabrication de l'acte ainsi que sur les intentions de ceux qui l'ont fomenté. Dans le cas présentement étudié, le « récit d'auteurs », produit par les membres de Ztohoven et leurs complices, n'échappe pas à certaines des caractéristiques du genre que nous venons de rappeler. Il comporte cependant quelques particularités qui résultent de son caractère un peu atypique au regard de la plupart des actes canulariques qui se sont produits durant la période contemporaine.

Les menaces quasi-immédiates de poursuites, puis celles effectivement engagées par la cible-victime du canular ont eu des effets impactant sur la manière dont le récit des auteurs s'est construit tout au long de la période médiatique de l'affaire (globalement de juin 2007 à fin 2008) :

- Prédominance initiale du discours et du récit de la victime (chose rare dans un acte canularique),
- Assez grand mutisme des auteurs imposé par l'enquête et l'attente du procès,
- Procédure d'objectivisation et d'investigation approfondie des faits par la justice, qui, de fait, s'impose rapidement comme un acteur essentiel de reconstitution de l'affaire (alors que cette fonction d'objectivisation de l'acte est généralement laissée aux journalistes dans la plupart des canulars médiatiques),

- Repositionnement tactique opéré du sens et des intentions données à l'action par les auteurs en fonction du contexte judiciaire et médiatique (générant certaines contradictions flagrantes dans leur discours au fil du temps).

A cette confusion des propos et à cette absence de véritable récit auctorial du canular, liées au contexte événementiel particulier ayant suivi sa perpétration, s'ajoute également la multiplicité des acteurs engagés sous le nom de Ztohoven. Le groupe actif, composé d'au moins sept personnes et quelques complices, paraît a posteriori moins cohérent que l'image qu'il a voulu donner de lui-même durant les épreuves. Certaines scènes filmées et contenues dans le documentaire du réalisateur – proche du groupe - Vladimir Turner mettent en lumière des divergences parfois assez nettes dans l'attitude à adopter face à la situation délicate rencontrée par le groupe après l'action. Les échanges que nous avons eus en 2009 avec deux des membres confirment ces dissensions internes lors de la conception et la mise en œuvre du projet ainsi que sur les choix opérés durant le procès. Plusieurs des sept membres inculpés se seraient détachés du groupe à l'issue des procédures judiciaires et Ztohoven n'a pas produit de nouvelle action publique ou intervention artistique de juin 2007 à juin 2010.

En dépit de leurs mésaventures successives, les membres de Ztohoven semblent n'avoir jamais renoncé au projet de produire leur propre récit développé de l'affaire. L'intention communicationnelle de longue date des auteurs est évidente puisque ceux-ci ont filmé les principaux temps forts de la préparation de leur forfait. Ces images des repérages opérés dès 2004 sur les sites, ainsi que celles montrant l'opération de piratage de la station de Cerny Dul figurent en bonne place dans le documentaire « O medialni realite ».

Présenté comme un documentaire sur Ztohoven et ses actions et projeté en avant-première en février 2009 lors du festival « The Influencers » à Barcelone, ce film d'une durée de 45 minutes s'apparente surtout à un récit auctorial de l'affaire visant à redresser l'image encore controversée du groupe et de ses intentions. Sur le fond, il tente de donner une cohérence au discours politique et artistique de Ztohoven en rappelant ses précédentes actions et en insistant sur sa démarche esthétique-critique face à l'envahissement quotidien de l'espace public par des discours persuasifs de nature commerciale et normalisatrice. Il propose aussi une facette plus ludique et conviviale du

groupe que celle parfois sectaire, occulte et un peu verbeuse qui transparait au regard de l'imaginaire dispensé par leur site Internet.

Plus généralement, et au-delà de son récit plus ou moins développé des différentes étapes en amont et en aval de la perpétration de leur canular nucléaire, Ztohoven parvient assez habilement à affiner son positionnement hybride entre activisme politique et intervention artistique, entre posture radicale et appartenance au milieu de l'art. Après un revirement tactique ayant conduit le groupe à se présenter à l'automne 2007 sous un visage artistique et quelque peu assagi – essuyant au passage les critiques de ses proches – le documentaire restitue sans l'amplifier la part de critique sociale et de radicalité – sinon de ses actes mais tout au moins de son discours – à l'endroit du système médiatique et institutionnel. Sur ce dernier point, Ztohoven semble vouloir signifier que son acceptation du prix NG 333 n'est qu'opportuniste et tactique, en montrant les visages goguenards et ironiques de ses membres lors de la remise de la récompense.

Au final et à l'issue du visionnage de ce documentaire, le doute subsiste toujours quant aux réelles intentions des auteurs lors de la conception du projet, comme pour renvoyer au fameux point d'interrogation qui signait leurs premières interventions. Une manière en quelque sorte de signifier que leur volonté d'attirer l'attention des médias et du public est bien arrivée à ses fins.

#### **IV-2.4 Les principaux enseignements du cas étudié**

Concernant le degré de conformité de cet acte canularique avec le schéma processuel théorique qui est le nôtre, l'analyse approfondie de ce cas souligne nombre de spécificités qui toutefois ne paraissent pas invalider fondamentalement son appartenance à la famille des canulars médiatiques.

En dépit de leurs disproportions respectives, les cinq étapes du processus canularique semblent bien exister et leurs conditions de félicité remplies assez correctement d'une phase à une autre. Certes, les étapes de conception, fabrication et narration semblent excessivement longues et prononcées au regard des phases de performance et de révélation. Les deux premières phases du processus apparaissent assez largement

entremêlées dans le temps, signalant que la représentation d'un acte canularique comme un scénario rigoureusement planifié et mécaniquement appliqué par son auteur n'est pas pertinente. Sans enlever au talent et au volontarisme des auteurs, ce canular sophistiqué rappelle la part et le poids des contraintes qui les obligent souvent à aménager, voire à bouleverser, leur plan initial d'action. Il met également en lumière l'incidence sur le déroulement et sur l'issue de l'acte des multiples interactions qui s'opèrent entre les différents protagonistes, parmi lesquels figurent, outre l'auteur et sa cible, ceux que nous appelons les « tiers-acteurs » de la situation (médias, publics, instances judiciaires...) et qui sont souvent amenés à jouer un rôle déterminant dans la réussite ou l'échec du processus engagé.

Le point le plus sensible dans la validation ou non de la nature canularique de l'opération conduite par Ztohoven concerne la phase de mystification. Y a-t-il eu mystification – au moins partielle – du public exposé ? Et si oui, cette mystification était-elle préméditée de la part des auteurs ?

Sur le premier point, et même si l'ampleur et l'intensité de la mystification fût bien faible, on peut cependant répondre par l'affirmative. La télévision publique est, *in fine* lors du procès en appel, parvenue à fournir le témoignage d'une personne déclarant avoir cru à l'explosion et ayant ressenti une angoisse jusqu'au moment de la révélation de l'imposture. Il est très probable que certaines personnes aient été surprises et, un temps, inquiétées par ces images pirates. Certes, aucun cas de panique et moins encore d'hystérie collective n'a été avéré lors de l'enquête de police. Courte et de très faible intensité sur une petite proportion de téléspectateurs, on ne peut toutefois nier l'existence d'une forme de mystification bénigne. La question de savoir si cette dimension mystificatrice de l'acte était souhaitée par les membres de Ztohoven est plus délicate à éclaircir. D'abord parce qu'ils ont publiquement nié la recherche d'un tel effet. Il convient cependant de relativiser ces déclarations publiques en cours d'instruction judiciaire de la part de jeunes gens un peu dépassés par les événements. Leur refus, plus tard, de qualifier de « hoax » cette action auprès de journaux anglo-saxons qui les ont questionnés relève sans doute moins d'une dénégation en absolu que d'une méprise sur le sens du terme : comme nous l'a souligné Prokop Bartonicek dans un échange téléphonique en novembre 2009, le terme anglais « hoax » est en tchèque traduit par une expression signifiant « fausse nouvelle alarmante », un délit gravement puni par le droit de son pays. L'accepter eut été

un aveu au regard de ses poursuivants. Argumentant plus avant sur ce point, Bartonicek, qui pratique un assez bon anglais, déclare qu'il trouve le terme anglais trop imprécis, évoquant une mystification dont l'« *exposé du caractère factice de l'imposture n'est pas toujours voulu par celui qui l'a orchestré* ». De ce point de vue, si un doute formel peut toujours subsister, il ne semble pas suffire à dénier la nature canularique de l'ensemble du processus décrit.

Au-delà de ses particularités formelles et processuelles, cet acte canularique nécessite aussi d'être plus précisément caractérisé au regard du type de discours qu'il a véhiculé et des modalités de son inscription dans le champ médiatique.

En dépit d'inflexions assez sensibles apportées par les auteurs à leur discours dans les mois qui ont suivi leur action, ce canular s'inscrit indéniablement dans une démarche de nature transgressive et relève globalement d'un discours critique prononcé à l'endroit de la société et de son fonctionnement.

Le dispositif mis en oeuvre pour procéder à la mystification (le piratage d'une chaîne de télévision) enfreint ouvertement les lois en vigueur en République tchèque et le discours développé par les auteurs sur la signification de leur acte (la dénonciation de la manipulation exercée par les médias) a indéniablement une dimension subversive que la réfutation d'une quelconque appartenance politique par le groupe peine à atténuer. L'imaginaire social développé et surtout la vision du monde sombre et dystopique véhiculée par Ztohoven lors de la mise en oeuvre de cet acte canularique s'inscrit dans une tonalité grave qu'aucun signe flagrant de distanciation humoristique ne semble chercher à atténuer. En affirmant avoir voulu éveiller la conscience de leurs concitoyens face à la manipulation médiatique tout en recourant à des procédés eux-mêmes manipulateurs, le groupe Ztohoven s'est construit une posture imprécatoire qui explique pour partie les mesures de rétorsion démesurées dont il a fait l'objet.

Son repositionnement d'image opéré durant les procédures judiciaires, associé aux effets jugés finalement bénins de son forfait, n'ont pas remis en question l'efficacité de l'opération engagée au regard des objectifs initiaux du groupe : la télévision publique tchèque a fait l'objet de vives critiques quant à son traitement de l'affaire et a finalement été condamnée par les autorités pour ses pratiques commerciales et ses défaillances en matière de sécurisation de sa diffusion. Dans ce bras de fer entre David-Ztohoven et Goliath-CT2, la victoire formelle du premier auprès de l'opinion, fait de cet acte

canalaresque un exemple assez emblématique de canular « ascendant », c'est-à-dire où le piégeur affronte une cible en position d'infériorité statutaire et sociale.

Concernant la position de Ztohoven dans l'univers médiatique, il apparaît clairement que celui-ci ne disposait d'aucune assise initiale, ni de véritable expérience communicationnelle forte, comme l'a montré leur absence de maîtrise de l'emballage médiatique survenu dans les heures qui suivirent le détournement télévisuel opéré le 17 juin 2007.

Différemment d'un groupe comme les Yes Men, qui évolue pourtant dans le même univers de l'art-activisme ou du « tactical media »<sup>255</sup>, Ztohoven ne disposait jusqu'à cette date d'aucune expérience en matière de perpétration d'acte canalaresque. Ses précédentes interventions publiques n'avaient obtenu qu'une couverture journalistique limitée et aucune de celles-ci ne reposait dans ses modalités opératoires et ses dispositifs sur le détournement ou la mystification d'un grand média. Les différentes versions de leur site Internet ont toujours été techniquement rudimentaires et extrêmement sommaires dans leurs contenus. En dépit de certaines compétences techniques en matière d'informatique et de télédiffusion, Ztohoven peut objectivement être défini comme un acteur extérieur au monde des médias, non intégré à son système global de production. Bien qu'espérant que leur acte de piratage susciterait un fort retentissement médiatique, les membres de Ztohoven, de leur propre aveu, reconnaissent qu'ils ne s'attendaient pas à une telle déferlante et encore moins à un traitement éditorial qui leur soit, au final, si favorable. Dernier point qui illustre cette distance toujours entretenue par le groupe à l'égard d'une exposition médiatique trop intense, les membres de Ztohoven ont attendu près de trois ans « *que la pression médiatique retombe* » pour procéder à une nouvelle action qui s'inscrit à nouveau dans le cadre d'une performance dénonçant « *la tentative de fichage systématique des individus dans la société actuelle* »<sup>256</sup>.

---

<sup>255</sup> Le terme « tactical media » est apparu aux Etats-Unis dans la seconde moitié des années 1990 pour tenter de qualifier ces formes d'intervention créative et critique dans l'espace médiatique. La notion a notamment été développée par certains auteurs proches de ces milieux artistiques expérimentaux. (Voir à ce propos l'article « ABC des médias tactiques » de Geert Lovink et David Garcia in *Connexions : Art, réseaux et media* (dir. Annick Bureau, Nathalie Magnan, Paris, Ecole nationale des beaux-arts, 2003, pp. 72-77).

<sup>256</sup> Intitulée « Citizen K » et dévoilée en juin 2010, cette intervention artistique de nature assez inédite n'a fait pour l'heure l'objet que d'un traitement journalistique limité à quelques supports très spécialisés comme le site « Art of the prank ». Cet article publié le 18 juin 2010 est consultable en ligne au 25 août 2010 à l'adresse <http://artoftheprank.com/2010/06/19/ztohoven-art-collective-launch-citizen-k-identity-swap/>.

### ***IV-3 Le canular de l'écrivain David Thorpe perpétré le 7 novembre 2007 à l'encontre des groupes climatosceptiques***

#### **IV-3.1 L'exemplarité du cas**

Par la thématique qu'il met en jeu (celle d'une découverte scientifique récente sur les causes supposées du réchauffement climatique) et la nature de son auteur (un journaliste et écrivain disposant d'un certain renom), cet acte canularique s'affilie à une tradition déjà longue de canulars scientifiques et littéraires à portée médiatique, notamment mise en valeur par les travaux d'Alex Boese (Boese, 2002) et Lynda Walsh (Walsh, 2006). Pour autant, son mode opératoire renvoyant à un usage éprouvé de l'Internet et des techniques spécifiques de communication s'y rattachant donne à ce cas une valeur exemplaire quant à la manière dont les phénomènes canulariques, aujourd'hui en recrudescence, tendent à proliférer et à se propager selon des modalités qui leur sont assez spécifiques.

#### **IV-3.2 L'exposé médiatique du cas**

Dans l'après-midi du mercredi 7 novembre 2007, la synthèse d'un article intitulé « Carbon Dioxide Production by Benthic Bacteria ; the Death of Manmade Global Warming Theory » et provenant d'une obscure revue scientifique – le *Journal of Geoclimatic Studies* édité par l'université d'Okinawa au Japon – est postée sur une liste de diffusion et immédiatement reprise par un grand nombre de sites. Dans un contexte de violente polémique qui voit s'affronter une très large majorité des climatologues à de puissants groupes d'influence appuyés par d'importants réseaux d'industriels, la nouvelle de l'existence d'une preuve scientifique selon laquelle l'essentiel du réchauffement climatique observé depuis un siècle ne proviendrait pas du développement de l'activité humaine, mais de celui d'une bactérie contenue dans les fonds marins fait l'effet d'une bombe.

L'information est très rapidement propagée par une partie du cyberspace et de la blogosphère anglophone qui s'intéresse à cette question, bientôt relayée

internationalement par différents médias. Aux Etats-Unis, les milieux néo-conservateurs, farouchement hostiles à l'idée d'une possible ratification par leur pays des accords de Kyoto qui prônent une réduction des émissions des gaz à effet de serre, vont s'emparer de la nouvelle et mettre à profit leurs très nombreux réseaux d'influence pour valoriser un argument qui tombe à point dans la bataille qu'ils livrent contre les environnementalistes et les associations écologistes. En quelques heures, près de 600 stations de radio américaines rapportent l'information<sup>257</sup>, en particulier celles rediffusant l'émission de Rush Limbaugh, animateur ultra-conservateur, qui compte environ 20 millions d'auditeurs. Mais la propagation de l'article ne va pas se limiter aux cercles des climatosceptiques<sup>258</sup> : la réputée revue *Reason Magazine* va également tomber dans le panneau et publier l'article de l'Institut d'études géoclimatiques de l'Université d'Okinawa sur son site.

L'information paraissant servir un peu trop providentiellement les arguments parfois approximatifs des contempteurs de la thèse du réchauffement climatique provoqué par l'homme, certains de leurs opposants, mais également plusieurs scientifiques refusant de s'aligner sur l'une ou l'autre des deux « théories », vont s'intéresser de près aux prétendus fondements scientifiques de l'article et tâcher d'en vérifier les sources. Parmi eux, Roger A. Pielke Jr., de l'Université du Colorado, un des premiers destinataires du fameux courriel présentant l'article, engage dès réception un rapide, mais méthodique, travail de traçabilité de l'information. A peine 70 minutes après l'envoi du message incriminé, il adresse à un grand nombre de destinataires un courriel intitulé « Sokal Revisited – I Smell a Hoax »<sup>259</sup> dans lequel il déclare : « *Vous pouvez me qualifier de 'skeptical skeptic'*<sup>260</sup>, mais je flaire le canular » et d'affirmer à la suite : « *Il n'existe pas de Département de climatologie à l'Université de l'Arizona, pas davantage qu'il n'existe de Daniel Klein ou de Mandeep Gupta dans le répertoire de cette université. Il n'existe pas non plus d'Institut des études géoclimatiques. Toute cette affaire ressemble à un joli canular* ». Très vite d'autres experts se penchent sur ce cas éminemment suspect et

---

<sup>257</sup> Selon l'agence canadienne Science Presse dans un article daté du 7 décembre 2007, consultable en ligne à l'adresse <http://www.sciencepresse.qc.ca/node/19290> (au 6 octobre 2010).

<sup>258</sup> Terme d'apparition récente dans la langue française qui désigne les personnes contestant la thèse du réchauffement climatique de la planète, ou tout au moins, le fait que celui-ci résulterait de l'activité humaine.

<sup>259</sup> Ce courriel a immédiatement été repris le 7 novembre 2007 sur Prometheus, le site du Center for Science and Technology Policy Research de l'Université du Colorado. Il est consultable en ligne au 6 octobre 2010 à l'adresse [http://sciencepolicy.colorado.edu/prometheus/archives/climate\\_change/001258sokal\\_revisited\\_i.html](http://sciencepolicy.colorado.edu/prometheus/archives/climate_change/001258sokal_revisited_i.html).

<sup>260</sup> Expression traduisible en français par « sceptique du climatoscepticisme ».



invalident l'argumentaire : « *L'ensemble de cette histoire est une mystification* » confirmera Deliang Chen, professeur de météorologie à l'Université de Göteborg<sup>261</sup>.

Du côté de ceux qui contestent les thèses d'un réchauffement irréversible de la planète, on cherchera aussi à limiter les dégâts causés par la diffusion inconsidérée de l'article initial. Ronald Bailey, le chroniqueur de *Reason Magazine* qui avait publié l'étude en l'accompagnant de commentaires élogieux, va très vite retirer l'article. Il republiera le message initial un jour plus tard en l'accompagnant d'excuses à l'endroit de ses lecteurs<sup>262</sup>. Mais le mal est fait et plusieurs sites environnementalistes, dont le réputé DeSmogBlog<sup>263</sup>, ont déjà publié la liste de sites qui ont été pris au piège. Parmi les réponses les plus stupéfiantes données à la révélation de la supercherie, Andrew C. Revkin<sup>264</sup> relève notamment celle de John Ferron sur le site GlobalWarmingHoax.com<sup>265</sup>. Dans un article posté le vendredi 9 novembre 2007 et intitulé « Les mystificateurs ayant mystifié les démystificateurs sont débusqués »<sup>266</sup>, l'auteur dénonce le caractère totalement factice de l'article. L'argumentation est précise et étayée et le ton ainsi que les formules employés par l'auteur sont si habiles (« *Nous aurions à l'évidence aimé qu'une telle étude soit réelle, mais je suis ici pour vous annoncer qu'il s'agit d'un faux* »), qu'elles peuvent laisser à penser au lecteur qui n'aurait jusque-là pas suivi l'affaire que c'est John Ferron qui serait le véritable initiateur de la démystification. Ferron omet cependant de reconnaître qu'il a lui-même participé à la propagation de la fausse nouvelle avant de la dénoncer, se retrouvant de fait dans la posture paradoxale d'un mystificateur de la démystification.

Plus généralement, l'affaire, en dépit du dévoilement extrêmement rapide de la mystification, ne va pas s'arrêter là. Les médias qui – par manque de réactivité ou par

---

<sup>261</sup> Cité par Michael Winfrey dans une dépêche de l'agence Reuters diffusée le 8 novembre 2007 : <http://uk.reuters.com/articlePrint?articleId=UKL0887458220071108> (consultable en ligne au 15 octobre 2010).

<sup>262</sup> <http://www.reason.com/blog/show/123403.html> (consultable en ligne au 6 octobre 2010).

<sup>263</sup> <http://www.desmogblog.com/spoof-website-touts-global-warming-death-were-you-dupe> (consultable en ligne au 5 septembre 2009).

<sup>264</sup> Andrew C. Revkin est journaliste du *New York Times*, spécialisé dans le domaine de la climatologie. Il anime notamment « Dot Earth », un des blogs environnementaux parmi les plus renommés aux Etats-Unis. Il a publié le 11 novembre 2007 un article très documenté sur ce canular, consultable en ligne au 5 septembre 2009 à l'adresse <http://dotearth.blogs.nytimes.com/2007/11/11/the-life-and-death-of-a-climate-hoax/?pagemode=print>.

<sup>265</sup> Créé en 2004, le site [www.globalwarminghoax.com](http://www.globalwarminghoax.com) représente certainement l'outil de communication le plus utilisé par les groupes de pression dénonçant l'hypothèse des origines humaines du réchauffement climatique planétaire.

<sup>266</sup> Traduction approximative du titre « The Hoaxers Hoaxing the Anti-Hoaxers – Busted » de l'article de John Ferron, publié en début d'après-midi le 9 novembre 2007 et consultable en ligne au 5 septembre 2009 à l'adresse <http://www.globalwarminghoax.com/news.php?extend36>.

suspicion à l'égard de la nouvelle – n'avaient pas pris part à sa propagation, vont à présent se pencher sur le cas pour en connaître le fin mot. Car en dépit de la révélation faite par les experts, l'auteur présumé de la mystification et les motivations réelles de son acte demeurent sujets à interrogation, jusqu'à ce que David Thorpe, écrivain et journaliste britannique, décide d'avouer son implication dans l'après-midi du samedi 10 novembre 2007 par le biais d'un long article posté sur l'un de ses blogs<sup>267</sup>. Bien que son nom ait déjà été avancé à plusieurs reprises, aucune revendication officielle n'avait jusqu'à présent été proférée. Certes, un mystérieux Dr Mark Cox avait contacté un des blogs de la fameuse revue scientifique américaine *Nature* et délivré une interview mise en ligne par « The Great Beyond » dans la journée du 9 novembre<sup>268</sup>. Refusant de dévoiler sa véritable identité, Cox y revendiquait la paternité de la mystification tout en laissant planer quelques doutes sur l'authenticité de ses propos.

Sur les blogs spécialisés, mais également sur les forums ouverts par de grands médias d'informations tel *The New York Times* ou *The Guardian*, les points de vue sur l'affaire continueront d'affluer durant plusieurs semaines : tantôt pour louer l'initiative ou la décrier ; tantôt pour critiquer les faiblesses des informations généralement véhiculées sur Internet ou, au contraire, féliciter les internautes et les experts d'avoir aussi promptement rétabli la vérité.

Si l'affaire du faux article paru dans l'imaginaire *Journal of Geoclimatic Studies* n'a certes pas eu un impact médiatique comparable au canular perpétré par Alan Sokal en 1997, nombreux furent les commentateurs qui établirent une filiation avec celui-ci en soulignant cependant les développements particuliers du premier en lien avec la place considérable prise depuis par Internet dans le domaine de la production, de la diffusion et de l'usage de l'information.

---

<sup>267</sup> Article publié à l'adresse <http://lowcarbonkid.blogspot.com/2007/11/that-geoclimatic-studies-hoax-and-what.html> (consultable en ligne au 6 octobre 2010).

<sup>268</sup> Interview de Mark Cox publiée le 9 novembre 2007 (et consultable en ligne au 5 septembre 2007) à l'adresse [http://blogs.nature/news/thegreatbeyond/2007/11/interview\\_author\\_fo\\_spoof\\_pape.html](http://blogs.nature/news/thegreatbeyond/2007/11/interview_author_fo_spoof_pape.html).

### IV-3.3 L'analyse du cas au regard du schéma générique

#### *Une conception rapide et opportune*

De la phase de conception de cet acte canularique nous ne disposons, au travers des articles publiés dans la presse, sur les blogs et sur les sites Internet qui relatèrent l'affaire, que de peu d'informations concernant le moment où l'idée proprement dite de piéger les contradicteurs de la thèse des origines humaines du réchauffement climatique est venue à l'esprit de son ou ses auteurs. Le travail d'investigation sur les phases de conception et de fabrication d'une mystification est rendu particulièrement délicat à propos d'un acte canularique perpétré via Internet. Certains contenus diffusés sur les listes, les blogs ou les sites spécialisés tendent à disparaître assez rapidement du cyberspace, notamment lorsque ceux-ci font l'objet de controverses ou qu'ils sont entachés d'erreurs – comme cela a souvent été le cas dans cette affaire. Notre chance à propos de ce canular est de nous être très tôt intéressé à cet événement et d'avoir donc pu rassembler certains matériaux devenus ensuite inaccessibles.

Les mystifications opérées au travers des nouvelles technologies de l'information sont également très difficiles à reconstituer avec précision car, au travers des jeux d'anonymat ou de pseudonymat qu'elles rendent possibles, il est bien souvent impossible d'identifier les véritables auteurs de ce type d'acte<sup>269</sup>. Concernant le cas présent, nous sommes parvenus, à force de persévérance et d'assez longues recherches, à entrer en contact avec celui qui a été l'acteur principal de cette opération et à obtenir de lui des informations jusque-là non divulguées sur la manière dont l'acte canularique avait été conçu et mis en œuvre<sup>270</sup>.

A la seule lecture des documents publiés entre 2007 et 2009 sur ce canular, plusieurs doutes peuvent en effet subsister quant à son mode d'élaboration, les personnes

---

<sup>269</sup> Cette difficulté inhérente à la nature d'Internet et aux pratiques sociales qu'il induit est particulièrement bien décrite par Marcienne Martin in *Le pseudonyme sur Internet – Une nomination située au carrefour de l'anonymat et de la sphère privée*, Paris, L'Harmattan, 2006, pp. 156-158.

<sup>270</sup> Constatant au début d'août 2009 que David Thorpe – écrivain et journaliste qui avait finalement accepté d'assumer publiquement la paternité de ce canular – possédait un blog où il dialoguait régulièrement avec ses lecteurs, nous avons donc pris contact en expliquant le sens de notre démarche et notre souhait d'échanger avec lui. S'en suivirent plusieurs courriels où, après avoir vérifié la teneur des articles journalistiques ou universitaires que nous avions déjà publiés sur d'autres canulars médiatiques, il accepta de répondre à nos questions.

impliquées dans cette mystification, les motifs de leur acte et leurs sources d'inspiration. En dépit d'une éphémère revendication de la mystification par un étrange Dr Mark Cox<sup>271</sup>, l'hypothèse jusque-là développée par les commentateurs renvoyait à l'existence d'un auteur unique en la personne de David Thorpe, très vite identifié comme la personne ayant ouvert et conçu le fameux site hébergeant la fausse revue scientifique japonaise. Cette idée paraissait acquise et, bien qu'il s'en soit défendu, prétextant un peu maladroitement avoir agi sur commande et pour le compte d'un « client », beaucoup d'éléments concouraient pour accréditer cette idée. Outre ses activités d'écrivain d'ouvrages de science-fiction lui conférant un certain succès – son livre intitulé « *Hybrids* » a obtenu le prix 2006 du livre pour enfants, décerné par Harper Collins et *Saga Magazine*<sup>272</sup> – David Thorpe était également connu comme journaliste spécialisé sur les questions environnementales. Contributeur occasionnel de la version en ligne du quotidien *The Guardian*, il avait également publié plusieurs ouvrages consacrés au développement durable et à l'écologie et ne cachait pas ses convictions environnementalistes<sup>273</sup>.

Agé de 52 ans en 2007, David Thorpe appartient à une génération de journalistes scientifiques qui a suivi avec beaucoup d'intérêt le déroulement de la polémique engendrée par le canular d'Alan Sokal dix ans auparavant. Dans un passé beaucoup plus récent, il a eu vent aussi du canular conduit en juin 2007 par les Yes Men à l'encontre d'ExxonMobil et des grandes entreprises hostiles à la ratification des accords de Kyoto<sup>274</sup>. Dans un courriel personnel qu'il nous a adressé le 19 août 2009, David Thorpe avoue son admiration pour le travail des Yes Men et admet que ce canular aux consonances écologistes a suscité chez lui l'envie de procéder à une opération du même type, mais qu'il ne disposait pas encore, à ce moment-là, d'une idée suffisamment affinée pour pouvoir passer à l'acte. Dans le même échange épistolaire, Thorpe reconnaît également qu'il n'est pas totalement novice en matière de canular : « *J'ai participé à ce genre d'action dans les années 1980 avec un groupe anarchiste londonien. Nous avons*

---

<sup>271</sup> De toute évidence, un pseudonyme reprenant un patronyme assez courant aux Etats-Unis et ne correspondant à aucun biologiste référencé dans les annuaires scientifiques.

<sup>272</sup> David Thorpe, *Hybrids – Hybrids are Humans Too*, Londres, Harper Collins, 2007, 304 pages.

<sup>273</sup> Dans l'espace personnel qu'il a ouvert sur le site MySpace ([www.myspace.com/david\\_thorpe](http://www.myspace.com/david_thorpe)), il cite parmi ses « héros », les figures de Gandhi, de Nelson Mandela, du Dalaï Lama..., ainsi que « tous ceux qui se dressent en faveur de la liberté, de la justice sociale et de l'environnement contre le pouvoir, la cupidité et le capitalisme ! » (consultable en ligne au 5 août 2009).

<sup>274</sup> Voir l'analyse de ce cas en pp. 279-301 de cette dissertation.

notamment imprimé une fausse édition de *Spycatcher*<sup>275</sup>, le livre de Peter Wright quand sa publication fut interdite par Magareth Thatcher et que les journalistes britanniques cherchaient à se procurer le manuscrit. Pour perpétrer ce canular, nous avons pris le nom de Waldo Dobbs, un personnage secondaire d'une bande dessinée scénarisée par Alan Moore<sup>276</sup>, qui nous avait donné son accord pour un tel usage. Les vrais éditeurs de *Spycatcher* poursuivirent Waldo en justice, mais ils ne parvinrent pas à le démasquer ».

Concernant le choix de la cible (le milieu des climatosceptiques) et le mode opératoire retenu (une mystification lancée par l'entremise d'Internet), David Thorpe affirme que l'un et l'autre se sont imposés à lui comme une évidence lorsqu'un biologiste très renommé, avec qui il entretenait des relations amicales, lui a fait lire une première mouture d'un texte parodique qu'il avait écrit. En substance, ce texte, déjà très élaboré, prenait la forme d'une publication scientifique faisant état d'une découverte récente concluant à la responsabilité majeure de la prolifération d'une bactérie marine dans le phénomène de réchauffement climatique observé à l'échelle planétaire. D'après les recoupements auxquels nous avons procédé, cette première étape dans la conception du projet daterait de septembre ou octobre 2007. Très réputé au sein de la communauté scientifique internationale, l'auteur souhaitait conserver l'anonymat et sollicitait l'avis de son ami quant à la meilleure façon de le publier. Comme, au moment de nos premiers échanges, nous soupçonnions David Thorpe et le fameux Dr Mark Cox de n'être qu'une seule et même personne, Thorpe a accepté de nous livrer – sous couvert de confidentialité – le nom et le contact du scientifique en question afin de vérifier ses dires.

Ne bénéficiant pas du soutien d'un média complice et ne disposant pas de moyens matériels nécessaires à la fabrication et à la diffusion d'une vraie-fausse revue imprimée, le recours à Internet constituait, de loin, le procédé le plus économique et le plus souple pour donner forme à la supercherie. D'autant que, parallèlement à ses travaux d'écriture, David Thorpe développait depuis plusieurs années une activité importante de *web-designer*. C'est à ce titre qu'en 1997 il a créé Cyberium, une entreprise spécialisée dans la réalisation de sites Internet. Lors d'échanges parfois tendus avec ses détracteurs à la suite

---

<sup>275</sup> *Spycatcher : The Candid Autobiography of a Senior Intelligence Officer* est un livre de Peter Wright, un ancien officier du MI5, interdit au Royaume-Uni et publié en Australie en 1987. Ce livre contenait de nombreuses allégations concernant de prétendus assassinats de personnalités formentés par les services secrets britanniques.

<sup>276</sup> Waldo Dobbs est le nom d'un jeune alien déjanté qui cherche à manipuler le cours historique de la terre dans une bande dessinée intitulée « D.R. & Quinch », scénarisée par Alan Moore et publié en 1986 au Royaume-Uni. Alan Moore, de nationalité britannique, est un des scénaristes les plus renommés dans le monde des « comics » et des films de science-fiction.

de la révélation de son nom comme initiateur du canular, et devant les accusations de vouloir tirer profit de son acte, David Thorpe réplique en faisant état de son indépendance et déclare que la moitié de ses revenus proviennent de la création de sites pour ses clients<sup>277</sup>.

La mystification reposant sur un texte en langue anglaise, Internet était également le meilleur vecteur pour une propagation rapide et internationale de celle-ci, tout en préservant suffisamment longtemps l'anonymat de ses auteurs. S'agissant par ailleurs d'un article à caractère scientifique, la diffusion via Internet apparaissait crédible, depuis que nombre de publications universitaires se sont résolues, pour des raisons économiques, à abandonner leur parution sur support papier. En contrepartie, l'auteur ne pouvait guère envisager de tirer un profit matériel ou financier de l'acte canularique, ce qui renforce l'hypothèse évoquée précédemment d'une motivation d'ordre idéologique, éventuellement associée à une motivation d'ordre littéraire ou de nature pseudo-journalistique.

### ***La fabrication est simple***

Compte tenu du dispositif médiatique relativement sommaire mis en œuvre pour procéder à la mystification d'une cible qui paraissait déjà prédisposée à la réception d'une nouvelle de ce type, la phase de fabrication de cet acte canularique semble avoir été rapide et n'avoir nécessité que peu de soutiens complices. La mise en forme du faux site du *Journal of Geoclimatic Studies*, au dire même de son auteur, n'aura pris que quelques jours, soit un délai crédible pour un site relativement sommaire et réalisé par un *web-designer* expérimenté.

La préparation du texte, véritable support de la mystification, semble avoir demandé davantage de temps au complice de David Thorpe. L'article n'en est pas moins relativement sommaire<sup>278</sup> – 4000 mots au total – en comparaison du fameux « Transgressing the Boundaries : Towards a Transformative Hermeneutics in Quantum

---

<sup>277</sup> Commentaire de David Thorpe à l'article posté par Neil Craig sur le blog du site « A Place To Stand », à l'adresse : <http://a-place-to-stand.blogspot.com/2009/08/warming-alarmists-hoax-redux.html> (consultable en ligne le 15 octobre 2010).

<sup>278</sup> Le texte original de l'article en anglais figure en annexe 5, pp. 17-24 de ce document.

Gravity » d'Alan Sokal. Signe d'une opération rondement menée, l'achat du nom de domaine « geoclimaticstudies.info » a été effectué par David Thorpe et enregistré par le gestionnaire de domaine le 2 novembre 2007 à 14 heures 50 UTC<sup>279</sup>, soit la veille de la mise en ligne de l'article. L'auteur de l'acte n'a d'ailleurs pas cherché à gêner son identification puisqu'il a utilisé sa véritable identité et signalé les coordonnées exactes de son entreprise lors de l'enregistrement.

Si la démonstration scientifique exposée dans l'article était évidemment très discutable pour tout expert de la question, elle pouvait cependant faire illusion auprès d'érudits moins avisés sur les questions de biologie marine et de climatologie. Dans un univers de la recherche et de la connaissance scientifique toujours plus spécialisé, la probabilité de se trouver face à un chercheur disposant d'une compétence indiscutable dans ces deux domaines relativement cloisonnés était, au regard d'une diffusion relativement restreinte de l'article dans un premier temps, extrêmement limitée. Cependant, pour être reprise et largement propagée, l'article devait offrir des « preuves » de sa crédibilité scientifique au travers d'autres éléments plus immédiatement et facilement appréhendables par les relais d'opinion.

En situant l'épicentre de l'objet du délit (le prétendu *Journal of Geoclimatic Studies*, édité par un soi-disant Centre d'études géoclimatiques d'une université japonaise peu connue) à Okinawa<sup>280</sup>, David Thorpe fit preuve d'une imagination et d'un exotisme qui contribuèrent à crédibiliser son propos ou tout au moins à dissuader les tentatives de vérification trop approfondies. Comme Antonello Pasini, climatologue renommé, l'a rappelé à propos de cette affaire sur son blog hébergé par le quotidien italien *Il Sole-24 Ore* : « *Je ne connaissais pas cette revue, mais il en existe désormais tant, parfois de création récente, qu'il y en a toujours certaines, même lorsqu'on travaille dans ce domaine, qui vous échappent* »<sup>281</sup>.

---

<sup>279</sup> Comme en atteste la copie du dépôt électronique, publiée par un commentateur sur le blog The Great Beyond à l'adresse [http://blogs.nature.com/news/thegreatbeyond/2007/11/interview\\_author\\_of\\_spoof\\_papre.html](http://blogs.nature.com/news/thegreatbeyond/2007/11/interview_author_of_spoof_papre.html) (consultable en ligne au 5 septembre 2009).

<sup>280</sup> Okinawa est la capitale d'un petit archipel japonais situé en zone subtropicale à égale distance de la métropole, de la Chine continentale et de Taiwan, longtemps resté sous administration américaine.

<sup>281</sup> Article intitulé « La burla climatica del secolo... » publié le 13 novembre 2007 à l'adresse <http://antonellopasini.nova100.ilssole24ore.com/2007/11/la-burla-climat.html> (consultable en ligne au 15 octobre 2010).

Outre l'implication d'une université japonaise qui, en décidant après évaluation de publier l'article, avait donné une certification de sa valeur scientifique<sup>282</sup>, les quatre prétendus co-auteurs de l'étude étaient présentés comme appartenant à des départements de climatologie et de physique atmosphérique de deux universités renommées : celle de l'Arizona aux Etats-Unis et celle de Göteborg en Suède. Au global, l'auteur de la mystification associait habilement pas moins de trois universités, chacune implantée sur un continent différent et dans des zones climatiques très contrastées, donnant ainsi à la recherche une dimension véritablement internationale. Enfin, l'article lui-même, quoique très elliptique dans ses démonstrations, comportait de multiples graphiques et nombre de références – tantôt réelles et tantôt imaginaires – à des publications antérieures supposées garantir son inscription dans un cadre scientifique et suivant un protocole de recherche parfaitement admissible<sup>283</sup>.

Les bases d'une crédibilité minimale de la mystification étant ainsi installées, la plus grande difficulté pour l'auteur était désormais d'assurer à sa fabrication une diffusion suffisamment large et qualifiée pour permettre à celle-ci d'entrer en contact effectif avec la cible qu'il s'était préalablement fixée. La technique désormais courante sur Internet du *phishing*<sup>284</sup>, souvent pratiquée par certains « hoaxers » comme Joey Skaggs ou les Yes Men, comportait cependant le risque pour David Thorpe d'être rapidement découvert s'il utilisait trop largement son carnet d'adresse de journaliste spécialisé dans les questions environnementales. Ses convictions étant assez connues, il était probable qu'il aurait ainsi éveillé les soupçons de ses interlocuteurs habituels en relayant une information en contradiction flagrante avec sa vision du problème. En procédant ainsi, il courait également le risque de piéger ses propres alliés qui auraient pu être tentés de dénoncer haut et fort l'imposture.

---

<sup>282</sup> L'article du *Journal of Geoclimatic Studies* était précédé d'un résumé, ainsi que d'une mention rapportant qu'il avait été « reçu par la revue le 18 février 2007, accepté le 9 août 2007 et publié en ligne le 3 novembre 2007 ».

<sup>283</sup> L'article débutait par une série de considérations préalables s'étayant sur les résultats d'une recherche sur les sources d'émission de gaz à effet de serre publiée en 2003 par la *Geophysical Research Letters*, une revue importante et bien notée de ce domaine de recherche.

<sup>284</sup> Le terme anglo-saxon « phishing » résulte d'une « contraction entre le vocable « phreaking », qui désigne le piratage de lignes téléphoniques, et le mot « fishing », qui qualifie l'action de pêcher. Il est approximativement traduit en français par le terme « hameçonnage » et désigne « une technique utilisée par des fraudeurs pour obtenir des renseignements personnels dans le but de perpétrer une usurpation d'identité ». « C'est une forme d'attaque reposant sur l'ingénierie sociale. L'hameçonnage est généralement pratiqué par l'intermédiaire d'un courrier électronique, par des sites web falsifiés ou d'autres moyens électroniques ». (D'après les définitions données, d'une part, par l'encyclopédie en ligne Wikipédia – <http://en.wikipedia.org/wiki/Phishing> et <http://fr.wikipedia.org/wiki/Hameçonnage> – et, d'autre part, par l'association Securinfos spécialisée dans ce domaine – [http://www.securinfos.info/definition/definition\\_phishing\\_hameçonnage.php](http://www.securinfos.info/definition/definition_phishing_hameçonnage.php) – au 15 octobre 2010).



La captation de la cible a vraisemblablement constitué pour l'auteur le défi le plus important à surmonter dans la mise en œuvre de cet acte canular. Il devait essayer d'orienter au mieux son piège en direction de sa cible, mais il ne disposait a priori d'aucune garantie, tant le succès d'une telle opération dépendait de facteurs par lui difficilement contrôlables.

### ***Performance en un clic***

La phase de performance fut de courte durée et n'engagea d'ailleurs pas d'interaction directe entre les auteurs et leur cible. A l'image d'un canular médiatique classique, la seule véritable rencontre qui eut lieu fut celle du texte mystificateur et des publics crédules par l'intermédiaire d'Internet ou de propos relayés par certaines stations de radio. Certes, plusieurs échanges se produisirent entre David Thorpe et certains internautes, mais ce fut après que la mystification eut été dévoilée.

Mis en ligne dans la journée du 3 novembre, le faux site du *Journal of Geoclimatic Studies* contenant l'article intitulé « Carbon Dioxide Production by Benthic Bacteria ; the Death of Manmade Global Warming Theory » ne connut de véritable propagation qu'à partir du 7 novembre quand il fut relayé par un courriel de Benny Peiser adressé à une liste d'environ 2000 personnes potentiellement intéressées par ce type d'information. Complice involontaire de David Thorpe dans cette opération, Benny Peiser est un anthropologue attaché à l'Université John Moore de Liverpool en Angleterre et spécialisé dans l'étude des effets de l'évolution environnementale sur la pensée contemporaine et le changement social<sup>285</sup>. Travaillant notamment sur la façon dont les scientifiques se positionnent dans la polémique entourant le changement climatique, il s'est fait connaître en affirmant qu'une grande majorité d'entre eux n'adhérerait pas à la thèse dite « consensuelle » de la prédominance de facteurs anthropogéniques dans le changement climatique. Affilié à certains groupes « libertariens », il jouit d'une aura certaine auprès des milieux climatosceptiques internationaux. Éditeur de CCNnet, un support numérique dédié aux politiques scientifiques et à la connaissance numérique fort de 7000 abonnés

---

<sup>285</sup> Selon les termes utilisés dans la présentation qui est faite de Benny Peiser sur le site de l'Université John Moore de Liverpool à l'adresse [www.ljmu.ac.uk/sportandexercicesciences/76407.htm](http://www.ljmu.ac.uk/sportandexercicesciences/76407.htm) (consultable en ligne au 7 août 2009).

dans le monde<sup>286</sup>, Benny Peiser produit une lettre électronique d'information quasi-quotidienne adressée à une partie des membres du réseau où il signale les parutions scientifiques récentes ayant retenu son attention. C'est dans ce cadre qu'il adressa donc à une liste comportant un millier de chercheurs spécialisés dans les sciences de la terre ainsi que plusieurs centaines de journalistes scientifiques et éditorialistes un courriel contenant le résumé de l'article et le lien pour consulter sa version intégrale, le tout étant accompagné de la mention « *Extra* » (qualifiant l'importance accordée par Benny Peiser à la nouvelle)<sup>287</sup>.

C'est sur la base de cette accréditation et de la diffusion massive opérée par Peiser que la mystification élaborée par Thorpe et son complice parvint à capter une cible prédisposée à un tel discours et prête elle-même à démultiplier son audience en l'accompagnant très souvent de commentaires empathiques à son endroit. Sans ce relais quasi-providentiel, il est fort probable que la mystification n'aurait guère eu la chance d'être reprise et amplifiée le jeudi 8 novembre par la très populaire émission radiophonique de Rush Limbaugh. Dans ce type de canular reposant sur une fausse information divulguée via Internet, le succès médiatique de l'opération est extrêmement aléatoire et résulte le plus souvent d'un exceptionnel concours de circonstances.

Ce cas met également en lumière une autre particularité de certains actes canularsques perpétrés via Internet : le démenti d'une information ne provoque pas toujours le rétablissement immédiat de la vérité. En dépit de plusieurs alertes, voire de révélations répétées à propos de la facticité de l'information, diffusées dès le 7 novembre dans l'après-midi, la mystification enclenchée par David Thorpe n'a pas complètement cessé de se propager. Le caractère hybride d'Internet, à la fois média à large diffusion et moyen de communication interpersonnelle, support de communication institutionnelle en même temps que lieu d'échange et de production interactive de l'information, semble en effet contribuer à modifier singulièrement la mécanique habituelle de déroulement d'un acte canularsque. La multiplicité et l'hétérogénéité des sources d'information contenues dans le réseau, ainsi que les usages généralement spécifiés et très fragmentés qui en sont faits,

---

<sup>286</sup> Informations relevées sur la page d'accueil du site Internet de CCNet, consultable en ligne au 15 octobre 2010 à l'adresse <http://www.staff.livjm.ac.uk/spsbpeis/CCNet-homepage.htm>.

<sup>287</sup> Information mentionnée par Andrew C. Revkin dans un article publié sur le blog « Dot Earth » le 11 novembre 2007 <http://dotearth.blogs.nytimes.com/2007/11/11/the-life-and-death-of-a-climate-hoax/?pagemode=print> (consultable en ligne au 5 août 2009).

conduisent à une évaluation souvent complexe et incertaine de la valeur intrinsèque d'une information.

### ***Révélation rapide mais qui ne produit pas tous ses effets***

Concernant cet acte canular, il est à noter que sa phase de révélation s'est produite selon des modalités et une temporalité relativement atypiques au regard du déroulement classique d'un canular médiatique. La révélation du caractère factice de l'information diffusée s'est produite avec une vitesse exceptionnelle : environ 70 minutes après la propagation effective de la fausse information. Cette première étape de la révélation ne fut pas conduite par les auteurs de l'acte, mais par une des toutes premières personnes qui furent dupées et qui avaient largement contribué à la propagation de la fausse nouvelle. Rapidement alerté par un collègue<sup>288</sup>, Benny Peiser s'aperçut de sa bêtise et lança un nouveau message intitulé « Hoax alert » sur la liste de diffusion de CCNet pour tenter de désamorcer la mystification. Ce dévoilement de la vérité ne parvint pas à porter un coup d'arrêt à la dissémination de la fausse nouvelle, puisque celle-ci continua de se propager pendant plusieurs heures, voire plusieurs jours. La phase de révélation ne se referma véritablement que trois jours après les premières révélations, lorsque l'auteur suspecté d'avoir initié l'acte reconnut formellement sa responsabilité.

Dans un échange sur la liste Prometheus de l'Université du Colorado, Roger Pielke était intervenu peu de temps après Peiser pour désigner le nom de celui qui lui paraissait être l'auteur de la mystification : un certain David Thorpe. Mais certains participants de cette liste de discussion doutèrent de l'information, soupçonnant David Thorpe de n'être qu'un prête-nom et Pielke d'être trop informé pour être honnête. Parallèlement, DeSmogBlog, un blog assez renommé et peu suspect d'affinités avec les groupes climatosceptiques, confirma qu'il s'agissait bien d'un canular avec de nouvelles précisions à l'appui. S'interrogeant sur le rôle effectif de David Thorpe dans l'affaire – identifié à ce moment-là comme étant l'administrateur du site abritant le *Journal of Geoclimatic Studies* –, un animateur du blog entra en contact avec lui, mais n'obtint pour seule réponse : « *Nous ne*

---

<sup>288</sup> Il s'agit de Roger A. Pielke Jr de l'université du Colorado. Son courriel a notamment été publié à l'adresse [http://sciencepolicy.colorado.edu/prometheus/archives/climate\\_change/001258sokal\\_revisited\\_i.html](http://sciencepolicy.colorado.edu/prometheus/archives/climate_change/001258sokal_revisited_i.html) (consultable en ligne au 5 août 2009).

*sommes que l'entreprise ayant assuré la conception graphique du site. Je ne sais rien de son contenu. On nous a seulement demandé de réaliser le site »<sup>289</sup>.*

En dépit de ces premières révélations, la mystification poursuit néanmoins son cours. Rush Limbaugh, alerté de l'intérêt potentiel de la publication par le Dr Roy Spencer, choisit de consacrer son émission du 8 novembre à cette « *fabuleuse découverte* » supposée démonter la thèse des causes humaines du réchauffement climatique. Spencer, qui toutefois avait très vite flairé la supercherie, avait bien tenté de prévenir Limbaugh dès l'après-midi du 7 novembre. Mais, injoignable durant près de 24 heures, ce dernier n'eut malheureusement connaissance de la contre-information qu'après avoir bouclé l'enregistrement de son programme radiophonique. C'est ainsi que la fausse nouvelle, d'abord véhiculée puis démentie sur la Toile, connut une nouvelle propagation à travers les ondes radiophoniques. Devant la polémique immédiatement engendrée par l'émission, l'hébergeur du faux site décida d'en fermer l'accès aux internautes dans l'après-midi du 8 novembre. Dans cette affaire, la presse écrite et les grands networks télévisuels adoptèrent heureusement une attitude très prudente. Constatant le profil éminemment partisan des personnes qui, dès le départ, avaient relayé l'information, ils choisirent de ne pas participer à l'emballement médiatique et attendirent que la situation soit véritablement clarifiée avant d'en proposer un traitement rédactionnel à leurs publics respectifs.

La phase de révélation de la mystification connut un regain le 9 novembre lorsque les responsables du blog « The Great Beyond » publièrent l'interview d'un mystérieux Dr Mark Cox, prétendant être l'auteur du canular<sup>290</sup>. L'interlocuteur en question apporta en effet quelques précisions sur l'opération. Il déclara « *ne pas être réellement étonné* » par la couverture médiatique suscitée par l'affaire, évoquant le fait que ce n'était pas la première fois que de fausses allégations parvenaient à « enflammer » la Toile. A la question « *Avec quelle rapidité imaginiez-vous que votre papier allait être démenti ?* », Cox répondit avec beaucoup de sérénité : « *A l'ère de Google, les mystifications ne peuvent guère durer très longtemps. Mais ce canular est parvenu à accrocher un assez joli nombre de figures importantes de la communauté climatosceptique avant qu'il ne soit*

---

<sup>289</sup> Informations rapportées par DeSmogBlog à l'adresse <http://www.desmogblog.com/spoof-website-touts-global-warming-death-were-you-dupe> (consultable en ligne au 15 octobre 2010).

<sup>290</sup> [http://blogs.nature.com/news/thegreatbeyond/2007/11/interview\\_author\\_of\\_spoof\\_pape.html](http://blogs.nature.com/news/thegreatbeyond/2007/11/interview_author_of_spoof_pape.html) (consultable en ligne au 15 octobre 2010).

*dévoilé* ». Si, au terme de l'entretien, un doute subsistait encore sur l'identité réelle du ou des auteurs de l'acte, il n'y avait, en revanche, plus d'incertitude concernant leurs intentions originelles. Il s'agissait en effet bien d'une fausse nouvelle, fabriquée sciemment en vue de la voir accréditée et relayée par les milieux climatosceptiques, afin de discréditer ainsi leurs prétentions scientifiques.

Les réactions des personnes qui furent dupées et qui relayèrent la fausse information furent assez différenciées selon leur degré d'engagement idéologique au sein des groupes climatosceptiques et également en fonction de la notoriété dont ils bénéficiaient au sein de la communauté scientifique ou du monde journalistique. Ainsi des universitaires tel Benny Peiser et Roy Spencer reconnurent très rapidement leur erreur en produisant un rectificatif au sujet de la nouvelle diffusée. Ils justifèrent leur erreur par un souci de réagir trop rapidement et firent même preuve d'un certain *fair play* à l'égard des mystificateurs. Certains blogs ou sites de périodiques effacèrent la fausse information et se turent en attendant que le flot habituel de l'information vienne recouvrir – et faire oublier – l'affaire. Rush Limbaugh, en dépit de la résonance qu'il avait donnée à la supercherie, refusa de s'excuser auprès de ses auditeurs. D'autres encore, comme les responsables du site « Global Warming Hoax »<sup>291</sup> ou le blogueur Neil Craig<sup>292</sup>, décidèrent à mots couverts d'admettre leur erreur, mais engagèrent – en guise de réponse – de sombres polémiques à l'endroit des auteurs supposés de la mystification en les accusant notamment des pires vilenies.

Dans l'ensemble, et en dehors des commentaires provenant de la communauté des climatosceptiques, la grande majorité des réactions recueillies sur le Net furent positives, voire admiratives à l'égard d'un canular jugé « brillant », « très astucieux », « créatif » ou « salutaire ».

---

<sup>291</sup> Site climatosceptique très fréquenté en Amérique du Nord et consultable au 15 octobre 2010 à l'adresse <http://www.globalwarminghoax.com>. Il est à noter que les articles et les contributions se rapportant au canular perpétré par David Thorpe et son complice ont finalement disparu des archives du site au cours de l'année 2009.

<sup>292</sup> Voir notamment le texte de Neil Craig du 2 août 2009 diffusé sur son blog à l'adresse <http://a-place-to-stand.blogspot.com/2009/08/warming-alarmists-hoax-redux.html> (consultable en ligne au 15 octobre 2010).

### *La narration se fait attendre*

La phase de narration de l'acte canularsque débuta très tôt et fut d'abord l'œuvre de sites et blogs connus pour leurs affinités environnementalistes qui lurent dans cette affaire, et avant même que son auteur soit identifié, une belle parabole de l'usage dévoyé fait d'arguments prétendument scientifiques par les contradicteurs de la thèse du réchauffement climatique.

De grands médias d'information – comme la BBC, *The Guardian*, Reuters ... – ou des supports renommés de l'actualité scientifique – comme *Science Magazine*, *Nature*, l'Agence Science-Pressé ... – qui n'avaient pas participé à la propagation de la mystification, accordèrent une couverture significative au récit du canular, une fois sa révélation effective. Ce fut souvent pour eux l'occasion de critiquer la façon parfois trop précipitée de diffuser des informations non vérifiées sur Internet et de tancer la soi-disant expertise de certains blogueurs.

Extrêmement discret jusqu'à la révélation de la mystification, allant même dans un premier temps jusqu'à démentir toute participation active dans l'affaire, David Thorpe entra enfin en scène à visage découvert pour donner sa version des faits et le sens de cette histoire. Le samedi 10 novembre 2007, il publia ainsi – sur son blog intitulé « The Low carbon Kid » – un long texte où, après avoir reconnu avoir joué un rôle majeur dans toute l'affaire, il faisait part de ses motivations personnelles et de ses réflexions sur le débat concernant l'ampleur et les causes du réchauffement climatique<sup>293</sup>. « *N'existerait-il que des opinions à propos de la réalité, au point où nous ne pourrions échanger que des insultes à son sujet, ou bien est-il possible de se référer à des corrélations « objectives » qui permettraient de fonder et de valider ces opinions ?* » s'interrogea Thorpe en ouverture de son texte. Et de poursuivre : « *Le débat consistant à s'interroger sur l'origine humaine ou naturelle des causes du changement climatique prend une dimension très émotionnelle chez certains, parce que nombreux sont les intérêts personnels et financiers qui dépendent de la réponse donnée à cette question* ». En plaçant sa réflexion sur un terrain de nature épistémologique, Thorpe visait notamment, à

---

<sup>293</sup> <http://lowcarbonkid.blogspot.com/2007/11/that-geoclimatic-studies-hoax-and-what.html> (consultable en ligne au 15 octobre 2010).

travers ce texte, à donner une valeur d'apologue à l'acte canularesque qu'il venait d'orchestrer.

Ce faisant, et se sachant soupçonné d'accointances avec les milieux environnementalistes, Thorpe prit soin de se positionner en homme de discernement. Il le fit notamment en admettant que : « *les climatosceptiques peuvent être séparés en deux camps : ceux qui fondent leurs arguments sur une appréhension correcte et transparente de la science et de l'économie et ceux qui s'y refusent et attaquent leurs contradicteurs sur le terrain personnel et avec une extrême vitupération* ». Il reconnut également qu'il était parfois « *dubitatif à l'endroit de certaines affirmations souvent exagérées et alarmistes, proférées au sein du mouvement environnementaliste* »<sup>294</sup>. Thorpe justifia son recours au canular par le fait que, en plus d'être un journaliste, il était aussi « *un satiriste et un écrivain de fiction* » et qu'il savait que « *parfois la fiction et la satire permettent ce que les faits seuls ne parviennent pas à obtenir* ». « *Ce que ce canular a mis en évidence c'est que bien des gens sont prêts à saisir au vol n'importe quoi, vrai ou faux, qui appuiera leur argumentation. Ce que nous avons voulu souligner c'est la nécessité de procéder à une validation scientifique suivant un modèle de « peer-review » (système partagé de discussion et d'évaluation). C'est ce que la véritable science climatologique essaie de faire systématiquement. La science n'est pas autre chose qu'un processus en auto-perfectionnement et en évolution constante* »<sup>295</sup>.

L'article de Thorpe obtint immédiatement un tel écho que l'édition en ligne du quotidien britannique *The Guardian* décida – après accord de son auteur – de le publier quasi-intégralement le 12 novembre 2007 sous le titre « *Wishful thinkers* »<sup>296</sup>.

Rarement jusque-là un « hoaxer » n'avait accompagné son acte d'un exposé aussi élaboré sur ses motivations. Rarement aussi l'explication d'un acte canularesque par son auteur ne fut autant saluée par les médias de référence ayant suivi l'affaire.

---

<sup>294</sup> *Ibid.*

<sup>295</sup> *Ibid.*

<sup>296</sup> <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2007/nov/12/wishfulthinkers/print> (consultable en ligne au 15 octobre 2010).

#### **IV-3.4 Les principaux enseignements du cas étudié**

Perpétré presque exclusivement sur Internet par un auteur rompu à l'usage de ses techniques, cet acte canularique au dispositif relativement sommaire met en lumière la manière dont les nouvelles technologies de l'information et les pratiques sociales qui s'y attachent tendent à influencer sur les principales phases de déroulement habituellement attachées à ce type de procédé.

Les étapes majeures du mécanisme de mystification-démystification – en particulier les phases de fabrication et de performance de la mystification et la phase de révélation de la supercherie – se sont produites dans une temporalité extrêmement resserrée, soulignant l'étonnante vitesse de circulation de l'information au sein des NTIC et la manière itérative par laquelle elle finit par se stabiliser grâce à la dimension interactive et collaborative très prononcée de ces systèmes de communication.

A l'ère du « web 2.0 », Internet voit cohabiter en son sein des logiques de production et de propagation de l'information extrêmement variées : celles-ci vont de la simple déclinaison électronique de contenus produits par des rédactions professionnelles jusqu'à des productions élaborées de manière collaborative, en passant par des modes de communication plus privatifs comme les messageries électroniques et la diffusion d'informations au travers de listes restreintes. Les contenus propagés sur Internet peuvent être le fruit de journalistes professionnels, d'amateurs plus ou moins éclairés, d'experts reconnus ou d'universitaires mais aussi d'émissaires de la communication persuasive aux visées propagandistes, prosélytes ou simplement mercantiles. Du fait de cette relative confusion des genres et surtout des facilités offertes par le réseau en matière de dissimulation de l'identité et de la nature réelle de ceux qui s'expriment par son entremise, Internet est devenu un des supports privilégiés de la perpétration d'actes canulariques, mais également de formes bien moins bénignes de propagation de fausses nouvelles. En contrepartie, et notamment du fait qu'il est toujours délicat de trop préjuger des publics qui seront finalement exposés à une « information » émise – et souvent répercutée de manière incontrôlée – sur Internet, la perspective pour les auteurs d'un acte canularique de parvenir à mystifier un public bien déterminé est rendue particulièrement incertaine et très aléatoire.



Ainsi, dans le cas étudié, rien ne garantissait que l'article contenu dans le faux *Journal of Geoclimatic Studies* connaisse une aussi rapide et aussi large propagation dans le cyberspace et auprès de la cible initialement visée. S'il était « tombé » trop tôt « dans les mains » de sites environnementalistes ou de climatologues chevronnés, il n'aurait vraisemblablement pas connu le même destin et le processus canularique engagé aurait très rapidement tourné court. Car, en effet, si les tentatives de mystification sont monnaie courante sur Internet, les échecs semblent en la matière beaucoup plus nombreux que les réussites. Bien qu'ils soient généralement peu enclins à évoquer leurs tentatives infructueuses de mystification, quelques praticiens réguliers d'actes canulariques usant du cyberspace pour piéger leurs victimes ne manquent pas de reconnaître le caractère assez aléatoire du procédé<sup>297</sup>.

Cependant, le cas étudié souligne également qu'en dépit des critiques souvent faites à Internet en matière de divulgation hâtive et non vérifiée de l'information, il existe aussi une forme d'autorégulation spontanée qui s'établit au sein du cyberspace et qui permet, a posteriori et dans des délais très courts, de rectifier une information fautive ou manipulateur. Il est à noter néanmoins que ce rétablissement de la vérité n'opère bien souvent que de manière partielle. Ainsi, une information pourtant révélée fautive par des instances disposant d'une réelle autorité en la matière – comme les milieux scientifiques et universitaires dans le cas présent – peut parfois continuer à se propager auprès de certains publics par l'entremise d'échanges interpersonnels (courriels) ou intracommunautaires (listes de diffusion, blogs, sites à visées propagandistes...).

Dans ce type de situation, certaines étapes du déroulement classique du processus canularique – comme la succession entre étape de performance, étape de révélation et étape de narration – peuvent s'en trouver affectées. Il en résulte parfois une clôture de l'acte canularique plus incertaine à déterminer, le prolongement de la mystification au-delà de sa révélation formelle pouvant prendre des formes rumeurs où l'acte échappe à l'« autorité » de son initiateur et se voit réapproprié et indûment utilisé par des acteurs collectifs difficilement identifiables.

Le présent acte canularique met, d'autre part, en évidence un constat d'importance concernant les facteurs contribuant à la réussite formelle et médiatique de ce type de

---

<sup>297</sup> Voir à ce sujet l'entretien du 28 mai 2006 avec Andy Bichlbaum des Yes Men en annexe n° 6 (pp. 25-32).

procédé. Par-delà la réactivité et la capacité d'improvisation dont il doit faire preuve face aux événements qui se produisent tout au long du processus, l'auteur de l'acte doit en effet disposer d'un authentique talent de composition en matière de ce que nous proposons d'appeler le « récit fictionnel vraisemblable ». Si son discours fictionnel parvient à trouver prise dans la réalité sociale de ses cibles, c'est généralement parce que l'auteur de la mystification a su jouer avec une telle habileté de leurs « présumés », que celles-ci en sont venues à faire taire en elles tout ou partie de leur jugement critique à l'égard des faits énoncés. En misant sur un certain aveuglement idéologique de leurs cibles, parmi lesquelles figuraient pourtant de nombreux scientifiques, David Thorpe et son complice sont parvenus à abaisser chez elles le degré habituel de suspicion à l'égard d'un fait nouveau et à illustrer leur propos conclusif sur les conditions épistémologiques à mettre en œuvre dans un débat public impliquant la connaissance scientifique.

A ce titre, et même si certaines cibles n'appartenant pas exclusivement à la communauté scientifique ont été mystifiées, cet acte canularique s'apparente assez largement à la catégorie des « canulars horizontaux » ; ces mystifications à visées correctives, destinées à des personnes appartenant au même univers social ou culturel que l'auteur de l'acte. Bien que le sujet auquel il renvoyait – la controverse sur les origines du changement climatique – était indéniablement une question sérieuse, l'objectif communicationnel des auteurs ne se limitait pas à un simple discours critique ; il s'inscrivait également dans une démarche plus réflexive sur la manière dont le journalisme scientifique et le débat sur la science tendent, à l'époque actuelle, à se détourner de la rigueur intellectuelle qui leur est supposément attachée.

Enfin, concernant plus spécifiquement le degré d'inscription de cet acte canularique au sein de la sphère médiatique, l'analyse approfondie de ce cas nous incline à le classer au sein de la catégorie des canulars médiatiques produits par des acteurs extérieurs à la production médiatique instituée. Certes David Thorpe, en tant que journaliste spécialisé dans les questions environnementales, n'est pas étranger au monde de l'information. On notera cependant que, bien que collaborant régulièrement à plusieurs supports prestigieux, il n'a pas usé de ses entrées dans ces titres pour propager l'article mystificateur, mais qu'il a préféré s'en remettre aux aléas des listes de diffusion sur Internet. Toutes ses interventions « post-révélation » ont également été diffusées sur les médias électroniques et, à aucun moment, il n'a semblé avoir cherché à tirer un bénéfice

éditorial ou médiatique de cette affaire en publiant un quelconque essai sur le sujet ou en se rendant sur des plateaux de télévision pour épiloguer à propos de ce canular. Il convient également de remarquer par ailleurs que celui qui fut au cœur de la fabrication de cette supercherie – le fameux Dr Cox – était un scientifique renommé et que ses motivations étaient moins de « créer le spectacle » que de faire prendre conscience à son milieu des dérives déontologiques de certains scientifiques se réclamant de l'école climatosceptique.

Il semble donc que le motif principal de cette association entre David Thorpe et le soi-disant Docteur Cox était bel et bien apologique et porté par le souhait d'alerter leur milieu d'appartenance professionnel – journalistique pour l'un et scientifique pour l'autre – des dérives propagandistes en train de se produire dans le débat international sur les évolutions climatologiques de la planète.

## ***IV-4 Le canular des Yes Men réalisé le 3 décembre 2004 sur la BBC à l'encontre de l'entreprise Dow Chemical***

### **IV-4.1 L'exemplarité du cas**

Cet acte canular, perpétré par les Yes Men au travers d'un média d'information de renommée internationale et à l'encontre d'une grande entreprise mondiale, représente une des actions symboliques les plus spectaculaires et retentissantes conduites au cours de la décennie écoulée par un groupe activiste à visée politique. La stratégie et les techniques employées pour mener à bien cette opération illustrent bien certaines des évolutions du canular médiatique à l'ère des nouvelles technologies de l'information et de la globalisation. Revendiqué comme une véritable action de « guérilla communicationnelle » par ses initiateurs, ce canular met en œuvre des procédés assez sophistiqués en l'absence pourtant de tout soutien émanant d'une instance médiatique. Il témoigne ainsi de l'audace et de l'inventivité de certains groupes activistes recourant aux pratiques canulars en vue d'attirer l'attention des médias et de véhiculer au sein de l'opinion des messages à caractère politique qui peinent habituellement à recueillir une audience significative.

Rendu célèbre par les médias de nombreux pays, cet acte canular a fait l'objet de nombreuses narrations détaillées – en particulier par ses auteurs – offrant ainsi des informations habituellement assez rares sur les phases d'élaboration et de fabrication de la mystification.

### **IV-4.2 L'exposé médiatique du cas**

Le vendredi 3 décembre 2004, jour du vingtième anniversaire de la catastrophe de Bhopal en Inde, plusieurs millions de téléspectateurs de BBC World<sup>298</sup> apprennent en direct, peu après 9 heures GMT, une étonnante nouvelle. L'entreprise Dow Chemical crée en effet une énorme surprise en annonçant qu'elle vient de décider de vendre Union Carbide, la société responsable de l'accident de Bhopal fin 1984, et qu'elle entend consacrer la

---

<sup>298</sup> Chaîne d'information continue britannique, rattachée au groupe BBC, créée en 1995 et qui diffuse ses programmes dans plus de 200 pays de la planète. Disponible dans près de 300 millions de foyers, son audience hebdomadaire est estimée à 74 millions d'individus. Source : BBC World News (informations consultables en ligne au 15 octobre 2010 à l'adresse <http://www.bbcworldnews.com/Pages/About.aspx>).

somme dégagée – environ 12 milliards de dollars – à l’indemnisation des victimes de la catastrophe et à la restauration de l’environnement dans les alentours du site. Causé par une fuite de gaz très corrosifs dans une zone extrêmement peuplée, l’accident – considéré comme le plus grave de l’histoire industrielle – avait immédiatement provoqué la mort d’environ 3500 personnes<sup>299</sup>. L’usine d’Union Carbide, mal entretenue et ne respectant pas les règles élémentaires de sécurité, fut alors fermée et son PDG, parti se réfugier aux Etats-Unis, tomba sous le coup d’un mandat d’arrêt lancé par la justice indienne. Vingt ans après, la faiblesse des indemnités versées par l’entreprise aux victimes de la catastrophe suscitait toujours la colère des populations locales et des activistes indiens. Le rachat d’Union Carbide par le groupe Dow en 2001 n’infléchit pas la « politique d’indifférence » menée jusque-là et la justice américaine continuait de refuser l’extradition du patron de l’usine.

L’annonce faite ce matin-là en direct sur BBC World par Jude Finisterra, porte-parole de Dow Chemical interviewé en duplex depuis Paris, marquait donc un revirement profond de la politique conduite par la firme. Pour la première fois une grande entreprise reconnaissait ses torts – ou du moins ceux de la filiale qu’elle avait acquise – et « *acceptait l’entière responsabilité* » des faits incriminés. Loin de s’en tenir là, Jude Finisterra poursuivit le mea culpa de son entreprise et déclara que Dow avait également décidé de collaborer pleinement avec la justice pour faciliter l’extradition vers l’Inde de Warren Anderson, l’ancien PDG d’Union Carbide. Le *scoop* était si important que, dès son annonce, la chaîne prit l’initiative de barrer la partie basse de l’écran d’un bandeau frappé des inscriptions « Breaking News » et « Bhopal Legacy ». Deux minutes plus tard, la mention « Dow accepts full responsibility » vint s’ajouter dans l’espace habituellement réservé au défilement des dépêches.

La nouvelle fut presque immédiatement reprise sur Google.news – où elle resta l’article le plus consulté de la journée – et par nombre de médias instantanés sur toute la planète. A 10 heures GMT, au début de son nouveau journal complet, BBC World choisit de rediffuser l’intégralité de l’entretien. A Bhopal, où plusieurs milliers de personnes étaient

---

<sup>299</sup> Le nuage de gaz toxiques échappés de l’usine de Bhopal et qui comportait notamment des doses très élevées de dioxine continua de se propager, entraînant après plusieurs années entre 20000 et 30000 décès et affecta la santé d’environ 120000 personnes (Informations rapportées par Bridget Hanna dans « Bhopal. Catastrophes et résistances durables », *Vacarme* n° 34, hiver 2006).

rassemblées pour un défilé commémoratif, la nouvelle provoqua l'euphorie mais parfois aussi l'incrédulité des manifestants.

L'information fit également l'effet d'une bombe sur les marchés financiers européens qui venaient d'ouvrir. En moins de deux heures, le cours de Dow connut une forte baisse, équivalant à une perte de 2 milliards de dollars. Inquiets de cette conséquence, les journalistes de la BBC prirent contact avec le siège londonien d'Union Carbide pour tâcher d'obtenir confirmation de la nouvelle. Depuis plusieurs mois, les rédactions de la prestigieuse station britannique étaient sous le feu d'attaques répétées du gouvernement Blair – et aussi d'une partie de l'opposition – qui accusait la chaîne de manquer d'objectivité et de critiquer trop systématiquement les Etats-Unis, alliés de la Grande-Bretagne depuis le début du conflit irakien engagé au printemps 2003. Pour éviter une nouvelle salve de critiques qui avait déjà conduit le mois précédent à l'ouverture d'une commission d'enquête sur le traitement éditorial de la chaîne, il devenait urgent de vérifier une information aussi spectaculaire.

Pris de court, les responsables londoniens d'Union Carbide déclarèrent qu'aucun Jude Finisterra ne travaillait pour l'entreprise et qu'ils n'avaient jamais entendu parler d'une décision concernant la revente de leur entreprise. Après plus de deux heures de flottement, Dow Chemical produisit enfin un démenti officiel sous la forme d'un communiqué de presse<sup>300</sup>. Mais devant le caractère peu virulent de cette réfutation prioritairement destinée aux milieux financiers, les imposteurs décidèrent de produire, toujours au nom de Dow Chemical, un faux démenti beaucoup plus véhément affirmant en termes peu diplomatiques que Dow préférerait se soucier de ses actionnaires plutôt que des victimes. Envoyé à de nombreux médias, le faux communiqué sera à son tour repris par de nombreux sites d'information<sup>301</sup>. Cette « nouvelle fausse nouvelle » sonnait en effet plus vraie que nature, d'autant que la BBC avait, dès la fin de la matinée, elle aussi diffusé un rectificatif et un message d'excuses à l'endroit de Dow et de ses téléspectateurs.

---

<sup>300</sup> Communiqué intitulé « Dow Statement a Hoax – Historic aid package for Bhopal's victims a lie » et délivré le 3 décembre 2004, consultable en ligne au 15 octobre 2010 à l'adresse : <http://da-lj.livejournal.com/6777.html>.

<sup>301</sup> Ce faux communiqué des Yes Men, qui était encore consultable en ligne au 18 août 2009 à l'adresse <http://www.dowethics.com/r/about/corp/bbc.html>, n'est toutefois plus disponible depuis l'été 2010.

En fin d'après-midi, les Yes Men donnèrent – en leur nom cette fois-ci – plusieurs interviews pour revendiquer l'imposture et expliquer leurs motivations. Selon les premiers témoignages, il résultait que certains activistes indiens avaient été, après un moment d'intense euphorie, fortement déçus par la révélation de la mystification, et plusieurs médias commençaient à accuser les auteurs de la fausse nouvelle de « *jouer de la misère des gens* » et de « *susciter de faux espoirs parmi les victimes* ». Joint par la chaîne britannique Channel 4, Andy Bichlbaum accepta donc d'intervenir à l'antenne en fin de journée pour donner son récit de l'affaire.

Le lendemain matin, la nouvelle imposture des Yes Men fit les gros titres de nombreux journaux dans le monde. La résonance internationale accordée à ce canular trouvait en partie son explication dans le fait que plusieurs pays étaient directement impliqués dans l'affaire. Il y avait naturellement l'Inde (où la catastrophe avait eu lieu), les Etats-Unis (où est situé le siège international de Dow Chemical), la Grande-Bretagne (au travers de BBC World), mais aussi l'Allemagne (pays abritant la Bourse de Francfort où le cours de Dow venait de chuter) et la France (d'où le canular avait été organisé).

Les médias anglais, toutes tendances politiques confondues, consacrèrent de très nombreux sujets à cette étonnante histoire. Le plus souvent, ce fut pour fustiger la légèreté de la BBC, mais aussi pour mettre en question la politique jugée cynique de Dow Chemical. En dépit de certaines critiques proférées à leur rencontre, les Yes Men furent globalement épargnés, voire admirés pour cette habile imposture. Par tradition, les médias britanniques ont en effet tendance à accorder une large couverture journalistique aux canulars médiatiques, en particulier quand ceux-ci ont une connotation humoristique<sup>302</sup>. *Fair-play* – malgré les vives critiques qu'elle essuya – la BBC décida à son tour le jour suivant d'inviter les Yes Men à venir s'exprimer à l'antenne à propos des motivations qui avaient guidé leur acte.

Vue probablement par plusieurs dizaines de millions de téléspectateurs dans le monde, l'imposture de ce 3 décembre 2004 reste à ce jour un des actes canularsques ayant recueilli l'un des plus importants traitements médiatiques de ces dernières décennies. Dans le milieu de la contestation politique et médiatique, il fait aujourd'hui figure de

---

<sup>302</sup> A ce sujet, voir notamment le livre de Martin Wainwright, *The Guardian Book of April Fool's Day* (London, Aurum Press, 2007), pp. 89-90.

référence majeure et la vidéo de l'interview de Jude Finisterra mise en ligne sur de nombreux sites continue, plus de cinq ans après l'événement, à drainer encore un nombre élevé de consultations quotidiennes.

#### **IV-4.3 L'analyse du cas au regard du schéma générique**

##### ***La conception se fait bien en amont***

Différemment des auteurs des trois cas étudiés précédemment, les initiateurs de cette mystification n'étaient pas des néophytes en matière de perpétration d'actes canularesques. Depuis 1999 Andy Bichlbaum et Mike Bonanno<sup>303</sup>, les deux fondateurs des Yes Men<sup>304</sup>, avaient déjà à leur actif de nombreuses impostures et mystifications politico-médiatiques fomentées à l'encontre des grandes entreprises multinationales ou des institutions internationales suspectes à leurs yeux de contribuer à la dérégulation économique et financière de la planète. En août 2001 notamment, ils avaient acquis une réputation internationale en parvenant à se faire inviter en tant que représentant de l'Organisation Mondiale du Commerce dans une importante conférence qui rassemblait les principaux représentants de l'industrie mondiale du textile. Ils avaient produit là un « *happening* » assez sulfureux qui leur avait valu la une de plusieurs journaux<sup>305</sup>.

Forts d'une technique très éprouvée consistant à mystifier leurs cibles grâce à la production de faux sites Internet parodiant ceux de grandes entreprises ou d'institutions internationales renommées, les Yes Men ont, entre 2001 et 2004, multiplié les actes canularesques spectaculaires. Profitant des talents de « performeur » d'Andy Bichlbaum, ils sont souvent arrivés à tourner en dérision les organisateurs d'importantes conférences rassemblant des dirigeants économiques du monde entier. Portés par le succès de la vague

---

<sup>303</sup> Pseudonymes et « noms de scène » adoptés respectivement par Jacques Servin – un Belgo-Américain auteur de plusieurs ouvrages littéraires et programmeur de jeux vidéos – et Igor Vamos – un Américain d'origine grecque enseignant dans plusieurs écoles d'art.

<sup>304</sup> Après avoir un temps officié sous l'appellation « RTMark », les deux acolytes choisirent le nom de « Yes Men » (« béni-oui-oui » en français) en référence à l'attitude soumise de certains cadres lors de conférences où les deux activistes, se faisant passer pour des dirigeants internationaux, profitaient de la situation pour préférer des propos peu conventionnels.

<sup>305</sup> Le récit détaillé de ce canular médiatique est notamment rapporté sur le site des Yes Men à l'adresse <http://theyesmen.org/hijinks/tampere> (consultable en ligne au 8 octobre 2010) et l'ensemble de la déclaration d'Andy Bichlbaum – alias Hank Hardy Unruh – a été traduit et publié en France dans la revue *Multitudes* n° 15, hiver 2004, pp. 51-61.



de contestation altermondialiste, ils font, dès 2002, figure de véritable symbole d'une résistance à la fois joyeuse, radicale et créative face à un ordre planétaire devenu totalement soumis à la loi du profit. Activistes dans l'âme, mais aussi férus des techniques de communication, Les Yes Men entendent, par leurs interventions spectaculaires, dénoncer le double langage de ceux qui dirigent le monde. Dans leurs interviews comme dans leurs écrits<sup>306</sup>, ils ne manquent généralement pas de s'en prendre aux discours humanistes et altruistes très convenus développés publiquement par ces grandes instances économiques et qui contrastent souvent assez singulièrement avec leurs pratiques réelles ou les propos beaucoup plus cyniques qu'elles tiennent auprès de leurs pairs dans des cénacles très fermés.

L'usage outrancier du « faux » ou de la parodie est ainsi pour les Yes Men une manière efficace de révéler le « vrai » ; de dévoiler au travers de leur propre imposture ce qu'ils considèrent être la seule véritable imposture : celle des puissants qui se jouent de la résignation des faibles, toujours davantage soumis à des choix qu'ils ne contrôlent pas<sup>307</sup>. C'est au travers du procédé consistant à s'approprier l'identité de leurs cibles, et en usant de ruse pour se faire inviter en leur nom dans des médias ou dans de grandes conférences internationales, que les Yes Men opèrent ce qu'ils appellent des « corrections d'identité » ; autrement dit, une rectification de l'image souvent angélique que ces institutions tentent de donner d'elle-mêmes auprès de l'opinion.

Experts en « *phishing* », doués d'une capacité peu commune à imiter les codes de leurs victimes et dotés également d'un indéniable talent de satiristes, c'est suivant une méthode bien rodée et une marque de fabrique qui leur est très spécifique que les Yes Men procèdent à des canulars qui obtiennent assez régulièrement un large retentissement médiatique. Si, de fait, un certain « effet de série » transparait à l'intérieur de leur production, celui-ci est cependant loin d'être aussi prononcé que dans le cas de canulars produits « à la chaîne » par certains humoristes officiant pour le compte de médias radiophoniques ou télévisuels. S'attaquant régulièrement aux mêmes cibles – une poignée de compagnies internationales – les Yes Men font l'objet depuis quelques années d'une

---

<sup>306</sup> Andy Bichlbaum, Mike Bonanno : *The Yes Men. The True Story of The End The World Trade Organization*, New York, The Disinformation Company, 2004. Traduction française : *Les Yes Men. Comment démasquer en s'amusant un peu l'imposture néolibérale*, Paris, La Découverte, 2005, 192 pages.

<sup>307</sup> Nous synthésons ici l'argumentation développée par les Yes Men dans leur livre (Op. cit p. 9), sur leur site Internet à l'adresse <http://theyesmen.org/> (consultable en ligne au 17 octobre 2010), ainsi que dans l'interview que nous a accordé Andy Bichlbaum le 16 février 2007 et qui figure en annexe 7 de ce document en pages 33-38.

surveillance accrue de leur part et sont donc contraints à varier leurs procédés habituels. Par ailleurs, la technique de l'hameçonnage qu'ils privilégient rend, malgré leurs réels efforts pour cibler leur proie, très aléatoire leur prise finale. Enfin, la nécessité qu'ils ont aussi de surprendre les médias afin d'obtenir un large écho pour chacune de leurs actions les oblige à chaque fois de faire preuve de davantage de créativité.

Ainsi, retrouve-t-on dans l'acte canularique perpétré de 3 décembre 2004 nombre d'éléments de continuité avec les actions antérieurement perpétrées par le duo, tel le type de cible visée, la technique et le mode de mystification opérés, le recours à une cible intermédiaire pour parvenir à affecter l'image de la cible recherchée... Pour autant, ce canular recèle aussi des particularités telles, qu'il serait inapproprié de le qualifier de simple « réplique ».

Concernant sa généalogie, on notera que cet acte canularique ne répond ni au schéma habituel d'un acte canularique, ni à celui qui régit généralement les actions conduites par les Yes Men.

Ainsi, les phases théoriquement successives de la conception et de la fabrication de l'acte canularique sont, dans ce cas, singulièrement intriquées, voire temporellement inversées dans certaines étapes du processus. Certes, la « cible politique » effectivement visée (Dow Chemical) faisait l'objet d'une attention particulière de la part des Yes Men depuis plusieurs années. En revanche, la « proie » qui fut piégée par le faux site Dowethics (BBC World), et par l'intermédiaire de laquelle fut perpétrée la « rectification d'identité », ne fit pas l'objet d'une captation intentionnelle de la part des « hoaxers ». A vrai dire, le processus par lequel ce canular se produisit ne résulta pas d'un plan dûment établi et suivi à la lettre par ses auteurs. En bien des points, il semble davantage le fruit du hasard des circonstances et du sens de l'opportunité des Yes Men.

Les origines de ce canular sont en effet assez singulières. Elles remontent vraisemblablement à début 2002, lorsque, suite à plusieurs coups d'éclat réalisés par les Yes Men, l'association écologiste Greenpeace, intéressée par le retentissement de leurs actions, avait pris contact avec Andy Bichlbaum et Mike Bonanno afin de les inciter à réaliser un faux site de Dow Chemical insistant sur le rachat d'Union Carbide l'année précédente et mettant en lumière les nouvelles responsabilités incombant désormais à la

maison-mère. Sans plus d'objectifs précis, c'est ainsi que [www.dowethics.com](http://www.dowethics.com)<sup>308</sup>, un site prétendument consacré à l'action humanitaire et à la responsabilité sociale de Dow Chemical, vit le jour en fin 2002. Le nom de domaine avait été enregistré par les activistes le 6 décembre 2002<sup>309</sup> et son contenu à caractère légèrement parodique fut mis en ligne dans les jours qui suivirent. L'achat de ce nom de domaine ne passa pas inaperçu, car dès le 7 décembre, une employée du siège de Dow Chemical à Midland aux Etats-Unis déposa à son tour les noms de domaines [www.dowethics.net](http://www.dowethics.net) et [www.dowethics.org](http://www.dowethics.org)<sup>310</sup>.

Vraisemblablement surveillé avec attention par les services de communication du groupe, le faux site « éthique » poursuivit tranquillement son existence pendant presque deux ans jusqu'au 29 novembre 2004, jour où un journaliste de BBC World pris alors contact par courriel avec le *webmaster* du site dans la perspective d'obtenir une interview d'un représentant de Dow à l'occasion du vingtième anniversaire de la catastrophe de Bhopal.

D'abord surpris par un « hameçonnage » si tardif, les Yes Men décidèrent de répondre à l'invitation, ne sachant pas si la BBC avait initié d'autres contacts avec Dow avant de tenter leur chance auprès du site DowEthics. *« Connaisant l'histoire de Dow en matière de négligences lourdes sur ce sujet, nous avons pensé qu'il y avait peu de chances qu'ils envoient quelqu'un et que, s'ils le faisaient, le ou la représentante de Dow risquait fort de réitérer les mêmes propos insipides que par le passé. Nous avons donc décidé de faire leurs relations publiques à leur place »*, déclarèrent les Yes Men quelques mois plus tard en guise d'éclairage sur ce point<sup>311</sup>. Les deux membres du groupe activiste résidaient à Paris à cette époque, mais ne disposaient pas des moyens nécessaires pour se rendre à Londres. Ils prétextèrent donc une intervention programmée de longue date dans une conférence à Paris pour demander à la BBC d'enregistrer l'émission en duplex.

Redoutant un refus de la chaîne, ils décidèrent de l'aguicher un peu plus en signalant leur intention d'annoncer en exclusivité lors de ce passage à l'antenne une décision très

---

<sup>308</sup> Consultable en ligne au 8 octobre 2010 à l'adresse <http://www.dowethics.com>.

<sup>309</sup> Les données officielles concernant l'enregistrement de ce nom de domaine figurent à l'adresse : <http://www.whois.net/whois/dowethics.com> (consultable en ligne au 17 août 2009).

<sup>310</sup> D'après les données officielles d'enregistrement consultables en ligne au 17 août 2009 aux adresses suivantes : <http://www.whois.net/whois/dowethics.net> et <http://www.whois.net/whois/dowethics.org>.

<sup>311</sup> Communiqué diffusé sur le site des Yes Men à l'adresse <http://www.theyesmen.org/hijinks/dow/>, consultable en ligne jusqu'en juillet 2009. Le texte a été retiré suite aux démarches juridiques engagées par Dow à l'encontre des Yes Men.

importante concernant la politique du groupe à propos de Bhopal. Andy, alias Jude Finisterra pour l'occasion («Jude» comme le saint patron des causes perdues et « Finisterra » pour signifier « la fin du monde ») devint ainsi le porte-parole officiel de Dow. Car, dans l'esprit des Yes Men, la véritable cible de l'action qui restait encore à définir était bel et bien le grand groupe industriel qui s'était enrichi dans la fabrication de produits chimiques pour l'armée américaine pendant la guerre du Vietnam et qui continuait à s'illustrer aujourd'hui par ses fortes réticences à l'égard des réglementations environnementales. S'en prendre à la BBC n'était pas dans les intentions des Yes Men : « *Nous aurions préféré être invité par CBS, ABC ou Fox. Ce sont des médias d'information beaucoup plus critiquables à nos yeux dans leur façon de parler de l'économie et de l'environnement que la BBC. Nous n'avons aucun grief particulier contre BBC World car, au contraire de ses consœurs américaines, elle est une des rares grandes chaînes internationales à se préoccuper du sort des survivants de Bhopal* »<sup>312</sup>.

Accidentelle, cette « prise » d'une grande instance médiatique n'en fut pas moins providentielle pour les Yes Men et elle ne modifia guère leur mode opératoire habituel, qualifié par eux de « rectification d'identité ». A l'instar de nombre de canulars radiophoniques perpétrés par téléphone, il s'agissait ni plus ni moins que de s'approprier par imitation l'identité d'un tiers pour la confronter à une autre identité bien réelle. L'objectif n'était donc pas de tourner en dérision la victime formelle de la mystification (BBC World en l'occurrence), mais plutôt de s'attaquer à la personne ou à l'institution incarnée par l'imposteur en lui faisant proférer des propos particulièrement outranciers et susceptibles de nuire à sa réputation.

Ce fut ce qui advint dans le cas de la mystification perpétrée à l'encontre de la BBC. Sans avoir été projetée de cette manière, l'opération offrait soudainement l'occasion d'atteindre une cible politique définie depuis longtemps au travers d'une proie intermédiaire et saisie involontairement grâce à un piège installé de longue date. Ainsi, et compte tenu du concours de circonstances heureuses qui venait de se produire, la phase de fabrication à mettre en œuvre à ce stade ne portait plus que sur l'élaboration d'un discours servant de support à la performance.

---

<sup>312</sup> Article publié sur le site des Yes Men, puis retiré en juillet 2009 (voir note 311).

### *Une fabrication rapide*

Il restait cependant aux Yes Men à élaborer en urgence – à peine trois jours – un scénario et la trame d'un discours suffisamment percutant et crédible pour parvenir à mystifier le plus longtemps possible les journalistes de BBC World afin de porter réellement atteinte à l'image publique de Dow Chemical. « Quel propos tenir ? » Ce fut la question que les Yes Men se posèrent en cette toute fin de novembre. « *Dans un premier temps, nous avons envisagé de faire endosser pleinement à Dow l'image d'un monstre psychotique exposant en termes non diplomatiques le fait que la firme se foutait royalement des habitants de Bhopal et que, même si elle venait à s'en soucier, elle ne ferait cependant rien pour les aider.* »<sup>313</sup> Ce procédé dysphorique avait déjà été maintes fois mis en œuvre par les Yes Men lors de précédents canulars, en particulier lorsqu'ils étaient intervenus en lieu et place de l'Organisation Mondiale du Commerce en juillet 2001 sur la chaîne américaine CNBC<sup>314</sup>.

« *Au lieu de cela, nous avons opté pour l'idée de faire annoncer par l'invraisemblable Jude un changement radical de stratégie de l'entreprise, en faisant endosser par Dow l'entière responsabilité du désastre. De cette manière, nous tracerions pour Dow une voie éthique à suivre : dédommager les victimes, remettre en état le site, ou tout au moins aider à réparer la pire catastrophe industrielle de l'histoire* »<sup>315</sup>. Cette approche comportait toutefois certains risques et notamment celui de donner de faux espoirs à des personnes qui avaient déjà enduré vingt années de souffrance. Les Yes Men, dans un entretien postérieur à ce canular, nous avouèrent qu'ils ne s'étaient guère posés la question, car ils n'envisageaient pas un seul instant que la fausse nouvelle mettrait autant de temps à être démentie et donc que les activistes indiens puissent en avoir vent avant la révélation de la mystification. Par ailleurs, et le cas échéant, ils doutaient que ceux-ci crussent un instant une telle nouvelle, tant les déclarations réitérées par Dow à ce sujet rendaient celle-ci improbable et donc très peu crédible. A travers cette fausse annonce, « *nous avons donc simplement choisi de montrer comment un autre monde était possible et que cela en valait la peine...* »<sup>316</sup>.

---

<sup>313</sup> Idem, note 311 située en de bas de page 268.

<sup>314</sup> La présentation de cet acte canularsque perpétré en 2001 figure sur le site des Yes Men à l'adresse <http://www.theyesmen.org/hijinks/cnbc>, consultable en ligne au 8 octobre 2010.

<sup>315</sup> Idem, note 311 située en de bas de page 268.

<sup>316</sup> Extrait d'une interview des Yes Men réalisée par Bridget Hanna dans *Vacarme* n°34, hiver 2006, pp. 138-140.

C'est ainsi que fut élaboré un discours mystificateur euphorisant – en général assez rare dans les actes canularsques – avec deux scénarios possibles après que la mystification aût été découverte : que Dow – hypothèse peu crédible – endosse une partie de ce discours et indemnise véritablement les victimes de la catastrophe ou que l'entreprise – hypothèse bien plus probable – démente formellement toute velléité d'engager des réparations. Dans ce dernier cas, Dow montrerait son vrai visage et provoquerait en retour des réactions très négatives à son encontre au sein de l'opinion publique.

Pour des raisons tenant à ses talents de performeur et d'improvisateur, il fut décidé que ce serait Andy Bichlbaum qui jouerait le rôle de Jude Finisterra, pendant que Mike Bonanno, présenté comme son chargé de communication, profiterait de sa présence sur les lieux pour filmer la séquence et ses à-côtés ; un matériau précieux pour procéder ultérieurement à la phase de narration auctoriale du canular. L'émission ayant lieu en direct, il était peu probable que la mystification soit dévoilée en cours de programme, aussi les Yes Men, soucieux de l'impact médiatique de leur action, prévinrent la veille au soir un certain nombre de journalistes « amis » – en particulier dans la presse écrite – pour les inciter à regarder BBC World le 3 décembre au matin<sup>317</sup>.

### ***Performance en direct***

Le moment principal de la performance de la mystification dura exactement 5 minutes 30 et se tint dans le petit studio de la BBC à Paris où Jude Finisterra était en duplex avec son interviewer à Londres. Dans le second film des Yes Men<sup>318</sup>, une courte séquence filmée dans le studio par Mike Bonanno, peu avant l'intervention en direct, montre un Andy Bichlbaum métamorphosé en cadre dirigeant d'une grande multinationale un peu tendu à l'idée de s'adresser sur une chaîne qui revendique plusieurs dizaines de millions de téléspectateurs dans le monde. L'interview débuta en temps et en heure, juste après l'annonce des titres de l'édition et une très rapide présentation de l'invité et de l'objet de sa présence sur la chaîne. D'emblée interrogé par le journaliste sur la position de Dow au sujet de la catastrophe du 3 décembre 1984 et de ses suites, Jude Finisterra répondit par

---

<sup>317</sup> C'est ainsi que plusieurs journalistes de *Libération* furent alertés la veille au soir par un appel téléphonique d'Andy Bichlbaum leur suggérant de suivre BBC World le lendemain matin.

<sup>318</sup> Film documentaire intitulé « Les Yes Men refont le monde » diffusé sur Arte le 15 septembre 2009.

une longue tirade annonçant sur un ton solennel et un peu compassé « *l'extraordinaire décision* » prise par l'entreprise au sujet d'Union Carbide et de Bhopal.

Dès la première réplique, le porte-parole de Dow choisit d'interpeller le journaliste par son prénom (« *Steve* ») qui très rapidement se permettra aussi d'appeler son interlocuteur de la même manière (« *It's a mess, certainly, Jude* »)<sup>319</sup>. Le caractère exceptionnel et éminemment positif de la nouvelle annoncée explique vraisemblablement l'étonnante empathie qui se dégage dans cet échange entre un journaliste réputé pour son sang-froid et son expérience et le porte-parole d'une des entreprises parmi les plus décriées dans les médias anglo-saxons. Dans un long entretien qu'il nous a accordé en 2006<sup>320</sup>, Andy Bichlbaum explique que c'est très volontairement qu'il a choisi de s'adresser à son interviewer par son prénom : « *Je ne connaissais pas ce journaliste, mais j'avais depuis longtemps noté cette technique employée par les porte-parole des grands groupes internationaux qui consiste à appeler le journaliste par son prénom. Si, par la suite et devant les caméras, il vous appelle lui aussi par votre prénom, c'est que vous avez alors gagné chez lui en estime et en sympathie ; son esprit critique va se relâcher, et vous pouvez essayer d'aller un peu plus loin en exagération dans votre propos* ».

Comme dans toute mystification performative, le but des Yes Men était d'essayer de « *pousser le bouchon un peu plus loin* », sans atteindre toutefois le point de rupture où l'interlocuteur pourrait prendre conscience de l'imposture. C'est ce qui fut fait durant la seconde partie de l'interview quand, assuré de maîtriser la mystification en cours, Andy-Jude chargea des pires maux l'ancien PDG d'Union Carbide et annonça la décision de Dow de tout mettre en œuvre pour faciliter l'extradition de Warren Anderson vers l'Inde. A l'issue de l'entretien, alors qu'il craignait l'arrivée rapide d'un démenti cinglant de la part de Dow Chemical, Andy Bichlbaum va même s'offrir le luxe d'une très grande assurance auprès de la journaliste de la chaîne qui l'avait accueilli dans le studio et qui s'enthousiasmait de la bonne nouvelle en lui répliquant assez fièrement : « *Je ne travaillerais pas pour Dow si je n'y croyais pas* ».

Ainsi s'acheva donc la phase principale de mystification de cet acte canularique, abondamment reprise dans de nombreux médias durant quelques heures.

---

<sup>319</sup> Extrait de l'interview de Jude Finisterra par BBC World le 3 décembre 2004. Séquence située à la 21<sup>ème</sup> minute du film « Les Yes Men refont le monde », sorti en 2009.

<sup>320</sup> Voir annexe 6 en pages 25-32 de ce document.

### *Révélation par le vecteur*

Dow tarda à réagir et ce fut l'effondrement du cours de son action à l'ouverture de la Bourse de Francfort, puis l'appel des journalistes de BBC World au siège londonien d'Union Carbide, qui éveillèrent ses soupçons. Vingt-trois minutes après le début de la séance à Francfort, l'action du groupe perdit 4,2 % de sa valeur, faisant chuter sa valorisation d'environ 2 milliards de dollars. Une conséquence que les Yes Men n'avaient pas prévue. La BBC fut la première à procéder au démenti de l'information (et donc à la révélation de la mystification) en reconnaissant avoir été trompée par un imposteur, en présentant ses excuses à Dow Chemical et en annonçant l'ouverture d'une enquête interne afin de déterminer les raisons qui avaient conduit la chaîne – et ses autres antennes – à diffuser sans précaution cette information<sup>321</sup>.

Ce sobre communiqué de la BBC fut immédiatement repris par de nombreux médias dont l'agence Reuters qui avait elle aussi propagé la fausse nouvelle et qui produisit également ses excuses. Le communiqué officiel de Dow Chemical, plus ferme dans le ton et plus développé dans la forme, ne parvint qu'un peu plus tard dans les rédactions. Il démentait fermement point par point toutes les déclarations faites par le faux porte-parole et insistait sur le fait qu'« *en dépit des pressions* », la position de Dow sur le dossier ne changerait pas et que l'entreprise « *refusait d'assumer la responsabilité de l'accident* », en soulignant au passage « *la grande injustice causée par les mystificateurs en donnant aux Bhopalais de faux espoirs d'un futur meilleur grâce à l'assistance de Dow* ». Porté soudainement par une étrange compassion, le chimiquier ajoutait : « *Les survivants ont déjà souffert de faux espoirs, de négligences et d'abandons de responsabilités de toutes parts durant 20 années ; n'est-ce pas assez ?* »<sup>322</sup>.

Choqués par ce retournement des responsabilités opéré par Dow, les Yes Men décidèrent de ne pas en rester là et, en début d'après-midi, de procéder à une nouvelle mystification à l'encontre de l'entreprise. Reprenant l'entièreté du communiqué officiel de Dow, ils en

---

<sup>321</sup> Ce communiqué de la BBC est consultable en ligne (au 18 août 2009) à l'adresse :

[http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2004/12\\_december/03/world/shtml](http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2004/12_december/03/world/shtml).

<sup>322</sup> Communiqué intitulé « Dow Statement a Hoax – Historic aid package for Bhopal's victims a lie » et délivré le 3 décembre 2004, consultable en ligne au 8 octobre 2010 à l'adresse : <http://da-lj.livejournal.com/6777.html>.



produisirent un nouveau en ajoutant à sa fin les lignes suivantes : « *Les actionnaires de Dow ne subiront AUCUNE perte, parce que la politique de Dow au sujet de Bhopal N'A PAS CHANGE. Pour autant que nous nous préoccupons, en tant qu'êtres humains, des victimes de la catastrophe, nous tenons à rappeler que la seule et unique responsabilité qui incombe à Dow est sa responsabilité à l'égard de ses actionnaires, et que Dow NE FERA RIEN qui irait à l'encontre de sa ligne de conduite, à moins d'y être contrainte par la justice* »<sup>323</sup>.

Ce nouveau communiqué des Yes Men court-circuita largement la communication de Dow durant quelques heures. Le cours de l'entreprise rattrapa les pertes occasionnées par la fausse nouvelle dès la fin de la journée et plusieurs médias d'information reprirent le faux démenti, en particulier Google News où il devint la nouvelle la plus consultée de cette fin de journée, jusqu'à ce qu'elle fût retirée.

Ne pouvant avoir la maîtrise totale du processus durant tout le déroulement de ce canular, et notamment ordonner eux-mêmes la révélation de l'imposture<sup>324</sup>, les Yes Men se trouvèrent donc confrontés à la réaction habile et inattendue de Dow arguant de la désillusion ressentie par certains activistes indiens, ceux-là mêmes qu'ils entendaient soutenir par leur action. Aussi, ils réagirent à cette accusation de Dow par une nouvelle mystification offrant de l'entreprise l'image cynique d'un « monstre » industriel, motivé uniquement par des préoccupations d'ordre capitalistique et financier.

### *Narration planétaire*

Dans le monde entier, de nombreux médias<sup>325</sup> firent le récit du canular en des termes généralement élogieux pour les Yes Men. L'événement, dans sa dimension à la fois spectaculaire et humoristique, donna l'occasion de revenir sur les suites de la catastrophe de Bhopal, mais également de s'interroger sur les difficultés rencontrées par les journalistes dans leur travail de vérification de l'information.

---

<sup>323</sup> Faux communiqué consultable en ligne au 18 août 2009 à l'adresse :

<http://www.dowethics.com/r/about/corp/bbc.html>.

<sup>324</sup> Pour ne pas être devancés par la BBC ou par Dow, il aurait en effet fallu que les « hoaxers » révèlassent la mystification peu de temps après sa perpétration, mais une telle décision aurait eu pour effet de limiter la propagation médiatique de la fausse nouvelle.

<sup>325</sup> Notamment de grands quotidiens comme *The New York Times*, *The Guardian*, *The Times of India* ou *Libération*.

En Grande-Bretagne, de nouvelles attaques fusèrent à cette occasion contre la BBC. Gênés par les conséquences indirectes de leur acte à l'endroit d'un média dont ils reconnaissent la qualité du travail informatif fait au sujet de Bhopal, les Yes Men acceptèrent – un peu embarrassés – l'invitation qui leur fut faite par la BBC de revenir les voir pour expliquer le sens de leur action. « *En dépit de nos pressentiments, nous y sommes allés et nous avons trouvé en arrivant quatre dirigeants au visage souriant.* « Où sont les flics ? », a demandé Andy aux responsables qui se sont franchement mis à rire ». Cet épisode rapporté par les Yes Men – et non démenti cette fois-ci par la BBC – témoigne, outre d'un *fair play* évident, d'une relative complicité entretenue par certains journalistes à l'égard d'activistes cherchant à mettre en péril le discours par trop formaté des grands groupes multinationaux.

Au-delà de l'abondante couverture médiatique générée par ce canular, les Yes Men procédèrent également très rapidement à la mise en récit auctoriale de l'affaire. Dès la fin de la journée du 3 décembre, plusieurs centaines de journalistes reçurent un message d'alerte – via courrier électronique – les informant du nouvel exploit des Yes Men. Quelques heures plus tard, un récit circonstancié de l'affaire et la vidéo de l'interview de Jude Finisterra furent mis en ligne sur le site [www.theyesmen.org](http://www.theyesmen.org) qui recueillit, aux dires des intéressés, une quinzaine de milliers de visites quotidiennes en moyenne durant près d'une semaine. Soucieux de leur communication, les activistes donnèrent pendant plusieurs jours de nombreuses interviews à des médias de pays de toute la planète. Certains sites politiques américains très fréquentés accordèrent un impressionnant traitement à cette affaire et les Yes Men acceptèrent de faire un récit très détaillé à l'un d'entre eux intitulé [www.democracynow.org](http://www.democracynow.org) et qui fut mis en ligne le 7 décembre 2004<sup>326</sup>.

Depuis 2005, les Yes Men ont été invités dans de nombreuses conférences ou festivals tenus en Europe ou en Amérique du Nord pour présenter ce cas devenu très emblématique des nouvelles pratiques communicationnelles développées par des groupes activistes. A chaque fois ou presque, leur présence a suscité de nouvelles évocations du canular perpétré en décembre 2004 par les journaux des pays-hôtes. Mais au-delà de sa

---

<sup>326</sup> Article d'Amy Goodman intitulé « Jude Finisterra Interviewed » consultable en ligne au 17 octobre 2010 à l'adresse : [http://www.democracynow.org/2004/12/6/yes\\_men\\_hoax\\_on\\_bbc\\_reminds](http://www.democracynow.org/2004/12/6/yes_men_hoax_on_bbc_reminds).

seule narration, souvent accompagnée de nombreux extraits vidéo, cet acte canularique est depuis 2009, date de la sortie du second film des Yes Men co-produit par Arte-France<sup>327</sup>, partie intégrante d'une sorte de « méta narration » sur le travail de « guérilla communication » entrepris par le groupe à l'encontre des grandes institutions économiques durant le second mandat présidentiel de George W. Bush. C'est d'ailleurs par le récit de ce canular médiatique et de ses suites que les Yes Men ouvrent ce film, lui consacrant environ 25 minutes d'un documentaire qui en compte au total 83. Le récit du canular proprement dit est accompagné d'un assez long reportage réalisé à Bhopal, où les Yes Men se sont rendus plusieurs fois en 2005 et 2006 pour rencontrer et soutenir les activistes qui continuaient d'organiser la lutte en faveur des victimes de la catastrophe. Une façon supplémentaire de déjouer les critiques qui leur avaient été portées en décembre 2004 et ainsi de reprendre pleinement la maîtrise du récit attaché à cet acte canularique.

#### **IV-4.4 Les principaux enseignements du cas étudié**

Cet acte canularique – à l'instar de celui conduit en février 2005 par les activistes milanais de Serpica Naro – met en lumière le fort regain depuis quelques années de l'intérêt porté à ce type de procédé par des acteurs issus des milieux protestataires. S'inscrivant dans la catégorie des « canulars ascendants », il témoigne du potentiel perturbateur, voire subversif, de ce genre de pratique lorsque les initiateurs de l'acte parviennent à leurs fins<sup>328</sup>. Il souligne également le souci croissant de certains groupes contestataires de donner un large écho médiatique à leurs luttes et à leurs engagements en recourant à des techniques de communication, certes quelque peu transgressives, mais dont la spectacolarité peut inciter de grands médias à la recherche permanente d'informations surprenantes ou insolites à s'en faire les propagateurs bienveillants.

Ce cas peut également être qualifié de « canular indirect » car – différemment de deux des cas précédemment étudiés – la véritable cible visée par les auteurs de l'acte – Dow – n'a pas été directement mystifiée. Elle a cependant bel et bien été affectée par les effets qui

---

<sup>327</sup> Film documentaire intitulé « Les Yes Men refont le monde » diffusé sur Arte le 15 septembre 2009.

<sup>328</sup> Sur cet usage subversif de l'acte canularique par certains groupes activistes contemporains, lire notamment notre article intitulé « Prélude à une théorie du hoax et de son usage subversif », paru dans *Multitudes* n° 25, été 2006, pp. 149-157.

ont résulté de la mystification subie par une tierce instance – BBC World – qui, à son corps défendant, a propagé une information fautive et, au final, dommageable à l’entreprise en termes d’image publique. Si ce procédé n’est pas nouveau – il fut notamment utilisé dès le XVIII<sup>e</sup> siècle par l’écrivain Jonathan Swift à l’encontre de l’astrologue John Partridge – il connaît cependant une étonnante recrudescence avec le développement d’Internet, dont les fonctionnalités propres tendent à faciliter l’appropriation virtuelle de l’identité d’un tiers.

Concernant plus spécifiquement le déroulement des étapes successives composant classiquement un acte canular, l’étude détaillée de ce cas met en lumière le caractère assez aléatoire des facteurs qui concourent à la réussite d’un tel acte, en même temps que le sens de l’à-propos, de l’improvisation, voire de l’opportunisme dont doivent faire preuve ses auteurs. Loin de constituer une mécanique aux rouages parfaitement huilés et dont le déroulement répondrait précisément aux plans préétablis de son initiateur, le canular médiatique contemporain, en dépit de sa sophistication, demeure plus que jamais un processus fragile, artisanal dans sa mise en œuvre et toujours incertain quant à son issue finale.

Rien, en effet, dans ce canular contre Dow ne pouvait sérieusement laisser présager qu’un faux site, créé deux ans auparavant et non réactualisé depuis, permettrait d’abuser la vigilance d’un média comme BBC World. Il aura d’ailleurs fallu une très forte réactivité et surtout la grande capacité créative des Yes Men pour parvenir à faire de cette proie providentielle un relais efficace pour atteindre leur véritable cible politique. En dépit de ce talent et de leur grande expérience en matière d’actes canulars, il convient de noter que les Yes Men ont, à plusieurs reprises, failli dans la juste anticipation de son déroulement. Ce fut notamment le cas concernant l’évaluation certains des effets engendrés par leur mystification. Ils n’avaient pas, de leur aveu même, prévu les conséquences boursières de leur action, ni la déception provoquée par la révélation de la mystification auprès des activistes bhopalais qu’ils entendaient soutenir. Ils ont également été surpris par l’attitude et les réactions respectives de la cible intermédiaire et de la cible finale. Ce n’est qu’au prix d’un « complément » apporté à leur action initiale – la production d’une nouvelle mystification à travers la rédaction et l’envoi d’un faux communiqué de Dow – que les Yes Men sont finalement arrivés à donner valeur de véritable succès à leur acte.

Au-delà de leurs visées indiscutablement politiques et subversives, corroborées d'ailleurs par leurs actions passées et leur parcours activiste, on constate que la recherche d'une visibilité maximale de leur action conduit les Yes Men – à l'instar souvent de certaines entreprises qu'ils dénoncent – à user de toutes les techniques de la communication persuasive pour parvenir à leurs fins. En demandant aux Yes Men de les aider à publiciser auprès de l'opinion internationale le drame de Bhopal, les responsables de Greenpeace ont – à l'exception notable qu'il n'y a pas eu transaction financière entre les deux parties – procédé de la même manière qu'une entreprise confiant une mission de communication à une agence publicitaire<sup>329</sup>.

---

<sup>329</sup> Loin d'être unique, ce cas d'une instance faisant appel à de petits groupes d'activistes créatifs spécialisés dans l'intervention médiatique s'est assez largement propagé au cours des dix dernières années. A titre d'exemples de groupes intervenant dans des champs très similaires à celui des Yes Men, à la demande d'ONG ou de mouvements sociaux, on citera notamment le cas des médiactivistes de Guerriglia Marketing en Italie (<http://www.guerrigliamarketing.it>) et celui de The Anti-Advertising Agency (<http://antiadvertisingagency.com>) aux Etats-Unis.

## *IV-5 Le canular des Yes Men conduit à l'encontre d'ExxonMobil lors d'une conférence sur l'industrie pétrolière au Canada le 14 juin 2007*

### **IV-5.1 L'exemplarité du cas**

Perpétré environ deux ans et demi après le précédent cas étudié, cet acte canularesque, par son architecture globale et le mode opératoire utilisé, s'inscrit dans une lignée d'actions assez fréquemment employée par les Yes Men depuis la création du groupe. Comme à Tampere en 2001<sup>330</sup>, c'est en effet au travers d'une conférence rassemblant des dirigeants et des professionnels d'un secteur majeur de l'économie – où ils ont réussi à se faire inviter en tant que représentants d'une grande institution – que les deux imposteurs atteignent leur objectif politique et communicationnel en parvenant à propager un discours très critique à l'encontre d'une grande entreprise multinationale. Différemment du canular mené en 2004 contre Dow, ce n'est pas par l'intermédiaire d'un important média d'information que la mystification a été cette fois-ci opérée, mais sur la base d'une performance quasi-théatrale produite auprès d'un petit cénacle de spécialistes. De ce point de vue, le procédé employé par les Yes Men face à ExxonMobil ne se départit pas de leur méthode habituelle consistant à atteindre de manière indirecte leur cible politique, en s'appropriant provisoirement l'identité de celle-ci pour tenter, à travers l'énoncé d'un discours d'abord parodique puis caricatural, de mystifier le public supposé plus crédule de ses thuriféraires ou de ses alliés.

Représentatif du type d'actions canularesques conduites par ce groupe très prolifique, ce cas est cependant bien davantage qu'une simple « réplique » d'actes perpétrés antérieurement. Une de ses singularités réside notamment dans le registre narratif mis en œuvre par les auteurs lors de la performance de la mystification. Mûs par un souci de spectacularité, les Yes Men ont choisi dans cette affaire d'adopter un discours si délibérément provocateur et transgressif que, pour la première fois dans leur carrière déjà longue de « hoaxers », leur performance fut prématurément interrompue et se solda par une arrestation suivie de diverses mesures de rétorsion à leur endroit. D'une intensité certes moins élevée que celle qui frappa les membres de Ztohoven en République tchèque lors d'un canular mené pratiquement à la même période, les mesures de rétorsion

---

<sup>330</sup> Concernant ce canular des Yes Men voir la note 305 en bas de la page 265 de ce document.

qu'eurent à subir les Yes Men à la suite de cette action confirment l'hypothèse d'un durcissement qui aurait commencé de s'opérer à partir de 2007 à l'encontre de pratiques canularsques devenues proliférantes depuis quelques années.

#### **IV-5.2 L'exposé médiatique du cas**

Le jeudi 14 juin 2007, deux imposteurs censés s'exprimer au nom d'ExxonMobil et du National Petroleum Council (NPC) sont abruptement interrompus au cours de leur exposé dans le cadre d'une conférence privée consacrée aux énergies du futur. Prestement évacués de la tribune où ils officiaient, ils seront ensuite séquestrés pendant près d'une heure par le service d'ordre du salon jusqu'à l'arrivée de la police sur les lieux.

La scène en question se déroula à la mi-journée devant un parterre d'environ 300 cadres du secteur pétrolier, venus assister à un de ces prestigieux déjeuners-conférences payants qui font la réputation de ce type de manifestation professionnelle. L'événement s'inscrivait dans le cadre de GO-EXPO, une importante rencontre du secteur pétrolier qui avait lieu cette année-là à Calgary, capitale de la province canadienne de l'Alberta, devenue un des nouveaux « Eldorado de l'or noir » depuis la découverte d'importantes réserves d'hydrocarbures dans la région. Se rapportant à un des secteurs d'activités primordiaux de l'économie du pays, la conférence faisait l'objet d'une couverture assez conséquente de la part des médias spécialisés, mais également de la part de certains médias grand public comme la chaîne CTV, premier réseau de télévision privée au Canada. Il est vrai que le conférencier annoncé dans le programme officiel de la rencontre n'était autre que le très influent Lee Raymond, ancien PDG d'ExxonMobil, actuel directeur du National Petroleum Council et par ailleurs conseiller spécial du gouvernement américain sur les questions énergétiques. Sa venue était particulièrement attendue car il avait promis aux organisateurs de GO-EXPO de profiter de l'occasion pour délivrer plusieurs annonces de très haute importance. Prétendument victime d'un empêchement de dernière minute, Lee Raymond avait fait savoir, à la veille seulement de son intervention, qu'il ne pourrait finalement être présent à Calgary, mais que deux de ses proches collaborateurs, Shepard K. Wolff, analyste du National Petroleum Council basé à Washington, et Florian Osenberg, représentant de la multinationale ExxonMobil, se chargeraient en son nom d'honorer l'engagement.

Accueillis avec les égards seyant aux proches collaborateurs d'une importante personnalité, les deux intervenants débutèrent donc la conférence par une brève et classique introduction remerciant les organisateurs et excusant l'absence involontaire de leur patron. Ils entamèrent ensuite un long exposé dont le discours, au début très conventionnel, prit par la suite une tournure pour le moins surprenante. Le faux représentant du NPC engagea d'abord son intervention en rendant compte en avant-première des soi-disant résultats d'une importante étude ordonnée quelques mois auparavant par Samuel Bodman, le secrétaire américain en charge de l'énergie auprès du président George W. Bush. Premier choc pour l'assistance : les données délivrées sont extrêmement alarmistes quant aux risques que feraient courir à l'échelle mondiale les politiques énergétiques conduites par les gouvernements canadien et américain. Les conclusions du rapport tranchent en effet très singulièrement avec les discours habituellement tenus par dirigeants de Washington et par les représentants du très puissant *lobby* pétrolier : le dérèglement climatique de la planète aurait atteint un point tel, qu'une catastrophe de grande ampleur susceptible de provoquer plusieurs centaines de milliers de morts paraît inéluctable. Le propos assez inattendu de Shepard Wolff ne manque pas d'estomaquer ses hôtes, mais l'émoi engendré va très rapidement être atténué par la suite du discours de l'orateur affirmant que, « *même dans le pire des scénarios possibles* » (...), « *le secteur énergétique restera en mesure de surmonter l'obstacle* » et « *transformera en milliards de bénéfiques les futures victimes du désastre climatique* »<sup>331</sup>. Souhaitant imager son propos, le responsable du NPC se lance ensuite dans un parallèle douteux entre les ressources tirées de la chasse aux baleines et les bénéfices qui pourraient être dégagés d'un recyclage industriel de la chair humaine rendue disponible par les conséquences meurtrières de l'accroissement du réchauffement climatique. Dans la foulée, il enchaîne avec l'annonce de la découverte providentielle faite très récemment par les chercheurs d'ExxonMobil d'un nouveau produit aux qualités énergétiques exceptionnelles. Baptisé Vivoleum, celui-ci promet, bien mieux que le solaire ou l'éolien, d'être la véritable énergie du futur en même temps qu'il représentera à terme une fabuleuse source de profits.

---

<sup>331</sup> Extraits des propos tenus lors de la conférence, consultables au 12 octobre 2010 sur le site des Yes Men à l'adresse <http://theyesmen.org/hijinks/vivoleum>.



C'est alors au tour de Florian Osenberg d'ExxonMobil de prendre la parole pour confirmer les dires de son collègue et résumer ainsi la situation : « *Si l'usage croissant des énergies fossiles multiplie aujourd'hui les risques d'un désastre, il augmente aussi notre potentiel en termes de matières premières disponibles pour la production de Vivoleum. Grâce à la solution que nous proposons, l'essence continuera à couler pour ceux qui survivront* »<sup>332</sup>. Pour étayer leur prétendue démonstration, les deux intervenants ont choisi de présenter de très nombreux *charts* alternant graphiques complexes et raisonnements confinant parfois à l'absurde. Le visionnage des séquences filmées de la présentation et des divers plans montrant le public<sup>333</sup> ne laisse transparaître à ce stade aucune réaction d'indignation des convives devant les propos pourtant particulièrement cyniques et souvent même macabres des deux experts.

Après plus d'une demi-heure d'exposé et pendant que les convives du déjeuner sont passés au plat de résistance, une dizaine de jeunes gens font alors leur entrée et passent de table en table pour remettre à chaque invité, et en guise de cadeau offert par les intervenants, une bougie soi-disant confectionnée en Vivoleum. La distribution achevée, les deux orateurs choisissent d'interrompre brièvement le fil de leur présentation pour inviter les participants à allumer les bougies qui leur ont été remises « *afin d'agrémenter le repas et rendre hommage à Reggie Watts* », un ancien agent d'entretien de chez ExxonMobil, « *récemment décédé après avoir procédé au nettoyage d'un hangar de stockage de produits hautement toxiques* »<sup>334</sup>. Se sachant condamné par la maladie, celui-ci aurait décidé, peu avant sa mort, de faire don de son corps au service de la recherche de son entreprise. Chacune des tablées ayant répondu de bonne grâce à cette sollicitation, les deux conférenciers décident alors de lancer la projection d'une courte vidéo « *réalisée en hommage à Reggie Watts* ». Filmé en phase terminale de sa maladie, celui-ci explique devant la caméra les raisons du don de son corps à la science par « *son très profond attachement à l'entreprise qui l'emploie* », mais aussi son souhait de rester utile et de pouvoir retrouver une sorte d'existence « *sous la forme d'une bougie éclairant la table de deux amoureux lors de leur premier rendez-vous* »<sup>335</sup>. Dans la salle où les bougies se consomment en dégageant une étrange et désagréable odeur de chair calcinée, plusieurs

---

<sup>332</sup> *Ibid.*

<sup>333</sup> Une partie de ces séquences figure dans le second film des Yes Men (« Les Yes Men refont le monde ») dans le passage d'une durée de près de 8 minutes consacré à ce canular (situé entre la 39<sup>ème</sup> et la 47<sup>ème</sup> minute du film). Par ailleurs et à notre sollicitation, Andy Bichlbaum a bien voulu accepter que nous visionnions en décembre 2007 – soit en amont de la sortie du film – certaines séquences de la performance de cet acte canularesque non-retenues dans le montage final de leur film.

<sup>334</sup> Extrait situé à la 46<sup>ème</sup> minute du film « Les Yes Men refont le monde ».

<sup>335</sup> *Ibid.*

personnes commencent à ressentir une sorte de malaise comme s'ils prenaient soudainement conscience de la possible composition de l'objet en Vivoleum qui brûle tout près de leur assiette.

Visiblement plus vif d'esprit que ses collègues, c'est à ce moment que Simon Mellor – directeur du développement commercial de l'entreprise organisatrice du salon, excédé par une présentation qui vire à la sinistre pantalonnade, se rue soudainement à la tribune pour demander au prétendu Florian Osenberg de cesser l'indécente projection. Après un moment de flottement, d'autres responsables décident à leur tour d'intervenir pour tenter d'évacuer les deux imposteurs. Pendant que Florian Osenberg (Mike Bonanno) est rapidement tiré vers les coulisses par le service d'ordre sous les yeux stupéfaits d'une partie de l'assistance à qui la situation échappe, Shepard Wolff (Andy Bichlbaum) parvient à rester encore un temps au pied de la tribune pour répondre aux questions pressées de plusieurs journalistes venus l'entourer. Plusieurs minutes s'écouleront avant que les convives – profondément troublés par l'incroyable agitation qui règne – parviennent enfin à prendre réellement conscience de la situation.

Interpellé à son tour par le service d'ordre, le prétendu Shepard Wolff sera lui aussi retenu dans les sous-sols de l'édifice en attendant la venue de la police locale alertée par les organisateurs de GO-EXPO.

Assez rapidement relâchés par les policiers qui estimeront qu'aucune infraction majeure n'a été commise, Andy Bichlbaum et Mike Bonanno auront ainsi très vite le loisir de s'expliquer sur le sens de leur action auprès des chaînes de télévision et des journalistes de la presse écrite qui les attendaient près de l'enceinte du salon. Invités le soir même et cette fois-ci en tant que Yes Men et conférenciers dans un des théâtres de Calgary, les deux « hoaxers » auront à nouveau l'occasion de développer leurs arguments et les motifs de leur acte dans une conférence de presse improvisée. « *En plaçant l'ancien PDG d'Exxon à la tête du NPC et en sollicitant ses conseils sur notre avenir énergétique, c'est comme si on avait chargé le loup de diriger le troupeau. Exxon est certainement la société qui, dans le monde, a provoqué le plus de dégâts à l'environnement et affecté durablement nos chances de survie sur cette planète. Pour quelles raisons les laisserions-nous déterminer notre avenir ?* »<sup>336</sup>, s'insurgera Andy Bichlbaum dans un long

---

<sup>336</sup> Extrait de la conférence cité à l'adresse <http://www.dailykos.com/story/2007/6/14/214445/536> (Consultable en ligne au 13 octobre 2010).

communiqué de presse, repris par des centaines de blogs et de sites Internet dans le monde entier. Le soir même, la chaîne hertzienne CTV<sup>337</sup> et BnetTV<sup>338</sup>, le canal de web-télévision le plus réputé du Canada, consacreront, comme de nombreux autres médias canadiens, un long et assez bienveillant reportage à cette affaire. Dans les jours suivants, et notamment grâce au fort écho obtenu par ce canular sur Internet, plusieurs grands titres de la presse écrite internationale feront à leur tour le récit de ce sulfureux hapenning.

L'affaire n'en restera cependant pas là. Furieux de n'avoir obtenu l'arrestation des deux Yes Men, les responsables de GO-EXPO et surtout les dirigeants d'ExxonMobil engageront toute une série de démarches juridiques pour obtenir la fermeture du fameux site [www.vivoleum.com](http://www.vivoleum.com) ainsi que d'autres faux sites parodiant les supports officiels de communication de la multinationale pétrolière. Deux ans plus tard, à la sortie du second film des Yes Men qui retrace notamment l'épisode de Calgary, ExxonMobil déposera à nouveau de nombreux recours auprès de la justice de différents pays pour faire interdire certains passages jugés délictueux.

#### **IV-5.3 L'analyse du cas au regard du schéma générique**

Diverses procédures – notamment juridiques – ayant été engagées par ExxonMobil à l'encontre des Yes Men et de l'hébergeur de leurs sites Internet, mais aussi à l'égard de médias ayant diffusé certaines scènes de l'imposture perpétrée à GO-EXPO, plusieurs sources utiles à l'analyse détaillée de cet acte canularsque ne sont malheureusement plus consultables. Par ailleurs, et dans un souci d'éviter d'éventuelles mesures de rétorsion à l'endroit de certains de leurs complices canadiens, les Yes Men ont été moins diserts qu'à l'accoutumée sur certains détails de cette affaire, tant auprès des médias que lors des entretiens que nous avons pu avoir avec eux. C'est la raison pour laquelle, après un long travail de recouplement des informations disponibles et la construction d'hypothèses crédibles, nous ferons un usage assez fréquent du conditionnel dans les pages qui suivent.

---

<sup>337</sup> Le sujet d'une durée de 1 minute 20 consacré à l'affaire dans le J.T. du soir de CTV du 14 juin 2009 ([http://calgary.ctv.ca/servlet/RTGAMArticleHTMLTemplate/A/20070614/goexpo?brand=generic&hub=&tf=CFCNPlus/generic/hubs/frontpage.html&cf=CFCNPlus/generic/hubs/frontpage.cfg&slug=goexpo&date=20070614&archive=CFCNPlus&ad\\_page\\_name=&nav=home&subnav=fullstory&si](http://calgary.ctv.ca/servlet/RTGAMArticleHTMLTemplate/A/20070614/goexpo?brand=generic&hub=&tf=CFCNPlus/generic/hubs/frontpage.html&cf=CFCNPlus/generic/hubs/frontpage.cfg&slug=goexpo&date=20070614&archive=CFCNPlus&ad_page_name=&nav=home&subnav=fullstory&si)) a été retiré du site de la chaîne canadienne en juillet 2009. Il figure cependant en version raccourcie (40 secondes) dans le second film des Yes Men (« Les Yes Men refont le monde »).

<sup>338</sup> Voir le reportage de 10 minutes dans le journal télévisé de Bnet.TV du 14 juin 2007 à l'adresse : <http://www.youtube.com/watch?v=WkLzK13rI-Y> (consultable en ligne au 9 octobre 2010).

### *Une conception ciblée*

Les divers éléments contenus dans le film « Les Yes Men refont le monde »<sup>339</sup> ainsi que les informations rapportées par d'autres sources (articles de journaux, interviews des auteurs,...) permettent, en dépit des réserves signalées précédemment, de disposer d'un éclairage relativement acceptable au sujet du déroulement de la phase de conception de l'action.

Sans pouvoir déterminer avec précision le moment où les Yes Men ont conçu dans ses détails les contours de cet acte canularique, il apparaît cependant assez évident au regard des entretiens qu'ils nous ont accordés au printemps 2006 – soit environ un an avant la mise en œuvre effective de cette opération – que ceux-ci avaient, de longue date, programmé de perpétrer un certain nombre d'impostures mettant en jeu des thématiques écologiques et en particulier la question du réchauffement climatique<sup>340</sup>. Loin d'être purement opportuniste<sup>341</sup>, cet engagement écologiste prononcé des Yes Men renvoie cependant à une très forte résurgence de cette thématique au sein de la société américaine et des mouvements activistes, ainsi qu'à la nécessité ressentie par Andy Bichlbaum et Mike Bonanno de donner une nouvelle consistance et une plus grande cohérence à leurs interventions. Les effets dévastateurs de l'ouragan Katrina dans le sud des Etats-Unis durant l'été 2005 et l'exceptionnel succès du documentaire d'Al Gore sur le réchauffement climatique<sup>342</sup> en 2006 ont, en effet, contribué à réactiver les mouvements contestataires américains qui s'étaient essouffés depuis la réélection de George W. Bush à la présidence américaine en 2004. Largement portés par le succès des idées altermondialistes durant les premières années de leur existence, les Yes Men paraissaient

---

<sup>339</sup> Dans ce film, les Yes Men consacrent près de 8 minutes à l'exposé de ce cas. C'est, après le canular perpétré à l'encontre de la BBC et de Dow Chemical, l'acte canularique le plus valorisé dans ce documentaire.

<sup>340</sup> « Notre sujet central, c'est vraiment le désastre croissant (...). Avant, nous étions plus focalisés sur le commerce international. (...) Avec Bhopal, on était à la croisée des questions sociales, financières et écologiques. C'est le plus grand désastre de l'histoire industrielle, mais ce n'est encore pas grand chose en comparaison avec ce qui risque de venir après. (...) Le désastre écologique, le réchauffement climatique vont certainement tuer davantage, mais pas d'un seul coup. (...) Nous voulons de plus en plus parler de la complicité des grandes entreprises, pas seulement avec ceux qui font la guerre en Irak, mais dans la destruction de la planète à travers la responsabilité qu'elles ont dans le changement climatique ». Propos d'Andy Bichlbaum recueillis le 16 février 2007.

<sup>341</sup> Rappelons que les Yes Men collaboraient ponctuellement avec Greenpeace depuis 2002 et que le canular perpétré contre Dow et la BBC en 2004 comportait également une forte connotation environnementaliste.

<sup>342</sup> Documentaire intitulé « An Inconvenient Truth » (« Une vérité qui dérange »), produit par Paramount Pictures et sorti en salles en 2006 (durée : 84 minutes).

se heurter à partir de 2005 à l'intérêt déclinant des médias pour ce type de contestation. Si leur premier film, sorti en 2005<sup>343</sup>, avait globalement recueilli un certain succès d'estime, il n'avait cependant pas échappé aux critiques quant à la relative légèreté de son argumentation et au caractère quelque peu amateur de sa réalisation.

Assurés la même année de bénéficier de l'engagement et du soutien de plusieurs producteurs pour la réalisation d'un second film, les Yes Men décidèrent alors de multiplier les actes canulars, désormais filmés avec de meilleurs moyens techniques, et cherchèrent, à travers un choix plus raisonné des thématiques de leurs actions, à donner une plus grande cohérence de forme et de fond à leur travail.

Ce souci de mise en place d'une véritable scénarisation d'ensemble est très perceptible dans leur second film : la question écologique, et en particulier le thème de la responsabilité des grands groupes industriels quant au réchauffement climatique de la planète, constitue le véritable fil rouge de ce documentaire d'un genre assez spécial<sup>344</sup>. Contrairement à leur premier film, l'ordre chronologique des actions perpétrées par les Yes Men n'est pas respecté et les auteurs ont préféré privilégier le caractère progressif de la narration, n'hésitant pas à occulter certains actes canulars pourtant réalisés au cours de la même période mais jugés par eux trop périphériques par rapport au cœur de l'argumentation développée. Globalement, et à partir de 2005, les Yes Men – sans abandonner ces cibles de prédilection que sont pour eux les mastodontes américains de l'économie mondiale – ont donc réorienté leur discours critique en le centrant désormais moins sur les rapports Nord-Sud et davantage sur le thème d'une catastrophe écologique planétaire imminente. Face à une administration Bush de plus en plus décriée en raison de l'enlisement de la guerre en Irak, de ses liens étroits avec l'industrie pétrolière et de son refus obstiné de ratifier le Protocole de Kyoto, l'idée de chercher à « rectifier l'identité » d'ExxonMobil, symbole de la collusion des intérêts politico-industriels d'une Amérique sous influence du néo-conservatisme, devint prioritaire pour les deux « hoaxers ».

Depuis plusieurs années, ExxonMobil est en effet le principal pourvoyeur de fonds des groupes de pression climatosceptiques qui contestent la thèse de la responsabilité humaine dans l'évolution rapide du climat observée à l'échelle planétaire. L'entreprise

---

<sup>343</sup> « Les Yes Men – Le film », diffusé sur Arte en 2005 puis commercialisé sous forme de DVD la même année par Blaq Out Productions (durée : 78 minutes).

<sup>344</sup> Voir en annexe 8 pp. 39-43 le séquençage du film, reconstitué par nos soins.

contribue fortement aussi au financement des très puissants « think-tanks » conservateurs et libertariens qui ont leur siège au cœur de la capitale fédérale et auxquels le gouvernement délègue une grande partie du travail d'expertise conduit en amont des décisions politiques. Fascinés par l'influence considérable exercée par ces groupes de réflexion, les Yes Men, toujours dans la perspective d'enrichir la dimension argumentative de leur film en cours de réalisation, vont durant le premier semestre 2007 – en se faisant passer pour un groupe d'activistes néo-libéraux en quête de conseils – réaliser plusieurs interviews de certaines des têtes pensantes de ces organismes à Washington.

C'est au cours de ces entretiens filmés<sup>345</sup> qu'Andy Bichlbaum et Mike Bonanno prennent alors conscience du rôle stratégique joué, tant au niveau industriel que politique, par Lee Raymond, ancien PDG d'ExxonMobil devenu directeur du National Petroleum Council en même temps que conseiller spécial du gouvernement américain sur les questions d'énergie. A défaut d'avoir réussi jusqu'alors à contourner la vigilance extrême des services de veille communicationnelle d'ExxonMobil, les Yes Men ont décidé de se documenter sérieusement sur le très discret Lee Raymond et envisagent désormais de se faire inviter en son nom lors d'une grande conférence sur l'énergie.

Une formidable opportunité s'offre à eux lorsque, à la fin de l'hiver 2007, ils sont invités par une association de Calgary qui soutient nombre de groupes activistes oeuvrant en faveur de la justice globale (« Global justice ») à venir faire une présentation publique de leur premier film sorti en 2005. Créée en 1972, l'association Arusha est bien établie en Alberta<sup>346</sup> où elle intervient dans les secteurs sociaux et culturels, et notamment dans le domaine du film documentaire à vocation politique au travers de « The Arusha Center Action Series » qui dispose d'un lieu dédié à la projection de films et à la tenue de débats publics : le Plaza Theater. Les Yes Men, qui n'avaient jusque-là jamais perpétré de canular au Canada, ont alors saisi l'occasion de surprendre un public encore peu averti de leurs actions fantasmées. Quelques recherches sur Internet leur permirent très rapidement de découvrir que Calgary accueillerait fin juin la GO-EXPO (The Gas and Oil Exposition), la plus grande rencontre de l'industrie pétrolière au Canada avec ses 18000 visiteurs et ses plus de 400 exposants. La cible, les contours de la mystification, le lieu de

---

<sup>345</sup> Ces entretiens sont en partie présentés dans la seconde partie du film « Les Yes Men refont le monde ».

<sup>346</sup> Selon son bilan d'activité 2007-2008, elle dispose d'un budget annuel de 350 000 dollars canadiens (Source : <http://www.arusha.org>, consultable en ligne au 25 août 2009).

performance et d'éventuelles complicités sur place étant trouvés, il ne restait alors aux Yes Men plus que quelques semaines pour tenter de piéger les organisateurs de la manifestation et élaborer un scénario astucieux pour rendre l'action percutante.

### *La fabrication se fait avec de nombreux complices*

Disposant d'assez peu de temps pour fabriquer les éléments de la mystification, les Yes Men ont dû s'entourer de nombreuses complicités. Depuis le début 2007, la nouvelle version de leur site – moins exhaustive que la précédente sur le récit de leurs actions passées<sup>347</sup> – s'est en revanche enrichie de la présence d'un questionnaire en ligne à remplir par les internautes « souhaitant devenir eux aussi des Yes Men »<sup>348</sup>. Ce mode de recrutement a rapidement permis aux deux « hoaxers » d'identifier plusieurs centaines de volontaires implantés dans différents pays et doués de compétences particulières. Les apprentis « Yes Men » sont ainsi, depuis 2007, directement et régulièrement informés par courriel des actions perpétrées par le groupe, sollicités pour des dons sur objectif précis et parfois invités à participer activement à la réalisation d'un nouvel acte canularique.

Ayant en mai 2007 identifié le lieu et les dates possibles de leur future action, les Yes Men ne pouvaient se permettre d'appâter les organisateurs de GO-EXPO suivant leur technique habituelle – mais trop aléatoire – du « phishing ». Dans la présentation faite du canular dans leur second film<sup>349</sup>, les auteurs disent avoir pris directement contacts avec les responsables de GO-EXPO afin de faire inviter Lee Raymond, sans donner davantage de détail sur la manière dont ils étaient arrivés à mener à bien cette première mystification<sup>350</sup>. Lors d'un entretien non enregistré, Andy Bichlbaum déclarait en juillet 2007 avoir « aguiché » les organisateurs en leur faisant miroiter deux annonces exclusives de la part de Lee Raymond : l'une concernant un rapport commandité par le secrétaire américain chargé des questions énergétiques, l'autre à propos d'une importante découverte faite par une grande société pétrolière. Compte tenu du caractère extrêmement sensible de ces deux informations et des risques de spéculation boursière que leur divulgation pourrait

---

<sup>347</sup> Probablement pour conserver une part d'exclusivité aux contenus de leurs films à venir et également sans doute pour ne pas dévoiler trop des techniques habituellement employées par eux.

<sup>348</sup> Voir la démarche proposée pour l'inscription à l'adresse <http://www.theyesmen.org/join> (consultable en ligne au 25 août 2009).

<sup>349</sup> Passage situé à la 39<sup>ème</sup> minute du film « Les Yes Men refont le monde », *Op. cit.*

<sup>350</sup> Passage situé à la 40<sup>ème</sup> minute du film « Les Yes Men refont le monde », *Op. cit.*

faire courir, l'attaché de Lee Raymond réclamait évidemment à ses interlocuteurs la plus stricte confidentialité. Bien qu'un dicton américain affirme qu'il ne faut jamais faire confiance à un mystificateur (« Never believe a hoaxer »), cette version des faits par l'auteur nous semble tout à fait plausible. Lee Raymond ainsi officiellement invité, il ne restait plus aux Yes Men qu'à annoncer au tout dernier moment son indisponibilité pour cause majeure et son remplacement par deux de ses proches collaborateurs ; leur identité réelle devenant difficile à contrôler par les organisateurs à la veille de la clôture du salon.

Les Yes Men disposaient également de peu de temps pour échaffauder le scénario de leur intervention et préparer les supports de la performance de la mystification devant un public acquis à la cause des énergies fossiles. En même temps, il leur fallait frapper fort et même très fort, car depuis deux ans et en dépit de performances assez réussies, les Yes Men ne recueillaient plus le même niveau d'intérêt de la part des grands médias<sup>351</sup>. Pour remédier à ce phénomène d'usure médiatique, ils décidèrent d'aller très loin dans la provocation et le mauvais goût, avec pour objectif de susciter le scandale et d'entraîner la découverte de leur mystification durant le cours de leur intervention sur la scène de GO-EXPO. Grands amateurs de science-fiction et de culture populaire américaine des années 1960-1970, les Yes Men vont rechercher dans les nombreux « films-catastrophe » en vogue à l'époque, la trame d'un scénario de nature dystopique. Très vite, leur choix va s'orienter vers une super-production américaine à fortes connotations écologistes sortie en 1973 : « Soleil vert » (« Green Soylent »)<sup>352</sup>, un film de Richard Fleischer que les deux Yes Men se souviennent avoir vu lorsqu'ils étaient adolescents. Le récit se déroule dans un futur lointain (2022) et dans un cadre apocalyptique où le monde est baigné dans une étrange lumière jaune qui a détruit animaux et végétaux. Les habitants qui n'ont pas les moyens d'acheter des aliments normaux se nourrissent de petites pastilles (le « Soyilent »), officiellement fabriquées à base de plancton. Mais la vérité est tout autre, et au terme d'une longue enquête, le héros principal, un policier tenace, découvre la dure réalité : les fameuses pastilles sont produites à partir de la chair des cadavres de personnes jugées inutiles pour la société et qui ont été poussées à se suicider. En pleine période de prise de conscience écologique, le film a connu à sa sortie un grand succès et

---

<sup>351</sup> « Les journalistes s'intéressent moins à ce que nous faisons à présent. Nous l'avons fait tellement de fois que ce n'est plus médiatique. La première fois, c'était hallucinant, les journalistes étaient étonnés que les gens se laissent prendre ainsi. Au bout de dix fois, cela a naturellement moins d'impact. » (Extrait d'un entretien que nous a accordé Andy Bichlbaum le 16 février 2007).

<sup>352</sup> Une description et une analyse détaillée du film est disponible à l'adresse : [www.devildead.com/indexfilm.php3?FilmID=689](http://www.devildead.com/indexfilm.php3?FilmID=689) (consultable en ligne au 9 octobre 2010).



marqué les esprits de toute une génération. La trame du scénario avec sa forte consonance politique convient parfaitement aux Yes Men qui décident de l'adapter à la situation du moment en écartant cependant le traditionnel « happy end » des productions hollywoodiennes.

A travers la référence très explicite au film de Fleischer, les Yes Men entendent frapper un grand coup. En se réappropriant l'imaginaire construit par un film-culte et le détournant pour en faire la trame narrative de leur attaque contre ExxonMobil, ils souligneront le lien étroit entre la culture contestataire du moment et la culture protestataire des années 1970 à laquelle ils sont très attachés. Dans le même registre, en agissant de conserve avec l'association Arusha, née au début des années 1970, ils concrétiseront l'existence d'un « pont » intergénérationnel entre les cultures activistes de l'époque et celles d'aujourd'hui.

Mais au-delà de ce scénario, les Yes Men savent que, s'ils veulent susciter à nouveau l'intérêt des médias, leur performance doit prendre une forme théâtrale et très spectaculaire. Il leur faut pour cela construire une véritable mise en scène et fabriquer de nombreux accessoires qui leur permettront de capter l'attention d'un public pas toujours attentif parce qu'assistant à la conférence depuis des tables de déjeuner comportant plusieurs convives. Au-delà de sa présentation virtuelle sur un écran de projection, le Vivoleum, ce produit énergétique miracle découvert par ExxonMobil, doit trouver une concrétisation physique susceptible de véritablement perturber les congressistes. Les Yes Men ont alors l'idée de lui donner la forme de bougies d'un genre très spécial dont ils entameront la production au tout début du mois de juin. L'apparence un peu archaïque du produit doit absolument être compensée par l'extrême modernité des moyens supposés avoir été mis en œuvre par l'entreprise pour le fabriquer. Ancien programmeur professionnel d'images en 3D, Andy va s'atteler à la réalisation d'une séquence filmique simulant la chaîne de production du Vivoleum ainsi qu'à la création d'un site entièrement dédié à la fameuse découverte ([www.vivoleum.com](http://www.vivoleum.com))<sup>353</sup>. Afin d'éviter toute fuite et de risquer d'éveiller les soupçons des organisateurs, celui-ci ne sera mis en ligne que le jour de la présentation. Enfin, pour ajouter au réalisme de l'affaire et faire en sorte que l'auditoire de la conférence établisse un lien évident entre les bougies déposées sur leur

---

<sup>353</sup> Suite aux démarches juridiques engagées par ExxonMobil au lendemain de la performance des Yes Men, le site a été fermé et remplacé à la même adresse par un site éponyme sans rapport avec l'objet initial. Il n'est donc plus consultable en ligne depuis de nombreux mois.

table et sa fabrication à partir de chair humaine, les Yes Men engagent la production d'un court-métrage en hommage au soi-disant employé d'Exxon qui a accepté de donner son corps pour produire la cire nécessaire à la confection desdites bougies. Le script élaboré par les Yes Men est d'un rare mauvais goût et renvoie à mots à peine couverts à l'horrible sort réservé aux déportés juifs dans les camps d'extermination nazis durant la Seconde Guerre mondiale. La provocation est d'autant plus violente que les deux Yes Men sont l'un et l'autre petit-fils de déportés morts en camps en 1943<sup>354</sup>. Bien que l'ensemble soit d'un goût très douteux, les Yes Men, plus encore qu'à l'accoutumée, vont « agrémenter » ces différentes composantes de leur présentation de nombreux éléments insolites relevant des registres de l'humour noir, de l'absurde, de la dérision, de la caricature et du grotesque, afin de donner à leur performance une dimension proprement surréaliste.

### ***Performance interrompue***

Présents depuis plusieurs jours à Calgary et en relation permanente avec l'association Arusha, les Yes Men et leurs complices (vraisemblablement une douzaine de personnes recrutées localement) débarquent en fin de matinée, peu de temps avant le début de la conférence, au Stampede Park où se déroule le salon GO-EXPO. Après avoir annoncé la veille la défection de Lee Raymond, ils ont confirmé leur « arrivée » le matin même à des organisateurs soulagés par la solution de rechange qui leur a été proposée. Afin de disposer d'un matériau filmique abondant et de bonne facture (en vue de la préparation de leur futur documentaire), plusieurs cinéastes volontaires recrutés à Calgary procèdent à la captation d'images pour le compte des deux imposteurs. Dans une scène du film « Les Yes Men refont le monde »<sup>355</sup>, on voit ainsi Andy et Mike, grimés et habillés en experts washingtoniens, exhiber de fausses cartes de visite attestant de leur appartenance respective au National Petroleum Council et à ExxonMobil. Vient ensuite, après une très rapide introduction prononcée par le maître de céans, l'entrée en scène des deux imposteurs devant le parterre de professionnels inscrits au déjeuner-conférence.

Déjà largement rapportée dans la partie consacrée à l'exposé médiatique du cas, la phase de performance de la mystification et la phase de révélation qui lui était directement

---

<sup>354</sup> Un discret hommage, bien réel celui-là, leur est rendu dans le générique de fin du second film des Yes Men, sorti en 2009.

<sup>355</sup> Passage situé à la 43<sup>ème</sup> minute du film « Les Yes Men refont le monde », *Op. cit.*

attachée ne feront ci-après que l'objet d'une analyse synthétique. Bien que filmés en intégralité par les complices des Yes Men, ces moments majeurs de l'acte canularique n'ont fait de la part des auteurs que d'une diffusion partielle, tant dans leur second documentaire que dans les images mises en ligne sur leur site ou encore dans celles rapportées par les chaînes de télévision qui ont couvert l'événement<sup>356</sup>. En dépit du privilège qui nous a été accordé par Andy Bichlbaum de pouvoir visionner certaines séquences restées confidentielles, il reste pour nous extrêmement difficile de reconstituer avec précision les séquences de la performance et de la révélation ayant fait l'objet de « coupes » et donc d'appréhender en toute objectivité la manière dont les événements se sont réellement déroulés.

Aux dires des auteurs<sup>357</sup>, ces « coupes » opérées par eux auraient été motivées par la nécessité d'éliminer « *certaines éléments peu utiles à la compréhension d'ensemble de l'action* » et également par souci de préserver leurs complices locaux de possibles « *représailles de la part des organisateurs ou d'ExxonMobil* ». Il est vraisemblable en effet que la performance comportait de nombreux temps morts en raison de sa durée volontairement importante pour couvrir la quasi-totalité du repas pris par les convives. Durant les préparatifs de l'action, les Yes Men avaient choisi de se doter de nombreux matériaux de présentation<sup>358</sup> et envisagé aussi, si nécessaire, de « *jouer la montre* » afin de faire correspondre le « climax » de leur performance – l'hommage posthume rendu à Reggie Watts – avec le moment où les bougies commenceraient à dégager une horrible odeur de chair consumée. Tout avait visiblement été prévu par les imposteurs pour que l'assistance, qui était en plein déjeuner, ressente à ce stade de la performance un malaise de nature tout autant physiologique que psychologique. Pour ce faire, les mèches des bougies fabriquées par les Yes Men avaient été enrobées de fins morceaux de chevelure humaine afin de produire une exécrable odeur lors de leur consommation<sup>359</sup>.

---

<sup>356</sup> Concernant ces dernières, en particulier les images de la conférence montrées par CTV et Bnet.TV dans leurs journaux d'information, on notera qu'elles sont exclusivement issues des captations filmiques faites par les complices des Yes Men. Il est probable que, en amont de la tenue de la manifestation, les faux représentants de Lee Raymond aient négocié une exclusivité en la matière auprès des organisateurs de GO-EXPO.

<sup>357</sup> Propos recueillis lors d'une conversation informelle et non enregistrée que nous avons eue par téléphone avec les Yes Men en début juillet 2007.

<sup>358</sup> La présentation comportait un speech rapportant les conclusions du rapport officiel demandé par le gouvernement américain, une présentation du Vivoleum sur Powerpoint, une présentation du site consacré au produit, la distribution des bougies, une vidéo en image de synthèse sur le futur centre de production dédié à la fabrication de la nouvelle source d'énergie et enfin la vidéo mettant en scène le fameux Reggie Watts.

<sup>359</sup> Cette scène de la fabrication des bougies figure à la 41<sup>ème</sup> minute du documentaire « Les Yes Men refont le monde », *Op. cit.*

Au-delà des raisons techniques et juridiques justifiant une partie des coupes effectuées par les Yes Men dans l'important matériau filmique dont ils disposaient sur la phase de performance de cet acte canularique, on ne peut cependant pas manquer de s'interroger aussi sur la volonté – inavouée – des auteurs de chercher à exercer un contrôle maximal de la manière dont l'événement serait rapporté par les médias. Ce désir croissant de maîtrise auctoriale du récit de leurs actes canulariques est d'ailleurs assez flagrant chez les Yes Men tout au long de la période 2006-2009. Les vidéos présentant leurs performances antérieures étaient en effet jusqu'à cette époque presque intégralement et systématiquement mises en ligne sur leur site dans les jours qui suivaient chaque action couronnée de succès. Ce ne fut plus le cas à partir du lancement de la nouvelle version de leur site Internet et de la préparation effective de leur second film documentaire. Disposant d'un véritable contrat de production signé en 2007 avec la chaîne franco-allemande Arte pour la réalisation de leur second opus filmique, les Yes Men ont alors cessé leurs anciennes activités professionnelles qui leur permettaient jusque-là de subvenir à leurs besoins pour se consacrer presque exclusivement à leurs activités de « hoaxers ». Cette « professionnalisation » indéniable des Yes Men n'a pas été sans conséquence sur leur manière de procéder en matière de perpétration d'actes canulariques et sur leur façon de valoriser médiatiquement leurs exploits. Cherchant à recueillir assez rapidement le matériau le plus riche et le plus spectaculaire possible en vue de la réalisation de leur second film-documentaire, ils ont multiplié les initiatives visant à mystifier des cibles de choix, s'entourant d'un nombre croissant de complices, parfois rémunérés pour l'occasion<sup>360</sup>.

Même si tout acte canularique comporte toujours sa part importante d'incertitude et de développements imprévus en cours de déroulement, en particulier lors de la phase de performance de la mystification, on constate que les Yes Men ont, dans le cadre de cette opération, laissé beaucoup moins de place que d'habitude à l'improvisation. Tout en faisant perdurer longtemps la phase de mystification, il semble évident qu'ils ont volontairement multiplié les provocations d'un goût parfois plus que douteux durant la performance de l'acte afin de susciter une réaction forte et spectaculaire de part de leurs

---

<sup>360</sup> Bénéficiant d'une forte notoriété et d'une image globalement toujours très positive dans les milieux artistiques expérimentaux et parmi les groupes activistes du monde entier, les Yes Men ont cependant commencé à essuyer des critiques parfois acerbes de certains spécialistes des performances canulariques. Certains comme Lani Boyd (auteur d'un doctorat intitulé *The Yes Men and Activism in The Information Age*, Université d'Etat de la Louisiane, 2005, 78 pages) ou Joey Skaggs sur son site Art of The Prank (<http://artoftheprank.com>) leur reproche une propension excessive à l'auto-promotion et un souci croissant de vouloir tirer certains bénéfices commerciaux d'actions menées au nom d'une certaine contestation du système marchand.

victimes, avec pour conséquence, au final, une attention accrue des médias à l'égard de leur nouvelle action. Tout au long de leur performance, les Yes Men n'ont en effet pas manqué d'infliger à leur auditoire une succession de situations tantôt anxiogènes, tantôt euphorisantes, ni d'alterner des phases discursives cyniques et macabres avec des passages plus loufoques et grotesques, à la limite parfois de l'absurde et de l'insupportable<sup>361</sup>. Ils ont éprouvé jusqu'à l'extrême le réflexe de conformation à l'autorité nourri par un public déjà largement acquis aux présupposés idéologiques les plus caricaturaux de certains hauts dirigeants du monde économique.

Dès le commencement de la conférence, les Yes Men ont parsemé leur propos de nombreuses incongruités et indices de fiction plus ou moins apparents pour mettre à l'épreuve la sagacité de leur public. Ainsi, et comme à son habitude, Andy Bichlbaum a opté pour un patronyme en forme de jeu de mots relativement explicite : Shepard Wolff – qui en langue anglaise renvoie à l'expression « le loup dans la bergerie ». Au travers de sa soi-disant présentation exclusive des conclusions d'un rapport ordonné par le gouvernement américain, Wolff-Bichlbaum va s'amuser à mettre à l'épreuve la loyauté et la confiance de son auditoire à l'égard des idées développées par les néo-conservateurs et les climatosceptiques en reconnaissant, officiellement et contre toute attente, les thèses les plus pessimistes des milieux écologistes quant à l'évolution du climat et de l'environnement. Loin de témoigner leur désapprobation à l'égard de ce propos, les convives de la conférence ont semblé prendre acte avec une assez grande mansuétude du revirement apparemment opéré par les soi-disant représentants du *lobby* pétrolier. Leur fidélité presque aveugle à l'endroit de ces derniers sera d'ailleurs vite récompensée par l'annonce d'une solution-miracle, d'une invention « révolutionnaire » mise au point par ExxonMobil : le Vivoleum. Le néologisme inventé par les Yes Men est particulièrement habile parce qu'il associe les termes « vie » et « pétrole » sur fond de haute technologie : en bref, de quoi satisfaire et rassurer l'assistance. Au fil de la présentation, cette belle appellation aura toutefois bien du mal – à l'instar du produit nutritif miracle au cœur du film « Soleil vert » – à masquer les terribles « réalités » qui s'abritent derrière elle : un produit fabriqué à partir de restes de cadavres qui renvoie aux pires heures de l'histoire de l'humanité, en même temps qu'un produit terriblement archaïque (la bougie) qui n'est pas

---

<sup>361</sup> Lors d'un entretien informel après cette action, Andy Bichlbaum reconnaît, outre le fait qu'ils aient puisé largement leur inspiration dans le catastrophisme morbide de « Soleil vert », que la plupart de leurs performances, et en particulier celle-ci, doivent beaucoup à l'influence exercée sur eux par ces figures du « non sense » que sont les Monthly Python.

sans rappeler certaines caricatures faites des idées écologistes par les tenants du progrès et de la croissance sans limite.

En évoquant le chiffre de « 150 000 décès annuels (essentiellement dans le sud de la planète) qui devraient fatidiquement résulter des effets du réchauffement climatique », les orateurs évoquent une catastrophe considérable qu'ils relativiseront cependant très vite en recourant à un raisonnement cynique et absurde énoncé de la manière suivante : « Si ces morts sont inéluctables, autant qu'elles servent à quelque chose ». Une fois de plus, la conformation au discours porté par l'autorité va, au sein de l'auditoire, l'emporter sur l'esprit de dissidence. De même, lorsque l'assemblée découvre que la fameuse innovation technologique n'est plus ni moins qu'une transformation de chair humaine en bougie, personne dans l'assistance n'ose apparemment s'insurger contre le procédé. Les Yes Men pousseront la provocation dans leur exposé sinistre jusqu'à montrer l'image d'un jeune gorfou de la banquise étranglé par un chasseur pour être ensuite transformé en cire. Dans un autre *chart* de leur présentation, ils feront même figurer le dessin d'un personnage dont les traits rappellent les pires caricatures antisémites pour établir, par analogie, un lien entre le « procédé » de fabrication du Vivoleum et les « techniques » mises en œuvre par les nazis dans les camps de concentration... De la même façon, la grande majorité des convives, bien qu'assez tôt incommodée par l'odeur nauséabonde dégagée en plein repas par la combustion des bougies, ont beaucoup tardé avant de prendre l'initiative de les éteindre. Ce ne sera finalement qu'au milieu de la projection du film en hommage à feu Reggie Watts<sup>362</sup>, qu'un des membres du public – et non des moindres puisque travaillant à l'organisation du salon – s'insurgera enfin et interviendra physiquement pour tenter d'interrompre le spectacle.

Loin de s'achever pour autant, la performance de la mystification se poursuivra encore durant quelques longues minutes. En dépit de l'interpellation d'Osenberg-Bonanno, la projection du court-métrage se fera jusqu'à son terme, tandis que Wolff-Bichlbaum, assailli par plusieurs journalistes avides de lui poser quelques questions, bénéficiera d'un répit supplémentaire avant d'être évacué à son tour par le service d'ordre. Les questions posées à celui-ci par les représentants de la presse<sup>363</sup> témoignent de la perdurance de la

---

<sup>362</sup> Il s'agit naturellement, là encore, d'un patronyme en forme de jeu de mots (« tueur de watts »), particulièrement loufoque quand on découvre qu'il est porté par un employé d'une grande entreprise pétrolière condamné à mourir à très brève échéance.

<sup>363</sup> Filmées et rapportées dans les extraits contenus dans « Les Yes Men refont le monde », *Op. cit.*

mystification auprès d'une partie au moins des personnes présentes. A son grand étonnement, Andy Bichlbaum est d'abord sommé de répondre à la question suivante : « *Quelle est la proportion exacte de chair humaine dans ces bougies ?* ». Semblant pris de court, il évoque une « *composition comprise entre 30 et 40 %* », avant de se raviser en déclarant : « *Non, c'est 80 % en fait* ». D'autres questions suivent pendant que le Yes Men est à son tour emmené par le service d'ordre : « *Et de quoi sont faits les 20 % restants* », « *De quelle partie du corps s'agit-il ?* »...

La confusion qui règne à ce moment-là dans la salle est presque totale et une bonne partie du public semble ne pas percevoir encore de manière très claire ce qui vient de se jouer. Si l'auditoire comprend bien que les deux intervenants sont des imposteurs, il paraît persister – comme d'ailleurs les journalistes qui interviewent Andy – dans la crédulité en ce qui concerne la composition morbide des bougies qui leur ont été distribuées. Le passage du film où Reggie Watts, après avoir dit sa volonté de finir en bougie sur une table d'amoureux, conclut par une phrase lourde de sens (« *C'est de l'humain, de l'humain à l'état pur* ») a ouvert le champ à une seconde mystification. Les quelques extraits filmés de la fin de déjeuner-conférence montrent des convives, apparemment dégoutés, qui s'empressent d'éteindre les bougies et de quitter la pièce, sans qu'il soit possible de savoir le fin mot des sentiments qui les traversent. L'événement s'achèvera formellement peu après quand un des organisateurs de GO-EXPO prendra la parole, devant une salle déjà très clairsemée, pour confirmer l'imposture et présenter de rapides excuses.

### ***Révélation par la cible***

Les explications données ensuite par les organisateurs seront presque aussi succinctes, confirmant aux journalistes présents que les deux personnes arrêtées sont des imposteurs et que « ce sont eux qui avaient pris contact sous une fausse identité avec GO-EXPO pour faire cette intervention ». Retenus dans les coulisses de l'exposition en attendant les forces de l'ordre, les Yes Men seront ensuite rapidement libérés par la police considérant qu'il n'y avait pas matière à détention (aucune loi majeure n'ayant, au regard du droit canadien, été enfreinte lors de la perpétration de l'acte). Andy Bichlbaum et Mike

Bonanno ressortiront libres au bout d'une heure après s'être acquittés d'une amende de 257 dollars canadiens pour entrée frauduleuse dans l'enceinte du parc d'exposition.

Attendus par les journalistes de CTV, les deux Yes Men reconnaîtront pleinement l'intentionnalité de leur acte et donneront quelques justifications du pourquoi de leur action. Ils rejoignent alors le Plaza Theater où ils avaient, de longue date, prévu de présenter leur premier film et le livre éponyme publié en 2005<sup>364</sup>. Ils « improvisent » là une conférence de presse devant un groupe de journalistes et d'activistes locaux où ils déclarent notamment que : « *Nous n'avons pas pu résister au plaisir de nous payer ce grand show du commerce gazier et pétrolier. Nous avons la grande opportunité de toucher le saint Graal. Nous n'avons jamais eu un auditoire comme celui-ci : des personnes détruisant la planète de manière consciente et délibérée* »<sup>365</sup>.

### *Narration en deux temps*

Sans être comparable en termes de couverture médiatique à l'acte canularique perpétré en décembre 2004 par les mêmes Yes Men, cette action n'en recevra pas moins un écho important, en particulier au Canada où il existe une certaine tradition canularique<sup>366</sup> et où les Yes Men intervenaient pour la première fois. En dépit du caractère outrancier – voire « répugnant »<sup>367</sup> – de ce canular, la tonalité des articles ou des sujets télévisuels produits par les médias qui ont couvert la performance est, dans l'ensemble, plutôt positive. Ainsi CTV ouvrira son reportage diffusé dans le journal télévisé du soir du 14 juin 2007 en relevant et en appréciant le fait que les deux « hoaxers » n'aient pas cherché à fuir une fois leur acte perpétré et en soulignant qu'ils ont accepté fort courtoisement de répondre aux questions des journalistes. Ne disposant d'aucune réaction officielle des

---

<sup>364</sup> Les Yes Men, *Comment démasquer en s'amusant un peu l'imposture néo-libérale*, Paris, La Découverte, 2005, 192 pages.

<sup>365</sup> Propos d'Andy Bichlbaum rapportés dans un article du *Calgary Herald* daté du 15 juin 2007, consultable en ligne au 14 octobre 2010 à l'adresse <http://www.canada.com/calgaryherald/news/story.html?id=8dac59f3-d79d-464e-8daa-56d399034a29>.

<sup>366</sup> Le « hoaxer » Marcel Béliveau a été rendu populaire à l'échelle internationale dans les années 1990 grâce à ses audacieux canulars dans l'émission « Surprise sur prise ». La relève semble avoir été prise dans les années 2000 par un groupe appelé « Les Justiciers Masqués » qui opère pour le compte de la radio montréalaise CKOI et qui produit des actes canulariques assez retentissants à l'encontre des personnalités nord-américaines très connues.

<sup>367</sup> Terme employé notamment par l'agence Reuters dans une dépêche du 19 juin 2007 relatant cette affaire sous le titre : « *It's new, it's disgusting ! And it fooled an oil industry group* » (consultable en ligne au 10 octobre 2010 à l'adresse : <http://blogs.reuters.com/2007/06/19/its-new-its-disgusting-and-it-fooled-an-oil-industry-group/>).



victimes du canular<sup>368</sup>, les médias ont donc accordé une attention toute particulière aux commentaires et aux explications donnés par les deux activistes. Sur CTV et CBNNetTV, les séquences les plus transgressives de la conférence ont cependant été occultées, et le présentateur de la première chaîne privée du Canada a veillé à ne pas citer le nom d'ExxonMobil dans son commentaire, vraisemblablement pour ne pas s'attirer les foudres du groupe pétrolier dans un pays où la production d'hydrocarbures occupe une place stratégique dans l'économie.

La presse québécoise francophone, plus tardive que sa consœur anglophone à relater l'événement, se montrera plus bienveillante encore à l'égard des Yes Men, profitant de l'occasion pour épingle la stratégie énergétique du gouvernement conservateur du Premier ministre fédéral Stephen Harper<sup>369</sup>. Les revues et sites spécialisés dans l'information scientifique seront également nombreux aussi à couvrir le fantasme incident avec une certaine sympathie pour ses auteurs qui ont osé attenter au discours climatosceptique de la grande industrie et des dirigeants politiques d'Amérique du Nord. De la même manière, les commentaires postés par les internautes sur les forums spécialisés seront dans l'ensemble très virulents à l'encontre des positions politiques et de l'attitude jugée « propagandiste » des dirigeants d'ExxonMobil<sup>370</sup>.

Grâce à cette action, les Yes Men semblent avoir réussi à nouveau à intéresser les grands médias internationaux qui semblaient les délaisser un peu depuis deux ans<sup>371</sup>. Pour autant, le groupe activiste n'a pas, à cette occasion, remis sa nouvelle stratégie de communication, désormais très volontariste et consistant à gérer lui-même la propagation médiatique de ses actions, notamment au travers des réseaux qu'il a mis en place via Internet. Ainsi, quelques heures à peine après la fin de la conférence, les Yes Men avaient déjà adressé par courriel à plusieurs milliers de contacts – parmi lesquels de nombreux journalistes – un long et détaillé communiqué de presse. Le texte d'environ 800 mots et agrémenté de nombreuses photos de la performance donnait évidemment une version des

---

<sup>368</sup> « Ni ExxonMobil, ni le National Petroleum Council n'ont accepté de commenter » selon une dépêche de Reuters en date du 19 juin 2007.

<sup>369</sup> Voir à ce sujet l'article « Le vivoleum pour remplacer le pétrole » de Louis-Gilles Francoeur, paru dans le quotidien québécois *Le Devoir* du 19 juin 2007 (article consultable en ligne au 10 octobre 2010 à l'adresse : <http://www.ledevoir.com/2007/06/19/147827.html>).

<sup>370</sup> Certains commentaires de cette teneur étaient notamment lisibles sur le site du *Wall Street Journal* dans les jours suivant l'action. Ils ont depuis lors été effacés, mais l'article ayant suscité ces commentaires demeure consultable en ligne au 10 octobre 2010 à l'adresse : <http://blogs.wsj.com/energy/2007/06/15/vivoleum-is-people/>.

<sup>371</sup> À ce sujet, voir l'analyse de ce désintérêt faite par Andy Bichlbaum dans l'entretien qu'il nous avait accordé le 16 février 2007, retranscrit en annexe 7, page 35 de cette dissertation.

faits qui, tout en valorisant l'action des Yes Men, veillait dans son style à respecter l'apparence d'une certaine distanciation journalistique dans la façon de rapporter les faits<sup>372</sup>. Cet habile subterfuge communicationnel a d'ailleurs eu pour effet une reprise quasi-intégrale du message en question par plusieurs centaines de sites ou blogs dans le monde anglo-saxon. Ce fait, secondaire au regard de l'acte canularique proprement dit, témoigne une fois de plus de la rapide professionnalisation des Yes Men au cours de la période récente.

En dépit de la très grande hétérogénéité des milieux contestataires et altermondialistes dans le monde qui conduit souvent au dénigrement systématique de certains groupes par d'autres composantes de la nébuleuse, les Yes Men sont parvenus, au travers de ce canular, à s'adjoindre le soutien et la sympathie de militants d'habitude hostiles à ce type d'interventions. Il est d'ailleurs assez étonnant de constater les dénominations très variées qui ont été employées sur certains sites activistes pour qualifier les Yes Men à l'occasion de cette action. En fonction du tropisme idéologique de chacun d'eux, ils seront tantôt qualifiés de « anti-corporate activists », « de groupe altermondialiste », de « médiactivistes », de « art-activistes », d'« activistes environnementaux », d'« activistes canadiens » ou même de « Jewish eco-activists »<sup>373</sup> !

Passés maîtres en matière de narration auctoriale de leurs actions grâce à leur activité de documentaristes professionnels, les Yes Men ont appris à ménager deux temps médiatiques forts et assez distanciés temporellement l'un de l'autre : l'un se rapportant aux heures et aux jours suivant la perpétration d'un acte canularique, l'autre développé bien plus tard à l'occasion de la sortie internationale d'un nouveau film, les conduisant à « reformuler » leurs principaux exploits antérieurs. Ainsi, l'affaire opposant ExxonMobil aux Yes Men au sujet de l'imposture perpétrée à Calgary qui semblait close à l'automne 2007, a été soudainement relancée en juillet 2009 par la sortie officielle du film « Les Yes Men refont le monde » en Grande-Bretagne. Furieux de voir ce cas exposé à nouveau, les dirigeants du groupe pétrolier ont annoncé leur intention d'ouvrir une nouvelle procédure

---

<sup>372</sup> Ce texte, repris notamment par un site néo-zélandais, est consultable en ligne au 10 octobre 2010 à l'adresse <http://www.scoop.co.nz/stories/WO0706/S00281.htm>. Dans le plus pur style des dépêches d'agence américaines, il débutait ainsi : « *Imposters posing as ExxonMobil and National Petroleum Council (NPC) representatives delivered an outrageous keynote speech to 300 oilmen at GO-EXPO, Canada's largest oil conference, held at Stampede Park in Calgary, Alberta, today* ».

<sup>373</sup> C'est le cas sur le site d'activistes juifs progressistes new-yorkais, intitulé « Jewtastic.com » dans un article consultable en ligne au 10 octobre 2010 à l'adresse : <http://www.jewtastic.com/posts/17576>.

judiciaire à l'encontre du groupe activiste, déclaration qui a bien évidemment provoqué une nouvelle salve d'articles et de dépêches d'agence sur le sujet.

#### **IV-5.4 Les principaux enseignements du cas étudié**

Au regard de notre schéma processuel, cet acte canularique respecte globalement bien l'ordre classique de déroulement des cinq grandes phases qui le composent. Différemment du cas BBC-Dow mené par le même groupe, le processus qui a conduit à l'élaboration et à la mise en œuvre de ce canular apparaît nettement moins aléatoire et beaucoup plus prémédité de la part de ses auteurs. Le public finalement mystifié, tout comme la cible politique affectée par l'acte des Yes Men, correspondent bien au plan initialement élaboré par les « hoaxers ». Même si la phase de performance et la phase de révélation ont connu une certaine concomitance, il n'en demeure pas moins que le scénario que s'étaient fixés les Yes Men a été remarquablement respecté. Les effets finalement obtenus – jusqu'à l'interpellation des deux impétrants en cours de présentation – répondent également à l'objectif des auteurs en amont de la perpétration de l'acte. Cette maîtrise auctoriale de l'acte – motivée notamment par le souci des Yes Men de produire un second film documentaire plus percutant que leur premier opus – se lit jusque dans la narration médiatique opérée par de nombreux supports d'information.

Outre le professionnalisme achevé dont firent preuve les Yes Men, une des singularités fortes de cet exemple concerne la manière dont les auteurs ont graduellement orchestré la découverte de l'imposture par les victimes de la mystification. À l'instar du canular télévisuel perpétré en décembre 2006 par la RTBF, ce cas illustre bien les mécanismes psychologiques complexes suscités au sein d'un auditoire auquel sont très progressivement soumis des indices de plus en plus flagrants de fiction et d'irréalité. Loin d'être homogènes, les publics mystifiés prennent plus ou moins rapidement conscience de la facticité de la situation fabriquée. Le moment de la révélation – ou de la prise de conscience de la mystification – ne survient pas au même stade de la performance chez tous les individus et la mystification perdure parfois chez certaines personnes bien au-delà du dévoilement explicite de celle-ci.

Cet acte canularsque met également en lumière le délicat choix que les victimes doivent opérer quant à la manière de réagir face à la mystification (et face aux imposteurs) lorsque l'« attentat » est d'ampleur et qu'il a été perpétré en public et en présence de médias. Erving Goffman s'est fréquemment attaché à ce problème en posant la question suivante : « *Comment sauver la face devant ce type de situation ?* »<sup>374</sup>. L'absence de réaction (« *l'indifférence feinte* ») ou la reconnaissance de la défaillance (« *le fair-play* ») sont difficiles à accepter de la part d'une cible puissante frappée par un acteur en position d'infériorité statutaire, particulièrement si l'acte met en cause son image publique et son autorité. À l'inverse, une réaction vigoureuse et coercitive comme celle qu'ExxonMobil et les organisateurs de GO-EXPO ont engagée à l'endroit des Yes Men tend à susciter en retour un sentiment de sympathie à l'égard des auteurs de trouble et à souvent prolonger le traitement médiatique du canular et de ses suites. Il est encore trop tôt pour savoir qui des Yes Men ou d'ExxonMobil aura le dernier mot à ce sujet dans le cadre des nouvelles procédures engagées par ce dernier en juillet 2009. Il est cependant indéniable que cette « relance » de l'affaire n'aura pas nuit à la promotion de la sortie du nouveau film des Yes Men intervenue à la même époque.

D'un point de vue médiatique, ce cas illustre bien la manière dont certains auteurs d'actes canularsques n'appartenant pas à la sphère dite médiatique semblent, tout au long de la période étudiée, parvenir à acquérir un degré de maîtrise communicationnelle proche de celui dont disposent des instances médiatiques bien établies. Les nouvelles formes de communication rendues possibles par les fonctionnalités techniques d'Internet, mais également la forte culture d'indépendance des journalistes appartenant à des médias pourtant souvent soumis à la pression de leurs actionnaires institutionnels ou à celle de leurs principaux annonceurs publicitaires, constituent sans doute des éléments importants d'explication de la couverture médiatique globalement assez favorable obtenue par les Yes Men suite à ce canular<sup>375</sup>.

---

<sup>374</sup> Erving Goffman, *Les cadres de l'expérience*, op.cit., pp.93-131.

<sup>375</sup> Lors d'un entretien précédemment évoqué en date du 16 février 2007, Andy Bichlbaum réfutait l'idée selon laquelle leur moindre présence dans les médias pouvait résulter de pressions exercées sur les médias par les grands groupes industriels : « *Non, ce ne sont pas les liens entre les médias et les grands groupes qui font que l'on parle moins de nous. Cela ne fonctionne pas de manière aussi directe, surtout à propos d'un petit truc qui ressemble à un gag. (...) Heureusement, le journalisme est encore une profession où l'on trouve des gens qui écrivent ce qu'ils veulent écrire* ».

## ***IV-6 Le canular perpétré par les Yes Men à travers la publication d'une fausse édition du New York Times le 12 novembre 2008***

### **IV-6.1 L'exemplarité du cas**

Reposant sur la fabrication et la diffusion d'une fausse édition d'un quotidien renommé, cet acte canularique perpétré à la fin 2008 par différents groupes activistes américains, fédérés par les Yes Men, s'inscrit dans une tradition déjà longue de détournement d'un support prestigieux d'information pour diffuser une fausse nouvelle visant à mystifier le lectorat du titre en question. Les traces de ce type de pratique sont en effet presque aussi anciennes que l'émergence du canular médiatique. Dans ses recherches historiques sur la question, Fred Fedler (1989) relève le cas d'un faux supplément du *Boston Chronicle*, conçu et réalisé par Benjamin Franklin en 1782 à des fins politiques et subversives. Utilisé à maintes reprises par des résistants au nazisme durant la Seconde Guerre mondiale, ce procédé canularique a connu une certaine résurgence durant la dernière décennie dans les milieux de l'activisme politique et social, notamment en Italie et en Amérique du Nord. En dépit de son « classicisme », le recours à ce procédé par les Yes Men marque une diversification de leurs modes opératoires en matière de perpétration d'actes canulariques. Mais surtout, le défi relevé pour parvenir à mystifier une partie du public par l'entremise d'un support de ce type à une époque de multiplication des canaux de diffusion et d'une quasi-instantanéité de la propagation de l'information est assez considérable<sup>376</sup>. De fait, si la mystification suscitée auprès d'une partie du public a été de très courte durée, sa mise en œuvre a néanmoins nécessité un long travail secret de préparation impliquant un nombre élevé de complices extrêmement qualifiés.

---

<sup>376</sup> Le primat de la presse quotidienne en matière de divulgation première des nouvelles au XIXe siècle et durant une large partie du XXe a, au fil du temps, été mis à bas par la réactivité des médias audiovisuels et, depuis une quinzaine d'années, par la montée en puissance des nouveaux médias électroniques et de la téléphonie mobile comme véhicule de propagation rapide de l'information. Les études retraçant l'usage des différents médias au cours d'une journée-type (études « budget temps médias »), ainsi que les recherches sur les sources utilisées par le public pour s'informer lors d'un événement d'importance (études sur le comportement face au « breaking news » conduites notamment par « The Pew Research Center for the People and the Press »), mettent en lumière des logiques croissantes de confrontation des sources d'information lors de l'annonce d'une nouvelle à caractère exceptionnel.

#### IV-6.2 L'exposé médiatique du cas

Le mercredi 12 novembre 2008, quelques jours seulement après l'élection de Barack Obama à la Présidence des États-Unis, les New-yorkais découvrent avec surprise la parution, en fin de matinée, d'une édition spéciale du *New York Times* annonçant, en manchette dans une taille et un corps de typographie réservé aux événements exceptionnels, que « *La guerre en Irak est finie* » (« IRAQ WAR ENDS »). La nouvelle est en effet surprenante par sa soudaineté. Pour attendue qu'elle soit, cette brusque décision du « Président-élu »<sup>377</sup> n'en déroge pas moins avec l'usage conventionnel consistant à attendre la prestation officielle de serment avant d'engager un choix politique d'importance. Précipité, ce retrait du conflit après plus de cinq années de guerre, a certainement dû éveiller quelques soupçons parmi les lecteurs au fait des usages institutionnels du pays. D'autant que les pages intérieures de ce numéro spécial recèlent une multitude d'informations toutes plus étonnantes les unes que les autres. Ainsi, peut-on y découvrir les titres suivants : « Bush inculpé pour haute trahison » (page 5), « Adoption du plan national de couverture médicale » (page 7), ou encore, « Abolition du *Patriot Act* » (page 8). Mais une part importante du lectorat du quotidien, notamment dans l'agglomération new-yorkaise qui a voté à 62,9 % en faveur d'Obama<sup>378</sup>, est encore dans l'euphorie de la victoire. Durant toute sa campagne, Obama a mis le retrait des troupes américaines stationnées en Irak au premier rang de ses priorités. Tout au long de la course à la Maison-Blanche, le *New York Times*, réputé proche des idées progressistes, a presque sans relâche soutenu le jeune candidat démocrate. Dès lors, et compte tenu de la réputation du titre en matière de qualité journalistique, il n'est pas surprenant que nombre de lecteurs aient, un instant au moins, pu croire à la véracité d'une telle information. L'illusion sera cependant de très courte durée. Le *New York Times* réfutera presque immédiatement toute paternité à l'endroit de cette édition spéciale que quelques colporteurs étaient venus distribuer aux portes du siège du quotidien à Times Square. L'à-propos, l'audace et l'indéniable qualité du pastiche produit par les Yes Men et leurs amis vont cependant susciter un fort intérêt médiatique pour l'affaire dans les médias américains et dans la presse internationale.

---

<sup>377</sup> « Elected President », (« le Président-élu »), est le terme consacré pour désigner le vainqueur du scrutin qui vient de se dérouler durant la période de transition d'environ deux mois qui sépare le suffrage des électeurs de l'entrée officielle en fonction.

<sup>378</sup> Barack Obama a même recueilli 88,7 % des voix le 4 novembre 2008 dans le Comté de New York (Source : <http://uselectionatlas.org/RESULTS/>).

#### IV-6.3 L'analyse du cas au regard du schéma générique

##### *Conception pour finir un film*

Aucune information précise concernant le contexte, la manière et le moment où l'idée de produire à grande échelle un faux numéro du *New York Times* n'a été donnée par les auteurs de cette entreprise lors des nombreux entretiens accordés aux médias après sa diffusion. Lors d'une rencontre le 15 août 2008 à New York – environ trois mois avant la sortie du faux numéro – avec Andy Bichlbaum des Yes Men et Steve Lambert, un des principaux artisans de cette opération<sup>379</sup>, nous avons toutefois pu obtenir certains éléments inédits permettant d'éclaircir davantage la phase de préparation qui a précédé cette publication insolite. Après avoir résidé en France durant plus de cinq ans, Andy Bichlbaum a choisi, en février 2007, de retourner s'installer à New York où il venait d'être sollicité par la « Parsons-The New School for Design », la division artistique de la « New School of New York »<sup>380</sup> pour enseigner. Nommé Professeur assistant en Subversion (« Assistant professor in Subversion ») à la rentrée 2007, il lie amitié avec Steve Lambert, un des enseignants invités cette année-là par l'Ecole. Né en 1976, Steve Lambert est un artiste reconnu dans les milieux de l'art expérimental et politique. Ses travaux et ses happenings sur l'emprise de la publicité dans la vie quotidienne ont obtenu un certain retentissement à l'échelle internationale. Fondateur de l'« Anti-Advertising Agency »<sup>381</sup>, un groupe de média-activistes new-yorkais qui organise depuis 2004 des

---

<sup>379</sup> Suite à une prise de contact par courriel, Andy Bichlbaum a accepté de nous rencontrer le 15 août 2008 dans le cadre d'une soirée organisée avec ses étudiants de la « Parsons – The New School for Design » pour marquer la fin de leur année scolaire. L'entretien visait initialement à recueillir des compléments d'information sur les canulars médiatiques perpétrés en 2007 par les Yes Men dans le cadre de notre recherche doctorale. Peu enclin à revenir ce jour-là sur les actions passées, Andy Bichlbaum, accompagné de Steve Lambert, a cependant accepté d'évoquer le projet en cours, sous réserve d'une totale confidentialité jusqu'à sa réalisation effective. De fait, cet échange, riche en informations pour l'étude du présent cas, n'a pu être enregistré. Les propos d'Andy Bichlbaum, rapportés dans cette analyse de cas, ont été retranscrits de mémoire à la suite de cette rencontre.

<sup>380</sup> La « Parsons-The New School for Design » est une école spécialisée dans la formation de *designers*, de graphistes, d'architectes, de stylistes et de photographes. (La présentation détaillée des activités de l'école figure à l'adresse : <http://www.parsons.edu>). Elle constitue aujourd'hui une des entités les plus prestigieuses de la « New School of New York », une université indépendante fondée en 1919 et qui se donna pour vocation à partir de 1933 d'accueillir les universitaires européens menacés dans leur pays d'origine par la montée du nazisme et de l'autoritarisme. Elle s'est imposée au fil du temps comme un des emblèmes de la culture progressiste new-yorkaise en ayant notamment pour enseignants ou étudiants des personnalités telles que Hannah Arendt, André Breton, Jacques Derrida, Woody Allen, Eric Hobsbawm, Wilhem Reich, Alfred Schutz,...(Source : [www.newschool.edu/history.aspx](http://www.newschool.edu/history.aspx), consultable en ligne au 12 octobre 2010).

<sup>381</sup> Le site Internet de « The Anti-Advertising Agency » est consultable à l'adresse : <http://antiadvertisingagency.com> (en ligne au 12 octobre 2010).

actions assez créatives contre la marchandisation de l'espace public et la communication persuasive, Steve Lambert est également le concepteur de « Add-Art », un logiciel gratuit permettant à ses utilisateurs de remplacer les espaces publicitaires insérés dans les pages des sites Internet par des images d'œuvres d'art contenues dans un catalogue téléchargeable en ligne. Les premiers essais opérationnels de ce logiciel anti-publicitaire ont été conduits par Lambert en 2007 sur la maquette de la version en ligne du *New York Times*<sup>382</sup>. Graphiste talentueux, Lambert est parvenu à reproduire à l'identique la ligne esthétique du prestigieux quotidien new-yorkais.

C'est vraisemblablement au début de l'année 2008 que l'idée d'un faux site du *New York Times* naît dans l'esprit des deux complices. À cette période, les Yes Men travaillent activement à la finalisation de leur second film. Après le « coup » réussi contre Exxon en juin 2007, les Yes Men peinent à produire une action retentissante qui pourrait servir de « chute » pour leur film en préparation. Leur production canularique des années écoulées a été intense et Mike Bonanno et Andy Bichlbaum – quoiqu'ils s'en défendent<sup>383</sup> – commencent à souffrir de leur notoriété et de la répétitivité de leurs modes d'action. Médias, entreprises, organisateurs de conférences deviennent plus prudents. Même si, à chaque nouvelle imposture perpétrée via un faux site ou lors d'un rassemblement professionnel, les médias soupçonnent les Yes Men d'être à la manœuvre, aucune de leurs initiatives engagées de la mi-2007 à début 2008 ne parviendra à ses fins. Pour donner à leur second film une trame narrative plus consistante et plus cohérente que celle très chaotique de leur première réalisation, les Yes Men décident alors de faire correspondre la période couverte par leur documentaire avec le second mandat présidentiel de George W. Bush. Début 2008, l'image du Président américain est au plus bas dans l'opinion, mais la victoire démocrate est cependant loin d'être assurée : John McCain semble se détacher dans la course à l'investiture républicaine tandis que Hillary Clinton et Barack Obama restent au coude-à-coude dans le camp adverse. Si, sans conteste, les Yes Men souhaitent une victoire démocrate, ils restent plus que dubitatifs sur la marge effective de manœuvre d'un président progressiste à infléchir significativement le cours d'une politique néo-libérale impulsée voici près de trois décennies aux États-Unis avec la présidence de Ronald Reagan<sup>384</sup>. C'est de la conjonction globale entre leur

---

<sup>382</sup> Le produit de ce travail est consultable à l'adresse : <http://antiadvertisingagency.com/2008/05/23/new-project-add-art-replaces-online-adds-with-art/> (en ligne au 5 septembre 2009).

<sup>383</sup> Voir en Annexe n° 7, p. 35, les propos d'Andy Bichlbaum à ce sujet.

<sup>384</sup> D'après les propos recueillis auprès d'Andy Bichlbaum le 15 août 2008 à New York.



perception politique du moment, leurs impératifs productionnels et les opportunités nouvelles que la rencontre avec Steve Lambert et les milieux activistes new-yorkais laisse entrevoir que naît chez les Yes Men l'idée de produire un faux numéro du *New York Times* aux contenus utopistes.

La pratique consistant à produire une fausse édition d'un quotidien est ancienne, notamment dans les mouvements contestataires et activistes, mais elle représente un bouleversement du mode opératoire habituel des Yes Men. Se documentant sur les précédents célèbres en la matière, Andy Bichlbaum est particulièrement marqué par le cas du faux numéro du journal belge *Le Soir* réalisé en novembre 1943 par des résistants à l'occupation allemande. D'origine belge par son père, qui enseigna longtemps la littérature absurdiste et surréaliste à Bruxelles, Andy Bichlbaum affectionne tout particulièrement l'humour de ce pays, teinté d'une forte propension à l'autodérision et à la satire sociale. Américain par sa mère et baigné dans la culture contestataire californienne de sa jeunesse, il a également comme référence le faux numéro du quotidien montréalais *The Gazette* réalisé en octobre 1968 par les activistes « underground » de la revue *Logos*. Plus récemment, il a eu vent du faux numéro du *Vancouver Sun* fabriqué et distribué en juin 2007 par des artistes canadiens en défense des droits des Palestiniens et en opposition à la ligne pro-israélienne imposée au quotidien par les dirigeants du groupe Canwest, propriétaire du titre<sup>385</sup>.

Mike Bonanno résidant en Ecosse à cette époque, le duo de tête inédit pour cette opération sera donc constitué d'Andy et Steve, tous deux basés à New York et pouvant s'appuyer en partie par la logistique providentielle fournie par la « New School for Design ». La cible formelle du canular s'impose de fait : le célèbre *New York Times*, principal quotidien de la ville dont la réputation journalistique en fait l'un des titres les plus influents au monde. Steve Lambert connaît les moindres détails de sa charte graphique et ses compétences en matière d'éditions électroniques, associées à celles d'Andy, vont permettre de doubler la version papier d'une version en ligne qui augmentera l'impact national et international de l'opération.

---

<sup>385</sup> A propos de ce faux numéro du *Vancouver Sun*, lire l'article de Laura J. Murray et Craig Bergold « See You in Court : Can Canadians Practice Parody ? » dans la revue *Fuse*, vol. 32, n°2, mars 2009, pp. 12-17.

Mars 2008 marque le cinquième anniversaire du début de la guerre en Irak. Le conflit s'enlise et l'opinion américaine, qui a longtemps soutenu l'intervention, commence à se retourner, plaçant cette question au cœur de la campagne présidentielle. Ainsi naît l'idée de proclamer la fin de la guerre et de montrer qu'un monde meilleur pourrait en résulter, dès lors que les sommes considérables engagées par le gouvernement dans le conflit seraient affectées à des priorités sociales et humanitaires. Après le canular aux accents catastrophistes perpétré contre Exxon à Calgary, les Yes Men s'orientent à présent vers une mystification fondée sur l'annonce d'une bonne nouvelle. Une sorte de « happy end » qui pourrait permettre de clore leur second film sur une note plus optimiste que le précédent.

### ***La fabrication doit répondre à de nombreuses contraintes***

La phase de fabrication du faux numéro – et accessoirement du faux site Internet lui correspondant – a été longue, et même plus longue que ce qui avait été initialement prévu par les initiateurs de l'opération. Lors de notre rencontre avec Andy Bichlbaum et Steve Lambert en août 2008, le projet était, à leurs dires, bien avancé et la parution du faux numéro du *New York Times* programmée pour la fin du mois de septembre ou le début du mois d'octobre. Contactés par nous, après la diffusion effective de la fausse édition spéciale, les auteurs reconnaissent avoir rencontré des « difficultés techniques » les ayant conduit « à repousser » la sortie du numéro, sans donner plus de précision sur la nature de ces obstacles. Deux courriels adressés par les Yes Men en octobre aux personnes inscrites sur le site via le questionnaire de recrutement confirment le report par deux fois de l'opération.

Si les Yes Men sont peu expansifs à ce sujet<sup>386</sup>, une analyse raisonnée des rares données dont nous disposons peut cependant contribuer significativement à l'explication de ce retard. La menée à bien d'un tel projet – comprenant non seulement la production du faux numéro, mais également sa distribution rapide et massive – supposait des moyens humains, logistiques et financiers bien supérieurs à ceux habituellement nécessaires à la production d'un acte canularique par le groupe.

---

<sup>386</sup> La raison de cette discrétion réside peut-être dans le fait que le procédé du faux journal utilisé par eux pour la première fois en novembre 2008 a été de nouveau utilisé par le groupe en juin 2009 avec la parution en Europe d'une fausse édition de l'*International Herald Tribune* et que le dévoilement des « ficelles » aurait pu hypothéquer de possibles « répliques » des techniques mises en œuvre.

Concernant les moyens intellectuels et humains attachés à la réalisation de l'édition spéciale, il fallait, outre les compétences graphiques de Steve Lambert et Andy Bichlbaum, disposer à la fois d'un savoir-faire éprouvé pour la rédaction des nombreux articles contenus dans l'objet de la mystification et de qualités indéniables pour assurer la rédaction en chef d'un produit supposé s'inscrire dans une périodicité de type quotidien. La rédaction de quatorze pages denses au format habituel du quotidien new-yorkais nécessitait en effet une production de textes sans commune mesure avec celle jusque-là déployée par les Yes Men lors de leurs interventions mystificatrices dans des conférences. Par ailleurs, et compte tenu de l'exceptionnel espace d'expression ouvert par la réalisation de ce faux journal, ses concepteurs ont souhaité – au-delà de l'annonce principale concernant la fin de la guerre en Irak – traiter, d'un point de vue militant, de nombreux autres thèmes politiques, sociaux et culturels qui leur tenaient à cœur. Une partie des ressources humaines a été recrutée parmi les étudiants des deux principaux auteurs, enseignant à la « Parsons-The New School for Design ». Quelques images contenues dans le second film des Yes Men, montrent en effet une scène de préparation tournée dans les locaux de l'école avec une véritable rédaction pilotée par Andy et Steve<sup>387</sup>. Pour les sujets de fond supposant une expertise précise, les Yes Men ont mobilisé plusieurs dizaines de groupes activistes ou d'ONG spécialisés, parmi lesquelles de nombreuses associations contre la guerre, en faveur de la justice sociale, de la défense de l'environnement, de la liberté d'expression,...<sup>388</sup> Enfin, il semblerait qu'au moins deux journalistes professionnels, dont un collaborant régulièrement au *New York Times* aient également contribué à imprimer le style bien spécifique du journal aux principaux articles.

La réalisation de l'opération soulevait également une autre difficulté, de nature financière cette fois-ci. Si la conception, la rédaction et même la distribution du faux numéro pouvaient faire l'objet d'une contribution bénévole de la part des nombreux militants engagés dans l'opération, son impression en un nombre très élevé d'exemplaires par des presses analogues à celles usuellement employées par le vrai *New York Times* supposait le recours à un imprimeur professionnel officiant aux tarifs en vigueur sur le marché. L'avance sur production contractée par les Yes Men pour la réalisation de leur second

---

<sup>387</sup> Scène du film « Les Yes Men refont le monde » (2009), située à la 79<sup>ème</sup> minute.

<sup>388</sup> La liste des associations impliquées dans cette opération figure à l'adresse : <http://www.nytimes-se.com/2009/07/04/the-fine-print/> (consultable en ligne au 12 octobre 2010).

film ne couvrant pas les frais engagés par la préparation de leurs actes canulars, il était indispensable de trouver une source de financement conséquente. C'était là un problème délicat à résoudre pour un groupe activiste n'ayant pas d'existence juridique formelle et donc de possibilité d'emprunt auprès d'un organisme financier. D'autant que pour des raisons pratiques (toucher le plus rapidement possible le plus grand nombre de personnes), mais aussi juridiques (éviter des poursuites du *New York Times* pour fraude et falsification à des fins vénales), la décision avait été prise d'une diffusion gratuite de ladite édition. Pour un numéro de quatorze pages tiré à 100000 exemplaires (volume prévu en août 2008), le budget d'impression s'élevait aux environs de 70000-80000 dollars. Dans un message adressé le 27 août 2008 aux abonnés de leur liste, les Yes Men choisissent finalement de lancer un appel à dons et rappellent que deux fois déjà par le passé (pour la préparation des canulars contre Exxon et contre Halliburton) ils ont procédé de la sorte avec un certain succès. Sans dévoiler précisément la nature de l'opération en préparation, ce message apporte néanmoins quelques informations qui témoignent de l'état déjà très avancé du projet : « *Avec une douzaine de copains talentueux, nous prévoyons prochainement de nous attaquer à ce qui représente (pour le moment) le plus grand crime du 21<sup>ème</sup> siècle. Votre don nous permettra d'imprimer et de distribuer plus de cent mille exemplaires de... euh, quelque chose. Nous ne pouvons pas vous expliquer de quoi il s'agit, mais nous pouvons vous dire que ça se passera bien avant l'élection présidentielle américaine. (...) Sans en dire trop, cela visera à balancer un bon coup de pied dans la fourmilière militariste américaine* »<sup>389</sup>. À peine deux semaines après cet appel, les Yes Men décideront d'arrêter la souscription ; la somme espérée ayant été rapidement rassemblée. Ce succès dans la levée des fonds souligne notamment la notoriété et l'image dont bénéficie le groupe dans les milieux progressistes nord-américains ainsi que la grande efficacité du réseau social mis en œuvre avec la nouvelle version de son site lancée au début de 2007.

Si l'obstacle financier à la réalisation du projet paraît avoir été assez facilement levé, une autre difficulté de taille reste encore à résoudre en ce début septembre : celui de la logistique à mettre en œuvre pour assurer concrètement une très large diffusion du numéro imprimé. Une nouvelle fois, les Yes Men vont recourir à leur réseau social consitué via Internet, d'abord en envoyant le 13 septembre par courriel une demande à

---

<sup>389</sup> Le texte de l'appel à dons a également été publié en français sur le site [www.hns-info.net](http://www.hns-info.net) à l'adresse : <http://www.hns-info.net/spip.php?article15279> (consultable en ligne au 12 octobre 2010).

chaque inscrit d'activer son compte (autrement dit, de confirmer son inscription), puis le 17 du même mois en lançant un appel à participer physiquement à un « événement » prévu à l'époque pour « début octobre » à New York et dans sa région. Si, par précaution, l'objet du rendez-vous n'est pas notifié – de même que le nom du *New York Times* n'est pas mentionné – le message distille toutefois des informations supplémentaires par rapport à celles déjà données dans le courriel du 27 août. On apprend ainsi que « *cela concernera la guerre en Irak et que cela impliquera de participer, individuellement ou en groupes, à une performance publique simple, facile à réaliser et résolument amusante* ». Le message renvoie également vers un site dédié<sup>390</sup> où les volontaires peuvent s'inscrire à un service d'alerte par téléphone mobile « *afin d'être immédiatement informé d'éventuels changements* ». En dépit des précautions prises, le recrutement au travers d'Internet des personnes chargées de la distribution reste trop incertain aux yeux des organisateurs. Afin de sécuriser davantage l'opération, les Yes Men et leurs complices vont également s'assurer la participation de groupes activistes et d'associations politiques disposant de réseaux militants plus structurés pour encadrer cette phase logistique capitale.

Car si les risques judiciaires encourus sont infiniment inférieurs aux mesures coercitives prises à l'encontre des résistants qui perpétrèrent le même type d'action en 1943 en Belgique<sup>391</sup> ou même aux peines qui frappèrent les activistes montréalais ayant participé au faux numéro de *The Gazette* en 1968<sup>392</sup>, la logistique à mettre en œuvre en 2008 pour parvenir à « doubler » la parution du *New York Times* sur son territoire de prédilection est considérable. Impossible en effet d'utiliser comme leurs prédécesseurs le réseau officiel de distribution en substituant la fausse édition du *New York Times* à la véritable édition déjà présente sur les points de vente en prétextant la parution d'une édition spéciale, la quasi-totalité des kiosques new-yorkais étant aujourd'hui connectée en temps réel avec le service de la diffusion du titre. C'est la raison pour laquelle les auteurs de l'acte ont opté pour une diffusion gratuite en milieu d'après-midi dans les zones de la mégapole où l'affluence à ce moment-là est la plus forte. Les exemplaires imprimés doivent donc être

---

<sup>390</sup> Ce site intitulé « Because We Want It » était encore consultable en ligne le 5 septembre 2009 à l'adresse <http://www.becausewewantit.org>. Créé pour l'occasion, il n'est plus accessible depuis le 27 juillet 2010 (suivant les informations mises en ligne à l'adresse <http://www.whois.net/whois/becausewewantit.org>).

<sup>391</sup> Plusieurs des personnes qui prirent part à la fabrication et à la distribution du « faux » *Soir* seront ensuite arrêtées, torturées puis déportées dans des camps de concentration d'où elles ne reviendront pas (Source : Marie Istas, *Le « faux » Soir*, Bruxelles, Éditions J.M. Collet, 1987, pp. 139-142).

<sup>392</sup> Ce cas de canular activiste est longuement détaillé par Ron Verzuh dans son livre *Underground Times*, paru chez Deneau Publishers en 1989, pp. 70-92.

stockés en plusieurs points bien répartis géographiquement, puis confiés à des groupes équipés d'un véhicule et enfin rapidement répartis auprès des personnes chargées de les distribuer aux passants. Pour garantir le meilleur impact à la mystification, il est indispensable que l'action soit rigoureusement coordonnée et que la distribution s'opère simultanément auprès des nombreux volontaires pour permettre l'écoulement de la totalité du tirage. Pour un volume de 100000 exemplaires à distribuer, à raison de 100 à 200 copies par colporteur en moyenne, cela supposait de constituer un bataillon fort de plusieurs centaines de personnes. Après avoir envisagé un temps un tirage bien supérieur qui aurait permis de couvrir les principales grandes villes des Etats-Unis, les Yes Men ont dû battre en retraite devant les difficultés logistiques déjà rencontrées pour servir correctement la métropole new-yorkaise. À défaut de pouvoir mettre en place une couverture « multivilles », les auteurs mentiront sur la réalité du tirage et préféreront jouer sur la visibilité nationale et internationale procurée par la création parallèle d'un faux site Internet reproduisant l'intégralité de cette édition très spéciale. Celui-ci sera assez astucieusement dénommé [www.nytimes-se.com](http://www.nytimes-se.com), appellation très voisine de celle du site officiel du quotidien – la mention « *se* » étant fréquemment employée sur Internet pour signifier « *Special Edition* »<sup>393</sup>.

En Amérique du Nord, comme en Europe, les relations entre activisme créatif et spectaculaire (« creative activism ») et activisme de terrain (« grass-roots activism ») sont souvent complexes et parfois même délicates ; le premier critiquant le « traditionalisme » et le « sérieux excessif » du second, ce dernier, en retour, fustigeant l'« esthétisme », la « légèreté » et l'« égocentrisme » du premier<sup>394</sup>. Une polémique de la sorte n'a d'ailleurs pas manqué de se produire durant cette phase active de préparation entre les ordonnateurs de l'opération et certains groupes de terrain sollicités pour la logistique. La notoriété et la très grande capacité des Yes Men à valoriser médiatiquement leurs actions n'a probablement pas plu à certains activistes très critiques à l'égard des médias et de l'usage

---

<sup>393</sup> Ce faux site a été officiellement enregistré par l'Icann le 3 octobre 2008. Cet enregistrement est attesté par le site Whois.org à l'adresse : <http://www.whois.org/whois/nytimes-se.com> (consultable en ligne au 12 octobre 2010). L'identité des personnes ayant enregistré ce nom de domaine ainsi que celle des administrateurs est « inconnue ». Seul le nom du serveur ayant servi à la procédure apparaît : « a.ns.mayfirst.org », serveur alternatif dont l'adresse physique est située dans le Bronx et dont l'objet social affiché est de « développer des réseaux pour construire un monde juste » (Source : <https://support.mayfirst.org>).

<sup>394</sup> Si les collaborations entre ces deux types d'activismes sont nombreuses et apparemment croissantes, le débat sur les atouts et les faiblesses de l'un et de l'autre est vif et les positions assez contrastées, selon que les contributeurs appartiennent à l'un ou l'autre camp. À titre d'illustration, voir la profession de foi « créative » du site « TruthIt.net » à l'adresse : [http://www.truth-it.net/creative\\_activism.html](http://www.truth-it.net/creative_activism.html) (consultable en ligne au 12 octobre 2010).

de techniques de communication considérées comme les instruments du système dominant<sup>395</sup>.

Au-delà, et sans qu'il soit possible de l'affirmer avec certitude, les embûches successives rencontrées durant la mise en place du réseau de distribution ont vraisemblablement participé de la décision des pilotes de l'opération de retarder sa mise en œuvre de plus d'un mois.

Un autre facteur, imprévisible et totalement extérieur au processus de fabrication, survenu à la mi-septembre 2008 a incontestablement joué un rôle déterminant dans la décision de reporter la parution du « faux » *New York Times*. A la suite de la faillite soudaine de la banque Lehman Brothers, les marchés financiers internationaux vont s'effondrer et entraîner une des plus graves crises économiques de l'histoire des Etats-Unis. Son intensité est si forte que, pendant plusieurs semaines, elle va occulter le reste de l'actualité. La campagne présidentielle est même un temps suspendue, puis totalement focalisée sur les effets économiques et sociaux de la déroute financière. Barack Obama, en difficulté durant l'été, reprend la main dans le débat et l'hypothèse de sa victoire lors du scrutin à venir prend progressivement une nouvelle consistance. À New York et dans les pages de son principal quotidien, l'heure n'est ni à l'euphorie, ni même aux préoccupations concernant la guerre en Irak. Dans les milieux activistes, certains se prennent à rêver d'une chute de Wall Street annonciatrice de la fin du règne du capitalisme, pendant que d'autres se mobilisent pour venir en aide aux premières victimes de la crise. Pour les initiateurs du projet, il faut attendre donc des jours meilleurs et une fenêtre de tir favorable dans un ciel médiatique surchargé.

La perspective grandissante d'une élection qui porterait un candidat démocrate et métis à la tête du pays leur offre en effet une opportunité nouvelle. Ce contexte nouveau, confirmé au soir du 4 novembre, nécessite cependant de modifier une partie des contenus rédactionnels déjà prêts et de réorienter le sens donné à l'opération : il ne s'agit désormais plus de porter le coup de grâce à une politique néo-conservatrice et à un président

---

<sup>395</sup> Cette polémique peu publicisée et restée interne aux milieux activistes nous a été rapportée par Joey Skaggs lors de sa venue à Paris le 27 novembre 2008 à l'occasion de sa participation au séminaire du Laboratoire « Communication et Politique » du CNRS animé par Hervé Glevarec et l'auteur de cette dissertation. Nous n'avons pu toutefois à ce jour en avoir confirmation auprès des initiateurs du « faux » *New York Times*.

finissant, mais plutôt de faire pression sur le président démocrate fraîchement élu pour qu'il tienne ses promesses et engage une politique véritablement progressiste.

### *Performance devant un public peu mystifié*

Par la nature même de l'acte canularique engagé et la capacité du système informationnel contemporain à valider ou démentir rapidement une nouvelle, la durée de la performance de la mystification ne pouvait être qu'extrêmement courte. La meilleure preuve du caractère très éphémère de la mystification opérée fut sans doute qu'aucun média au monde, en dépit du fort retentissement médiatique de l'opération, ne reprit de bonne foi et en la tenant pour crédible cette fausse information annonçant la fin de la guerre en Irak. Telle n'était d'ailleurs pas l'objectif des Yes Men. Il y eût certes mystification pendant quelques instants d'une partie des personnes qui eurent entre leurs mains la fameuse édition spéciale. De nombreuses vidéos réalisées à l'instigation des auteurs du faux numéro, mises en ligne sur Internet témoignent à la fois de la réaction interloquée de nombre de New-yorkais à la lecture de ce pastiche du *New York Times* et de la brièveté de l'illusion produite.

La rapidité excessive de la mesure annoncée, alors que le nouveau président élu n'était pas même en fonction, de même que l'accumulation étonnante de « bonnes nouvelles » contenues dans un seul et même numéro de tout juste quatorze pages rendaient évidemment la chose improbable. Fidèle à leur goût prononcé pour la politique-fiction, les Yes Men et leurs amis n'avaient d'ailleurs pas manqué de souligner le caractère anticipateur de l'opération en datant l'édition du 4 juillet 2009 (en référence évidemment au jour de la fête nationale américaine). Dans le même registre, un petit encadré situé sur le côté gauche du « cartouche » du *New York Times* indiquait : « *All the News We Hope to Print* » (« *Toutes les nouvelles que nous aimerions imprimer* »).

Indice plus subtil – et vraisemblablement la conséquence d'une impression « à façon » du fameux numéro –, la qualité du papier et de l'impression était assez nettement supérieure à celle d'une édition courante du journal new-yorkais. Tous les indices de fiction étaient cependant si habilement distillés à l'intérieur de ce faux numéro qu'une lecture trop rapide de la Une pouvait entretenir un temps l'illusion du vrai et de l'authentique. En



dépit de la présence de l'encadré déjà cité et de son pendant sur le côté droit (une synthèse laconique et à double lecture des prévisions météorologiques<sup>396</sup>), le reste de la première page demeurait très fidèle au style du quotidien, notamment avec ses titres sobres, informatifs et concis.

C'est, en revanche, dans les pages intérieures que les registres de la parodie, de la caricature, de la satire et des effets de surréel étaient les plus prononcés. Ainsi, c'est seulement en page 5 que l'on apprend que George W. Bush s'apprête à être traduit en justice pour haute trahison. Les articles virent à la satire explicite en page 6 lorsqu'en ouverture de la section « *National* » le journal titre, au-dessus d'une photo montrant l'effondrement du pont autoroutier de Minneapolis, « *Crumbling Infrastructure Brings Opportunities* » (« *Les infrastructures défaillantes représentent des opportunités économiques* »). Dix fausses publicités – conçues par les créatifs de l'Anti-Advertising Agency – s'en prenant à de grandes marques ou entreprises (parmi lesquelles on retrouve les incontournables ExxonMobil, Monsanto et Mc Donald) sont également présentes dans la maquette et ajoutent au discours d'exagération progressive des contenus rédactionnels. Même crédule et emporté dans le vent d'optimisme suscité par la victoire d'Obama, l'« homme de la rue » ne pouvait rester mystifié très longtemps par la lecture de cette fausse édition. Les auteurs de l'opération le savaient : l'essentiel résidait dans l'administration de la preuve que de telles nouvelles étaient attendues et dans la démonstration de force qu'une telle action menée par la frange activiste de la gauche pouvait revêtir aux yeux des nouveaux responsables démocrates.

Communicants avisés, les Yes Men savaient également qu'il était capital de recueillir les témoignages de la mustification opérée – si brève et partielle qu'elle put être – afin d'en répercuter les « preuves » auprès des médias d'information qui ne manqueraient pas de s'intéresser à ce coup audacieux. Dès le message adressé le 13 septembre à leur réseau pour mobiliser des distributeurs bénévoles, ils enjoignaient leurs contacts à venir aussi filmer l'action. Cet abondant matériau filmique de personnes stupéfaites à la lecture du « faux » *New York Times* sera très rapidement mis en ligne sur Internet, et naturellement repris par les médias audiovisuels qui n'avaient pas eu le temps d'envoyer des équipes sur le terrain pour capter les images de la mystification. Maîtres de l'agenda médiatique

---

<sup>396</sup> « *Aujourd'hui, quelques nuages, davantage de soleil, fin des récentes ténèbres. En soirée, forts vents venus de gauche. Demain sera un autre jour. Voir la carte météo en pages intérieures* ».

en créant eux-mêmes l'événement, les Yes Men ont aussi été les grands ordonnateurs d'une bonne part de la communication émise par les médias sur l'opération.

Dans les faits, la mystification la plus importante opérée durant cette affaire fut moins celle qui affecta momentanément une partie du lectorat que celle qui frappa la quasi-totalité des médias qui traitèrent de l'affaire au sujet de son ampleur réelle. Ceux-ci prirent en effet pour argent comptant le chiffre faramineux de « *plus d'1,2 million d'exemplaires distribués* »<sup>397</sup> annoncés par les initiateurs du canular, alors que le tirage effectif n'était que d'environ 100000 exemplaires<sup>398</sup>.

### ***Révélation dans un sourire***

La phase de révélation de la mystification fut donc brève et laissée à l'appréciation des lecteurs en fonction de leur plus ou moins grande capacité au décryptage critique du faux journal qu'ils avaient entre les mains. Bien qu'il soit le fruit d'un travail sophistiqué et très élaboré, cet acte canularique est assez faible en termes d'effets mystificateurs produits. De ce point de vue, il s'apparente davantage à certaines fabrications de situations cocasses utilisées dans les émissions télévisuelles de caméra cachée qu'au type de canulars habituellement produits par les Yes Men. La dimension mystificatrice la plus notable dans cette affaire concerne sans doute la manière dont certains médias ont avalisé le fameux chiffre de 1,2 millions d'exemplaires diffusés et repris parfois le propos selon lequel l'opération avait nécessité le recours à six centres d'impression répartis sur l'ensemble du territoire américain. Cette « mystification » sur la mystification réellement opérée n'est, en matière d'acte canularique, pas un phénomène isolé ; elle rappelle notamment le mythe qui continue à se propager encore aujourd'hui quant à la soi-disant panique collective qui aurait suivi l'émission radiophonique « La Guerre des mondes » orchestrée par Orson Welles en 1938 sur CBS<sup>399</sup>.

---

<sup>397</sup> Ce chiffre a été rapporté sans vérification par plusieurs agences de presse, dont Reuters, et repris par la plupart des médias américains ou étrangers ayant couvert l'événement. Voir notamment la dépêche de Reuters du 12 novembre 2008 à l'adresse : <http://www.reuters.com/article/marketsNews/idUSN1229433020081112> (consultable en ligne au 12 octobre 2010).

<sup>398</sup> Il s'agit là du tirage prévu à l'été 2008 et publiquement assumé par les Yes Men à la 79<sup>ème</sup> minute de leur film « Les Yes Men refont le monde ».

<sup>399</sup> Pierre Lagrange, *La guerre des mondes a-t-elle eu lieu ?*, Paris, Robert Laffont, 2005, pp. 174-175.

Quant aux réactions des « victimes » de cette opération mystificatrice, elles furent – un peu à l’instar de la réaction de la BBC après l’interview du faux porte-parole de Dow – du genre plutôt amusé et assez *fair play*. Le *New York Times*, après un temps de mutisme<sup>400</sup>, prit en effet la chose avec humour, se refusant à engager des poursuites pour usurpation de sa marque à l’encontre d’un travail jugé unanimement de grande qualité. Il eut été de toute manière très délicat de poursuivre des activistes qui avaient agi sans agressivité à l’égard du titre et qui étaient par ailleurs soutenus par une partie des milieux progressistes new-yorkais. Certains responsables et éditorialistes du quotidien y lurent une sorte d’hommage à la valeur référentielle du journal au sein du monde de l’information<sup>401</sup>. Les lecteurs qui furent un instant abusés par le faux numéro ont semblé réagir assez positivement à ce qui s’apparentait davantage à une farce joyeuse qu’à une tentative de désinformation ou de manipulation. L’ambiance euphorique qui régna plusieurs jours après la victoire d’Obama à New York ne fut sans doute pas étrangère à cette réaction bienveillante. Quant aux véritables cibles politiques de cette opération – le nouveau président-élu et l’administration conservatrice sortante –, elles ne réagirent pas officiellement. L’entourage de Barack Obama ne voulut pas accorder trop d’importance à l’affaire et argua auprès des activistes anti-guerre que la nouvelle administration ne pouvait prendre de décision au sujet de la présence des troupes américaines en Irak avant son entrée officielle en fonction. Le camp républicain, assommé par la défaite et encore divisé sur les raisons de cet échec, ne releva pas l’affront.

### ***Une narration bienveillante***

Le faux numéro du *New York Times* initié par les Yes Men et leurs amis obtint une large couverture dans les médias, tant aux Etats-Unis que dans de nombreux autres pays. Les pays anglo-saxons furent les plus friands de l’histoire, eu égard aux thématiques traitées

---

<sup>400</sup> « *Le temps de recueillir davantage d’informations sur les auteurs de cette imitation* » selon les propos d’un responsable du *New York Times* rapportés dans un article publié par la version en ligne du quotidien britannique *The Guardian* le mercredi 12 novembre 2008 (Article consultable au 12 octobre 2010 à l’adresse : <http://www.guardian.co.uk/media/2008/nov/12/new-york-times-spoof>.)

<sup>401</sup> Alex S. Jones, ancien journaliste au *New York Times* et directeur du « Center on the Press, Politics and Public Policy » de l’Harvard Kennedy School, déclare le 12 novembre sur le site du *New York Times* : « *Si vous en possédez un exemplaire, conservez-le. Il deviendra certainement un objet très recherché. Je suis heureux que certains jugent qu’une édition imprimée du New York Times soit encore digne de faire l’objet d’un canular de qualité. La réalisation d’un faux site Web aurait été infiniment plus facile. La création d’un journal distribué à l’entrée des stations de métro demande un énorme travail. Je considère cela comme un immense hommage rendu au New York Times* ». (Déclaration d’Alex S. Jones consultable au 12 octobre 2010 à l’adresse : <http://cityroom.blogs.nytimes.com/2008/11/12/pranksters-spoof-the-times/>).

dans ce journal et au fait que la lecture de ses contenus, tous rédigés en anglais et téléchargeables sur Internet, supposaient une bonne connaissance de la langue pour en saisir les subtilités et les nombreux effets humoristiques. Sur le fond, les médias proches des démocrates et favorables au nouveau président furent les plus enthousiastes. Les médias plus conservateurs y virent une farce amusante qui, quoique perpétrée par des personnes affiliées à la gauche américaine, mettait clairement en lumière les engagements progressistes du très réputé *New York Times* durant la campagne qui venait de se dérouler. Tous s'accordèrent pour saluer l'audace et surtout la prouesse technique que représentait cette opération. D'autant que tous crurent à un tirage plus que millionnaire du pastiche. Andy Bichlbaum et Steve Lambert furent invités sur plusieurs plateaux de télévision pour expliquer le sens de leur entreprise et la manière dont ils avaient procédé pour parvenir à leurs fins.

En dépit du souci des deux principaux initiateurs du projet de valoriser la contribution des nombreux groupes ou individus qui avaient participé à cette aventure depuis plus de six mois, les journalistes focalisèrent leur attention sur les déjà célèbres Yes Men, profitant de l'occasion pour rappeler leurs plus récents exploits et notamment leur performance de juin 2007 au salon de GO-EXPO à Calgary.

Plus généralement, on notera que les différents médias et sites spécialisés ont, chacun, choisit de mettre plus spécifiquement en valeur tel article contenu dans ce faux journal plutôt que tel autre, en fonction de leurs tropismes particuliers. Ainsi dans les supports éducatifs et universitaires, ce sont souvent les articles annonçant « *La fermeture prochaine de la Harvard Business School* » (en page 10 du « faux » *New York Times*) et « *L'université américaine au secours des universitaires irakiens* » sur le modèle de « *L'université en exil* » créée en 1933 par la « *New School of New York* »<sup>402</sup> (en page 12) qui ont été les plus souvent cités.

A l'étranger, ce sont les médias britanniques, canadiens, belges et français qui ont été les plus diserts sur cet acte canularesque. L'intérêt porté dans ces pays pour l'actualité politique américaine explique pour partie cette couverture de l'événement. La notoriété acquise par les Yes Men, au Canada grâce au canular perpétré contre ExxonMobil ou en

---

<sup>402</sup> Un clin d'œil évident adressé par Bichlbaum et Lambert à leurs employeurs qui hébergèrent (à leur insu ?) le projet durant sa phase d'élaboration.

France avec les canulars prenant pour cible Patrick Balkany en novembre 2005 ou Claude Goasguen en mars 2007, n'est pas non plus étrangère à cette situation. La presse belge francophone – qui connaît un regain d'intérêt pour les canulars médiatiques depuis la diffusion en décembre 2006 de l'émission « Bye-Bye Belgium » – n'a pas manqué aussi de relever cette nouvelle performance des Yes Men conduite sur un mode assez similaire à la production du faux *Soir* publié durant la Seconde Guerre Mondiale.

Mais ce que démontre surtout cet acte canularique, c'est l'étonnante aptitude des Yes Men à produire une narration auctoriale capable d'imprégner et d'influencer le rendu des faits et la narration médiatique des supports qui rapportent leurs actions. Au-delà des habituels communiqués de presse bien ciselés qui fournissent aux journalistes un matériau facilement reproductible, les Yes Men ont, cette fois-ci, ajouté des captations vidéos permettant d'illustrer le traitement télévisuel de l'opération. Ce matériau auto-produit répondait d'ailleurs à un double usage programmé : d'une part, la promotion immédiate de l'acte perpétré et, d'autre part, l'enrichissement des archives filmiques du groupe en vue de son prochain documentaire. Dans le film « Les Yes Men refont le monde », la séquence consacrée au « faux » *New York Times* prend la forme d'une parabole conclusive. À la question initiale posée en début de film : « *Crois-tu que nous pouvons changer le monde ?* », Les deux Yes Men paraissent d'abord répondre par la négative, puis tempèrent leur pessimisme pour achever sur une note plus positive à travers l'évocation de la victoire d'Obama et par le fait que le « faux » *New York Times* a peut-être contribué à faire la démonstration que ce changement était possible.

Dans cette sorte de méta-récit auctorial que représente le film, l'acte canularique étudié prend une dimension argumentative très prononcée, quitte au besoin à distordre sa nature réelle et son déroulement effectif. Aucune évocation n'est faite des difficultés rencontrées ou du retard pris par rapport au programme initial. Mike Bonanno, qui a peu participé à la réalisation du faux *New York Times*, est néanmoins très présent dans cette séquence du film grâce à des scènes tournées pour l'occasion et fortement valorisées par le montage dans le rendu final. Porteurs d'un discours souvent acerbe sur la société, les Yes Men, à la différence de nombreux autres groupes activistes, ne développent pas de discours radicaux à l'encontre des médias et des méthodes de communication persuasive ; au point parfois de ne pas hésiter à en faire eux-mêmes usage.

#### IV-6.4 Les principaux enseignements du cas étudié

Au regard de notre schéma processuel type, cet acte canularique met en lumière une disproportion flagrante de durées entre, d'une part, les phases de fabrication et de narration – bien plus étendues que dans la moyenne des actes canulariques – et, d'autre part, les phases de performance et de révélation, qui furent, elles, particulièrement succinctes. L'effet de mystification produit par ce faux journal, malgré les efforts déployés par ses auteurs, fut extrêmement faible. À l'heure où le système de l'information fonctionne en continu, avec un avantage temporel aux médias numériques dispensant les nouvelles en temps réel, la perte de capacité mystificatrice d'actes canulariques perpétrés par l'entremise de « faux » quotidiens imprimés est flagrante. Si les fausses nouvelles propagées involontairement par des journaux connaissent une recrudescence depuis quelques années et parviennent parfois à abuser durablement le public<sup>403</sup>, c'est parce que celles-ci ne comportent en général aucune trace de facticité laissée intentionnellement par leurs auteurs. La part de « jeu », introduite par les « hoaxers » en disséminant souvent quelques incongruités flagrantes dans leur discours, contribue en effet à réduire l'intensité mystificatrice de leurs actes. Ces « indices de fiction » ou ces « signes d'incongruité » ne produisent d'ailleurs pas les mêmes effets selon qu'ils soient véhiculés par un média audiovisuel ou dans un support imprimé. Ainsi, un programme télévisuel diffusé en direct tend par nature à imposer une lecture très ordonnée de celui-ci, rendant de fait plus difficile la perception de certains indices de fiction disséminés dans le flux permanent des images en mouvement. Il en est autrement en ce qui concerne un support écrit car – en dépit de la hiérarchisation et du séquençage des contenus proposés aux lecteurs – le destinataire conserve toujours sa part de libre-arbitre dans la manière dont il aborde l'information imprimée. Il peut, à sa guise, s'arrêter ou revenir longuement sur un détail pour lui signifiant et choisir également de privilégier un ordre de lecture différent de celui suggéré par l'émetteur. Dans le cas de cette fausse

---

<sup>403</sup> La polémique ayant entouré la publication de nombreux faux articles du journaliste Jason Blair dans les pages du *New York Times* au printemps 2006 illustre bien ce phénomène plus général de détérioration du processus de vérification de la pertinence de l'information par les rédactions. Dans un livre récent consacré aux faussaires de l'information (*Fakers*, New York, The new Press, 2008), Paul Maliszewski analyse longuement le cas de Jason Blair et celui de Stephen Glass – un ancien journaliste de *New Republic* qui publia 27 faux articles durant les années 1990. Maliszewski établit une distinction assez nette entre les « faux » journalistiques produits à des fins de valorisation professionnelle par leurs auteurs et les fausses nouvelles ou faux journaux créés à des fins humoristiques ou satiriques par des personnes n'ayant pas l'intention d'abuser durablement de la crédulité du public (pp. 50-84).

édition du *New York Times*, la puissance de l'acte résidait principalement dans la performance représentée par la fabrication de l'objet mystificateur et l'aptitude des auteurs à orienter et contrôler la narration médiatique résultant de l'opération.

Concernant la qualification socio-discursive de cet acte, il est à noter que, quoique chargé d'une dimension farcesque et humoristique prononcée, celui-ci n'en demeure pas moins sur le fond une action à visée critique et politique. Sa perpétration après l'élection de Barack Obama lui confère cependant un caractère moins subversif que si elle avait eu lieu plus d'un mois auparavant, comme cela était initialement prévu. Par ailleurs, et bien que l'acte ait été fomenté par des acteurs issus du monde de l'activisme, le professionnalisme désormais avéré de ses auteurs témoigne d'un décloisonnement progressif depuis quelques années entre les pratiques communicationnelles des instances médiatiques instituées et celles de certains groupes contestataires agissant avec des visées de nature propagandiste. Signe supplémentaire de cette évolution des Yes Men vers une production à finalité de nature toujours plus communicationnelle : le groupe acceptera au printemps 2009 de réitérer le même genre d'opération – il s'agissait cette fois-ci d'une fausse édition de l'*International Herald Tribune* – réalisée à la demande de Greenpeace afin de sensibiliser l'opinion et les journalistes aux enjeux du sommet de Copenhague sur la lutte contre le changement climatique<sup>404</sup>.

---

<sup>404</sup> Voir l'article publié à ce sujet le 19 juin 2009 par le *New York Times* à l'adresse : <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9C06EEDA1E3AF93AA25755C0A96F9C8B63> (consultable en ligne au 14 octobre 2010). Forts du succès remporté par ces deux opérations, les Yes Men – disposant à présent d'une technique éprouvée en matière de production de faux journaux – réitéreront le même type d'opération le 21 septembre 2009 en réalisant une fausse édition du *New York Post* à l'occasion de la tenue à New York d'un sommet international consacré à la lutte contre le dérèglement climatique. Ce nouveau faux journal conçu à la demande d'un groupe d'ONG environnementales (dont Greenpeace) est consultable en ligne au 14 octobre 2010 à l'adresse <http://nypost-se.com/>.

## ***IV-7 Le canular réalisé par l'humoriste Gérard Dahan le 24 janvier 2007 à l'encontre de la candidate à l'élection présidentielle Ségolène Royal***

### **IV-7.1 L'exemplarité du cas**

Relevant d'un procédé assez sommaire et devenu classique depuis plusieurs décennies dans l'univers de la production radiophonique, l'acte canularique perpétré en janvier 2007 par l'humoriste professionnel Gérard Dahan à l'encontre de Ségolène Royal, alors candidate socialiste à l'élection présidentielle, a néanmoins connu une importante médiatisation en France et au Canada. Il a provoqué aussi des effets qui ont dépassé les intentions initiales de son auteur, mettant ainsi à mal sa maîtrise des événements. A ce titre, ce cas illustre bien l'importance déterminante du contexte sociétal et informationnel dans lequel s'inscrit un acte canularique sur le niveau de résonance médiatique obtenu par celui-ci. Il met également en lumière l'ampleur des difficultés qu'un « hoaxer » doit tâcher de surmonter pour contrôler au mieux les effets induits par son intervention dans le champ social.

### **IV-7.2 L'exposé médiatique du cas**

Le mercredi 24 janvier 2007, Ségolène Royal, alors candidate à l'élection présidentielle, s'apprête à prendre la parole lors un rassemblement politique organisé à Domérat dans l'Allier quand un de ses collaborateurs l'informe que Jean Charest, le Premier ministre du Québec, souhaite s'entretenir avec elle par téléphone. Bien que pressée par un emploi du temps très minuté, Ségolène Royal choisit de converser sur le champ avec son interlocuteur. Cet appel impromptu de Charest tombe à pic car il offre à la candidate l'occasion d'apaiser une polémique apparue deux jours auparavant.

Le lundi précédent, en effet, et à la suite d'une rencontre avec André Boisclair, chef du Parti Québécois en visite officielle à Paris, Ségolène Royal interrogée par une journaliste de la télévision canadienne sur « *ses affinités avec la question de la souveraineté du Québec* », avait répondu que celles-ci étaient « *conformes à nos valeurs communes, (...)*



*celles de la liberté et de la souveraineté du Québec* »<sup>405</sup>. Ces propos avaient suscité un tollé, tant au Canada qu'en France. Dans un communiqué, Stephen Harper, Premier ministre fédéral canadien, avait souligné qu'il était « *inapproprié pour un leader étranger de se mêler des affaires démocratiques d'un autre pays* »<sup>406</sup>. Jean Charest avait lui aussi réagi en affirmant : « *L'avenir du Québec est une chose que les Québécois décideront, eux !* »<sup>407</sup>. Mais c'est dans l'Hexagone que les réactions furent les plus vives. Au coude à coude avec Nicolas Sarkozy dans les enquêtes d'opinion, Ségolène Royal dut faire face aux attaques de ses adversaires l'accusant de « *légèreté* » et d'« *incompétence* »<sup>408</sup> en matière de politique internationale. Opposé à l'indépendance du Québec, Jean Charest avait fait montre de retenue et de diplomatie dans ses commentaires. Aucun échange direct n'ayant eu lieu entre les deux protagonistes, Ségolène Royal décida de saisir l'occasion qui lui était soudainement offerte pour préciser le sens de son propos et calmer un peu le jeu. L'échange téléphonique, quoique bref et peu protocolaire, fut, aux dires des proches de la candidate, « *chaleureux* » et « *sympathique* »<sup>409</sup>. Persuadée de l'heureuse issue procurée par cette conversation, Ségolène Royal annoncera d'ailleurs, dès le début de son intervention publique à Domérat, qu'elle venait « *de parler au téléphone avec Jean Charest* » et que la présente assistance avait « *le bonjour du Premier ministre du Québec* »<sup>410</sup>.

L'euphorie de la candidate et des militants sera toutefois de courte durée. Le vendredi 26 au matin – soit environ 36 heures après le fameux échange téléphonique, *Le Parisien* révèle que Ségolène Royal ne s'est jamais entretenue avec Jean Charest et qu'elle a été victime d'une imposture perpétrée par l'humoriste Gérard Dahan. Dans le courant de la matinée, des extraits de la prétendue conversation entre les deux dirigeants politiques sont diffusés sur Canal Plus, puis sur les ondes de RTL. Très vite, un des passages du dialogue fait grand bruit dans les médias et dans le landerneau politique. Répliquant au faux Charest qui établissait un parallèle entre la situation du Québec et celle de la Corse (« *C'est comme si nous on disait : il faut que la Corse soit indépendante* »), Ségolène Royal affirme en riant : « *Les Français ne seraient pas contre d'ailleurs* » avant

---

<sup>405</sup> Édition du soir du Journal télévisé du 22 janvier 2007 de Radio-Canada.

<sup>406</sup> Cité par Radio-Canada dans son édition du soir du Journal télévisé du 22 janvier 2007.

<sup>407</sup> Dépêche AFP du 26 janvier 2007 intitulée « Ségolène Royal nouvelle victime de l'imitateur Gérard Dahan ».

<sup>408</sup> Ces termes, rapportés par Radio-Canada le 23 janvier 2007, sont de Michèle Alliot-Marie, alors ministre de la Défense.

<sup>409</sup> Suivant les termes utilisés par Jack Lang, conseiller politique de Ségolène Royal, lors d'une interview accordée à RTL le 26 janvier 2007.

<sup>410</sup> Propos de Ségolène Royal rapportés dans une dépêche AFP du 25 janvier 2007.

d'ajouter, consciente des interprétations fâcheuses qu'une telle phrase pourrait provoquer : « *Ne répétez pas cela. Cela va encore faire un incident, ce coup-là en France... C'est secret* ». Avancée sur le ton de la boutade, cette prémonition de la candidate va, malheureusement pour elle, s'avérer exacte.

La nouvelle va très rapidement prendre de l'ampleur. Assailli par les sollicitations, Gérard Dahan consacre tout son mercredi à répondre aux très nombreux médias qui l'invitent à faire le récit de son nouvel exploit. Il est vrai que l'auteur du canular, soucieux de donner un large retentissement à cette affaire, avait, dès le mardi après-midi, jugé bon de mettre dans la confiance plusieurs journalistes de sa connaissance. Très vite informée de la tournure prise par les événements, l'équipe de communication de Ségolène Royal choisit de dédramatiser et de réagir avec *fair play* pour minimiser ce qui ne manquerait pas de s'apparenter à une nouvelle gaffe de la candidate à un moment sensible de la campagne. C'est donc Jack Lang, ami de nombreuses personnalités du spectacle et homme réputé pour ses talents de communicateur, qui monte en premier au créneau pour déclarer que la candidate « *prend l'affaire avec humour* » et saluer au passage « *le talent de Gérard Dahan, (...) un type drôle et marrant* » et conclure sans animosité : « *Les farces, cela existe* »<sup>411</sup>.

En d'autres circonstances, l'affaire aurait pu en rester là. Mais, en période préélectorale et à moins de trois mois du scrutin, la machine politique tourne à plein avec son lot de réactions et de commentaires qui s'enchaînent. Camille de Rocca Serra, député UMP de Corse-du-Sud, sera le premier à surenchérir en adressant un communiqué public à Ségolène Royal où il souligne « *sa méconnaissance de la Corse* » et « *ses limites à diriger le pays* ». Nicolas Sarkozy lui emboîtera le pas en déclarant : « *la Corse n'est pas un sujet de plaisanterie, spécialement quand je parle avec un Premier ministre d'un autre pays* »<sup>412</sup>. Face à la rudesse des réactions de la droite, l'entourage de la candidate socialiste choisit alors de changer de registre et de contre-attaquer. Gérard Dahan est maintenant accusé par plusieurs responsables de la gauche « *de rouler pour Sarkozy* » et « *d'être à la solde de l'UMP* »<sup>413</sup>. Pour étayer l'argument, une vidéo tournée le 17 décembre 2005, et montrant Gérard Dahan sur la scène d'un meeting de l'UMP en train de divertir l'assemblée et de « *chauffer la salle* » avant une intervention de Nicolas

---

<sup>411</sup> Propos de Jack Lang tenus sur RTL le 26 janvier 2007.

<sup>412</sup> Propos rapportés par *Le Figaro* dans son édition du 29 janvier 2007.

<sup>413</sup> Selon une dépêche de l'agence Reuters du 27 janvier 2007.

Sarkozy, est mise en ligne sur Youtube et d'autres sites de partage<sup>414</sup>. En quelques jours à peine, elle drainera plusieurs dizaines de milliers de visites.

Pendant près de deux semaines, ce canular et les commentaires qu'il suscitera vont occuper une place sans précédent dans l'actualité politique française. Invité sur les plateaux de télévision, Dahan est désormais sommé de s'expliquer sur la nature des relations qu'il entretient avec Nicolas Sarkozy. En pleine préparation de son nouveau spectacle intitulé « Election présidentielle », l'artiste bénéficie certes d'une publicité inespérée, mais en dépit de ses dénégations réitérées quant aux relations amicales qu'il entretiendrait avec le candidat Sarkozy, son capital de sympathie au sein de l'opinion en ressortira durablement affecté.

Sans qu'il soit possible d'évaluer impact de cette séquence canularsque et politique sur l'issue finale de l'élection présidentielle de 2007, il convient cependant de noter qu'elle aura fortement marqué les milieux journalistiques et les commentateurs attirés de la chose politique en France. Dans la salve d'ouvrages d'actualité parus aux lendemains de l'élection, le récit de ce canular figure assez systématiquement en bonne place<sup>415</sup>. Durant cette même campagne, d'autres canulars moins médiatisés ainsi que des tentatives parfois infructueuses de mystification auront été perpétrées à l'encontre des candidats et de leurs entourages, faisant apparaître un niveau d'occurrences d'actes canularsques à visée politique jamais atteint auparavant en France. Cette prolifération a notamment eu pour conséquence, depuis cette période, d'inciter les services de communication des personnalités politiques à redoubler de vigilance à l'égard de leurs interlocuteurs téléphoniques.

#### **IV-7.3 L'analyse du cas au regard du schéma générique**

##### ***Conception industrielle d'un professionnel***

Du fait de l'enchaînement très rapide des événements politiques dans lequel ce canular s'est inséré et du dispositif assez sommaire mais très rôdé utilisé pour le mettre en

---

<sup>414</sup> Vidéo consultable sur YouTube à l'adresse : <http://www.youtube.com/watch?v=5leY2p1LKUg> (au 3 août 2009).

<sup>415</sup> A titre d'exemple, on citera notamment *Le bêtisier raisonné de la campagne 2007* de Jean-Michel HELVIG (Paris, Robert Laffont, 2007, pp. 58-59 et 154-155) où l'auteur consacre plusieurs pages à cette affaire.

oeuvre, il paraît assez évident que la phase de conception de l'acte a été courte et qu'elle a davantage découlé d'une stratégie d'opportunité immédiate que d'une réflexion longuement mûrie par son auteur<sup>416</sup>.

Dans un livre autobiographique intitulé *Imposteur public n°1*<sup>417</sup> paru en mai 2007 – soit quatre mois à peine après la perpétration de ce canular – Gérard Dahan revient assez longuement sur la façon dont il a procédé pour piéger Ségolène Royal. Bien que n'échappant pas à certains travers propres à ce genre d'ouvrage, ce récit constitue néanmoins un cas assez rare de description précise – et crédible en bien des points – des étapes qui ont présidé à la conception et à la préparation d'un acte canularique. C'est la raison pour laquelle nous avons – après vérifications préalables ou recoupements avec d'autres sources – assez fréquemment recouru aux informations qu'il recélait pour nourrir la présente étude de cas.

Concernant les circonstances dans lesquelles cet acte canularique fut conçu et projeté, il semble probable que, du fait de son expérience conséquente en matière de canulars s'ancrant dans l'actualité, l'auteur se tenait en embuscade, attendant une occasion propice pour agir dans une période où il savait que, en prenant pour cible un personnage politique à forte notoriété, il bénéficierait d'un important écho médiatique. « *Il y a longtemps que l'idée de piéger Ségolène Royal me trottait dans la tête. (...) Tout est affaire de moment* » écrit d'ailleurs Gérard Dahan dans *Imposteur public n°1*<sup>418</sup>. L'émergence rapide de la députée des Deux-Sèvres dans le petit carré des politiques de tout premier plan, associée au caractère souvent « spontané » de ses déclarations et une réputation de « gaffeuse » entretenue par ses détracteurs, avaient, en effet, quelques raisons d'intéresser un des imitateurs les plus renommés du moment. Déjà auteur de plusieurs impostures radiophoniques visant ou impliquant des personnalités politiques du centre et de la droite (Jean-Pierre Raffarin, Philippe Douste-Blazy, Adrien Zeller, Jacques Chirac,...), l'idée de prendre pour cible une personnalité située sur la gauche de l'échiquier pouvait également répondre à un souci d'équilibrage de ses interventions auprès du large public qui suivait ses exploits depuis quelques années. Enfin, et même s'il n'a cessé de s'en défendre en

---

<sup>416</sup> A la différence des cas précédemment étudiés, nous ne sommes pas parvenus à échanger avec l'auteur de cet acte canularique. En réponse à nos demandes réitérées de le rencontrer, l'entourage de Gérard Dahan nous a fait savoir qu'il ne tenait plus à s'exprimer sur cette « affaire » et nous a renvoyé à la consultation des nombreuses déclarations déjà produites par l'auteur à ce sujet.

<sup>417</sup> Gérard DAHAN, *Imposteur public n°1*, Paris, éditions Robert Laffont, 2007, 228 pages.

<sup>418</sup> *Op. cit.*, p. 172.

déclarant ne pas avoir eu de motivation partisane dans cette affaire, Gérard Dahan ne semblait guère nourrir de sympathies à l'endroit de Ségolène Royal. Invité sur le plateau d'une émission de télévision quelques jours après son forfait, Gérard Dahan tiendra des propos peu amène à l'endroit de sa victime : « *Elle n'a pas forcément besoin d'un canular téléphonique pour se piéger elle-même* »<sup>419</sup>.

Sous contrat depuis quelques mois avec le magazine *Entrevue* – pour lequel il est supposé produire chaque mois un nouveau canular – et en pleine préparation de son nouveau spectacle au théâtre du Gymnase à Paris, Gérard Dahan suit donc avec grande attention l'actualité afin d'y déceler matière à sketches ou support potentiel à canulars. Courant janvier 2007, constatant que la question des sans-abri entre au cœur de la campagne présidentielle et que Ségolène Royal n'a pas encore annoncé son programme dans ce domaine, Gérard Dahan projette alors pour la première fois de la piéger en se faisant passer pour l'abbé Pierre. Se glissant dans la voix de la personnalité la plus appréciée des Français, il proposerait de lui offrir son soutien en échange d'engagements fermes contre l'exclusion et en faveur de l'augmentation des minima sociaux. Mais, le lundi 22 janvier lorsqu'il envisage de passer à l'action, l'humoriste apprend avec stupéfaction que l'abbé Pierre vient de décéder<sup>420</sup>. Pressé par le temps car il doit honorer la commande du magazine *Entrevue*, Dahan décide de saisir l'opportunité de la polémique qui vient de surgir au sujet des propos de Ségolène Royal sur la situation politique du Québec<sup>421</sup>. Le studio d'enregistrement servant à produire l'imposture étant depuis plusieurs jours réservé pour le lendemain, Gérard Dahan avoue que c'est dans l'urgence qu'il doit alors élaborer le scénario et la trame des questions qui lui serviront à interpellier Ségolène Royal<sup>422</sup>.

À ce stade, la reconstitution de la phase de conception de l'acte permet d'établir une probable hiérarchie des motivations qui ont prévalu chez l'auteur au moment de procéder à l'élaboration du leurre visant à piéger sa victime. L'idée que le choix de cibler Ségolène Royal n'aurait relevé que de considérations partisans de la part de Gérard Dahan semble difficile à avérer, même si on ne peut exclure toute incidence de ce type dans sa décision.

---

<sup>419</sup> Propos prononcés par Gérard Dahan dans l'émission diffusée le 30 janvier 2007, « T'empêches tout le monde dormir », M6.

<sup>420</sup> *Op. cit.*, p. 173.

<sup>421</sup> *Op. cit.*, p. 174.

<sup>422</sup> « *Je pourrais me rabattre sur un peuple quelconque, mais le cœur n'y est pas. Quand on a imaginé un gros coup, difficile de faire marche arrière. Luc, mon ingénieur du son, est venu spécialement pour enregistrer* » (Gérard Dahan), *Op. cit.*, p. 173.

Au regard du contexte général de l'affaire, il semble cependant plus évident que les motivations de l'auteur aient été en premier lieu de nature professionnelle : celle d'abord d'honorer le contrat passé avec une instance médiatique commanditaire – le magazine *Entrevue* – et celle, éventuellement, d'assurer la promotion de son spectacle programmé pour le mois de mars. En greffant l'opération qu'il projetait sur une polémique d'actualité, Dahan se donnait la possibilité de faire rebondir celle-ci et de bénéficier en retour – s'il réussissait – d'un nouvel effet d'emballement médiatique. La précipitation avec laquelle l'opération paraît avoir été conçue explique, par ailleurs et pour une bonne part, l'évaluation très approximative faite à l'époque par l'auteur des effets que son acte était susceptible de produire ainsi que les difficultés imprévues qu'il rencontrera plus tard dans ses tentatives d'en maîtriser les conséquences.

### ***Fabrication très rapide***

S'agissant d'un acte canularique à vocation humoristique et fondé sur un procédé devenu classique au point de s'apparenter à un sous-genre à part entière de la production de programmes radiophoniques de divertissement (l'imposture téléphonique), sa phase de fabrication relève de la mise en place d'un dispositif extrêmement simple et ne nécessitant pas une longue préparation. Au téléphone comme en radio, les sons et les voix permettent, comme le souligne Hervé Glévarec<sup>423</sup>, de produire des « effets de réel » très saisissants et susceptibles de stimuler et d'orienter la perception de l'auditeur. Dans le cas présent, l'auteur disposait d'un dispositif technique qui, à défaut d'être permanent, n'en était pas moins rapidement mobilisable. Par ailleurs, son talent avéré d'imitateur lui permettait de contrefaire aisément une voix et ses qualités d'acteur et de performeur l'autorisaient sans trop de risque à improviser ses répliques en fonction des réactions de son interlocuteur. Restait alors à établir une trame crédible et à entrer en contact direct avec la cible qui avait été choisie.

Pour appâter sa proie, le choix de Gérard Dahan se portera sur le personnage de Jean Charest, parce que celui-ci était peu connu du grand public et de la classe politique française en général et de Ségolène Royal en particulier. Certaines personnes – suite à ses

---

<sup>423</sup> Hervé GLEVAREC, « Du canular à l'effet de réel », dans *Du canular dans l'art et la littérature* (dir. Jean-Olivier Majastre et Alain Pessin), Paris, L'Harmattan, 1999, pp. 75-101.

propos de la semaine précédente – lui avaient reproché dans les médias de n’être jamais allée au Québec et de mal en connaître la situation politique. Dans l’esprit de Gérard Dahan, la candidate socialiste serait certainement heureuse de pouvoir converser avec celui-ci pour aplanir les relations houleuses que ses précédentes déclarations avaient provoqué auprès de certains dirigeants canadiens. Peu habitué à parodier la voix de Jean Charest, Gérard Dahan jugera néanmoins qu’une simple imitation un peu prononcée de l’accent québécois pourrait suffire à faire illusion.

Ne disposant pas des coordonnées téléphoniques permettant de joindre directement Ségolène Royal, Gérard Dahan devra au préalable passer le filtre de plusieurs interlocuteurs intermédiaires. Il appellera d’abord le bureau de Ségolène Royal à l’Assemblée nationale en se faisant passer pour un certain Franck Cimièrre, soi-disant chef de cabinet de Jean Charest, et prétextera que ce dernier souhaiterait parler à la candidate avant de devoir s’entretenir avec Stephen Harper, le Premier ministre du Canada. Jouant de l’urgence, il refusera de laisser un numéro de téléphone – numéro qui aurait permis d’identifier que son appel provenait du territoire français et non pas canadien – afin qu’on le rappelle. C’est après avoir convaincu successivement « *entre cinq à dix personnes* » de l’entourage de la candidate<sup>424</sup> que l’imitateur parviendra à obtenir le numéro de téléphone de Patrick Menucci, conseiller de Ségolène Royal, et un étroit créneau horaire pour un échange avec sa cible<sup>425</sup>.

### ***Performance très simple : avec un téléphone***

La mystification préalable qui permettait de faire accréditer la véracité du « faux » Jean Charest auprès de l’entourage de la candidate socialiste ayant fonctionné, viendra alors le temps de la performance de la mystification avec la cible proprement dite. Dans ce cas, comme lors de la plupart des canulars radio-téléphoniques classiques, la performance s’opèrera en l’absence du public destinataire du divertissement. L’interaction se produira donc exclusivement entre le « hoaxer » et sa cible par l’entremise d’un dialogue faisant l’objet d’une captation pour attester de l’authenticité de la scène et en diffuser des extraits en différé sur un média radiophonique ou télévisuel.

---

<sup>424</sup> Selon les propos de Gérard Dahan rapportés dans une dépêche de l’AFP du 26 janvier 2007.

<sup>425</sup> Gérard DAHAN, *Imposteur n°1*, pp. 175-177.

Pour autant, et afin de donner toute sa valeur humoristique et son intérêt médiatique à la performance, cet échange visera progressivement à conduire la victime à exprimer des propos assez inattendus de sa part, sans que les sollicitations de son interlocuteur dans ce sens puissent être soupçonnées par celle-ci de relever de la supercherie. Comme Gérard Dahan en témoignera a posteriori, « *le principe retenu est celui que nous utilisons le plus souvent : demander à la personne piégée quelque chose qu'elle ne peut pas faire ou accepter* »<sup>426</sup>.

La retranscription intégrale de la conversation<sup>427</sup> met en lumière la manière dont Gérard Dahan a su assez efficacement conduire l'échange. En se montrant sympathique avec son interlocutrice mais en avouant son profond embarras personnel en tant que Premier ministre du Québec, Charest-Dahan va très vite créer un climat d'empathie propice à la poursuite du dialogue. Il en viendra ensuite à dramatiser quelque peu la situation en annonçant à Ségolène Royal que Nicolas Sarkozy et Stephen Harper ont prévu de s'entretenir de l'affaire et que ce dernier souhaite au préalable échanger avec lui, en que Premier ministre de la province concernée. Se plaçant dans une situation de médiateur, le faux Charest va profiter de la situation pour tenter d'amener celle-ci à l'idée qu'elle devrait présenter des excuses publiques. Même si elle se montre très attentive à l'égard de son interlocuteur, Ségolène Royal choisit évidemment de refuser une telle issue qui reviendrait, à un moment très tendu de la campagne présidentielle, à reconnaître formellement une faute politique qu'elle conteste d'ailleurs avoir commise. Bien qu'essuyant un échec, Dahan cherche à prolonger la discussion en se montrant très arrangeant et en suggérant, non sans malice, à Ségolène Royal d'invoquer alors une « erreur technique » qui aurait été provoquée par des « *intercalaires qui ne collaient pas au classeur, ce jour-là* ». Il essuiera à nouveau un refus de Ségolène Royal.

Rationnelle sur le fond de son discours, Ségolène Royal ne semble pas, en revanche, réagir à l'argument pourtant saugrenu des « intercalaires », un terme qui, par ailleurs, n'est pas usité au Québec. Pas plus qu'elle ne paraîtra étonnée du parler pour le moins approximatif et très populaire de son interlocuteur qui n'hésite pas à recourir à certains belgicisms ou formulations argotiques pour faire couleur locale. D'autres erreurs

---

<sup>426</sup> *Op. cit.*, p. 178.

<sup>427</sup> La retranscription intégrale du canular figure en annexe 10 de cette dissertation, pp. 46-49.



factuelles ponctueront – volontairement ou non – les propos de Dahan-Charest, telle cette référence historique – étonnante pour un Premier ministre québécois – à « *1867 et au rattachement du Québec à la Fédération canadienne* », alors qu’il s’agissait en fait de la Confédération canadienne. Tous ces éléments rhétoriques et lexicaux participent évidemment d’un procédé de mise en tension assez courant lors de la performance d’un acte canularique et visant par l’exagération du propos à provoquer l’amusement de son public, une fois l’imposture révélée. L’auteur, en cherchant à pousser toujours plus avant sa victime vers un propos irréal ou inattendu, est amené à flirter sans cesse avec le point de rupture où sa cible risquerait de déceler la mystification dont elle est victime. Mais dans le cas étudié, cette rupture ne se produira pas, et les derniers échanges de la conversation déboucheront sur un accord de principe entre les deux parties pour considérer que le terme de « souveraineté » recoupe des significations fort différentes selon qu’on est Français ou Canadien et sur la nécessité de produire un communiqué commun à ce sujet.

### ***Révélation par l’auteur dans la presse***

La phase publique et médiatique de la révélation de la mystification ne surviendra que le vendredi suivant au matin, soit près d’un jour et demi après la perpétration de l’acte. Pourquoi un si long délai ? D’abord parce que le matériau sonore et visuel, qui atteste de la véracité des propos tenus et de la paternité de l’imposture à Gérald Dahan est malgré tout assez conséquent et de qualité inégale. Il nécessite, du point de vue de l’auteur, un travail de montage mettant en valeur les moments les plus « sensibles » de la conversation. A ses yeux, c’est le passage concernant le parallèle avec la situation de la Corse et la réplique donnée par Ségolène Royal sur le ton de la confiance, qui est le plus percutant. Le passage en question est extrêmement bref et intervient vers le milieu d’une conversation qui a tout de même duré environ onze minutes. Pour bien vendre le *scoop*, il s’agit donc d’insister sur le « climax » de l’échange, quitte à minorer la suite du dialogue. Avant même de procéder à la révélation de la mystification, l’auteur du canular a donc décidé de peaufiner la narration qu’il en fera auprès des médias. Car, dans son esprit, il n’est plus question d’attendre la parution d’*Entrevue* : l’actualité se fait plus pressante et le « coup » est si beau et si réussi qu’il risque de perdre de sa saveur ou d’être éventé si sa révélation officielle est trop tardive. D’autant que, dès le jeudi matin, l’AFP publiait une

dépêche signalant que Ségolène Royal avait, la veille, déclaré lors de son intervention à Domérat et à l'adresse des militants qu'elle venait de s'entretenir avec le Premier ministre du Québec et que celui-ci leur transmettait son bonjour.

Mais ce qui retarde surtout Gérard Dahan dans sa décision de rendre publique son imposture est le risque de poursuites judiciaires qu'il encourt en cas de divulgation du canular sans l'assentiment de sa victime. En l'absence du consentement de Ségolène Royal, l'auteur du forfait est en théorie passible d'une peine d'un an d'emprisonnement et de 45000 euros aux termes de l'article 226-1 du Code pénal pour atteinte à la vie privée<sup>428</sup>. Si, dans les faits, les canulars de ce type ne font que très rarement l'objet de poursuites, Gérard Dahan court néanmoins le risque d'un « black out » médiatique puisque, suite à une plainte déposée en 2004 par Adrien Zeller, Président de la région Alsace et une de ses anciennes victimes, le CSA avait adressé une mise en demeure à Rire et Chansons, station où officiait Dahan à l'époque, l'enjoignant de ne plus diffuser de canular sans l'autorisation de ses victimes.

Après plusieurs tentatives infructueuses, Gérard Dahan parviendra enfin à joindre un des proches de Ségolène Royal le jeudi matin. Selon ses dires, la candidate semblait avoir bien pris le fait qu'il s'agissait d'une blague. À un autre collaborateur qui s'enquérirait de ce qu'il allait advenir de l'enregistrement, Gérard Dahan affirme l'avoir averti qu'il diffuserait un extrait à la radio ainsi qu'une retranscription dans *Entrevue*<sup>429</sup>. Ne recevant pas d'opposition formelle à une diffusion de l'enregistrement dans les heures qui suivirent, l'auteur passera le reste de la journée à alerter les médias et disséminera assez largement l'information auprès de supports lui paraissant plus appropriés à la nature de l'information. Le premier média à relayer la nouvelle sera *Le Parisien* qui, dès sa première édition du lendemain, va accorder un article en bonne place au canular. Fera suite un véritable emballement médiatique. Le vendredi 26, à la mi-journée, Gérard Dahan « *commence à comprendre que la petite plaisanterie va faire pas mal de bruit* » et d'ajouter : « *quelques semaines avant le début de mon spectacle, je ne pouvais pas rêver mieux* ». Mais il note aussi que « *la plaisanterie de Ségolène Royal sur la Corse est largement détournée et récupérée* »<sup>430</sup>.

---

<sup>428</sup> Informations rapportées par *Le Figaro* dans son édition des 27 et 28 janvier 2007.

<sup>429</sup> *Op. cit.*, p. 183.

<sup>430</sup> *Op. cit.*, p. 185.

Bien qu'il s'indigne à plusieurs reprises de cette récupération, l'auteur du canular omet de rappeler que c'est lui-même, dans le court extrait de l'enregistrement qu'il a envoyé à la « Matinale » de Canal Plus et diffusé à l'antenne à 8 heures 06 le vendredi 26 janvier, qui a choisi de mettre en avant la scène concernant la Corse. En cherchant à optimiser au mieux l'impact médiatique, l'auteur a, en effet, procédé à un reformatage très serré du fruit de son acte canular. Sans en anticiper pleinement les effets politiques et médiatiques, il a peut-être involontairement orienté la nature de la polémique qui allait voir le jour. Plus encore, en inscrivant les fondements de son acte dans la continuité d'une polémique déjà ouverte sur les positions « souverainistes » de Ségolène Royal – attestée notamment par le soutien sans faille que lui accordera Jean-Pierre Chevènement sur cette question – Gérard Dahan s'est assez imprudemment mis en position de ne pouvoir maîtriser les effets de sa révélation.

### *Lors de la narration, l'auteur est dépassé*

Comme cela vient d'être montré, la phase de narration de l'acte canular engagé par l'auteur a débuté, dans ce cas précis, bien en amont de la phase de révélation elle-même. La manière dont les médias et les personnalités politiques ont réagi doivent beaucoup à la façon dont l'auteur a lui-même mis en forme la publicisation de son acte. La nouvelle polémique médiatique qui va s'engager à partir du 26 janvier dérivera d'ailleurs très rapidement de la question de l'opinion de Ségolène Royal sur la Corse ou sur la souveraineté du Québec – qui constituait l'essentiel des propos tenus par elle lors de sa conversation avec le faux Premier ministre québécois – à celle, déjà maintes fois abordée durant la campagne, de la compétence de la candidate socialiste en matière de politique internationale. De manière plus accessoire, une autre polémique va rapidement surgir à propos des intentions politiques supposées de l'auteur du canular. En choisissant pour cible une personnalité politique de premier plan et en scénarisant son acte autour d'un sujet authentiquement politique dans un contexte très sensible, Gérard Dahan a opéré une transgression des codes de bonne conduite que se fixent habituellement les humoristes et provoqué un niveau rare de réactions politiques pour un acte de ce type. Mais il a aussi subi, en retour, des conséquences assez dommageables pour lui en termes d'image.

Sa participation en décembre 2005 à l'animation d'un meeting de l'UMP en présence de Nicolas Sarkozy, filmée et largement diffusée sur les sites de partage en ligne de vidéos, a

contribué à renforcer les soupçons de malveillance partisane qui pesaient déjà à son endroit. La décision du magazine *Entrevue*, annoncée le vendredi 2 février, de cesser toute collaboration avec l'humoriste au prétexte que celui-ci « *manquerait d'éthique et d'honnêteté* » et que le magazine ne saurait « *tolérer qu'un de ses collaborateurs participe sciemment à la campagne de dénigrement d'un candidat à l'élection présidentielle* »<sup>431</sup> va durement affecter Gérard Dahan. D'autant que le prétexte invoqué publiquement (manque d'éthique, partialité politique) dans le communiqué rendu public diffère singulièrement du motif spécifié dans sa lettre de licenciement. Dans cette dernière, le magazine lui reproche de ne pas avoir respecté la clause d'exclusivité qui le lie contractuellement avec le journal et d'avoir profité du matériau produit pour se livrer à une campagne d'autopromotion au détriment du support qui l'employait<sup>432</sup>.

Cherchant à redevenir maître de son acte et du récit l'entourant, Gérard Dahan va déployer beaucoup d'énergie pour tâcher d'effacer les critiques. Il mettra en avant son impartialité politique, en valorisant un canular assez anodin réalisé plusieurs mois auparavant et ayant eu pour cible Nicolas Sarkozy<sup>433</sup>. Dans plusieurs de ses sketches et de ses interventions télévisées, il brocardera de plus en plus souvent le futur président de la République. Ainsi, dans un entretien accordé à Serge Raffy sur la « Télé de l'Obs », il relèvera que Nicolas Sarkozy a lui-même commis une bévue quand, en réagissant aux propos de Ségolène Royal, il a parlé au sujet de Jean Charest du « *Premier ministre d'un autre pays* » alors que celui-ci était en réalité le Premier ministre d'une province<sup>434</sup>. Dans son livre paru en mai 2007, comme dans le DVD de son spectacle « *Erection présidentielle* », il fera figurer la totalité (et non plus un simple extrait) de son échange téléphonique avec Ségolène Royal. Plus tard encore, dans le chapitre de son livre consacré à ce fameux canular, il décrira avec une précision minutieuse toute la préparation de cet acte qui a tant fait couler d'encre et démentira à nouveau toutes les

---

<sup>431</sup> « À *Entrevue*, nous soupçonnons Gérard Dahan, malgré tout son talent, de manquer d'éthique et d'honnêteté. Nous n'acceptons pas d'être manipulés, et ne publierons donc pas son imposture. Nous ne sommes ni proches de Nicolas Sarkozy, ni proches de Ségolène Royal, mais journalistes. Nous ne pouvons tolérer qu'un de nos collaborateurs participe sciemment à la campagne de dénigrement d'un candidat à l'élection présidentielle. C'est dans cette optique que nous avons décidé de ne pas diffuser son canular envers Mme Royal et avons immédiatement cessé toute collaboration. » (Extrait du communiqué de la direction d'*Entrevue*, consultable en ligne au 15 octobre 2010 à l'adresse <http://www.jeanmarcmorandini.com/article-3163-entrevue-vire-dahan-l-imitateur-nous-ecrit.html>).

<sup>432</sup> *Op. cit.*, pp. 186-188.

<sup>433</sup> En décembre 2005, il avait en effet leurré Nicolas Sarkozy en se faisant passer pour l'humoriste Pierre Palmade au téléphone et en lui demandant avec succès d'adresser un bouquet de tulipes à l'actrice Isabelle Mergault.

<sup>434</sup> « Serge & Co » du 1<sup>er</sup> février 2007, émission diffusée sur le site [www.nouvelobs.com](http://www.nouvelobs.com) et consultable à l'adresse : <http://videos.nouvelobs.com/video/iLyROoafYcgN.html> (au 4 août 2009).

accusations qui lui ont été faites de proximité avec l'UMP ou Nicolas Sarkozy. Il n'en demeure pas moins que cette mésaventure subie par le « hoaxer », et qui s'apparente un peu à l'image de « l'arroseur arrosé », va avoir pour conséquence de réfréner singulièrement ses velléités canularesques au profit de ses activités plus classiques d'imitateur et d'humoriste. Après cette affaire et tout au moins jusqu'à aujourd'hui<sup>435</sup>, Gérald Dahan ne produira plus aucun canular faisant l'objet d'une publicisation.

#### IV-7.4 Les principaux enseignements du cas étudié

De l'analyse de ce cas, que nous qualifierons à la fois de « canular d'opportunité »<sup>436</sup> et de « canular médiatique rudimentaire »<sup>437</sup>, plusieurs enseignements majeurs peuvent être dégagés concernant la pertinence globale de notre schéma-type et les variantes à lui apporter au regard de la spécificité des dispositifs médiatiques intervenant dans le cadre de sa mise en oeuvre.

On observe tout d'abord que les cinq étapes formelles du processus canularesque se déploient ici dans une temporalité très réduite (celle d'une « actualité chaude »), conduisant, à plusieurs reprises, l'auteur de l'acte à procéder de façon quasi-simultanée à la production de deux d'entre elles. Ainsi la phase de conception et la phase de fabrication sont étroitement associées dans un laps de temps inférieur à deux journées. De même, et sans doute de manière plus étroite encore, la phase de révélation et celle de narration engagée par l'auteur se trouvent produites de façon concomitante.

Cette relative précipitation du processus – même s'il s'est toutefois écoulé environ 36 heures entre le moment de la performance et celui de la révélation publique – explique pour une bonne part la difficile maîtrise des effets produits par l'auteur de l'acte. Dans le cas présenté, l'auteur du canular ne dispose que d'une très faible emprise sur l'agenda médiatique dans lequel il s'insère et sur la nature de la couverture journalistique dont bénéficiera son acte. En greffant son initiative sur une actualité – et une polémique – déjà

---

<sup>435</sup> Soit à la fin du mois d'octobre 2010.

<sup>436</sup> Expression que nous proposons pour signifier que ce canular prend racine sur une occasion soudaine permettant à son auteur de rebondir sur une actualité récente et déjà très médiatisée, plutôt que de se fonder sur la création *ex nihilo* d'un événement visant à mettre en lumière un thème peu présent dans l'actualité du moment.

<sup>437</sup> Formule que nous suggérons pour qualifier certains canulars, en particulier ceux associant l'usage du téléphone et les moyens de diffusion radiophonique, recourant à des moyens techniques simples et à des procédés de mystification peu élaborés (imitation d'une voix par exemple).

forte, et en l'inscrivant dans une séquence politique et médiatique, longue, intense et mue par des logiques qui lui sont propres (celle d'une campagne présidentielle), l'auteur a, en effet, pris un risque sérieux de voir son acte assujéti à des fins dépassant ses intentions personnelles. Par ailleurs, et en ne s'étant pas assuré préalablement du soutien d'une instance médiatique puissante, l'auteur s'est rendu extrêmement dépendant de décisions externes quant à la manière dont son acte serait effectivement propagé et rapporté. C'est en essayant notamment de pallier cette carence et en focalisant le récit de sa mystification réussie sur un de ses aspects particuliers – supposé attrayant pour les médias – que Gérald Dahan a involontairement provoqué les conditions d'une situation qui allait devenir pour lui embarrassante.

D'un point de vue se rapportant plus spécifiquement à la question de la nature des relations sociales engagées lors de la mise en oeuvre d'actes canularsques, cet exemple nous semble assez représentatif d'une évolution tendancielle de la production de tels actes au cours de la période récente. Il illustre en effet une propension croissante des « hoaxers » contemporains à perpétrer des « canulars à visées ascendantes » (par le choix de cibles puissantes et instituées) et « à intentions perturbatrices » (par le recours à des discours bousculant les codes de la bienséance, par l'usage de procédés peu respectueux des règles et des pratiques conventionnelles, et par une recherche d'effets conséquents et susceptibles d'infléchir l'ordre social).

A l'instar des programmes classiques de divertissement de type « imposture téléphonique » ou « caméra cachée » auxquels il s'apparente dans les procédés, cet acte canularsque préserve certaines des conventions en usage : les intentions affichées par l'auteur restent d'ordre presque strictement humoristique, la performance de la mystification s'effectue en l'absence du public et sa diffusion s'opère en différé après « acceptation » de la victime. Mais au-delà de la conformité formelle, d'autres aspects de ce canular lui confèrent une dimension moins conventionnelle : la victime appartient au cercle étroit des personnalités politiques d'envergure nationale ; les effets finalement produits par l'acte canularsque vont affecter négativement son image publique même si elle aura tenté de faire bonne figure et l'auteur de l'acte reste durablement suspecté de machiavélisme et d'intentions dépassant le cadre du strict divertissement.

Loin d'être isolé, ce cas correspond à une propension croissante des auteurs de divertissements canularsques à passer d'un registre de farces « bon enfant » à celui de formes plus agressives et parfois même subversives. Déjà dans le courant des années 1980 et 1990, certains programmes de « caméra cachée » comme l'émission « Surprise sur prise » avaient opté pour des cibles à forte renommée publique (acteurs, personnalités du spectacle ou du monde journalistique). Ce n'est cependant que depuis le début des années 2000 que certains humoristes oeuvrant pour des médias audiovisuels ont véritablement commencé à prendre pour proie de leurs actes canularsques des personnalités du monde politique ou économique dont l'influence et la puissance font peser en retour sur ceux qui les piègent des risques forts de mesures de rétorsion.

Si, dans le cas spécifiquement étudié, le canular n'a finalement pas été diffusé par le média qui l'avait originellement commandité, il est néanmoins important de noter qu'un nombre croissant d'émissions radiophoniques ou télévisuelles s'adjoignent aujourd'hui les services de « hoaxers » perpétrant des canulars à l'encontre de personnalités politiques<sup>438</sup>. D'une durée de vie souvent assez éphémère, ces programmes témoignent cependant d'une tendance toujours plus prononcée des médias grand public à produire des divertissements relevant de formes d'humour dites agressives (caricature, satire, parodie, dérision) auxquelles les actes canularsques sont fréquemment associés.

---

<sup>438</sup> A titre d'exemples, nous citerons l'émission des « Justiciers masqués » sur la radio canadienne CKOI, l'émission « Le Iene » sur la chaîne Rete 4 en Italie, ou encore certains programmes de la radio « Rire et Chansons » en France qui, de 2003 à 2006, commandèrent nombre de canulars à Gérald Dahan.

## ***IV-8 Le canular perpétré par la RTBF au travers de l'émission « Bye-bye Belgium » diffusée le 13 décembre 2006***

### **IV-8.1 L'exemplarité du cas**

De tous les actes canularsques de la décennie écoulée, l'opération menée par la RTBF sur son antenne au travers de l'émission « Bye-bye Belgium »<sup>439</sup> à la fin 2006 est sans conteste celle qui obtint la plus forte couverture médiatique, tant à l'échelle nationale qu'internationale. Perpétré en direct sur un média à forte audience, ce canular eut un impact exceptionnel sur le public de l'émission comme sur l'ensemble de la population belge<sup>440</sup>, soulignant au passage le prodigieux potentiel communicationnel de certains actes canularsques. Beaucoup de commentateurs n'ont pas manqué d'établir un parallèle entre « Bye-bye Belgium » et « La guerre des mondes », la fameuse transmission radiophonique d'Orson Welles sur CBS le 30 octobre 1938. Si « Bye-bye Belgium » relève effectivement d'une catégorie peu courante de canulars médiatiques initiés par un grand média audiovisuel et mis à l'antenne sans adresse explicite de sa nature purement fictionnelle auprès du public, ce cas possède cependant des particularités fortes qui en font un objet d'étude de premier rang pour le sociologue et le chercheur en sciences de la communication.

Outre la très longue préparation qu'il nécessita et la grande sophistication des dispositifs et des procédés qu'il mit en œuvre, cet acte canularsque se caractérise aussi par le volume et l'intensité des débats qu'il suscita tant au sein de l'opinion publique, du monde politique, des milieux journalistiques que dans l'univers des chercheurs spécialisés dans le domaine de la communication. Une des multiples singularités de ce cas a certainement été de donner aux actes canularsques un véritable statut d'objet de recherche dans l'univers des sciences sociales et en particulier des sciences de l'information et de la

---

<sup>439</sup> L'émission ne disposant pas d'une appellation unanimement admise, nous avons choisi d'utiliser celle qui a été la plus couramment utilisée pour la désigner (« Bye-bye Belgium »). Afin d'éviter toute confusion avec le livre éponyme publié à la suite de la diffusion de l'émission par Philippe Dutilleul, celui-ci sera présenté sans guillemet et en italique (*Bye-bye Belgium*) dans les pages qui suivent.

<sup>440</sup> Selon les données de CIM, l'organisme en charge de la mesure d'audience de la télévision en Belgique, l'émission recueillit une audience élevée : 1 137 000 téléspectateurs en audience cumulée et 504 000 en audience instantanée. (Chiffres rapportés par Bernard Cools dans son article « Audiences, effets visés et éducation du téléspectateur » publié dans *Le vrai-faux journal de la RTBF*, sous la direction de Marc Lits, Bruxelles, Éditions Couleurs Livre, 2007, pp. 123-132). Mais l'impact de l'émission dépassa largement le cercle des téléspectateurs de la RTBF 1 ce soir-là. Selon une enquête Ipsos conduite du 13 au 16 décembre 2006, l'émission aurait touché 77 % de la population belge francophone : 41 % d'entre eux déclarant l'avoir vue en direct et 36 % en avoir entendu parler.



communication en Europe<sup>441</sup>. Loin de prétendre à l'exhaustivité, l'étude présentée dans les pages qui suivent visera notamment, à ce stade avancé de l'analyse de notre corpus de recherche, à mettre en relief certains des mécanismes médiatiques qui caractérisent une part croissante de la production canularesque contemporaine et qui nous semblent bien illustrés par ce cas.

#### **IV-8.2 L'exposé médiatique du cas**

Le mercredi 13 décembre 2006 à 20 heures 22, « Questions à la Une », le magazine hebdomadaire d'enquête et reportage de la première chaîne de la RTBF présenté par Jean-Claude Defossé, est brutalement interrompu au bout de deux minutes. Après quelques secondes d'images parasites, François De Brigode, le présentateur habituel du journal télévisé, fait son apparition dans le décor du journal télévisé pour annoncer qu'un événement aussi important qu'inattendu est en train de se produire : la Flandre est en passe de voter son autonomie, ce qui entraînerait *de facto* l'implosion du Royaume de Belgique. Ainsi débute en direct une longue émission spéciale visant à assurer une couverture journalistique aussi complète que possible de cette nouvelle page de l'histoire du pays qui est en train de s'écrire. Pendant plus d'une heure et demie, l'émission alternera entre les interventions régulières du présentateur, nombre de sujets filmés, de duplex avec des lieux stratégiques du pouvoir politique et d'interviews de personnalités, parmi lesquelles plusieurs responsables politiques très connus. Près d'une centaine de séquences se succéderont à un rythme soutenu et selon un ordonnancement assez semblable à celui des programmes spéciaux mis en place par les chaînes lors de circonstances exceptionnelles.

Dans un premier temps, les faits supposés sont d'abord évoqués au conditionnel avant d'être progressivement confirmés par les journalistes envoyés sur les lieux du déroulement de l'action ou par les communiqués émanant des autorités. Outre la scission de fait du pays, plusieurs conséquences marquantes en découlant seront annoncées : la fuite du Roi vers Kinshasa, la mise en place immédiate d'une frontière entre les territoires flamand et wallon, le détournement de la circulation aérienne ou, plus surprenant encore, le parachutage de GI's près du bâtiment Reyers (le siège de la RTBF). Si beaucoup

---

<sup>441</sup> Si un nombre assez important de travaux a été conduit aux Etats-Unis sur ce sujet depuis plusieurs décennies, il faut en effet admettre la très grande rareté des recherches engagées sur les canulars médiatiques en Europe jusqu'à l'année 2007.

d'incongruités et d'invéraisemblances émaillent l'ensemble de l'émission, de nombreux autres éléments – formels ou factuels – lui confèrent néanmoins une vraisemblance telle qu'elle alimentera un fort état de tension parmi les téléspectateurs présents devant leur écran. Bien que les médias concurrents de la RTBF n'aient pas jugé opportun de relayer la prétendue nouvelle, celle-ci va néanmoins se propager à grande vitesse, grâce à l'étonnant bouche-à-oreille qui s'est presque immédiatement mis à l'oeuvre au sein de la population<sup>442</sup>. C'est aux environs de 20 heures 50, soit une demi-heure après son commencement, que « Bye-bye Belgium » enregistrera sa plus forte audience. Celle-ci atteindra un pic de 534 100 téléspectateurs, alors que seuls 350 957 téléspectateurs étaient présents au début du programme. Les signes de fiction distillés tout au long de l'émission vont ensuite devenir plus fréquents et plus explicites.

Ce n'est qu'une heure plus tard cependant, à environ trois minutes de la fin du programme, que le présentateur procédera sans ambiguïté à la révélation de la mystification. Après avoir exposé les raisons ayant conduit la RTBF à user d'un tel stratagème médiatique, François De Brigode refermera l'émission, non sans avoir au préalable invité les téléspectateurs à rester sur la chaîne pour suivre un débat organisé par Olivier Maroy sur le thème de la fracture communautaire en présence de divers responsables politiques.

L'impact de ce « faux » JT fut considérable. Les organisateurs de l'opération reconnurent après coup que l'ampleur des réactions suscitées avait dépassé leurs intentions et qu'ils n'avaient pas anticipé une telle réactivité de la part des téléspectateurs. La chaîne reçut 31 368 appels téléphoniques sur le numéro payant qui avait été mis en place spécialement ce soir-là<sup>443</sup>. Les téléspectateurs furent si nombreux à appeler la RTBF que le standard explosa. Les accueils téléphoniques des chaînes concurrentes, des grandes stations de radio ou des principaux journaux furent également pris d'assaut par des gens inquiets de la situation. Nombreuses aussi furent les personnes qui contactèrent des amis ou des proches pour obtenir confirmation de l'information ou pour les inciter à se mettre à

---

<sup>442</sup> Dans *Le vrai-faux journal de la RTBF*, op. cit. pp. 3-4, ouvrage de l'Observatoire du débat public de l'Université de Louvain-la-Neuve qu'il a dirigé, Marc Lits souligne l'impact notable qu'ont eu les moyens de communication interpersonnelle sur la propagation de la fausse information. Concernant la téléphonie fixe, le principal opérateur belge a, le 13 décembre 2006, enregistré environ 20 % d'appels en plus entre 20 heures et 22 heures 30, avec un pic à 20 heures 45 de 46,6 % en plus, que le mercredi de la semaine précédente. Pour la téléphonie mobile, le pic de SMS est de 20 % au-dessus de la moyenne entre 20 heures 45 et 21 heures et le pic d'appels vocaux de 50 % supérieur à la moyenne habituelle entre 20 heures 45 et 21 heures.

<sup>443</sup> *Le vrai-faux journal de la RTBF*, op. cit., p. 3.

l'écoute de la RTBF. Une enquête d'opinion réalisée à la fin de l'émission révèle que 89 % des téléspectateurs déclaraient avoir cru durant un long moment à la véracité de ce qu'ils venaient de voir<sup>444</sup>. L'émission avait donc créé une surprise d'ampleur et provoqué l'émoi d'une importante partie de la population. Les autorités politiques ne furent pas en reste puisque nombre de chancelleries et de responsables politiques, pris de court par la fausse nouvelle, protestèrent de manière véhémement auprès de la direction de la chaîne.

Stupéfaction à l'annonce de la nouvelle, soulagement à la découverte de son caractère fictionnel, puis indignation à l'égard du procédé employé par la RTBF : tels furent les effets les plus fréquemment rapportés par les médias au lendemain de l'affaire. Contrairement à ce qui avait pu parfois advenir lors de cas de mystifications similaires, aucune conséquence irrémédiable – décès, accidents graves, effondrement boursier, ... – ne fut toutefois à déplorer.

Tous les quotidiens belges francophones<sup>445</sup>, mais également certains journaux néerlandophones ou étrangers, consacrèrent leur première page à l'événement<sup>446</sup>. Dans le monde entier, la plupart des grandes chaînes rapportèrent l'événement politico-médiatique que représentait ce « coup télévisuel » hors norme. Les réactions furent extrêmement nombreuses tant sur le plan politique – la question du possible éclatement de la Belgique souhaitée par certains dirigeants flamands – que sur le plan journalistique – la question du procédé utilisé par la RTBF et son infraction aux règles déontologiques de la profession.

À la croisée de ces deux questions, le fait que l'émission s'était permise de transgresser le « cordon sanitaire » instauré par les médias audiovisuels francophones à l'égard de l'extrême droite belge en donnant la parole à Filip Dewinter, député du Vlaams Belang, occupa également une place importante dans les polémiques suscitées par la diffusion de l'émission du 13 décembre<sup>447</sup>.

---

<sup>444</sup> *Le vrai-faux journal de la RTBF*, op. cit., p. 4.

<sup>445</sup> En particulier *Le Soir*, *La Libre Belgique* et *La Dernière Heure* qui, plusieurs jours d'affilée, consacrèrent leur première page et une pagination très importante à l'événement et à son suivi.

<sup>446</sup> Notamment l'édition du *Monde*, datée du 15 décembre 2006 qui fit la manchette suivante : « Canular. La mort de la Belgique en direct au journal télévisé ».

<sup>447</sup> Dans un entretien accordé à l'hebdomadaire *La Libre Match* (publié dans l'édition du 21 décembre 2006), François De Brigode, interrogé sur la présence « du sinistre Filip Dewinter » dans l'émission, qui s'est vanté après la diffusion « d'avoir été dans la confidence », répond : « On n'a rien négocié avec ce type. Il en rajoute une couche pour faire du tort à la RTBF parce qu'il sait que les journalistes de la chaîne publique francophone dénoncent régulièrement ses discours de facho haineux et raciste ». Sur la question de la rupture par l'émission du « cordon sanitaire », De Brigode ajoute : « Ici, on était dans le cadre d'une fiction et certainement pas en direct. On n'a donc

Plusieurs dirigeants politiques et certains journalistes demandèrent la démission du patron de la RTBF. Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel fut saisi. Il ouvrit une enquête et convoqua la direction de la chaîne et, après instruction du dossier, prononça quelques sanctions.

Dans la foulée, les spécialistes des médias s'empressèrent de proposer des dénominations pour qualifier au plus juste l'événement qui venait de se dérouler. Car on ne peut nier que ce qui advint ce 13 décembre 2006 ait été un véritable événement, c'est-à-dire un déroulé de faits originaux ayant engendré une rupture avec l'ordre des choses qui prévalait antérieurement<sup>448</sup>. Face à un événement initié et mis en oeuvre par un média, les efforts accomplis pour comprendre et expliquer se sont souvent concentrés sur la nature de la production qui l'avait générée et sur les formes de discours qui lui avaient été associées. Aux deux extrêmes, il y eut ceux qui dénigrèrent toute originalité à l'objet en le présentant comme une pâle et tardive réplique de la mythique transmission radiophonique d'Orson Welles de 1938, et ceux qui parlèrent d'un « OVNI télévisuel », arguant de son caractère inédit et inclassable, et par là même potentiellement fondateur d'un genre nouveau. Entre les deux, se situèrent les tenants de la théorie du mélange des genres qui s'est largement répandue au cours des dernières années avec le développement de l'« infotainment » ou de la « télé-réalité ».

Au-delà des polémiques immédiates qui se produisirent et qui furent à la hauteur des tensions que l'événement venait de révéler, les débats qui s'ouvrirent à la suite de la diffusion de l'émission témoignèrent d'une assez grande richesse. Trois ans après sa perpétration, et quel que soit le jugement porté à son endroit, ce qui survint sur les écrans de la RTBF ce 13 décembre 2006 semble avoir acquis une valeur référentielle que seuls quelques très rares actes canularsques étaient jusque-là parvenus à obtenir. En Belgique, comme dans de nombreux autres pays, il semble bien qu'il y ait désormais un « après Bye-bye Belgium », tant l'intérêt accordé aux actes canularsques par les médias paraît s'être depuis singulièrement accru.

---

*pas violé nos règles internes. L'intervention cadrée de Dewinter s'imposait dans la mesure où, du côté flamand, cet homme est l'un des chantres du séparatisme*». (Consultable en ligne au 15 octobre 2010 à l'adresse <http://michelbouffieux.skynetblogs.be/archive/2007/01/02/faux-jt-de-la-rtbf-211206.html>).

<sup>448</sup> Suivant la définition donnée par Jocelyne Arquembourg dans « De l'événement international à l'événement global : émergence et manifestations d'une sensibilité mondiale », *Hermès*, n° 46, 2006, pp. 13-20.

### IV-8.3 L'analyse du cas au regard du schéma générique

#### *Une conception lente et hésitante*

Si, d'une manière générale, les informations disponibles se rapportant aux phases de conception et de fabrication d'un acte canularique sont relativement rares et peu précises, notamment lorsque celui-ci émane d'une instance médiatique, le cas présentement étudié se distingue au contraire par une masse importante d'écrits se rapportant à ces étapes très secrètes de l'élaboration. Pour autant, ces informations ont, comme souvent, pour source principale la personne ayant conçu l'opération et elles doivent, en tant que fragments d'un discours auctorial, faire l'objet d'une lecture distanciée et d'une analyse critique. En l'espace de quinze mois, Philippe Dutilleul, reconnu pour être le principal artisan de la soirée du 13 décembre 2006 sur la RTBF, a produit deux livres à son propos. Le premier ouvrage, intitulé *Bye-bye Belgium* et dont l'écriture fut achevée quelques semaines avant la diffusion de l'émission, a été publié au lendemain de celle-ci. Dans ce livre, l'auteur fait le récit très détaillé de l'enquête journalistique qu'il a menée afin de déterminer et d'affiner le contenu de l'émission. Dans sa forme, l'ouvrage se présente d'abord comme une recension chronologique – presque exhaustive – des multiples entretiens qu'il a eus sur environ deux années avec des spécialistes et des personnalités autour du thème d'une possible implosion de la Belgique. De manière plus éparse, l'auteur distille aussi nombre d'informations sur la manière dont l'idée de l'émission lui vint, sur les différentes étapes de sa préparation, sur les incertitudes qui entourèrent sa réalisation et sur les multiples ajustements qui furent apportés au projet. Si l'aide de plusieurs complices est évoquée, leurs noms ne sont pas donnés. Certaines informations ont été volontairement occultées, vraisemblablement pour éviter des fuites et les polémiques qu'elles auraient pu entraîner à la sortie du livre. Cette prudence de l'auteur est compréhensible, mais elle tend parfois à conférer à l'ouvrage l'image d'un plaidoyer *pro domo*. Coédité par la RTBF, le livre paraît vouloir à tout prix démontrer la valeur informationnelle d'une émission dont les procédés se jouaient pourtant des règles déontologiques régissant traditionnellement l'information télévisuelle.

Le second ouvrage publié par Philippe Dutilleul en mars 2008, intitulé *Chronique d'une imposture assumée*, est assez différent. Plus concis dans sa forme, son ton est aussi nettement plus polémique, en particulier à l'égard des personnalités politiques, des

médias et des universitaires ayant émis des doutes ou des critiques sur la nature de l'émission et les procédés médiatiques employés. Il contient des informations inédites sur certains aspects de la fabrication de l'émission et sur les dispositifs mis en place autour de sa diffusion. L'ultime phase de préparation de l'opération, que l'auteur n'avait pu rapporter dans son précédent livre, fait l'objet également d'un développement assez conséquent. Les faits évoqués sont plus précis et mieux circonstanciés, l'identité de la plupart des personnes ayant contribué activement aux principales étapes de l'élaboration du programme est révélée et l'auteur est plus explicite – parfois même critique – quant à certaines inflexions imposées au projet par la direction de la chaîne. Si Philippe Dutilleul, dans cet ouvrage, continue de revendiquer – d'« assumer » suivant le terme employé dans son titre – sa paternité sur l'émission, il insiste bien davantage sur la complexité de ses rapports d'auteur-réalisateur avec l'instance médiatique qui l'emploie. Au-delà du souci de l'auteur de procéder à sa propre narration des faits et de tenter d'orienter ou de rectifier le discours public porté sur son acte<sup>449</sup>, ces deux livres représentent un matériau essentiel pour tenter d'éclairer la manière dont l'émission fut conçue. Afin de conduire une analyse synthétique des informations dont nous disposons sur l'élaboration de l'émission et plus généralement de la mystification perpétrée, nous ne relèverons que les moments les plus saillants des phases de conception et de fabrication de cet acte canularique. Pour plus de précisions, nous nous permettons de renvoyer aux annexes de cette dissertation<sup>450</sup> où figure une chronologie, reconstituée par nos soins et illustrée par de nombreuses citations extraites des deux livres de Philippe Dutilleul.

Il convient de noter que la préparation de l'émission, depuis le moment où l'idée de celle-ci a jailli jusqu'au moment de sa réalisation et de sa diffusion le 13 décembre 2006, fut longue – sans doute une des plus longues de toute l'histoire connue des canulars médiatiques – puisqu'elle dura presque deux années et demie. C'est, en effet, durant le mois d'août 2004 que Philippe Dutilleul et Jacques Moreau, ancien éditeur renommé devenu scénariste et producteur, eurent l'idée d'« *un film documentaire sur les querelles entre Flamands et Wallons* »<sup>451</sup> dont la forme essaierait de « *tenir compte du contexte actuel de la télévision naviguant entre information et divertissement, réalité et fiction,*

---

<sup>449</sup> Dimension auctoriale du propos sur laquelle nous reviendrons plus en détail durant l'analyse de la phase de narration.

<sup>450</sup> Voir annexe n° 13 en pp. 74-80.

<sup>451</sup> *Bye-bye Belgium, op. cit.*, p. 13.

*réflexion et émotion, sérieux et sensationnalisme* »<sup>452</sup>. De retour à Bruxelles, Dutilleul rédige une rapide note d'intention qu'il adresse aux services de la RTBF en charge d'évaluer les projets d'émissions. Si le projet est encore très vague, l'intention de produire un « documentaire-fiction » prenant pour base de départ la scission de l'État belge en deux entités distinctes est déjà clairement affirmée.

Dès fin août, la RTBF émet un premier avis favorable, mais réclame un synopsis plus approfondi pour s'engager plus avant. Réalisateur attiré de l'émission « Tout ça ne nous rendra pas le Congo », diffusée chaque semaine sur RTBF 1, Dutilleul continue de réfléchir à ce projet tout en poursuivant son activité principale. En février 2005, il rédige et adresse à la chaîne une seconde version plus fouillée du projet. À ce stade, le scénario projeté est celui de la tenue d'un référendum sur l'avenir du pays qui, contre toute attente, validerait la séparation institutionnelle entre Flandre et Wallonie. L'annonce du résultat imprévu serait faite en direct lors d'un JT, « *comme si on y était, comme si l'actualité se déroulait sous nos yeux, prenant le téléspectateur au dépourvu* »<sup>453</sup>. Sur la forme, l'émission projetée serait constituée d'interviews déjà existantes, détournées de leur sens premier, d'images réalisées avec la complicité d'hommes politiques, de journalistes et de représentants de la société civile. Si, en l'état, nombre des éléments concernant la forme filmique et le contenu de l'émission préfigurent déjà assez précisément l'émission finalement produite, il convient toutefois de noter que le contexte de mise à l'antenne envisagé par l'auteur laisse encore transparaître la dimension fictionnelle du programme. Face à un programme ayant la forme d'un vrai JT, mais où l'information annoncée concernerait le résultat d'un référendum à propos duquel ils n'avaient pas été conviés, les téléspectateurs ne pouvaient à l'évidence accorder une quelconque véracité à l'objet télévisuel présenté. C'est d'ailleurs une question qui va tenailler Dutilleul pendant plusieurs mois encore : comment mettre les téléspectateurs en situation de réel si l'événement supposé conduire à la séparation du pays ne s'inscrit pas dans des circonstances et dans un contexte qui soient crédibles à leurs yeux ? Ressentant la nécessité de se documenter en profondeur sur le sujet, afin notamment de déceler l'angle le plus juste pour rendre vraisemblable l'hypothèse d'une soudaine explosion de la Belgique, Dutilleul va débiter dès février 2005 et durant plusieurs mois, une longue phase d'exploration en réalisant avec Nathalie Jacobs, son assistante, une première salve

---

<sup>452</sup> *Op. cit.*, p. 15.

<sup>453</sup> *Op. cit.*, p. 23.

d'entretiens, principalement auprès d'universitaires et d'experts des questions communautaires.

Mais déjà, la phase de conception du programme, dont la forme canularique n'est pas encore entérinée, se confond avec la phase de fabrication puisque Dutilleul avoue profiter de ces entretiens pour identifier des intervenants possibles dans le cadre de l'émission. Il leur demande « *une stricte confidentialité* », car « *l'impact et le succès du projet en dépendent.* » (...) « *Ils ont du mal à croire que la hiérarchie de la RTBF me laissera aller jusqu'au bout.* »<sup>454</sup> Car si le synopsis commence à s'affiner autour de l'idée d'une décision unilatérale de la Flandre de prendre son indépendance, la RTBF, sans fermer la porte, reste réticente et comme le signale l'auteur : « *les fonds sont toujours manquants* » pour aller plus avant<sup>455</sup>. En 2005, à partir de mai, Dutilleul obtiendra néanmoins par trois fois l'autorisation de la chaîne de procéder au tournage de courts reportages susceptibles d'illustrer l'émission. Mais cette série de reportages s'arrêtera en septembre car le contrat de sa collaboratrice est en attente de renouvellement et qu'aucune décision significative d'engagement financier pour la production n'a encore été prise. Dutilleul devra également suspendre son travail d'enquête et de repérages durant l'été 2005 pour partir en reportage en Afrique pour l'émission « Tout ça... ».

Devant les pressions exercées par le producteur de l'auteur, qui n'est autre que Jean Libon, également producteur de « Tout ça... », la chaîne demande une note plus détaillée pour son comité de direction de la rentrée. Un synopsis condensé est présenté où l'idée d'une émission spéciale présentée à la suite du JT et racontant la première heure de la fin de la Belgique est clairement énoncée. « *Le recours à quelques journalistes et correspondants maison connus et utilisés en situation réelle crédibiliseront le récit de cette soirée* » ajoute Dutilleul<sup>456</sup>. Optimiste, l'auteur prévoit à cette époque une diffusion en mai ou début juin 2006. L'idée de donner une forme mystificatrice et canularique à l'émission est désormais clairement ancrée dans l'esprit de Dutilleul, même s'il se refuse à prononcer le mot. À plusieurs reprises dans ses déclarations faites après la diffusion de l'émission, et notamment dans son second livre, il rejettera catégoriquement le terme « canular » pour qualifier son émission. Il avoue trouver le mot dépréciatif et « vulgaire » pour une création filmique élaborée. En dépit d'une tradition canularique de haute

---

<sup>454</sup> *Op. cit.*, p. 28.

<sup>455</sup> *Op. cit.*, p. 252.

<sup>456</sup> *Op. cit.*, p. 261.



facture en Belgique<sup>457</sup>, l'expression renvoie dans son esprit à une forme d'humour populaire du type « imposture téléphonique » ou « caméra cachée » qu'il ne semble guère apprécier<sup>458</sup>.

Après une nouvelle interruption de près de deux mois pour réaliser le montage d'un reportage sur les élections au Congo-Kinshasa, Dutilleul entamera une première phase d'écriture du script de l'émission en décembre 2005 et janvier 2006. Bien qu'il ne le précise pas, la RTBF semble avoir pris à l'époque un engagement assez ferme de réaliser l'émission.

À ce moment-là, la phase de conception de l'acte canularsque touche globalement à sa fin. Les orientations axiologiques du projet commencent à se préciser, même si elles tâchent de répondre simultanément aux contraintes imposées par le fait d'officier sur une chaîne publique et à la volonté de l'auteur de faire passer un message critique sur le fonctionnement politique du pays. En homme de télévision averti, il sait en effet qu'une supercherie qui viserait uniquement à bluffer l'auditoire de la chaîne serait socialement très mal perçue et soulèverait un veto de la direction de la RTBF. Le thème retenu dès l'origine du projet pour servir de support à la mystification a certes une connotation très politique, mais pour la chaîne, comme pour l'auteur, il semble impossible de prendre trop ouvertement position en faveur d'un camp (les Wallons ou les fédéralistes) au détriment d'un autre (les Flamands ou les séparatistes). Tout au long de son premier livre, Dutilleul met un point d'honneur à vouloir démontrer – avec une insistance qui devient parfois équivoque – l'objectivité de sa démarche journalistique et son refus en tant que Wallon de vouloir jeter l'opprobre sur les Flamands. Il a, en revanche, plus de difficulté à masquer son aversion à l'endroit de la classe politique de son pays. Il sera encore beaucoup plus explicite à ce sujet dans son livre paru plus d'un an après à la diffusion de l'émission où il reprochera ouvertement aux dirigeants belges de faire preuve tantôt d'hypocrisie, en niant la gravité du problème et la nécessité d'un véritable débat public, tantôt de démagogie en exacerbant et en instrumentalisant à leur profit la question communautaire.

---

<sup>457</sup> Tradition dont la publication du « faux » *Soir* par les résistants bruxellois en 1943 est une des plus belles illustrations.

<sup>458</sup> Philippe DUTILLEUL, *Chronique d'une imposture assumée*, Bruxelles, Editions Racine, 2008, p. 43.

Loin de n'être qu'une posture de circonstance pour justifier a posteriori et face à l'opinion le recours à un procédé de tromperie massive, le discours moral de l'auteur relève vraisemblablement de convictions profondément ancrées. Car, comme le rappellent Frédéric Antoine et Sarah Sepulchre<sup>459</sup>, Philippe Dutilleul est « *un journaliste de la RTBF ayant une carte de visite assez particulière* ». Au moment de la préparation de « Bye-bye Belgium », il est un des piliers de « Tout ça ne nous rendra pas le Congo »<sup>460</sup>, le programme qui a succédé à la fameuse émission « Striptease »<sup>461</sup> créée par la RTBF en 1985 et devenue franco-belge en 1992 avec sa diffusion sur France 3. Dans plusieurs des très nombreux reportages qu'il a réalisés pour ces deux émissions cousines, Dutilleul n'hésite pas à brocarder durement les élites belges, les arrangements affairistes d'une partie de la population et le fond de nostalgie coloniale qui subsiste parfois dans la culture nationale de son pays. Un autre aspect de son parcours professionnel, moins connu, nous renseigne un peu plus sur le personnage et les motivations qui l'ont peut-être amené à donner une consonance politique à l'émission « Bye-bye Belgium ». Avant de travailler pour la télévision nationale, Dutilleul s'est longtemps consacré au journalisme de terrain à Mons. Très jeune, il a participé à la création de l'APL en Belgique, émanation outre-Québec de l'Agence de Presse Libération créée en France en 1971 par des militants issus de la mouvance maoïste. Il collaborera de nombreuses années à l'APL-Belgique, et cette longue expérience dans le domaine de la « contre information » et du journalisme de terrain a vraisemblablement contribué à forger le regard politique qu'il porte sur la société et à lui faire prendre dans son travail une attitude de distanciation par rapport aux règles classiques du journalisme.

### ***La fabrication est discontinuée***

Comme nous l'avons relevé précédemment, la longue incertitude ayant entouré l'engagement effectif de la RTBF à l'égard du projet développé par Dutilleul a eu pour conséquence d'établir une certaine confusion temporelle entre la phase de conception

---

<sup>459</sup> Frédéric ANTOINE, Sarah SEPULCHRE, « Strip-tease assisté d'un OVNI médiatique » in *Le vrai-faux journal de la RTBF*, (dir. Marc Lits), Bruxelles, Editions Couleurs livres, 2007, pp. 11 à 54.

<sup>460</sup> Titre inspiré de « Tout ceci ne nous rendra pas le Congo », une expression ironique belge pour se lamenter de tout ce qui ne va pas, à commencer par la Belgique.

<sup>461</sup> « Tout ça... », comme « Striptease », est une émission reposant sur « *une approche de la réalité sous forme d'un regard documentarisé, c'est-à-dire porteur d'un point de vue* », et revendiquant « *une appartenance au genre du documentaire de création. (...) La réalisation peut, dans la quasi-totalité des cas, se lire de deux points de vue : celui de la narration objectivante et celui d'un second degré où triomphe la subjectivité grinçante du regard du réalisateur* » (Frédéric Antoine, Sarah Sepulchre, *op. cit.*, p. 13).

proprement dite et la phase de fabrication. À maintes reprises, l'auteur a été conduit à redéfinir son projet pour tenir compte des recommandations et des contraintes imposées par l'instance médiatique supposée financer et diffuser l'émission. D'un point de vue strictement créatif, le projet ne manquait pas d'être séduisant, mais il soulevait de sérieux problèmes politiques et déontologiques pour une chaîne de service public dont la qualité et l'objectivité de l'information constituaient un des fondements majeurs de la réputation. Par ailleurs, si l'engagement financier à prendre pour mener le programme à son terme semblait relativement raisonnable, il n'en constituait pas moins un budget assez substantiel dans la période de restrictions imposées à la RTBF<sup>462</sup>.

En s'engageant, dès mai 2005 et sans certitude quant à la décision finale de la chaîne, dans une préparation très avancée de certaines composantes de l'émission (travail d'investigation approfondi, tournage de différentes scènes, recrutement de possibles intervenants en plateau,...), Philippe Dutilleul a témoigné de sa très forte détermination à conduire le projet jusqu'à son terme. Après avoir écrit le script de plusieurs scènes – et obtenu à ce moment-là des signes d'intérêt plus prononcés de la part de la direction de la RTBF – l'auteur va, durant le printemps, se lancer dans un complément d'enquête sur la question du séparatisme qui portera à plus de quarante les entretiens réalisés auprès d'experts ou de personnalités<sup>463</sup>. Dans la recension qui se veut quasi-exhaustive de ces rencontres préparatoires, Dutilleul omet cependant de mentionner ses rendez-vous avec certains extrémistes flamands dont Philip Dewinter. Ces contacts, utiles pour parvenir à filmer certaines scènes réelles qui seront insérées dans l'émission, constituent également une sorte de « preuve » d'impartialité politique de la démarche engagée ; l'auteur et la chaîne redoutant les possibles accusations à venir de parti pris anti-flamand.

Durant l'été 2006, l'auteur rédige le scénario quasi-définitif de l'émission et commence le montage des premières séquences, dont celle qui avait été tournée à la mi-juin 2006 dans un restaurant d'Anvers où se réunissait l'« *avant-garde de la droite et de l'extrême droite flamande* ». Avec les images d'archives sélectionnées, Dutilleul dispose en septembre

---

<sup>462</sup> En page 56 de *Chronique d'une imposture annoncée*, Philippe Dutilleul évoque un budget total de « 170 000 euros avec une petite partie en cash ». Cette somme relativement raisonnable ne semble cependant pas intégrer tous les coûts de l'opération, en particulier ceux se rapportant aux dispositifs de communication spécialement mis en place par la chaîne autour de l'émission. Pour autant, l'auteur paraît ne pas avoir tiré de bénéfices financiers ou matériels conséquents de cette opération au regard du temps et de l'énergie qu'il a dépensés pour mener à bien cette opération. Sur ce point, « Bye-bye Belgium » semble respecter la règle généralement admise selon laquelle un canular doit, pour l'essentiel, n'avoir que des visées d'ordre symbolique.

<sup>463</sup> *Bye-bye Belgium*, op. cit. , p. 234.

d'« une vingtaine de minutes montées qui préfigurent ce que sera le film une fois terminé »<sup>464</sup>. Visionnées par certains responsables de la chaîne, ces séquences vont décider la RTBF à passer à la vitesse supérieure. Le synopsis détaillé qui leur est remis en septembre<sup>465</sup> est, dans ses grandes lignes, très proche de ce qui sera diffusé à l'antenne. De crainte de provoquer des réactions trop lourdes de conséquences, l'auteur a, après consultation de plusieurs spécialistes, renoncé à traiter des possibles répercussions boursières qu'entraînerait une scission de la Belgique. La scène finale confirmant que l'ensemble de l'émission est une fiction apparaît pour la première fois de manière explicite dans le projet. Si la participation à l'émission d'experts et de plusieurs personnalités politiques est signalée, leurs noms ne figurent apparemment pas dans ce document. En revanche, la présence d'artistes et de sportifs belges de renommée internationale est désormais clairement évoquée<sup>466</sup>. Plusieurs indications contenues dans le second livre de Philippe Dutilleul laissent penser qu'il s'agit là d'une demande de la chaîne qui souhaite donner une dimension moins anxieuse<sup>467</sup> au programme et distiller quelques signes supplémentaires de fiction à l'adresse des téléspectateurs.

Alors que l'auteur avait jusque-là une main presque totale sur le projet, il doit désormais composer avec les exigences de la chaîne. Ayant entériné la mise en production finale du programme, les dirigeants de la RTBF ont pleinement conscience des défis à surmonter et des responsabilités qu'ils auront à assumer en cas d'échec ou de dérapage trop prononcé. Leur marge de manœuvre est très étroite, car ils doivent répondre à des contraintes assez contradictoires. L'émission a notamment obligation de drainer une large audience. En cas d'échec dans ce domaine, la chaîne publique aurait bien des difficultés à justifier les moyens importants mis en œuvre dans cette opération, ainsi que le recours à des procédés si peu conventionnels. Une audience de taille est également indispensable pour que le dispositif de mystification mis en place opère de manière satisfaisante auprès de la population.

La chaîne doit également se doter des moyens qui lui permettront de maîtriser au mieux le processus de mystification afin que la diffusion de l'émission n'engendre pas de

---

<sup>464</sup> *Op. cit.*, p. 461.

<sup>465</sup> Ce synopsis est présenté en pages 472 à 483 de *Bye-bye Belgium*. Rien ne permet d'affirmer qu'il s'agit là de sa version intégrale.

<sup>466</sup> *Op. cit.*, p. 479.

<sup>467</sup> La présence de Philippe Geluck et d'Annie Cordy dans le « casting » de l'émission tranche en effet avec la nature supposée d'une émission spéciale d'information annonçant un événement aussi grave que l'implosion soudaine de l'État belge.

conséquences irréparables. Le début de panique provoqué en 1938 par la fameuse émission d'Orson Welles sur CBS est resté dans la mémoire collective et les dirigeants de la RTBF ont certainement été avisés également des terribles répercussions de sa « réplique » à Quito en Équateur en 1949<sup>468</sup>. Pour parer à de tels risques, la chaîne doit à tout moment pouvoir arrêter le processus qui aura été enclenché. C'est pour cette raison que, après avoir envisagé de pré-enregistrer l'émission, la RTBF a finalement opté pour une réalisation en direct. Le risque que le canular tourne mal n'est cependant pas le seul danger auquel la chaîne doit faire face. Il lui faut aussi affronter un risque probable d'un retour d'image négatif de la part des téléspectateurs qui se seront senti piégés par la mystification opérée au travers de l'émission. Une mystification trop parfaite peut très vite, en effet, s'apparenter à une manipulation qui constituerait une rupture totale du contrat de lecture unissant le média à son public. La menace est d'autant plus grande pour la RTBF que celle-ci est une instance télévisuelle publique ayant pour mission d'informer objectivement et que l'émission projetée prendra formellement l'apparence d'une émission spéciale consacrée à une actualité de grande gravité.

En même temps que la fabrication de l'émission va passer dans sa phase industrielle et que l'équipe de production va considérablement s'élargir, les réunions entre l'auteur et les responsables de la chaîne vont s'intensifier. Des décisions stratégiques et des arbitrages importants en résulteront, quitte parfois à contrarier l'idée initiale que l'auteur avait du projet. Si Dutilleul approuve en effet sans réserve certaines décisions visant à optimiser la présence du public le soir de la diffusion de « Bye-bye Belgium »<sup>469</sup> ainsi que la mise en place de dispositifs spéciaux permettant une bonne interaction entre les téléspectateurs et la chaîne, il semble beaucoup moins enthousiaste à l'égard de certains correctifs apportés à l'émission proprement dite.

La lecture du second livre de Philippe Dutilleul laisse en effet transparaître certaines divergences de vue entre l'auteur et les commanditaires de la chaîne sur la nature exacte du processus de mystification à mettre en œuvre. Affirmant à plusieurs reprises sa fidélité

---

<sup>468</sup> Le 12 février 1949, la station HCQRX de Quito diffusa à l'antenne une réplique de « La guerre des mondes » présentant comme une information authentique l'invasion et la destruction d'une partie de la ville par les Martiens. S'en suivit un début de panique, et la radio dut annoncer en urgence qu'il s'agissait d'une fiction. Une partie de la population rendue furieuse par la mystification attaqua le siège de la station et déclencha un incendie qui fit une vingtaine de morts. (Canular tragique rapporté par Fred FEDLER, *Media hoaxes, op. cit.*, pp. 186-187).

<sup>469</sup> La RTBF a notamment choisi de faire du magazine « Questions à la Une » le produit d'appel pour attirer un large public sur « Bye-bye Belgium » avec quelques thèmes alléchants annoncés dans la presse. De même, elle a également décidé de programmer, à la suite de « Bye-bye Belgium », une émission de débat sur le thème de l'avenir du pays qui sera elle aussi annoncée dans sa grille officielle de programme.

à une certaine école du documentaire-fiction, Dutilleul paraît très attaché à l'idée de construire un véritable scénario de « politique-fiction » dont la réalisation filmique viserait le plus possible à accréditer la vraisemblance du propos auprès des téléspectateurs, tout au moins jusqu'au moment de la révélation, supposée n'intervenir qu'en toute fin d'émission. Dans ses écrits comme dans ses déclarations, l'auteur semble vraiment persuadé de la pertinence et de la plausibilité du scénario qu'il a échafaudé après une longue et minutieuse enquête. À quelques nuances près, ce qu'il décrit n'est pas une extrapolation abusive de ce qui pourrait survenir, mais bien le futur probable de la Belgique si aucun électrochoc ne venait à réveiller l'opinion et à contraindre la classe politique du pays à réagir. Dans son esprit, c'est vraisemblablement la mission qu'il assigne à « l'émission choc »<sup>470</sup> du 13 décembre. Pour parvenir à ce but, la mystification opérée doit être la plus totale possible, même s'il risquait d'en coûter à la chaîne et à lui-même d'avoir trompé le public pour mieux lui faire prendre conscience de la réalité qui s'annonce<sup>471</sup>.

Même s'ils semblent partager l'idée que la Belgique traverse une période particulièrement critique en matière de tensions communautaires, les responsables de la RTBF semblent diverger assez sensiblement sur le procédé à mettre en œuvre pour ouvrir un véritable débat public sur la question. Pris entre leur conviction de devoir alerter l'opinion et la nécessité de ne pas enfreindre de manière irrémédiable les règles déontologiques qui sont censées les gouverner, les dirigeants de la chaîne ont – semble-t-il – imposé une présence accrue de marqueurs formels signifiant le caractère fictionnel de l'émission. En procédant de la sorte, ils ont renforcé la dimension proprement canularique de l'opération. Dans son analyse très pertinente du canular médiatique, Lynda Walsh (2006) insiste sur le fait que le mécanisme mystificateur mis en œuvre doit tendre à dissocier au sein du public exposé deux types de populations : l'un composé de personnes prenant pour véridique la mystification perpétrée (les « dupes » ou les « crédules ») ; l'autre constitué d'individus refusant d'accréditer l'énoncé (les « initiés » ou les « critiques »). Dans le cas d'un média disposant d'un statut d'autorité et d'une forte

---

<sup>470</sup> En référence à l'expression utilisée dans le sous-titre de *Chronique d'une imposture annoncée*.

<sup>471</sup> Michel Foucault, dans ses écrits tardifs, distingue quatre figures de la véridiction dans notre culture : celle du prophète, celle du sage, celle du technicien et celle du parrésiatès. Commentant les travaux de Foucault, le philosophe Giorgio Agamben, définit le prophète « *comme celui qui parle au futur, non pas en son nom, mais au nom de quelque chose d'autre* », tandis qu'il identifie le parrésiatès à « *celui qui a le courage de dire la vérité* », celui « *qui parle en son nom, et doit dire ce qui est vrai maintenant, aujourd'hui* » (Propos de Giorgio AGAMBEN in *Vacarme* n° 10, hiver 2000). C'est, à notre sens, cette figure qui correspond le mieux au discours tenu par Philippe Dutilleul sur la situation politique de la Belgique.

crédibilité journalistique comme la RTBF, la mise au jour d'un public sceptique d'importance significative, afin de ne pas paraître comme un média manipulateur, imposait la mise en place de multiples signes de fiction susceptibles d'éveiller ses soupçons. Ainsi Yves Bigot, nommé à la tête de la toute nouvelle direction de l'antenne de la RTBF en avril 2006, insistera pour « *qu'on indique un certain nombre de codes* » et qu'« *un maximum d'indications claires* » soient données « *dès le début de l'émission* »<sup>472</sup>. Au-delà de ces marqueurs formels du caractère fictionnel de l'émission, il semble également que la chaîne ait incité l'auteur à renforcer le caractère loufoque, voire franchement surréel, de certaines scènes et de les faire remonter dans le conducteur de l'émission, vraisemblablement pour affirmer la dimension canularique de l'opération et pouvoir se dédouaner des accusations à venir d'avoir nourri des intentions mystificatrices trop prononcées. La séquence montrant les trams du STIB arrêtés à la frontière de la Flandre indépendante qui figurait dans la dernière partie du synopsis « définitif » déposé en septembre 2006 par l'auteur<sup>473</sup> apparaîtra finalement dès la quatorzième minute de la fausse émission spéciale.

La fabrication de l'émission, en dépit d'un nombre relativement élevé de personnes impliquées dans sa réalisation au cours des dernières semaines, va parvenir à rester secrète et à créer l'effet de surprise tant attendu auprès des téléspectateurs. Pour autant, la direction de la chaîne et ses services de communication n'hésiteront pas dans la dernière ligne droite à « initier » plusieurs personnalités politiques et certains relais d'opinion. Cette décision répond au souhait de la chaîne de publiciser l'opération, notamment auprès de certains médias, pour s'assurer de leur bienveillance dans le traitement rédactionnel qu'ils feront après la diffusion de l'émission et aussi sa volonté de couper court à des critiques trop violentes de la part des politiques. D'autant que les personnalités invitées par Olivier Maroy au débat en direct qui allait succéder à la diffusion de « Bye-bye Belgium » ne pouvaient rester dans l'ignorance totale de ce qui allait se passer, au risque sinon de les voir quitter le plateau ou s'insurger contre le procédé employé.

Au-delà de la préparation de l'émission proprement dite, la fabrication de l'acte canularique a donc nécessité la mise en œuvre « ad hoc » de toute une série de dispositifs connexes, tant horizontaux que verticaux. Il fallait préparer le terrain en amont

---

<sup>472</sup> *Chronique d'une imposture assumée, op. cit.*, p. 22.

<sup>473</sup> *Bye-bye Belgium, op. cit.*, p. 482.

immédiat de l'émission pour tenter de désamorcer un peu les risques de polémique, gérer en temps réel l'interaction avec les téléspectateurs, répondre à leurs plaintes après l'émission et préparer la communication de crise que la chaîne risquait de devoir prodiguer auprès de son autorité de tutelle et auprès des responsables politiques du pays. Dans le domaine plus strictement télévisuel, il fallait imaginer, annoncer et produire un fragment de numéro de « Questions à la Une » pour attirer le téléspectateur dans le « piège » de l'émission spéciale, mais également concevoir et préparer un débat télévisuel destiné à être diffusé en direct dans la foulée de celle-ci.

Cette fabrication extrêmement sophistiquée fut, à n'en pas douter, le résultat d'un travail collectif autant que celui de Philippe Dutilleul, son concepteur et réalisateur. L'étude de la phase de fabrication de ce canular met en lumière la complexité croissante de la définition de l'auctorialité d'un acte canularique particulièrement élaboré et impliquant directement une puissante instance médiatique.

### ***Performance d'un faux journal télévisé***

Cette phase de performance de la mystification débuta avec la mise à l'antenne peu avant 20 heures le mercredi 13 décembre 2006 du générique de « Questions à la Une » et s'acheva environ une heure et demie plus tard lorsque François De Brigode confirma, à près de trois minutes de la fin de l'émission, que tout ceci « était une fiction ». Comme c'est généralement le cas concernant un acte canularique perpétré par une chaîne de télévision, la révélation de la mystification intervenait dans le courant ou à l'issue de l'émission ayant servi de support à la mystification.

L'émission en question ayant fait l'objet de nombreuses analyses, notamment celles émanant des chercheurs de l'Observatoire du récit médiatique de l'Université de Louvain-la-Neuve<sup>474</sup>, nous ne rendrons compte ci-après que des enseignements que nous estimons les plus pertinents au regard de l'approche socio-discursive qui guide cette recherche.

---

<sup>474</sup> Outre la publication d'un livre (*Le vrai-faux journal de la RTBF*) dans le courant de l'année 2007, l'Observatoire du récit médiatique avait dès le 31 janvier 2007 organisé un colloque malicieusement intitulé « Ceci est peut-être un colloque – La réalité de l'information, la vérité de la fiction » et publié un dossier consacré à l'analyse de l'émission « Bye-bye Belgium » dans *Médiatiques* n° 39, automne 2006, pp. 30-41.



Un des questionnements les plus fréquents concernant cette émission très particulière – souvent qualifiée d’ « OVNI médiatique » - renvoie à la manière dont elle est parvenue durant une période de temps assez significative à mystifier une part importante du public en dépit de nombreuses invraisemblances ajoutées à divers signes formels indiquant qu’il pouvait s’agir d’une fiction. À une époque où les sources d’information en temps réel se sont démultipliées, faisant régner entre elles une très vive concurrence, il est en effet légitime de s’interroger sur l’étonnant impact mystificateur de « Bye-bye Belgium ».

Il est vrai qu’aucune étude significative en réception n’a été conduite pour tenter de mesurer précisément les effets réellement suscités par l’émission auprès des téléspectateurs de l’émission. L’enquête d’opinion réalisée à la suite de l’émission est très sommaire et rien ne permet d’affirmer que les déclarations des enquêtés interrogés quelques heures après la diffusion de l’émission et la révélation de son caractère fictionnel n’aient pas été influencées par les abondants commentaires propagés par les médias à la suite de l’émission. Très partiellement représentatifs des réactions de l’ensemble de la population qui fut exposée au programme, les commentaires des internautes envoyés sur les forums des sites des grands médias belges semblent toutefois confirmer l’impression générale de la crédibilité acquise – au moins durant une trentaine de minutes – par la fausse nouvelle annoncée auprès d’une proportion significative des téléspectateurs présents devant le programme de la RTBF.

L’objet de notre recherche ne concernant pas à proprement parler les effets induits par les actes canulars sur leur cible, mais plutôt les effets supposés de ceux-ci tels que véhiculés par le discours auctorial et les récits médiatiques, le seul fait que des effets de mystification aient été unanimement accrédités suffit, de notre point de vue, à légitimer l’existence de la mystification et l’interrogation sur les moyens mis en place lors de la phase de performance pour parvenir à ce résultat.

Les raisons avancées pour expliquer qu’une partie des téléspectateurs aient cru à l’authenticité de la nouvelle concernant la décision unilatérale de proclamer l’indépendance de la Flandre – et d’une série d’événements en découlant – sont multiples et de nature parfois assez différentes.

Le pouvoir de suggestion du média télévision associé à sa puissance a été fréquemment évoqué. Par son usage conjoint du son et de l'image en mouvement, la télévision dispose d'une capacité à créer des effets de réel susceptibles d'impressionner fortement les esprits. Ces effets de réels, notamment ceux suscités par les reportages réels tournés par l'équipe de Philippe Dutilleul – certes tournés dans les mois précédents mais détournés de leur contexte initial – ainsi que les reportages fictifs tournés en condition de direct, ont certainement contribué à occulter les signes de fiction et les défaillances narratives qui ont émaillé l'émission. Car en télévision, comme dans un numéro de prestidigitation, ce n'est pas toujours la main qui s'agit qui agit. Dans le cas de « Bye-bye Belgium », certains indices « fixes » supposés alerter de la fictionnalité du programme – comme l'apparition du logo de l'émission « Tout ça... » en bord d'écran – n'ont peut-être pas été perçus tant l'attention du téléspectateur était captée – voire captivée – par la force du propos et le mouvement rapide des images.

Par-delà la force de suggestion intrinsèque au média télévision, l'autorité dont dispose la RTBF en tant que chaîne publique disposant d'une rédaction importante et dispensant une information réputée de qualité a certainement contribué à lever les suspicions et l'esprit critique de certains téléspectateurs. D'autant que l'utilisation du décor du journal télévisé de la chaîne et la présence de François De Brigode, le présentateur attitré de l'édition du soir, d'Alain Gerlache, le directeur général de la RTBF et les interventions à l'antenne de plusieurs autres journalistes connus n'ont pu qu'accentuer la vraisemblance de la situation et du propos rapporté. L'émission prenant l'apparence d'un flash spécial d'information « improvisé » en direct en raison de l'importance exceptionnelle des événements en cours de déroulement, certaines incongruités formelles apparues à l'écran ont pu passer pour des incidents « normaux » résultant d'une précipitation liée à l'urgence d'informer. Ainsi, l'interruption soudaine de « Questions à la Une » et surtout l'apparition durant quelques courts instants à l'antenne des barres colorées et d'un parasitage de l'image a d'emblée conféré un statut d'exception à ce qui survenait et suscité un sentiment d'indulgence à l'égard de certaines incongruités pouvant passer dans ce contexte très spécial pour des cafouillages naturels.

Plusieurs observateurs se sont interrogés sur les raisons qui ont conduit certains téléspectateurs à ne pas zapper ou à ne pas consulter d'autres sources d'informations accessibles, pour vérifier la nouvelle annoncée. Une part de l'explication de ce

comportement réside vraisemblablement dans le rythme effréné imposé par « Bye-bye Belgium ». À la mise en tension initiale représentée par l'annonce au conditionnel d'un événement majeur dans la vie du pays, succède assez rapidement la confirmation de la proclamation unilatérale de l'indépendance de la Flandre, puis une succession d'événements en découlant, parmi lesquels une série de faits à très haute portée symbolique comme la décision du Roi de quitter le territoire. Si ce récit médiatique factice se caractérise par un raccourcissement des temporalités événementielles qui trahit sa totale improbabilité aux yeux d'un observateur avisé et distancié, il peut aussi participer à la déstabilisation d'une lecture rationnelle de l'information télévisée par le téléspectateur et le submerger de réflexes émotionnels l'incitant notamment à ne pas décrocher du fil imposé par l'émission. Le travail important d'enquête conduit sur le sujet pendant plusieurs mois par le concepteur de l'émission et la scénarisation extrêmement précise à laquelle il a procédé conféraient une certaine crédibilité à l'ordre d'enchaînement des événements en dépit de l'invraisemblance de la rapidité avec laquelle celui-ci était supposé s'opérer.

Sur le plan formel, le rythme des événements décrits dans « Bye-bye Belgium » semble encore accentué par le nombre et parfois la brièveté des séquences mises à l'antenne. Comme Marc Lits le relève<sup>475</sup>, le volume de séquences présentées est très élevé – 92 en un peu plus de 94 minutes – et leur durée est assez atypique au regard de ce qui est habituellement pratiqué lors d'un journal télévisé. Cette distorsion irréaliste du temps réel, contribue certes à l'invraisemblance objective de l'émission, mais paradoxalement aussi à une forme de captation perverse de l'attention du téléspectateur contribuant à sa perte de jugement critique et finalement à son acceptation de ce qui est annoncé pour vrai par la chaîne. La marge d'arbitrage du téléspectateur tenté de vérifier l'information en passant sur une autre chaîne était finalement très étroite. Il devait choisir entre une chaîne lambda où il ne se passait rien – tout au moins rien ne se rapportant à l'objet recherché – et y attendre une éventuelle confirmation en risquant de perdre le fil des événements qui se succédaient à grande vitesse sur RTBF 1 ou bien décider de rester – ou de retourner immédiatement – sur cette dernière et, d'une certaine manière, se soumettre à la construction narrative opérée par la chaîne.

---

<sup>475</sup> *Le vrai-faux journal de la RTBF, op.cit.*, pp 23-25.

Mais un des facteurs qui a probablement le plus contribué à accréditer la véracité de l'émission, au moins durant sa première demi-heure de diffusion, renvoie au contexte socio-politique de la Belgique à la fin de l'année 2006 et aux horizons d'attentes – ou plus exactement d'inquiétudes – de la population belge francophone au moment où survint l'acte canular. Les travaux de Lynda Walsch sur le canular médiatique au XIXe siècle nous rappellent en effet que le succès d'une mystification ne réside pas uniquement dans la qualité intrinsèque de la fabrication d'un objet mystificateur, mais également dans la manière dont celui-ci parvient à s'inscrire dans les horizons d'attentes préexistants au sein du public qui constitue la cible effective de l'acte. Comme cela a été également rapporté dans la première partie de cette dissertation, la plupart des canulars médiatiques perpétrés avec succès ont pour caractéristique commune de bâtir leur discours mystificateur sur une thématique porteuse d'antagonismes forts au sein de la société et notamment à l'intérieur des groupes pris pour cible de la mystification. La recrudescence, dans les mois précédant la perpétration de ce canular, des tensions communautaires en Belgique entre francophones et néerlandophones a ravivé l'hypothèse d'une possible partition du pays. Rappelons au passage que ce thème avait déjà été exploité avec succès lors de la mise en œuvre d'un précédent canular médiatique<sup>476</sup>. Le conflit ayant entouré le devenir de l'arrondissement Bruxelles-Halle-Vilvoorde au printemps 2006, la progression des thèses séparatistes portées par l'extrême droite au sein de l'espace politique flamand et le long blocage institutionnel à l'échelle fédérale ont ravivé un antagonisme plus que centenaire. Plongée dans un contexte économique et social assez critique, la population wallonne s'inquiète depuis plusieurs mois des velléités séparatistes toujours plus affirmées de leurs voisins flamands et des conséquences qui résulteraient d'une éventuelle partition du pays. Les poussées de fièvre nationalistes et les rumeurs régulières concernant des tractations secrètes entre les représentants flamands et francophones ont entretenu, au sein d'une partie de l'opinion, l'idée qu'une politique du fait accompli, sans passer par un large débat public ni un vote des citoyens, était crédible. Les conditions préalables à une mystification d'envergure étaient donc réunies et le « scénario de politique-fiction » établi par Philippe Dutilleul avait les atouts nécessaires pour être vraisemblable, d'autant que la présence d'experts reconnus et de plusieurs

---

<sup>476</sup> La disparition de la Belgique en tant qu'État comme prétexte d'un canular médiatique n'est pas nouvelle. En 1992, le quotidien britannique *The Times* avait annoncé que des négociations en cours étaient sur le point d'aboutir à la séparation du pays en deux États distincts. La partie flamande était supposée rejoindre les Pays-bas et la partie francophone allait fusionner avec la France. Le ministre britannique des affaires étrangères Tristan Garel-Jones fut même un temps dupé par la fausse nouvelle et l'ambassade de Belgique reçut de nombreux appels téléphoniques de personnes s'inquiétant de la situation. (Canular rapporté par Martin WAINWRIGHT, *The Guardian Book of April Fool's Day*, op.cit., p. 84).

personnalités politiques dans l'émission venait accréditer la véracité de la thèse développée.

Si, indubitablement, il y eut mystification d'une partie importante des téléspectateurs exposés à l'émission, celle-ci ne fut certainement pas d'une intensité et d'une durée identique pour tous. La présence à l'écran de la phrase « *Ceci n'est peut-être pas une fiction* » durant trois secondes, immédiatement après l'interruption de « Questions à la Une » et juste avant le lancement du générique du JT, a peut-être, dès ce moment, déclenché la suspicion des téléspectateurs les plus avisés. L'intrusion, un peu moins d'une minute plus tard et durant plus de cinq minutes, du logo de l'émission « Tout ça... », en lieu et place du sigle de la chaîne, a peut-être renforcé ce sentiment, encore qu'elle a aussi pu passer pour une erreur technique liée aux circonstances toujours très particulières qui président à la réalisation d'une édition spéciale. Dans l'ensemble cependant, les éléments accréditant la véracité de l'information annoncée pendant les quinze premières minutes de « Bye-bye Belgium » sont nettement plus nombreux que les signes de fiction ou les incongruités flagrantes.

Cette première période de l'émission correspond aux étapes habituelles d'installation et de déploiement acceptable de la mystification lors de la phase de performance. À ce stade, les acteurs du canular visent à susciter la plus large adhésion possible de la cible – ou du public exposé – à l'égard de l'imposteur et/ou à l'endroit du message mystificateur. Le mimétisme à l'égard de l'objet tel qu'il est supposé être est alors de mise. Dans le cas de « Bye-bye Belgium », les fausses nouvelles à faire admettre pour vraies par le public en ce début d'émission (vote du Parlement flamand en faveur de l'indépendance, effectivité de cette décision et départ du Roi,...) sont d'importance, car elles sous-tendent tout le développement à venir du programme, et notamment le traitement des conséquences – grandes ou petites – supposées découler de l'événement fondateur. Si le temps réel connaît là déjà une accélération dans sa narration télévisuelle, la distorsion demeure néanmoins crédible dans la mesure où plusieurs interventions font état de rumeurs courant au sujet de l'événement depuis l'après-midi.

Les choses s'accroissent à partir de la quatorzième minute quand la RTBF réussit « l'exploit » de lancer « en direct » des reportages traitant des conséquences directes de ce qui est censé s'être produit quelques minutes auparavant, presque immédiatement

après avoir pourtant déclaré à l'antenne qu'« *on ne peut pas mesurer les conséquences politiques, économiques et pratiques que cela peut avoir* ». Peu de temps auparavant, le premier bandeau avec le numéro du centre d'appel mis en place par la RTBF était apparu à l'écran. À partir de ce moment, les incohérences dans le récit et les propos des journalistes deviennent plus nombreuses ; la performance de la mystification entre dans une phase moins univoque qui laisse transparaître plus nettement la possibilité d'une double lecture du programme : l'une réaliste et informative, l'autre irréaliste et fictionnelle. Mais pendant encore un quart d'heure environ, l'attention des téléspectateurs va – au vu de la courbe d'audience de l'émission<sup>477</sup> – rester soutenue et la mystification semble continuer de fonctionner sur une part importante du public, sans doute captivée par l'authenticité des reportages qui se succèdent à ce moment-là sur les nationalistes et les extrémistes flamands (il s'agit en effet de scènes réelles tournées par l'équipe de Philippe Dutilleul au cours des mois précédents).

À compter de la demi-heure d'émission, un bandeau signalant que celle-ci est une fiction apparaîtra assez régulièrement sur l'écran, tandis que le présentateur utilisera le terme de « fiction » de manière assez récurrente dans ses commentaires<sup>478</sup>. À partir de ce moment, l'audience va d'ailleurs s'infléchir et poursuivre sa courbe descendante de manière très constante jusqu'à la fin de l'émission. La présence de scènes au caractère loufoque assez prononcé va s'intensifier jusqu'à l'apothéose burlesque représentée par la séquence du parachutage de GI's sur la tour Reyers.

Au cours du déroulement de l'émission en direct, la chaîne n'a apparemment pas modifié le séquençage et l'ordre de passation des sujets qui avaient initialement été prévus. Elle a, de ce point de vue, respecté une certaine progression, propre à une performance sophistiquée d'un acte canularique, en partant d'un propos mystificateur « understandable » et « acceptable » par la cible visée pour passer, par étapes successives, à un propos mystificateur « désagrégé » et « caricatural » suscitant les doutes du public et finalement le rejet des présupposés qui avaient permis l'installation de la mystification. Les conditions de réalisation et de diffusion de l'émission ne permettaient d'ailleurs guère à la chaîne de bousculer le séquençage de l'émission sans risquer de mettre celle-ci en péril.

---

<sup>477</sup> Cette courbe d'audience figure en page 127 du livre *Le vrai-faux journal de la RTBF*, *op. cit.*

<sup>478</sup> Notons cependant que l'emploi fait du mot « fiction » par François De Brigode, à partir de la vingt-huitième minute de ce programme spécial, demeure longtemps ambigu puisqu'il renvoie dans ses propos davantage à la suite des événements supposés se dérouler dans le pays qu'à la nature de l'émission proprement dite.

C'est toutefois ce qu'elle aurait certainement été amenée à faire en cas d'incidents graves déclenchés par l'émission. Pour ne pas avoir à se trouver dans une telle situation et pouvoir maîtriser au mieux des effets qui prendraient un tour inacceptable, la chaîne s'était heureusement dotée d'instruments d'alerte et de moyens d'intervention permettant de contrôler au mieux la situation. L'émission se déroulant en direct, la chaîne disposait de la possibilité d'intervenir à l'antenne, sans perturber son séquençage initial, en recourant à une intensification des signes de fiction précédemment évoqués. C'est ce qui fut fait lorsque les responsables de l'émission constatèrent que la mystification prenait une ampleur bien supérieure à celle qu'ils avaient prévue<sup>479</sup>.

L'étude de la phase de performance de cet acte canularique met notamment en lumière la façon dont les technologies modernes de communication autorisent aujourd'hui une véritable interaction entre les acteurs et la cible effective d'une mystification perpétrée par la voie d'un média et facilitent la mise en œuvre de moyens permettant d'en contrôler partiellement les effets. En comparaison avec « La guerre des mondes » d'Orson Welles en 1938, ou plus encore avec sa réplique équatorienne de 1949, le cas de « Bye-bye Belgium » témoigne en effet d'une capacité plus éprouvée des « hoaxers » actuels à maîtriser les conséquences non intentionnelles qu'un tel acte est susceptible d'engendrer.

### ***Révélation progressive en cours d'émission***

Comme cela a déjà été évoqué, la phase de révélation de cet acte canularique était inscrite dans le déroulé même de l'émission servant de support à la mystification. Si la chaîne était bel et bien à l'initiative de la révélation, elle étala les éléments de sa mise en œuvre tout au long des 97 premières minutes de l'émission, laissant la sagacité de chacun opérer à son rythme, jusqu'au moment où l'imposture fut enfin formellement dévoilée. L'enquête d'opinion conduite en cours de soirée rapporte que 5 % des téléspectateurs auraient cru à la véracité de la fausse nouvelle jusqu'aux dernières minutes de l'émission, tandis que 89 % déclaraient avoir été abusé par l'information pendant un certain moment. Peu d'éléments sont malheureusement disponibles sur les facteurs objectifs expliquant cet

---

<sup>479</sup> « Je me rends compte que les événements basculent. En régie, on me presse de dire qu'on est dans une fiction car le standard téléphonique mis en place par la RTBF est en train d'exploser. Je ponctue dès lors mes textes d'allusions très claires à la fiction, mais je continue l'émission spéciale avec Alain Gerlache et là évidemment s'installe une confusion entre la réalité dont nous prenons connaissance et celle que nous jouons. » (Propos de François De Brigode rapportés par Philippe Dutilleul dans *Chronique d'une imposture assumée, op. cit.*, p. 73).

important différentiel de crédulité au sein de la population exposée à la mystification. Il est vraisemblable que les pratiques informationnelles des personnes aient eu une incidence sur la rapidité avec laquelle elles prirent conscience de la mystification. Dans les forums qui furent ouverts sur les grands sites d'information, plusieurs témoignages d'internautes assez au fait des nouvelles technologies soulignent qu'un de leurs premiers réflexes peu après l'annonce de la fausse nouvelle par la RTBF fut de consulter des médias électroniques pour vérifier l'information. D'autres eurent un réflexe analogue en téléphonant au standard des grands médias ou en appelant le numéro du centre d'appel de la RTBF dès que celui-ci apparut à l'écran pour la première fois, onze minutes après le début de l'édition spéciale.

De l'aveu des initiateurs de l'opération, confirmé par les témoignages des journaux et des autres médias qui furent contactés ce soir-là, les premières réactions de ceux qui appelèrent ou laissèrent un message sur Internet étaient majoritairement négatives, voire franchement véhémentes, à l'égard du procédé employé par la RTBF. Il est en effet assez rare qu'une personne dupée, venant de découvrir qu'elle a été victime d'une mystification, réagisse positivement, en particulier si sa crédulité était au moment des faits observable par un tiers. L'écoute de la télévision en début de soirée s'opérant le plus souvent dans un contexte familial, certains parents ont pu ainsi être pris en défaut de lucidité par leurs enfants et avoir le sentiment désagréable de perdre la face. Gérald Vandenberghe, un journaliste du JT mobilisé le soir du 13 décembre pour répondre aux téléspectateurs, fut un témoin privilégié des réactions arrivées à la chaîne : « *Au début les téléspectateurs ont réagi très mal. Les standardistes se faisaient engueuler, insulter, traiter de tous les noms. Au fur et à mesure que l'émission se déroulait, les réactions étaient plus mitigées. On discutait avec eux et ils commençaient à réfléchir. Dans un troisième temps, vers minuit et au-delà, sont apparus les encouragements. Les gens nous félicitaient, disaient que c'était l'émission qu'ils attendaient depuis longtemps, qu'on avait fait tomber un tabou et des choses de ce genre-là. C'est l'évolution que j'ai ressentie.* »<sup>480</sup> La RTBF, en procédant de la sorte, a joué gros. En usant de sa crédibilité en matière d'information pour construire, accréditer et diffuser délibérément une fausse nouvelle, la chaîne se plaçait de fait en situation d'abus de pouvoir vis-à-vis de son public. Formellement, l'acte perpétré avait toute raison de s'apparenter à un « canular descendant », autrement dit une mystificatrice produite par instance médiatique puissante

---

<sup>480</sup> Propos cités dans *Chronique d'une imposture assumée, op. cit.*, p. 101.



à l'encontre d'une cible statutairement en position d'infériorité. À une époque de forte suspicion à l'égard des médias, en particulier à l'endroit de la télévision, la RTBF ne pouvait s'attendre à se voir louangée par ceux-là même qui s'étaient sentis piégés par son opération. Elle parvint cependant à retourner partiellement cette situation qui semblait pour elle bien mal engagée grâce à un travail important de communication sur les justifications de son acte et les objectifs finaux de la mystification qu'elle avait mise en œuvre.

### ***La narration auctoriale fait son chemin***

La très volumineuse production journalistique suscitée par ce canular médiatique dans les mois qui suivirent sa perpétration n'a pour l'heure fait l'objet que de recherches encore trop parcellaires pour permettre d'appréhender de manière satisfaisante l'ensemble des réactions et des commentaires qui virent le jour à son sujet au sein de l'espace public. À défaut d'avoir pu nous-même procéder à un travail d'une telle ampleur, nous tenterons donc, dans les pages qui suivent, de rendre compte au mieux des caractéristiques du traitement éditorial de ce cas qui nous ont parues les plus saillantes et les plus pertinentes au regard de notre problématique globale.

Comme cela a déjà été observé à propos de cas précédemment étudiés, la nature du traitement médiatique de cet acte canularique a connu des différences parfois importantes en fonction des types de supports considérés, du positionnement éditorial plus ou moins affirmé et propre à chacun des médias, mais également suivant leur affiliation communautaire ou leur origine nationale. Ainsi, le fait que le thème de ce canular médiatique renvoyait à un débat politique majeur opposant depuis longtemps les deux principales communautés linguistiques du pays a nécessairement donné un tour plus dramatique et plus émotionnel au traitement qu'en ont fait les médias belges et établit, par ailleurs, des spécificités notables selon qu'il s'agissait de supports francophones ou néerlandophones.

Hors de Belgique, où les enjeux liés à la question du devenir du pays étant évidemment moins sensibles, la presse eut une attitude nettement plus distanciée et s'intéressa davantage au caractère médiatique très atypique de l'opération orchestrée par la RTBF.

Les discours extranationaux connurent cependant des nuances notables selon qu'ils émanaient de pays limitrophes (France, Pays-Bas, Allemagne), d'autres pays de l'Union européenne<sup>481</sup>, de pays anglo-saxons (où l'intérêt journalistique pour les canulars médiatiques est particulièrement fort), ou encore d'autres pays de la planète (dont les chaînes de télévision, toujours à l'affût de sujets originaux, trouvèrent dans ce sujet matière à reportage insolite pour divertir leur public).

En Belgique, à l'instar des premières réactions du public et de la classe politique, le discours des médias fut d'abord très critique à l'encontre de l'émission et de la RTBF. RTL/TVI, la principale chaîne privée, s'insurgea contre le procédé employé en s'interrogeant sur ce qu'il serait advenu si elle-même avait opéré de la sorte. Dans les quotidiens francophones du 14 décembre 2006, les critiques virulentes étaient bien plus nombreuses que les propos louangeurs. Sans doute influencés par pléthore de commentaires agacés reçus depuis la veille au soir sur leurs sites Internet, certains journaux rendirent compte – sans doute de manière quelque peu amplifiée – des effets supposément produits par l'émission. Ainsi, *La Dernière Heure* titra le jeudi de façon assez emphatique « *L'émission spéciale qui a fait paniquer la Belgique* » et brocarda vivement l'émission (« *ce canular d'un goût douteux* ») ainsi que la RTBF qui avait « *cru malin de lancer une fausse édition spéciale* ». Le quotidien se ravisa un peu le lendemain (édition du vendredi 15 décembre 2006) en adoptant un ton moins péremptoire. Sous la manchette intitulée « *Faux JT : vos réactions !* », le quotidien se permit même d'ironiser en apposant sur sa une la mention « *Édition spéciale* », en référence à la dénomination donnée à l'émission le soir de sa diffusion. Dans les huit pages consacrées ce jour-là à l'émission, celle-ci n'était désormais plus qualifiée de « *canular douteux* » – mais simplement de « *canular* » – et les « *commentaires des citoyens* » étaient à présent jugés « *plus partagés* » (« *Beaucoup se sont montrés indignés, mais presque tout autant saluent le beau coup médiatique de la RTBF et espèrent que la mise en garde sur la fin de notre pays aura été bénéfique* »).

Les discours médiatiques sur cette affaire n'auront, en effet, pas été aussi univoques que ce que les premières réactions de la presse pouvaient laisser paraître. Les avis à propos de ce canular, tant au niveau des procédés communicationnels employés que des questions

---

<sup>481</sup> Capitale de la Belgique et siège de plusieurs institutions majeures de l'Union européenne, Bruxelles accueille en permanence les correspondants des principaux médias du continent qui ne manquent naturellement pas de couvrir un tel événement.

politiques soulevées, évoluèrent parfois sensiblement au fil du temps. Il est courant de dire que le temps cicatrise les blessures lorsque celles-ci ne sont pas mortelles. A l'évidence, une partie de la population belge avait effectivement été « blessée » par l'émission et par les procédés peu conventionnels auxquels elle avait eu recours. Les transgressions opérées par la RTBF étaient graves sur le plan de la déontologie supposée régir l'information produite par une chaîne de télévision. À l'exception des nationalistes les plus extrémistes, rares étaient les personnes, notamment en Wallonie, qui pouvaient se réjouir d'une Belgique volant en éclats. Cependant, et contrairement à ce que d'aucuns avancèrent, la fausse nouvelle de la RTBF n'eut pas véritablement pour effet d'exacerber les tensions qui existaient déjà entre les deux communautés. C'était d'ailleurs un aspect des choses auquel Philippe Dutilleul et les responsables de la chaîne avaient tout particulièrement veillé. Le visionnage de l'émission hors de son contexte initial de diffusion laisse transparaitre nombre de détails insolites, d'incohérences, de signes – évidents après-coup – de fiction et des aspects burlesques conférant au programme un caractère plus farcesque que violemment mystificateur. Nombre de personnalités politiques qui protestèrent de façon véhémement quand ils apprirent la diffusion de « Bye-bye Belgium » devinrent plus clémentes après avoir regardé l'émission. Le CSA qui fut saisi de l'affaire enquêta, auditionna, consulta, analysa, admonesta, mais fit finalement montre de clémence dans les sanctions qu'il prononça – se limitant à l'interdiction de rediffuser l'émission, de la présenter dans des festivals et de la mettre en vente sous la forme d'un DVD. Aucune tête au sein de la direction de la RTBF ne tomba.

Même si le terme déplu foncièrement à Philippe Dutilleul, le fait que « Bye-bye Belgium » fut qualifié par beaucoup de « canular » contribua fortement à désamorcer une partie des polémiques qui s'étaient ouvertes et inscrivit l'opération dans la droite lignée d'une tradition canularsque déjà longue en Belgique. De hautes autorités de l'État, peu de temps après l'affaire, s'amusèrent même du tour un peu tragi-comique rapidement pris par l'affaire. Moins de cinq jours après la diffusion de l'émission, Fadila Laanan, ministre de l'Audiovisuel et de la Culture en Communauté française, adressa aux médias un faux JT réalisé par ses services pour commémorer les cinquante ans du journal télévisé. Le roi Albert II, dans ses vœux de fin d'année prononcés le 24 décembre 2006, choisit – au grand étonnement des commentateurs – d'évoquer implicitement « Bye-bye Belgium »

lorsqu'il parla de la situation intérieure du pays<sup>482</sup>, témoignant au passage d'un indéniable sens de l'humour à l'endroit d'une émission qui avait maltraité son image.

Après avoir été largement décriée, « Bye-bye Belgium » finira même – une fois l'émotion apaisée – par gagner une véritable reconnaissance publique pour son caractère audacieux et novateur en matière de création télévisuelle. Elle recevra le prix de la meilleure émission TV de l'année 2006 décernée par les lecteurs du magazine *Téléoustique* et l'interdiction de commercialisation de l'émission sous la forme DVD prononcée par le CSA au plus fort de la polémique sera assez rapidement levée<sup>483</sup>. Le 12 décembre 2007, soit un an après la diffusion à l'antenne de « Bye-bye Belgium », l'émission « Questions à la Une » de la RTBF présentera deux reportages intitulés « Docu-fiction : la RTBF a-t-elle perdu la tête ? » et « Avons-nous eu tort d'avoir raison trop tôt ? ». Dans ce dernier reportage, Pierre Marlet, journaliste de la RTBF et coordinateur du projet pour la chaîne, affirmera : « *Cette émission a montré aux gens que nous ne sommes pas à la botte du monde politique* ». Son collègue Jean-Claude Defossé semblera partager cet avis en déclarant : « *Avec « Bye-bye Belgium », la RTBF a renoué avec une tradition d'impertinence en toute indépendance* ».

Le retournement positif de l'image de l'émission dans l'opinion belge francophone n'a pas été que le résultat du travail naturel du temps. Un moment dépassée par l'ampleur des premières réactions et leur teneur très critique, la RTBF a rapidement su reprendre la situation en main et mettre en œuvre une stratégie de communication de crise, habile et assez efficace. Prise sous les feux croisés des attaques d'une partie des téléspectateurs, de certains politiques, d'autres médias d'information et de son autorité de tutelle, les dirigeants de la chaîne ont su répliquer en apportant des réponses différenciées en fonction de la nature de leurs interlocuteurs. Face au CSA, la RTBF a adopté un profil bas et fait amende honorable en reconnaissant qu'elle avait été en partie dépassée par les événements. Elle s'est défendue d'avoir eu des intentions préjudiciables en insistant sur les dispositifs préventifs qu'elle avait mis en œuvre en amont de la diffusion de l'émission. Les sanctions furent légères et le départ d'Alain Gerlache de la direction de la

---

<sup>482</sup> « *Il est évident que notre pays, dans ses actions en faveur de la paix partout dans le monde, ne sera vraiment crédible que si, à l'intérieur même de nos propres frontières, le respect mutuel, l'entente et la cohésion seront la réalité et pas la fiction* ». (Source : <http://www.dhnet.be/infos/faits-divers/article/162838/>, consultable en ligne au 16 octobre 2010).

<sup>483</sup> Un DVD, édité par la RTBF, reprenant l'émission du 13 décembre 2006, accompagnée des reportages diffusés dans « Questions à la Une » du 12 décembre 2007 a effectivement été commercialisé à partir du 15 décembre 2007.

chaîne, apparemment prévu de longue date et rendu effectif au début de l'année 2007, a sans doute contribué à calmer le jeu. À celles et ceux qui avaient prédit que la crédibilité de la chaîne dans le domaine de l'information allait se trouver durement affectée par le mélange contre-nature des genres opéré par « Bye-bye Belgium », la RTBF opposa le fait que les chiffres d'audience des journaux télévisés de la chaîne n'avaient pas connu de déclin à la suite du 13 décembre 2006.

Face aux critiques des autres médias et de la presse écrite en particulier, la chaîne entreprit de communiquer largement sur les conditions de réalisation de l'émission, ainsi que sur le fait que ses intentions étaient plus pédagogiques que sensationnalistes. Les journalistes de la RTBF qui avaient pris part à l'opération furent incités à monter au créneau auprès de leurs confrères pour expliquer la « noble » motivation de l'émission – celle d'ouvrir un large débat public sur la question trop occultée de la division du pays – et pour les renseigner sur les longs et minutieux préparatifs que la réalisation du programme avait nécessités. Rarement un acte canularique n'aura vu sa phase d'élaboration aussi largement exposée par ceux qui y participèrent. François De Brigode donna beaucoup de sa personne en répondant à de multiples interviews pour justifier la délicate présence de Filip Dewinter dans l'émission. Dans les jours qui suivirent la diffusion, de nombreux articles relatant le *making of* de l'émission purent ainsi être publiés grâce aux informations fournies par la chaîne et par la production. À l'instar de Philippe Dutilleul dans le livre qu'il venait de faire paraître, la chaîne insista sur le long travail d'enquête journalistique effectué pour préparer l'émission et alimenta un décryptage pédagogique des contenus de l'émission mettant en valeur tantôt l'authenticité de certaines séquences, tantôt le caractère volontairement loufoque d'autres passages supposés alerter le public de la nature fictionnelle du programme. Ce double niveau d'argumentation, celui du sérieux de l'objectif recherché et celui d'une relative frivolité et d'une indéniable audace de la forme utilisée, semble avoir assez efficacement porté ses fruits auprès de la presse écrite.

A la différence de Philippe Dutilleul, les dirigeants de la RTBF ne contestèrent pas le terme « canular » qui fut associé à l'émission par la plupart des journaux. Tout en insistant sur son caractère élaboré et sa forme d'apologue, cette acceptation de la dimension canularique de « Bye-bye Belgium » venait conforter la supposée innocuité de l'acte perpétré. Elle dédouanait partiellement l'émission de son caractère trop

expérimental et quelque peu sulfureux au profit d'une inscription dans une tradition farcesque assez populaire en Belgique. La participation de Philippe Geluck à l'émission du 13 décembre 2006 était aussi un élément qui confirmait a posteriori l'intention humoristique et insolite de l'opération.

La RTBF fit également profil bas à l'égard des téléspectateurs qui avaient été choqués par l'émission. Son administrateur général, Jean-Paul Philippot, leur présenta ses excuses et déclara : « *Nous n'avions pas l'intention de créer une telle émotion, mais plutôt d'aborder une vraie question qui préoccupe les citoyens dans leur attachement à la Belgique* »<sup>484</sup>. Si, dans leurs propos, les responsables de la chaîne veillèrent à ne pas s'en prendre trop explicitement au personnel politique du pays<sup>485</sup>, qui se montrait à leurs yeux trop réticent à ouvrir un véritable débat sur les divisions intercommunautaires, certaines de leurs déclarations furent néanmoins interprétées comme un acte de défiance à l'égard de leur tutelle et des dirigeants politiques fédéraux. Ce qui, initialement, avait l'allure d'un canular descendant prit ainsi – du fait du discours d'accompagnement proféré par la RTBF et plus encore par Philippe Dutilleul – la forme d'un canular ascendant, autrement dit d'une sorte de « sédition » engagée par une instance intermédiaire à l'encontre d'une instance supérieure (la classe politique belge) et au nom de la défense des intérêts des téléspectateurs-citoyens. Cette visée « politique » portée par l'acte canularesque, loin de n'être qu'une façade derrière laquelle s'abritait la chaîne pour esquiver les critiques, figurait déjà dans les premières intentions du concepteur de l'émission au moment de son élaboration.

À la suite de la diffusion de « Bye-bye Belgium », un large débat s'est d'ailleurs engagé dans les médias sur la question communautaire et sur l'avenir de la Belgique. La RTBF – société publique regroupant plusieurs stations télévisuelles et radiophoniques – n'hésita pas à user de sa puissance en accordant un temps d'antenne conséquent à des émissions consacrées à ces sujets. Les autres médias ne demeurèrent pas en reste sur la question. Dès son édition des 16 et 17 décembre 2006, *Le Soir* lança un appel intitulé « *Lettre à nos amis Flamands* » et proposa à *De Standaard* de collaborer pour faire tomber les clichés intercommunautaires, ce que le quotidien néerlandophone s'empressa d'accepter. Grâce à

---

<sup>484</sup> Déclaration de Jean-Paul Philippot lors d'une conférence de presse tenue le 14 décembre 2006 et rapportée par une dépêche de l'Agence Belga du même jour (consultable en ligne au 16 octobre 2010 à l'adresse <http://www.lalibre.be/actu/belgique/article/320377/philippot-assume-le-choix-de-la-fiction.html>).

<sup>485</sup> Il convient en effet ici de rappeler que le conseil d'administration de la RTBF comprend notamment en son sein des représentants émanant du Conseil culturel de la Communauté française de Belgique.

son travail de communication et à la lecture qu'elle parvint à imposer de l'événement, la RTBF réussit à contrôler les effets, au départ néfastes pour elle, de son acte canularique et à les retourner – au moins partiellement – à son avantage. La grave crise institutionnelle qui s'ouvrit six mois plus tard à la suite des élections législatives de juin 2007 sembla presque lui donner raison. Entre une partition fictive du pays et une menace réelle d'implosion de la Belgique, l'émission « Bye-bye Belgium » passait pour un péché véniel...

#### **IV-8.4 Les principaux enseignements du cas étudié**

L'analyse de cet acte canularique témoigne d'abord de l'extrême complexité d'une opération mise en œuvre par une chaîne de télévision ayant choisi de procéder à la mystification de son public en prenant pour support une émission réalisée et diffusée en direct, sans alerte préalable quant à sa nature fictionnelle. Elle met aussi en lumière le long processus d'arbitrage et de redéfinition du projet qui s'est établi lors de la phase d'élaboration de l'acte entre le concepteur du programme et l'instance médiatique qui en assumait la production exécutive, la diffusion et la responsabilité éditoriale.

À la différence de l'émission d'Orson Welles sur CBS en 1938, « Bye-bye Belgium » ne fut pas le fruit d'un « détournement » opéré par un réalisateur de programmes à l'insu de l'instance médiatique lui offrant un espace de diffusion, mais bel et bien le résultat d'une étroite collaboration entre les deux parties. Si une entente globale fut trouvée sur la forme et la nature du programme entre le concepteur de l'émission et les responsables de la chaîne, ce fut au prix d'une longue négociation et de multiples ajustements apportés au projet. De fait, il nous paraît légitime d'affirmer que le produit final de l'opération aura résulté d'une auctorialité partagée ; une situation peu courante dans le cas d'un acte canularique. Cette particularité explique pour partie la durée exceptionnelle de la conception et de la fabrication de l'émission – deux années et demie – et les interférences temporelles constatées entre deux phases habituellement plus aisées à dissocier lors de l'étude d'un acte canularique. Si, face aux critiques engendrées par la perpétration de l'acte, ni le concepteur originel de l'émission ni les responsables de la chaîne ne se désolidarisèrent, certaines divergences de vue assez nettes existèrent, notamment sur la manière dont ils envisageaient le déroulement de la phase de mystification et dans la façon de justifier socialement cette initiative hors norme. Durant les jours et les mois qui

suivirent la diffusion de l'émission, ce furent les responsables de la RTBF qui prirent en main l'essentiel de la narration auctoriale de l'événement afin de calmer les esprits et éviter des sanctions administratives qui auraient pu être lourdes. Ce n'est que lorsque la tempête fut passée que Philippe Dutilleul pût développer sa lecture plus personnelle de l'événement et revendiquer assez nettement les intentions « subversives » de l'acte dont il était à l'origine et dont il fut sans doute la principale cheville ouvrière<sup>486</sup>.

Au-delà de cette « double auctorialité », l'analyse de ce cas souligne l'importance des dispositifs connexes à l'émission proprement dite qui furent mis en oeuvre par la chaîne à la fois pour garantir le plus grand impact médiatique possible à la mystification et pour tenter aussi de contrôler au mieux les conséquences dommageables que celle-ci aurait pu avoir sur son public et, par effet de retour, sur elle-même. Si des défaillances se produisirent bel et bien, la RTBF parvint toutefois à en limiter les conséquences en cours de diffusion de l'émission grâce aux moyens d'interaction qu'elle avait su mettre en place avec le public. Différemment de ce qui advint lors de cas similaires, aucun phénomène de panique collective ne fut avéré et, en dépit de l'émotion suscitée chez certains téléspectateurs, personne n'eut à subir de préjudice grave en relation directe avec la perpétration de cet acte. Si la maîtrise convenable du processus est à mettre au crédit des responsables de la chaîne et peut-être aussi aux hasards de la chance, il convient de souligner également l'apport majeur de nouveaux instruments de communication qui ont, au cours des dernières années, considérablement accru les capacités de réaction dans l'hypothèse d'une situation prenant un tour indésirable.

Concernant la nature du message porté par cet acte canularique, on notera, malgré des différences d'intensité dans les intentions préalables et les récits auctoriaux produits respectivement par le concepteur de l'émission et l'instance diffuseuse, sa dimension critique et politique forte au regard de l'appartenance de ses instigateurs à une grande chaîne de la télévision publique. Jusque-là, les antécédents célèbres de canulars médiatiques perpétrés à l'initiative d'instances radiophoniques ou télévisuelles n'avaient jamais choisi un thème aussi proprement politique et qui posait ouvertement la question de la gouvernance du pays. C'est certainement cette transgression de nature inédite qui

---

<sup>486</sup> Dans *Chronique d'une imposture annoncée*, *op.cit.*, p. 43, Philippe Dutilleul écrit : « Pas étonnant (...) que l'émission ait provoqué l'effet d'un pavé dans la mare consensuelle, élevée au rang de dogme par celles et ceux qui ont acquis un statut institutionnel dans la société belge et veulent le conserver. L'émission a dérangé de par sa dimension politique les « intouchables » de toute nature qui oeuvrent dans le microcosme politique et médiatique. »



expliqua l'ire d'une partie de la classe politique belge à l'endroit de l'initiative prise par les responsables de la RTBF.

Bien plus qu'un simple « coup médiatique », dont la finalité aurait été de recueillir une audience élevée et d'assurer l'autopromotion de ses auteurs, la diffusion de « Bye-bye Belgium » fut certainement pour la chaîne – au vu des risques encourus pour un objectif de cette nature – un acte à portée sociale large et visant également à marquer sa relative indépendance à l'égard de la tutelle politique.

## ***IV-9 Le canular opéré par la chaîne néerlandaise BNN à l'encontre de son public à travers l'émission « De Grote Donor Show » diffusée le 1<sup>er</sup> juin 2007***

### **IV-9.1 L'exemplarité du cas**

De tous les canulars médiatiques survenus au cours des dernières années, le cas de l'émission « De Grote Donor Show » est vraisemblablement celui qui, après le programme « Bye-bye Belgium », a généré la plus forte couverture journalistique. Les deux émissions cultivent d'ailleurs de nombreux points communs : toutes deux sont le produit d'une instance médiatique puissante (une chaîne de la télévision publique), ont pris la forme d'un programme *one shot*, réalisé et diffusé en direct, et ont nécessité la mise en œuvre d'importants moyens.

Mais, à la différence de « Bye-bye Belgium », le « Grote Donor Show » doit une large part de son impact médiatique à une intense phase de mystification enclenchée plusieurs semaines avant la diffusion du programme. L'émission néerlandaise se distingue également de sa consœur belge par son appartenance explicite au genre de la télé-réalité et par sa thématique très atypique pour ce type de programme. En outre, les ressorts humoristiques auxquels recourent très fréquemment les actes canulars sont, dans ce cas précis, presque totalement absents.

### **IV-9.2 L'exposé médiatique du cas**

Le 25 avril 2007, la chaîne hollandaise BNN, qui diffuse ses programmes en fin de journée et en soirée sur le réseau public Nederland 3, annonce la diffusion le 1<sup>er</sup> juin suivant en *prime time* d'un programme de 80 minutes visant à sensibiliser la population néerlandaise à la question du don d'organe<sup>487</sup>. Cette émission exceptionnelle entend inciter les téléspectateurs à s'inscrire sur la liste officielle des donneurs de rein pour faire face à la dramatique pénurie dont souffrent depuis plusieurs années les hôpitaux du pays. Selon l'Association des malades rénaux des Pays-Bas, 1088 malades du rein étaient en

---

<sup>487</sup> Le communiqué de presse de BNN du 25 avril 2007 figure à l'adresse : <http://www.bnn.nl/page/persberichten/archief/46960> (consultable en ligne au 15 octobre 2010).

attente d'une greffe en mai 2007, et le délai d'attente, en progression assez sensible depuis plusieurs années, atteignait en moyenne plus de quatre ans.

Intitulé « De Grote Donor Show » (littéralement, « la grande émission du donneur »), le programme annoncé prendra la forme d'une émission de plateau, tournée en direct, suivant une mise en scène de nature inédite, à la croisée des émissions classiques de « téléthon » et des programmes de télé-réalité. Le programme promet d'être spectaculaire, puisque l'essentiel de sa scénographie sera organisé autour de quatre personnes : trois d'entre elles (Esther-Claire, 39 ans, présentatrice à la radio ; Vincent, 19 ans, futur infirmier ; Charlotte, 29 ans, éducatrice pour handicapés mentaux), sont sous dialyse et en attente d'une opération rénale. La quatrième protagoniste, âgée de 37 ans, est prétendument atteinte d'une tumeur du cerveau incurable et disposée à offrir ses reins à celui des trois candidats qui, au terme de l'émission, l'aura convaincue de la justesse de son choix. Animée par un des présentateurs-vedettes de BNN, Patrick Lodiers, l'émission promet de donner la part belle aux témoignages des quatre invités et aux échanges entre les trois candidats et la donneuse potentielle. Comme dans la plupart des émissions de « contest », les téléspectateurs pourront exprimer leur avis en direct via SMS surtaxés (les profits effectués étant reversés à une fondation venant en aide aux jeunes malades et handicapés) pour tenter d'orienter le choix final de la donneuse.

Lors de la présentation du programme, la chaîne BNN légitime sa décision d'aborder un sujet aussi sensible par l'inquiétant recul des dons de reins observés depuis quelques années aux Pays-Bas et, de manière plus circonstanciée, par son désir de rendre hommage à son fondateur, Bart de Graaff, décédé en 2002 à l'âge de 35 ans suite au rejet d'une énième transplantation rénale. La BNN (acronyme de « Bart Neverending Network »), créée en 1997 et destinée à un public de jeunes adultes, justifie le recours aux procédés de la télé-réalité par la nécessité de frapper l'opinion, et en particulier le jeune public, sur une pathologie souvent fatale qui affecte toutes les classes d'âge de la population.

Les médias d'information et les pouvoirs publics néerlandais, habitués aux frasques télévisuelles de la jeune chaîne, redoutent immédiatement de voir l'émission dériver dans le sensationnalisme et le voyeurisme. Surnommée « Brutaal News Network », BNN souffre en effet d'une réputation très controversée en raison de débordements répétés lors d'émissions traitant de sujets tels l'usage des drogues ou les pratiques sexuelles. Déjà en

2005, la chaîne avait dû, devant les réactions indignées de l'opinion, renoncer au lancement d'une émission spéciale sur le don de sperme où une femme devait sélectionner le père de futur enfant sous les yeux des caméras<sup>488</sup>.

Endemol, la société de production retenue pour la réalisation du « Grote Donor Show », ne rassure guère davantage les autorités morales et politiques du pays. Fondée en 1994 par Joop van den Ende et John de Mol (deux Néerlandais élevés au rang de célébrités nationales), l'entreprise peut certes se prévaloir d'un développement exceptionnel qui, en quelques années, l'a placée au troisième rang mondial des producteurs d'émissions télévisuelles. Mais l'essentiel de sa réussite s'appuie sur la création de programmes de télé-réalité – notamment « Big Brother », « Deal or No Deal », « Extreme Makeover » – souvent sujets à polémiques.

Durant les cinq semaines suivant l'annonce de l'émission et jusqu'à sa diffusion, un vif débat s'engage autour du « Grote Donor Show » au sein de la classe politique néerlandaise, des associations de malades, des autorités religieuses du pays, des médias nationaux et étrangers ainsi que dans l'opinion. Aux Pays-Bas comme dans le reste du monde, la question du don d'organe est très sensible. Depuis plus de vingt ans, nombre de scandales concernant de très lucratifs trafics d'organes ont été dénoncés par la presse ou les autorités sanitaires. L'intrusion de la thématique de la mort dans une émission de télé-réalité ajoute au caractère sulfureux de l'entreprise projetée. La polémique prend très rapidement une tournure internationale et les principaux médias d'information européens vont abondamment relayer et commenter l'information, le plus souvent pour attaquer l'usage de la télé-réalité par BNN<sup>489</sup>. En dépit des démarches engagées par plusieurs parlementaires néerlandais pour faire interdire l'émission ou tenter de lui donner une forme plus acceptable, la programmation du « Grote Donor Show » est maintenue et bénéficie même d'une incroyable publicité.

Les réactions de l'opinion à l'égard de l'émission projetée sont très majoritairement négatives : un sondage publié quelques jours avant la diffusion du programme souligne

---

<sup>488</sup> Information rappelée par *The Guardian* dans un article publié le 29 mai 2007 à l'adresse :

<http://www.guardian.co.uk/media/may/29/realitytv.broadcasting> (consultable en ligne au 15 septembre 2009).

<sup>489</sup> « Aux Pays-Bas, la télé-réalité joue avec le don d'organe » titre *Le Monde* dans son édition du 31 mai 2007. Cet article restait consultable en ligne au 15 octobre 2010 à l'adresse [http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type\\_item=ART\\_ARCH\\_30J&objet\\_id=991292&clef=ARC-TRK-NC\\_01](http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=991292&clef=ARC-TRK-NC_01)).

que 61 % des Néerlandais jugent « mauvaise » l'idée d'une telle émission<sup>490</sup> pendant qu'une autre enquête met en lumière que 75 % des Néerlandais entendent boycotter le programme. Le 1<sup>er</sup> juin, quelques heures avant la diffusion, le Premier ministre néerlandais s'inquiète publiquement des « conséquences négatives » que pourrait avoir le « Grote Donor Show » sur « l'image internationale des Pays-Bas »<sup>491</sup>.

Diffusée le vendredi 1<sup>er</sup> juin à 20 heures 30, l'émission recueille une audience exceptionnelle : 1,2 millions de téléspectateurs<sup>492</sup> dans un pays qui compte 16,3 millions d'habitants. Par ailleurs, 12000 personnes ont, durant l'émission et dans les heures qui suivirent, adressé un SMS pour demander un formulaire d'inscription au registre officiel des donneurs d'organes, tandis que 43000 formulaires du même document auraient été téléchargés sur Internet<sup>493</sup>.

Devant ce succès, une partie des soupçons concernant les intentions réelles des producteurs de l'émission tendent à s'estomper. Le 2 juin, plusieurs ministres néerlandais, parmi les plus critiques à l'égard de l'émission avant sa diffusion, témoignent publiquement de leur soulagement, voire de leur satisfaction. Ronald Plasterk, ministre travailliste de l'Education et de la Culture évoque « *une manière intelligente d'attirer l'attention sur le problème des dons d'organes* »<sup>494</sup>.

Mais ce qui a certainement le plus contribué à désamorcer la polémique ouverte avant la diffusion du programme, c'est la suspension en cours d'émission de la morbide procédure d'élimination des candidats par la donneuse et l'annonce en direct que ladite Lisa, supposée en phase terminale de sa maladie, était en fait une actrice en pleine santé, payée

---

<sup>490</sup> Données issues d'une enquête d'opinion réalisée par l'institut NOVA et rapportées par *de Volkskrant* dans son édition du 31 mai 2007. Ces chiffres sont également cités par un blog consacré au marché publicitaire à l'adresse <http://blog.adformatie.nl/index.php/entries/donorshow-bestrijdt-struivogelpolitiek/> (consultable en ligne au 15 octobre 2010).

<sup>491</sup> Déclaration rapportée à l'adresse [http://sitedeouf.virginradioblog.fr/m/2007/05/ttralit\\_choc.html](http://sitedeouf.virginradioblog.fr/m/2007/05/ttralit_choc.html) (consultable en ligne au 15 octobre 2010).

<sup>492</sup> Selon le Stichting KijkOnderzoek, institut de sondage en charge de la mesure d'audience de la télévision aux Pays-Bas, il s'agit de la meilleure audience recueillie par BNN depuis janvier 2004. (Consultable à l'adresse <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2686/Binnenland/article/detail/848375/2007/06/02/Ruim-1-2-miljoen-kijkers-voor-De-Grote-Donorshow.dhtml>, en ligne au 15 octobre 2010).

<sup>493</sup> Selon les données officielles diffusées par le site d'information « NU.nl » le 16 juillet 2007. L'article était consultable en ligne au 15 septembre 2009 à l'adresse : <http://www.nu.nl/1155955/donorshow-Duizenden-extra-donoren-op>.

<sup>494</sup> Propos rapportés dans l'article « Les Néerlandais piégés par un jeu télévisé sur la greffe du rein », paru en une de l'édition du *Monde* daté des 3 et 4 juin 2007. (Consultable en ligne à l'adresse [http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type\\_item=ART\\_ARCH\\_30J&objet\\_id=991760&clef=ARC-TRK-NC\\_01](http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=991760&clef=ARC-TRK-NC_01), au 15 octobre 2010).

par la production pour jouer un rôle de composition. L'imposture aura été tenue secrète durant les soixante-quatorze premières minutes de l'émission, même si des rumeurs rapportées par certains médias avaient couru, les jours précédant l'émission, d'une possible mystification. Durant plus d'une heure, le programme a donc tenu ses « promesses », et plus d'une centaine de journalistes étrangers avaient fait le déplacement pour suivre l'émission en direct. Au fur et à mesure du déroulé du programme, la succession de témoignages poignants et l'ambiance pathétique de la « compétition » ont même parfois provoqué quelques dérapages qui ont plongé une partie du public dans un malaise évident. Rien ou presque n'aura été épargné aux téléspectateurs dans le scénario de mise en tension élaboré par la chaîne, jusqu'à l'intervention soudaine de l'animateur du programme pour dévoiler enfin la supercherie et faire basculer totalement la nature de l'émission.

La révélation de la mystification va surprendre les journalistes comme les téléspectateurs et déclencher à sa suite une nouvelle et très intense vague médiatique à propos du « Grote Donor Show ». Les médias nationaux et internationaux qui avaient déjà commenté l'annonce du programme et la polémique d'avant-diffusion vont à nouveau traiter l'événement. D'autres supports d'information qui n'avaient pas jugé opportun jusque-là de publiciser une telle opération entreront également dans la danse. Dans la presse comme à la télévision, les débats sur l'émission et les nombreuses questions qu'elle a ouverte se prolongeront pendant plusieurs semaines. Si la question de l'éthique et de la déontologie des médias vont continuer d'occuper les discussions, ce sera cependant en des termes assez différents et moins vindicatifs que ceux qui avaient prévalu avant la diffusion du programme.

#### **IV-9.3 L'analyse du cas au regard du schéma générique**

##### *Une conception sur fond de télé-réalité*

De cette étape, qui constitue le préalable à la construction de l'acte canularique proprement dit, nous ne disposons que des rares informations rendues publiques par les responsables du programme, c'est-à-dire le diffuseur (BNN) et la société de production (Endemol Pays-Bas). Aucune information précise sur la manière dont l'émission a été

conçue n'a véritablement filtré, en dépit des recherches effectuées par les nombreux journalistes qui se sont intéressés à cet événement.

Cette stratégie du secret, entretenue par les opérateurs de la mystification, n'est guère étonnante. Aux Pays-Bas, comme dans tous les pays où le secteur télévisuel est en proie à une vive concurrence, il est d'usage de préserver un certain mystère sur les procédés de fabrication d'un programme et de procéder à un contrôle strict des informations diffusées auprès des médias. À cette prudence du diffuseur, s'ajoute celle du producteur : Endemol étant internationalement réputé pour le succès de ses programmes de télé-réalité et pour la commercialisation de ses formats télévisuels à nombre de chaînes, il n'est guère étonnant que l'entreprise se soit, une fois de plus, livrée à une protection jalouse de ce qui représente son savoir-faire.

À ce paramètre socio-économique propre au marché audiovisuel s'ajoute un autre paramètre qui renvoie au processus de la création télévisuelle contemporaine. La conception d'une émission du type du « Grote Donor Show » est généralement le fruit d'un travail collectif et sa propriété intellectuelle échoit pour l'essentiel à la société de production, conjointement à la chaîne ayant pris le risque de financer et diffuser le programme. Aussi, l'attribution de la paternité d'un concept à l'une des personnes employées par ces entreprises serait susceptible d'engendrer des litiges dont les coûts atteindraient des sommes considérables.

Dans les multiples prises de parole d'Endemol et de BBN concernant « De Grote Donor Show », deux personnes sont cependant systématiquement mises en avant : Paul Römer, directeur général d'Endemol aux Pays-Bas, présenté comme le créateur et le producteur du programme, et Laurens Drillich, président de BBN. Appartenant à la même génération (ils sont nés tous deux dans le milieu des années 1960), les deux hommes ont en commun d'avoir chacun accompagné les fondateurs de leur entreprise depuis leur création. Paul Römer collabore en effet avec John de Mol et Joop van den Ende depuis les débuts d'Endemol en 1994 et Laurens Drillich a travaillé en étroite collaboration avec Bart de Graaff – le créateur de BBN – depuis 1997 et jusqu'au décès de celui-ci en 2002. Les deux sociétés audiovisuelles se sont très rapidement taillées d'importants succès en développant ou en diffusant des programmes de télé réalité. Leur parcours est si proche, qu'en janvier 2008, Laurens Drillich acceptera de rejoindre le groupe Endemol en tant

que vice-président de la filiale « USA Latino », tandis que Paul Römer accèdera en mai 2008 à la direction des programmes de l'ensemble du groupe.

Concernant la ou les cibles intentionnellement visées par le processus canularique, le « Grote Donor Show » constitue un cas assez spécifique qui rend délicate leur identification au moment de la conception du programme. À l'absence de preuves objectives qui témoigneraient de l'intentionnalité réelle des auteurs lors de la phase initiale de l'acte canularique s'ajoute en effet une confusion possible entre la cible visée par le canular et la cible de nature « marketing » visée par une production télévisuelle de ce genre.

Les cibles « marketing » d'une émission de télévision sont généralement assez simples à identifier car elles correspondent essentiellement à des objectifs d'audience de nature quantitative et qualitative. Le public visé est généralement celui des téléspectateurs habituellement présents devant leur téléviseur au moment de la diffusion. L'objectif est, à partir du public régulier de la chaîne – les jeunes de 15 à 40 ans dans le cas de BNN – de capter la plus large part d'audience en tâchant de drainer des publics plus occasionnels en provenance d'autres chaînes. Concernant une émission de type *one shot* – donc événementielle par nature – comme le « Grote Donor Show », l'objectif de conquête d'un public élargi constituait naturellement l'objectif majeur des diffuseurs.

Toutefois, la nature du sujet traité par l'émission – un délicat sujet de société mettant en lumière les défaillances des politiques publiques en matière de santé – adjoignait à l'émission des visées plus qualitatives : celles de mobiliser les publics relais d'opinion au sein de la société néerlandaise. En d'autres termes, le diffuseur souhaitait, au travers de cette émission, affirmer aussi son rôle « social » et son influence à l'intérieur du débat public. Quant à la société de production, et au-delà de ses stricts intérêts commerciaux, elle a vraisemblablement voulu témoigner de manière spectaculaire de son *leadership* créatif dans le domaine très porteur de la télé-réalité, quelques jours à peine après l'annonce de la cession de 75 % de ses parts à un consortium emmené par le groupe Mediaset (propriété de la famille de Silvio Berlusconi)<sup>495</sup>.

---

<sup>495</sup> Bien qu'aucune déclaration de la société de production n'atteste officiellement de cet objectif, c'est néanmoins une hypothèse jugée « très plausible » par un des directeurs internationaux d'Endemol qui a accepté d'échanger avec nous fin 2007 à ce sujet.



Concernant l'idée de l'émission et de la thématique du don d'organe, elle revient vraisemblablement à Laurens Drillich, en raison du drame qui a coûté la vie au fondateur de BNN, dont il était un très proche collaborateur. Le souhait de lui rendre hommage, cinq ans après son décès et près de dix ans après la création de BNN, est d'ailleurs systématiquement évoqué dans les déclarations de Drillich aux médias en amont de la diffusion du programme. L'hommage à Bart de Graaf est également flagrant tout au long de l'émission elle-même, en particulier à son commencement et en toute fin<sup>496</sup>.

Concernant le genre télévisuel assez particulier pris par l'émission, celui d'un « reality TV contest » associé à une mécanique de nature canularique, il semble fort probable qu'elle résulte d'une proposition émanant d'Endemol et de son équipe créative dirigée par Paul Römer. Depuis le succès international du programme « Big Brother » en 1999, Endemol n'a cessé de décliner le principe de télé réalité en ayant recours à des procédés toujours plus spectaculaires. Un des premiers cas de programme associant télé-réalité et mécanisme canularique avait déjà été le fruit d'une des filiales anglaises d'Endemol. La série de dix émissions, intitulée « Space Cadets », diffusée durant dix soirées consécutives en décembre 2005 sur Channel 4 – une chaîne britannique dont le format a fortement inspiré les créateurs de Nederland 3 et BNN – avait en effet pour particularité de faire concourir douze candidats en vue d'un voyage spatial de cinq jours en orbite terrestre. Mais différemment du « Grote Donor Show », il s'agissait d'une mystification perpétrée à l'encontre d'une partie des candidats, et non à l'égard du public, puisque le programme était diffusé en différé et que les téléspectateurs étaient préalablement alertés de la supercherie<sup>497</sup>.

La direction internationale d'Endemol, basée aux Pays-Bas, suivant avec toujours beaucoup d'attention les nouveaux programmes initiés par chacune de ses filiales, il est impensable que Paul Römer n'ait pas été informé de l'existence de « Space Cadets » en

---

<sup>496</sup> Voir sur ce point le séquençage détaillé de l'émission, reconstitué par nos soins, et figurant en annexe n° 14, pp. 82-87 de cette dissertation.

<sup>497</sup> Dans le cas de l'émission « Space Cadets », trois des douze candidats en lice (seuls quatre d'entre eux furent, au final, retenus pour le faux voyage orbital) étaient des acteurs employés par la production afin de garantir le spectacle et surtout pour détourner les éventuelles suspicions des véritables candidats quant à la véracité de l'objet de l'émission. Jugée trop manipulatrice (les candidats avaient notamment été recrutés sur la base de tests témoignant d'une crédulité peu commune), l'émission provoqua une importante polémique sur les procédés employés par Endemol et n'obtint pas le succès d'audience espéré. Par défaut, le producteur et la chaîne diffuseuse choisirent d'insister sur le caractère novateur du procédé employé, qualifiant l'émission – suivant un discours d'escorte très courant dans les milieux de la production télévisuelle – de « mystification la plus élaborée de l'histoire de la télévision ». (Source : [http://en.wikipedia.org/wiki/Space\\_Cadets\\_\(television\\_hoax\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Space_Cadets_(television_hoax))), consultable en ligne au 15 octobre 2010).

amont de l'élaboration du projet « De Grote Donor Show ». C'est probablement avec le but de pousser plus avant l'exploitation du procédé canularique en télévision que l'idée de piéger non pas les candidats mais les téléspectateurs de l'émission est venue à l'esprit de Römer et Drillich. De la même façon qu'ils ne pouvaient ignorer l'existence de « Space Cadets », les initiateurs du « Grote Donor Show » ont très certainement eu vent aussi du fameux « Bye-Bye Belgium » de la RTBF diffusé en direct le 13 décembre 2006, soit moins de six mois avant la mise à l'antenne de leur propre émission. Reposant sur des procédés certes un peu différents, l'émission belge prenait elle aussi les téléspectateurs pour cible de la mystification et la classe politique du pays pour objet de sa critique. À la question d'un journaliste qui établissait un parallèle entre les deux émissions, Laurens Drillich a, sans donner davantage de précision, déclaré que le projet qu'il venait de mener à bien « *était en préparation depuis un an* ». Une façon habile de laisser penser qu'il n'avait pas été influencé par « Bye-Bye Belgium » et d'insister sur l'originalité du travail créatif effectué par Endemol et BNN.

Dans le processus habituel de conception d'un acte canularique, l'anticipation des effets produits par l'acte tout au long de sa mise en œuvre témoigne du degré de maîtrise des événements par ses initiateurs. L'intentionnalité préalable de l'auteur d'un acte canularique est toujours difficile à appréhender, car, comme le relève Erving Goffman, il est rare que celui-ci les consigne formellement en amont de la mise en acte<sup>498</sup>. Dans le cas présent, aucun document consultable ou source crédible ne permet de certifier les véritables intentions des personnes qui ont conçu ce canular. On dispose tout au plus de quelques déclarations a posteriori des opérateurs du « Grote Donor Show » insinuant que les effets obtenus ont été en correspondance avec leurs intentions préalables au moment de la conception du projet.

Compte tenu de la personnalité des auteurs et du positionnement très affirmé des deux instances médiatiques auxquelles ils appartiennent, il semble cependant possible de préjuger, sans trop de risque, de leurs objectifs. Pour le diffuseur, il s'agissait de réussir un « coup médiatique » réaffirmant le positionnement innovateur et quelque peu transgressif d'une chaîne relativement récente et s'adressant principalement à un public de jeunes adultes. Pour la société de production, il s'agissait vraisemblablement de signifier avec force sa position dominante sur le marché de la production audiovisuelle en

---

<sup>498</sup> Erving Goffman, *Les cadres de l'expérience*, op.cit., p. 101.

réalisant un programme inédit et atypique, témoignant de son emprise sur le « cœur de métier » qui a fait sa réussite : la télé-réalité.

Pour recueillir une audience élevée, le programme avait besoin d'une forte publicisation en amont de sa diffusion. L'idée de susciter une forte controverse publique susceptible de drainer un large public au moment de la mise à l'antenne de l'émission répondait parfaitement à cet objectif. Mais le statut de diffuseur public obligeait également BNN à mettre en place un dispositif permettant de désamorcer la polémique si celle-ci prenait une tournure menaçant ses prérogatives. Il fallait éviter le risque d'une censure ordonnée par les autorités publiques, voire d'éventuelles sanctions pouvant conduire à un non renouvellement de la licence de diffusion la chaîne, d'où le recours au mécanisme de mystification dévoilé, programmé par les responsables de l'opération.

### *Une fabrication très secrète*

L'une et l'autre extrêmement jalouses de leurs procédés de production, les deux entreprises à l'origine du « Grote Donor Show » sont restées, même après la perpétration de l'acte, particulièrement avares en précisions sur cette phase de fabrication. Qu'elles aient ou non été informées des finalités réelles de l'émission, les personnes qui participèrent directement ou indirectement à sa réalisation furent probablement nombreuses.

En matière de processus canularsque appliqué au cas d'une émission telle que le « Grote Donor Show », il convient de noter que la phase de fabrication de l'acte canularsque ne recoupe pas systématiquement ce qu'on appelle la phase de production de l'émission proprement dite. Comme dans le cas de « Bye-Bye Belgium », l'émission hollandaise était conduite en direct et sa réalisation – au sens télévisuel du terme – chevauchait plusieurs des étapes du processus canularsque tel que décrit dans notre schéma processuel. Si l'ordre séquentiel des phases de fabrication, d'interaction et de révélation apparaît respecté au sein de l'unité temporelle que représente l'émission, la succession logique de ces étapes semble, en revanche, avoir été quelque peu malmenée dès lors que l'on considère cet acte canularsque dans son entièreté, c'est-à-dire en incluant notamment tout le processus d'annonce du programme en amont de sa diffusion.

Tout acte canularique nécessitant la fabrication d'un discours, d'un objet ou d'un cadre falsifié servant de support à la performance de la mystification face à la cible visée, il est généralement nécessaire que les auteurs s'assurent préalablement de sa crédibilité. Cette crédibilité de l'objet mystificateur auprès de la cible est d'autant plus élevée que celui-ci sera parvenu, en amont, à obtenir l'accréditation de sa véracité par des instances dont le pouvoir de certification est reconnu. Si cette accréditation constitue une étape délicate à négocier lorsque l'auteur d'un canular ne dispose pas lui-même d'une autorité personnelle garantissant a priori la véracité de sa fabrication, elle est en revanche beaucoup plus simple à acquérir lorsque l'initiateur de la mystification est une instance médiatique ou journalistique reconnue. Dans le cas du « Grote Donor Show », Laurens Drillich et Paul Römer avaient, par les fonctions respectives qu'ils occupaient, le considérable avantage de posséder une autorité suffisante pour rendre presque à eux seuls crédible le discours falsifié qu'ils décidèrent de porter auprès des milieux de la télévision et du journalisme lors de la présentation publique du programme et de l'annonce de sa diffusion.

Cependant, l'objet de la mystification reposant sur l'annonce d'une « émission-leurre » visant à détourner l'attention et la perception de la cible pour mieux pouvoir la tromper sur la nature réelle de la véritable émission projetée, un double travail de fabrication était nécessaire : celle de l'émission proprement dite et celle de la mystification entourant ladite émission.

Chronologiquement, le premier temps fort de la mystification publique a donc été l'annonce du programme. Prévue pour être l'objet de rudes polémiques, l'annonce publique de l'émission a dû faire l'objet d'une minutieuse préparation et d'un important travail de relations de presse de la part du diffuseur et du producteur (leurs services ayant probablement été écartés de la confiance afin d'éviter toute fuite pouvant mettre en péril l'opération). En dépit du caractère éminemment sulfureux du projet, la mystification opérée en amont de la diffusion semble avoir exceptionnellement bien fonctionné et les initiateurs du projet ont même avoué plus tard qu'ils ne s'attendaient pas à un tel succès. Les critiques furent si vives dans les milieux politiques et au sein de l'opinion néerlandaise, que personne ou presque ne paraissait envisager sérieusement l'hypothèse d'un canular. Aux yeux de tous, la chaîne semblait inflexible dans son intention de mener

à terme le projet annoncé. La réputation d'insolence de BNN était si fortement établie que les annonces réitérées de son refus de céder aux pressions finirent par prendre valeur d'accréditation de ce qui était supposé se produire le soir du 1<sup>er</sup> juin. A posteriori, plusieurs observateurs ont soupçonné les responsables de la chaîne d'avoir – dans les heures qui précédèrent la diffusion – « initié » certaines personnalités politiques à propos de leurs intentions réelles. L'hypothèse est crédible car BNN n'avait guère intérêt à se mettre davantage à dos les autorités politiques, mais aucun témoignage ne permet de valider qu'une telle démarche ait eu lieu. Si tel a réellement été le cas, ceci témoignerait de la bonne maîtrise du processus canularsque par ses auteurs face au caractère toujours imprévisible des réactions suscitées par une entreprise de mystification de grande envergure.

Outre les indiscretions pouvant filtrer de la part du personnel de la production mis dans la confiance, une des difficultés majeures de la phase de fabrication a certainement été celle de procéder au bon *casting* pour l'attribution des quatre « rôles » principaux de la supercherie. Il s'agissait en effet de trouver trois authentiques malades rénaux acceptant de jouer cette étrange comédie et répondant aux profils sociodémographiques souhaités par la chaîne et, surtout, d'identifier une actrice capable de tenir en direct le délicat rôle de la donneuse d'organe en phase terminale en résistant à la pression médiatique.

### ***La performance débute avant l'émission***

À la différence de « Bye-bye Belgium » où les publics exposés au canular ont été captés par surprise, l'acte canularsque mis en place par les auteurs du « Grote Donor Show » a procédé par « convocation » de la cible déjà partiellement mystifiée lors de l'annonce préalable de l'émission. Car bien que les téléspectateurs n'avaient eu connaissance, avant sa diffusion, que d'une présentation assez sommaire du programme, une interaction avait toutefois bien eu lieu en amont entre eux et le propos mystificateur. Les deux sondages d'opinion réalisés sur le sujet durant la période, sans compter les réactions envoyées par courriels ou rapportées par la presse, ont bel et bien tenté d'infléchir la nature et le sort du programme. Aussi déterminés qu'aient pu être les auteurs de l'émission dans leur volonté de poursuivre leur projet, il est fort probable qu'ils ont tenu compte de l'ampleur de ces réactions dans la façon dont ils ont construit la scénographie définitive de l'émission. Il y

a donc bien eu deux moments distincts d'interaction et de performance de la mystification : celui de l'annonce de l'émission et celui de l'émission elle-même.

La seconde étape de la mystification – la plus déterminante dans le processus canularique mis en œuvre – correspond aux soixante-quatorze premières minutes de l'émission diffusée en direct, c'est-à-dire avant que la supercherie ne soit dévoilée par le présentateur.

Dans sa construction et dans sa progression, cette partie du programme respecte assez bien le déroulé habituel de la performance publique d'une mystification de nature canularique. D'un strict point de vue télévisuel, le dispositif formel de l'émission rappelle celui des programmes de *talk show* traitant de questions de société. La dimension *contest* de l'émission est – sans doute pour ne pas laisser trop de prises aux critiques – moins affirmée : les compétiteurs ne sont pas placés derrière des pupitres et la rivalité qui est supposée les animer semble gommée. Le dispositif scénique du plateau est relativement sobre, mais répond néanmoins bien aux nécessités de la télé-réalité avec son espace d'« intimité » (la scène) et son espace d'observation, voire de voyeurisme (les gradins entourant la scène). Le plateau de l'émission est de taille modeste, mais le public, qui ne compte guère plus de 200 personnes, est disposé en « arène » sur presque la totalité du pourtour de la scène. Les trois fauteuils blancs destinés aux compétiteurs sont installés devant un écran où seront projetés les reportages et font face à un fauteuil du même type, mais de couleur rouge, destiné à Lisa. Debout durant toute l'émission, l'animateur occupera une position d'intermédiation entre les concurrents et la donneuse. Les panneaux du décor qui entourent le public sont ornés du portrait de Bart de Graaff, rappelant, si besoin était, l'implication « personnelle » de la chaîne dans le drame de la pénurie du don de rein.

Dès les premières minutes du programme, la production de l'émission met en avant tous les indices permettant d'asseoir auprès du public la véracité de la situation qu'elle a construite. L'émission démarre de manière abrupte, sans générique d'ouverture, par une rapide prise de parole de l'animateur sur le plateau encore vide de l'émission où il vante l'importance de l'événement qui va se dérouler (« *un jour très important dans l'histoire de la télévision* ») et évoque les nombreuses réactions internationales à propos de l'annonce de l'émission. Suit alors un *clip* bref et très rythmé, constitué de très courts

extraits de journaux télévisés qui dans le monde entier ont évoqué la polémique. D'emblée, la production a choisi d'affirmer son rôle central dans le débat engagé quand Patrick Lodiers, l'animateur de l'émission, intervient à nouveau pour souligner la gravité de l'enjeu avant d'évoquer le drame personnel de Bart de Graaff et de lancer un reportage d'une durée de 3 minutes consacré à l'homme de spectacle, fondateur de la chaîne, et au calvaire imposé par sa maladie.

De retour sur le plateau, l'animateur, après avoir succinctement signifié les règles de l'émission qui verront les trois candidats s'affronter, lance un reportage de 2 minutes 30 consacré à Lisa, la donneuse et arbitre de la compétition. Présentée « comme l'héroïne de la soirée », elle est ensuite invitée à faire son entrée sur le plateau sous les applaudissements nourris d'un public qui s'est levé pour la saluer. Interviewée en direct et pendant plusieurs minutes, Lisa accepte de revenir sur les motivations qui l'ont conduite à faire don de ses organes et à participer à l'émission. Un notaire fera ensuite une brève apparition sur le plateau pour confirmer, dossier en main, l'accord légalement passé avec la donneuse (aucun document lisible n'est toutefois montré à l'écran). Un court reportage (succession de coupures de presse) sur le scandale de la pénurie d'organes aux Pays-Bas est ensuite diffusé avant qu'un reportage, très scénographié et mettant en scène la donneuse et l'animateur, ne vienne longuement évoquer la « loterie » du don d'organes et la difficulté pour une donneuse comme Lisa de devoir choisir le destinataire de son don. Plus du quart de l'émission s'est alors écoulé, avant que les trois candidats ne fassent leur entrée sur le plateau. Un à un, ils vont faire l'objet d'un reportage de 3 minutes 30 consacré à leur parcours, leur vie quotidienne et aux souffrances liées à leur maladie, avant d'être interviewés en plateau, puis à nouveau évoqués par l'entremise de témoignages filmés de certains de leurs proches.

À l'issue de cette phase strictement testimoniale, environ 45 minutes sont déjà passées depuis le début du programme. Cette première moitié de l'émission a été assez régulièrement entrecoupée d'appels à voter pour le candidat préféré et surtout d'incitations à commander par SMS le formulaire officiel de demande d'inscription au registre des donneurs d'organe. Ce n'est qu'à une demi-heure de son terme que l'émission change de registre pour entrer véritablement dans sa phase de *contest*. Après avoir loué les mérites respectifs des trois candidats et échangé avec eux de manière plutôt compassionnelle, Lisa avoue qu'il est difficile pour elle en l'état de faire un choix. Elle

est alors invitée par l'animateur à leur poser une série de questions précises sur leurs goûts personnels, leurs valeurs, leur hygiène de vie. S'en suivent, entre autres, les demandes suivantes : « *Pour quel parti votes-tu ?* », « *Fais-tu parfois des choses qui ne sont pas bonnes pour ta santé ?* », « *Accepterais-tu le rein d'un tueur en série ?* »

Une tension commence à se sentir dans le public de l'émission et les trois candidats paraissent de plus en plus émus au fur et à mesure qu'ils évoquent leur situation personnelle. Seule Lisa semble tranquille et concentrée. Le relatif cynisme dont elle fait montre semble excusé par sa terrible situation de femme condamnée par la maladie. L'animateur va même à plusieurs reprises louer son extrême lucidité et n'hésite pas à aiguïser la compétition en lâchant aux candidats : « *Comment comptez-vous battre les deux autres ?* ». Après un ultime appel au public à voter par SMS pour l'un des trois compétiteurs, vient le moment « *de la dernière chance* » pour les candidats. Tour à tour, ils sont appelés à se lever et, face à Lisa qui demeure assise, à plaider leur cas durant 30 secondes. Un compte à rebours défile sur l'écran pour éviter tout débordement de ce maigre temps de parole.

Au terme des trois plaidoiries, Lisa se déclare prête à annoncer un premier verdict qui va la conduire – suivant les règles établies de l'émission – à éliminer un des trois candidats. Alors que le public est suspendu à sa décision, l'animateur prolonge encore ce premier suspens de quelques minutes et prend la parole pour demander l'affichage des résultats du dernier vote des téléspectateurs. Esther-Claire et Vincent recueillent chacun 31 % des soutiens et sont légèrement devancés par Charlotte (38 %), la concurrente apparue de loin la plus fragile durant l'émission. Après plusieurs commentaires sur le caractère très serré de ces résultats, c'est enfin à Lisa de faire savoir sa décision. Dans un silence absolu, elle annonce alors l'élimination d'Esther-Claire. Appelée à commenter, Esther-Claire fait bonne figure et, à la demande du présentateur, reçoit une longue ovation du public qui s'est levé. Lodiers reprend la parole et lance, avec force effets dramatiques, l'ultime phase du « contest » en déclarant : « *C'est à présent l'heure de vérité pour Vincent et Charlotte. L'un de vous deux va voir sa vie potentiellement prolongée de vingt-trois ans* ». Il insiste : « *Vingt-trois années sans dialyse, libre de se déplacer sans contrainte... du moins, si le rein tient le coup* ». Se tournant vers Lisa, il relance : « *Etes-vous vraiment sûre de votre choix ?* ». Lodiers n'hésite pas à jouer de toutes les ficelles de la dramatisation et de la mise en tension : « *Pouvez-vous annoncer lequel des deux aura*



*droit à une transplantation d'ici un mois ? », et d'ajouter dans la foulée : « Lisa, les Hollandais veulent savoir qui aura le rein ! ». Court silence, et Lisa entame enfin : « La personne qui aura mon rein est quelqu'un qui m'a profondément touchée ce soir, et cette personne est... ».*

Nous sommes à la soixante-treizième minute de l'émission, et Patrick Lodières interrompt alors Lisa pour demander un « temps mort ». L'animateur s'engage alors dans une longue tirade, rappelant le sens de l'émission, le drame de la très longue liste d'attente pour les malades en attente d'une greffe, sans qu'on sache à ce moment si nous sommes face à un nouveau procédé pour prolonger un peu plus le suspens ou si la suspension demandée va déboucher sur un brusque revirement de l'ordre du jour. L'animateur n'hésite pas à recourir à l'emphase et à une simplification extrême de son discours pour accroître encore la mise en tension. Bien qu'il ne s'inscrive pas dans le registre de l'absurde ou de l'incongru généralement utilisé lors de la performance d'un acte canularique, le procédé ici utilisé cultive néanmoins certaines similarités avec ce type de performance.

Plusieurs indices de fiction, susceptibles d'éveiller la suspicion d'un observateur sceptique, transparaissent à l'écran comme sur le plateau de l'émission. Ainsi, la forme physique et intellectuelle de la donneuse supposée en phase terminale est par trop surprenante ; la scène de l'engagement formelle de Lisa auprès d'un prétendu notaire relève de l'escamotage pur et simple ; enfin, le *fair play* et l'absence d'abattement moral d'Esther-Claire lors de son élimination apparaissent pour le moins suspects. Si la supercherie ne semble pas avoir été subodorée par le public, c'est peut-être parce que l'appartenance de l'émission au genre de la télé-réalité présupposait l'adhésion des téléspectateurs à des codes télévisuels privilégiant une appréhension plus émotionnelle que rationnelle des discours véhiculés durant ce programme.

### ***Une révélation abrupte et maîtrisée***

C'est donc à la soixante-quatorzième minute de l'émission, à moins de six minutes de son terme et au moment où la tension est à son comble, que le présentateur, après avoir entamé un long et sinueux développement, lâche enfin ces paroles : « *Nous n'allons pas offrir de rein ce soir, même si nous pouvons penser que cela est injuste. Lisa – je devrais*

*plutôt dire Leonie – est une actrice en parfaite santé* ». L'auditoire, qui a été dupe, reste silencieux. Patrick Lodiens enchaîne : « *Esther-Claire, Vincent et Charlotte étaient naturellement dans la confiance eux aussi. Ce ne sont pas des acteurs, ce sont trois authentiques malades rénaux et l'histoire qu'ils nous ont racontée ce soir est bien leur véritable histoire.* »

Pendant quelques secondes encore, le temps certainement de prendre pleinement conscience du changement de situation qui vient de s'opérer, le public en plateau ne réagit pas. Puis, la surprise enfin passée, c'est un déluge d'applaudissements et d'acclamations qui résonnera pendant plus de 3 minutes et demie. Déceptive dans un premier temps – car la compétition annoncée tourne court et la supercherie est désormais flagrante – la révélation prend ensuite une tournure plus positive : les trois compétiteurs ne sont pas des imposteurs, ils ont accepté en conscience de jouer leur propre rôle et l'émission n'est pas la farce cynique que d'aucuns avaient annoncée. Par les sourires qu'ils affichent devant les caméras, puis par le tour de parole distribué par le présentateur, les quatre protagonistes confirment ce qui vient d'être révélé et justifient leur participation à cette mise en scène au nom de l'état d'urgence sanitaire. Le propos de l'émission – qui, inexorablement jusque-là, avait glissé dans l'individuation des problèmes et la compétition – reprend brusquement la dimension sociale et altruiste qui avait servi de prétexte initial à la diffusion de l'émission.

De fait, la phase toujours délicate de la révélation de la mystification opérée ici, semble avoir fonctionné de manière optimale, conférant en la matière au « Grote Donor Show » un statut de véritable cas d'école. Les auteurs de l'acte canularique sont parvenus à rester maître du processus en ordonnant eux-mêmes (par l'entremise du présentateur) la révélation de la mystification au moment de plus forte écoute de l'émission. Bien que ne disposant pas d'étude en réception permettant de valider nos présomptions, il semble vraisemblable qu'après s'être trouvés un moment en situation d'« expérience de rupture »<sup>499</sup>, le public présent en plateau et les téléspectateurs aient ensuite été submergés

---

<sup>499</sup> Nous référons ici aux « breaching experiments » tels que mis au jour par Harold Garfinkel (1970), puis appliqués au cas des émissions espagnoles de type caméra cachée par Javier I. Martin (1999).

par un sentiment de profond « soulagement », les faisant passer d'un état de tension dysphorique à celui d'un état de décompression euphorique<sup>500</sup>.

C'est peu ou prou le même sentiment de soulagement qui a prévalu dans la population hollandaise et parmi certains hauts responsables politiques au lendemain de l'émission. Mis sur la sellette politique et médiatique pendant près de deux semaines, le ministre de l'Éducation et de la Culture, Ronald Plasterk, est même allé à s'enthousiasmer pour ce qu'il a, a posteriori, qualifié de « *coup fantastique* »<sup>501</sup>, déclarant envisager sérieusement de devenir lui-même donneur d'organe. Dans le concert des réactions publiques, le succès formel de l'opération dans sa dimension sociale (forte mobilisation de nouveaux donneurs potentiels), associé au retour de BNN à une certaine bienséance télévisuelle, a certainement joué en faveur d'une réévaluation positive de l'opération dans la plupart des commentaires.

### *Une narration auctoriale en plusieurs temps*

La phase de narration de l'acte canularique a commencé particulièrement tôt dans le cas du « Grote Donor Show ». La présence de très nombreux journalistes sur le lieu du tournage ou devant la chaîne BNN au moment de la diffusion de l'émission a provoqué la mise en ligne quasi-instantanée de très nombreux articles sur Internet. Ce nouveau moment médiatique qui s'est ouvert, durant et à la suite immédiate de la diffusion du programme, a été encore plus intense que dans la période qui avait suivi son annonce, faisant de ce canular l'un des plus médiatisés au cours des dix dernières années.

Les commentaires d'après émission diffèrent cependant assez singulièrement selon qu'ils proviennent de médias néerlandais ou qu'ils émanent de médias étrangers. C'est parmi les premiers que les réactions positives ont été les plus fortes. Directement impliqués, les Néerlandais avaient réagi très vivement à l'annonce de l'émission. Partagés entre une tradition de tolérance très ancrée et la crainte de voir l'image de leur pays négativement affectée par le scandale, les médias ont accueilli globalement avec soulagement ou

---

<sup>500</sup> Ainsi que Jean-Marie Floch l'a analysé dans ses travaux sur les émissions télévisuelles de divertissement de nature canularique (« Les logiques du rire et du divertissement à la télévision » in *Humoresques*, n° 4, 1993, p. 81-95).

<sup>501</sup> Suivant des propos rapportés par la BBC sur son antenne le matin du 2 juin 2007 (article consultable en ligne au 15 octobre 2010 à l'adresse <http://news.bbc.co.uk/2/hi/6714063.stm>).

satisfaction la tournure canularsque prise par l'émission. Les ministres du gouvernement, qui avaient été durement interpellés par certains parlementaires, ont ainsi pu « sauver la face ». En termes d'éthique, et plus généralement d'image de marque, le fleuron de l'industrie audiovisuelle représenté aux yeux des Hollandais par Endemol est finalement sorti indemne d'une affaire menaçant de devenir sulfureuse. Certes, les critiques sur la forme et les procédés employés ont été réitérées par la plupart des quotidiens hollandais de qualité, mais le sentiment d'un réel bénéfice social dégagé grâce au succès de l'opération a assez fortement contribué à éclipser le débat sur les moyens utilisés pour parvenir à cette fin.

Les commentaires des médias étrangers – bien que plus distancés – ont en revanche assez peu évolué sur le fond après la diffusion et la révélation de la mystification : la critique éthique des moyens mis en œuvre par BNN et par Endemol reste prédominante. Il est vrai que la plupart des médias étrangers ayant assuré une couverture spéciale de l'événement appartenaient à la catégorie des médias d'information dits « de référence », cultivant par nature un discours assez critique à l'encontre des émissions de télé-réalité. Quelques médias ont parfois tenté de procéder à une reconstitution de l'événement depuis ses origines. Certains protagonistes de l'émission ont accepté de donner plusieurs interviews, mais en restant très elliptiques sur les phases de conception et de fabrication de l'acte canularsque. Vraisemblablement tenus par un contrat restreignant leur liberté d'expression sur le sujet, les « acteurs » de l'émission n'ont pas donné d'informations qui n'étaient déjà contenues dans la communication officielle de BNN.

Si, dans la plupart des pays, la couverture de l'événement dans les quotidiens s'est éteinte assez rapidement, elle a en revanche continué avec une certaine intensité durant plus d'un mois aux Pays-Bas. Les chiffres des nouveaux donneurs d'organe ont été égrenés en plusieurs temps par les autorités sanitaires du pays et leurs annonces successives ont fonctionné comme autant de relances du traitement journalistique de l'affaire.

En fin 2007, au moment du traditionnel bilan de l'actualité de l'année écoulée réalisé par les médias d'information, le « Grote Donor Show » fait à nouveau couler beaucoup d'encre. Le 12 janvier 2008, la séquence où Patrick Lodiers révèle que l'émission est un canular est élue meilleur moment de la télévision néerlandaise 2007, sur la base d'une enquête d'opinion conduite pour la chaîne Nederland 1. Laurens Drillich, président de

BNN, profitera de l'occasion pour réaffirmer le caractère « citoyen » de l'opération en brocardant les gouvernants : « *L'émission a été diffusée en juin et nous sommes à présent en janvier. Les politiciens néerlandais avaient promis d'inscrire la pénurie de dons d'organes sur leur agenda. Nous sommes toujours en attente d'une réaction* »<sup>502</sup>. Durant son intervention, le patron de BNN reprend le fil rouge du récit médiatique construit par lui en amont de la diffusion de l'émission. Il réaffirme aussi que la cible du canular n'était pas les téléspectateurs – ce qui serait en effet plutôt malséant de la part du directeur d'une chaîne publique – mais bien la classe politique néerlandaise, accusée d'omission et de passivité notoire sur la terrible question des listes d'attente en vue d'obtenir une greffe.

Par-delà la vocation « sociale » affichée dès le départ par les initiateurs de l'émission, c'est donc bien une dimension proprement politique qui est désormais revendiquée par ces derniers. En choisissant de mettre celle-ci en avant, les responsables de BNN ont ainsi tenté de se dédouaner des accusations d'immoralisme et de mercantilisme qui pesaient encore sur eux. Le ton du discours tenu par les auteurs prend même quelques accents populistes et antiparlementaristes lorsqu'ils cherchent avec insistance à se placer du côté de ceux qui souffrent. Déjà, dans les dernières minutes de l'émission, Patrick Lodiers avait – en fixant résolument du regard la caméra – interpellé directement les parlementaires hollandais : « *Je voudrais m'adresser aux députés. Mardi passé, plusieurs d'entre vous ont demandé l'interdiction de cette émission. Je vous demande aujourd'hui de faire quelque chose à propos des listes d'attente, et faites-le avec les mêmes mots et la même indignation que vous avez eus mardi dernier !* ». S'en suivait alors une série d'extraits d'interventions indignées lors du fameux débat à la Chambre qui, de manière très ambiguë d'ailleurs, mélangeait indistinctement des prises de parole s'offusquant de la pénurie d'organe dans le pays et des protestations portées à l'encontre de l'émission annoncée.

Mais BNN, tout comme Endemol, ont aussi largement exploité la publicisation du « Grote Donor Show » pour en faire un instrument de démonstration de leur savoir-faire télévisuel. Devenue « culte », l'émission a rapidement fait l'objet d'une commercialisation en DVD et d'une version sous-titrée en anglais, présentée sur le

---

<sup>502</sup> Source utilisée : <http://www.nu.nl/achterklap/1388708/donorshow-en-halal-het-tv-moment-van-het-jaar.html> (consultable en ligne au 15 octobre 2010).

catalogue des programmes commercialisés auprès des chaînes étrangères par BNN et Endemol. Le 24 novembre 2008, BNN, représenté par Paul Römer, se voit décerner l'International Emmy Award de la catégorie « divertissement en direct » pour « De Grote Donor Show ». Le communiqué officiel délivré le lendemain par Endemol qualifie l'obtention de cette prestigieuse récompense de « *nouveau chapitre à ajouter à la success story d'un des programmes les plus controversés de l'histoire de la télévision* »<sup>503</sup>. Indéniablement, l'impact médiatique rencontré par l'émission aura aussi contribué à la promotion de Paul Römer et de Laurens Drillich au sein du groupe Endemol dans les mois suivants.

Dans ce cas d'acte canularique, il est à noter que la narration de l'acte a procédé par occultation de certains faits et mise en cohérence a posteriori de l'ensemble du processus actionnel engagé. Les zones d'ombre de celui-ci sont demeurées jalousement protégées par les auteurs et les complices de l'opération. Au fil du temps, les auteurs sont parvenus à reprendre la main sur le récit médiatique en survalorisant leur rôle effectif et en mettant en valeur les incidences supposément le plus positives de leur initiative – quitte à en imputer les limites à des instances décisionnaires plus élevées – et en minorant les effets préjudiciables de la mystification qu'ils ont mise en œuvre.

#### **IV-9.4 Les principaux enseignements du cas étudié**

L'analyse de ce cas au regard du schéma-type de l'acte canularique met en lumière une sophistication croissante des mécanismes engagés lorsque l'objet principal de la mystification prend la forme d'un programme télévisuel de nature événementielle, diffusé en direct auprès d'un très large public. Dans le cas du « Grote Donor Show », comme dans celui de « Bye-bye Belgium », la réalisation et la diffusion en temps réel confèrent à l'émission une place singulière au sein du processus canularique : elle relève à la fois de la phase de fabrication, de la phase de performance et de la phase de révélation de l'acte canularique. Mais le mécanisme très élaboré de promotion et de communication engagé en amont de la diffusion du « Grote Donor Show » a notamment pour conséquence de faire aussi de l'émission un moment important de la narration auctoriale. En effet, par

---

<sup>503</sup> Extrait du communiqué publié sur le site d'Endemol, consultable au 15 octobre 2010 à l'adresse <http://www.endemol.com/news/endemol-win-two-emmy-awards>.

deux fois au moins, et à des moments-clés de son déroulement, l'émission renvoie à elle-même en évoquant les réactions suscitées par son annonce en même temps qu'elle cherche explicitement à orienter le jugement du public à son endroit. L'initiateur du canular étant, comme dans le cas de « Bye-bye Belgium », une instance médiatique puissante se posant comme support principal de propagation de l'acte canulareresque, il profite de la présence d'un large public pour amorcer son propre récit au sujet de l'événement venant de se dérouler<sup>504</sup>.

Mais ce que met en lumière l'analyse de ce cas, davantage encore que celui de la RTBF, c'est que l'étude d'un canular médiatique très élaboré ne peut se limiter à l'étude du programme diffusé, même si celui-ci constitue de fait un temps majeur des phases de fabrication, performance, révélation et narration de l'acte. C'est l'ensemble des dispositifs communicationnels mis en place au travers de l'émission, mais également en amont et en aval de celle-ci qui doivent être pris en compte. Dans le cas particulier du « Grote Donor Show », l'annonce publique de l'émission plusieurs semaines avant sa diffusion et ses effets induits sur les publics constituent des éléments majeurs de la compréhension d'un acte canulareresque aussi élaboré. Pris dans sa dimension communicationnelle, cet acte canulareresque est, de tous les cas étudiés dans notre corpus, celui qui témoigne de la plus forte sophistication, notamment parce qu'il a su intégrer en amont de la perpétration effective de la mystification (la diffusion de l'émission) des techniques habiles de captation de l'attention des publics visés.

En dehors de toute considération éthique quant aux procédés employés pour mystifier ses publics, cet acte canulareresque est également remarquable par sa capacité à satisfaire le double objectif qui semble lui avoir été assigné dès sa conception par ses auteurs. Le « Grote Donor Show » a en effet pleinement satisfait les objectifs d'audience de la chaîne en recueillant une performance sans égale au cours des trois années écoulées et il a offert à BNN une incroyable notoriété à l'échelle internationale. Le « show » a donc tenu ses promesses en offrant, le temps d'une soirée, un programme hors norme dont l'issue « heureuse » a, à défaut de les avoir véritablement amusés, procuré aux téléspectateurs un

---

<sup>504</sup> Il s'agit là d'un procédé de narration auctoriale immédiate assez similaire à celui qui a été mis en œuvre le 13 décembre 2006 à propos de l'émission de la RTBF, même si – dans ce dernier cas – les premiers éléments du discours auctorial ont été dissociés de l'émission mystificatrice proprement dite en prenant la forme d'un débat télévisuel diffusé à la suite du « faux » JT.

profond sentiment de soulagement après la longue et intense mise en tension qui avait été orchestrée à son sujet par la chaîne.

L'opération lancée par BNN a aussi été couronnée de succès dans ses visées plus politiques comme celle de souligner – certes de manière très peu conventionnelle – sa responsabilité sociale en étant capable de susciter un très large débat public sur un important problème de société et de permettre à la société hollandaise de dégager un véritable bénéfice social de son action ; à savoir une inscription massive sur le registre officiel des donneurs d'organes. S'il semble assez clair que les dirigeants de la chaîne ont pour partie instrumentalisé le débat sur le don d'organe aux Pays-Bas à des fins auto-promotionnelles et commerciales, on se doit aussi de reconnaître que le message adressé à l'opinion et aux médias à travers la perpétration de cet acte canularique comportait indiscutablement une forte dimension critique à l'endroit de plusieurs institutions nationales. Le débat public qui s'est ouvert après le 1<sup>er</sup> juin 2007 aux Pays-Bas n'a certes pas eu la même portée politique que celui suscité en Belgique par la diffusion de « Bye-bye Belgium » quelques mois auparavant. Il n'en demeure pas moins cependant que sa valeur interpellative à l'égard de la société et de son fonctionnement s'avère plus affirmée que celle observée dans la plupart des actes canulariques de grande ampleur conduits antérieurement par une instance médiatique<sup>505</sup>. On peut, à ce stade de l'analyse, conclure que « De Grote Donor Show » a su, à sa manière, bâtir un relatif équilibre entre ce que nous appellerions « la part du jeu » et la « la part de l'enjeu », deux composantes constitutives de tout canular médiatique.

---

<sup>505</sup> Nous pensons notamment à la fameuse émission « La Guerre des mondes » d'Orson Welles sur CBS en 1938 et au « Forgotten Silver » de Peter Jackson diffusé sans avertissement sur la télévision néo-zélandaise en 1995, deux programmes de nature canularique dont le message – si tant est qu'il soit clairement identifiable – ne comportait pas ou peu de portée réflexive et critique sur la société ou le contexte social dans lequel ils s'inscrivaient.



## V – Constantes et évolutions du canular médiatique

Si l'analyse de notre corpus de recherche met en lumière certaines convergences et continuités dans les procédés et les effets rhétoriques employés au cours de la période récente, ces enseignements d'ordre général ne doivent pas masquer une relative hétérogénéité du phénomène, tant en ce qui concerne les dispositifs mis en œuvre que la place et la nature des médias impliqués dans chacune des occurrences. De nombreuses variantes se font jour également dans le déroulement et la durée des différentes étapes qui caractérisent un acte canularesque. La diversité statutaire des acteurs recourant aujourd'hui aux pratiques canularesques induit assez naturellement des motivations et des visées plus diversifiées que par le passé. La forte recrudescence des occurrences canularesques depuis le milieu des années 1990 suscite une certaine émulation entre les auteurs et les contraint souvent à faire preuve d'une inventivité souvent inédite dans la perpétration de leurs actes pour espérer recueillir une forte visibilité médiatique au sein d'un univers devenu très « concurrentiel ».

Dans les pages qui suivent, nous nous attacherons donc à la fois à mettre en relief les éléments de permanence de la pratique canularesque contemporaine au regard de ses manifestations antérieures et les évolutions significatives qui paraissent se dessiner aujourd'hui, en veillant cependant à ne pas occulter l'assez grande diversité des occurrences qui particularise ce phénomène. Ainsi, nous tenterons systématiquement d'illustrer – mais parfois aussi de relativiser – les principales tendances mises en exergue en recourant à la richesse des actes précédemment analysés ainsi qu'à d'autres exemples récents plus sommairement étudiés. Ce travail d'analyse sera l'occasion d'évaluer le degré de pertinence de notre schéma théorique à l'épreuve des manifestations canularesques les plus emblématiques de la période récente et de préciser la nature particulière des dispositifs et des procédés aujourd'hui mis en œuvre dans l'espace médiatique particulièrement foisonnant qui caractérise notre époque.

## *V – 1 Pertinence du schéma type et principales distorsions observées*

De fait, et à la suite de l'analyse approfondie des neuf cas composant notre corpus, le schéma processuel de l'acte canularique médiatique développé à la fin de notre première partie conserve l'essentiel de sa pertinence au regard des manifestations récentes les plus retentissantes observées en Europe et en Amérique du Nord. Si le déroulé de l'acte en cinq étapes successives et les mécanismes propres à chacune de ces phases sont dans l'ensemble bien respectés, un certain nombre de variantes semblent s'établir en fonction des particularités propres à chaque cas et appellent souvent à une interprétation assouplie dudit schéma. Difficilement reproductible en termes identiques auprès d'un même public, un acte canularique, en particulier lorsque ses procédés mystificateurs ont fait l'objet d'une large publicité, conserve toujours sa part de singularité. Dans une période de forte production canularique, comme celle se rapportant à nos recherches, il est logique que les actes les plus rapportés se distinguent par leur originalité. C'est le propre en effet d'un événement médiatique que d'entretenir une part d'imprévisibilité qui surprendra son public destinataire : par nature, un événement par trop répétitif et sérialisé s'inscrit en contradiction avec la dimension de rupture et d'exceptionnalité inhérente à ce type de manifestation.

Les principales différenciations qui se dégagent de notre recherche quant à l'architecture d'ensemble des canulars médiatiques récents en comparaison avec celle des manifestations antérieures de même nature s'organisent autour de deux constats majeurs :

- Les grands actes canulariques médiatiques de ce début de XXI<sup>e</sup> siècle se traduisent par une certaine distorsion des temporalités de chacune des étapes qui les composent. D'une manière générale, les phases consacrées à la préparation de la mystification se sont, dans l'ensemble, singulièrement allongées et complexifiées au fil du temps, de même que la phase narrative qui succède à l'événement proprement dit semble désormais moins concentrée dans le temps. Inversement, la phase de mystification est généralement plus brève que par le passé, au point parfois de paraître plus symbolique que véritablement productrice d'effets susceptibles d'affecter significativement le monde matériel.

- Les dispositifs mis en œuvre aujourd'hui par les auteurs de canulars médiatiques apparaissent de plus en plus complexes et nécessitent la mobilisation de compétences et de talents très variés. L'objet mystificateur produit est souvent très élaboré pour parvenir à piéger un public dont le niveau d'instruction ne cesse de progresser et qui dispose de nombreuses sources d'information – ou de contre-information – consultables en temps réel. Les procédés canularsques sont assez diversifiés, dissociant souvent les destinataires de la mystification de la cible finale visée par l'auteur.

### **V-1.1 Une morphologie de l'acte canularsque soumise à d'importantes distorsions**

Pris dans sa globalité, l'acte canularsque médiatique contemporain s'apparente de moins en moins à une courte parenthèse, rapidement refermée pour revenir à l'ordre des choses qui présidait avant sa manifestation. En raison peut-être de son caractère moins ludique et moins bon enfant que par le passé, il engendre fréquemment une moindre mansuétude et passivité chez sa victime. A l'ère de la société de l'information, la déstabilisation, même momentanée, de l'image publique d'une institution, d'une entreprise ou d'une personnalité peut parfois générer des effets qui ne sont pas dénués de conséquences. Ainsi, l'opération conduite par les Yes Men à l'encontre de Dow Chemical sur la BBC a – quelques heures durant – provoqué une forte chute de l'action de la société à la Bourse de Francfort. De même, le canular perpétré par Gérald Dahan contre Ségolène Royal a durablement affecté la crédibilité de la candidate durant la campagne présidentielle de 2007. D'acte symbolique, le canular médiatique se transforme parfois en fait social qui engendre à son tour des réactions en série de la part de ses victimes (mesures de rétorsions, sanctions, poursuites judiciaires...) qui prolongent son existence à l'intérieur de l'espace public. Le cas du piratage télévisuel fomenté par Ztohoven en 2007 en République tchèque, et les procès intentés à sa suite par la chaîne publique CT2, illustre bien l'empreinte durable que certains actes canularsques peuvent laisser.

Un des particularités les plus notables des actes canularsques médiatiques récents concerne la durée parfois extrêmement longue consacrée aux préparatifs nécessaires à la mise en œuvre de la mystification et les nombreux ajustements que leurs auteurs doivent opérer durant cette étape au regard de ce qui constituait leur projet initial. Au sein de notre corpus d'analyse, au moins quatre des neuf cas étudiés ont demandé plus de six mois de préparation. Le canular de la RTBF représente vraisemblablement un record en

la matière puisqu'il a nécessité près de deux ans et demi d'élaboration avant de pouvoir être opérationnel à la mi-décembre 2006. En comparaison, la célèbre émission d'Orson Welles diffusée en octobre 1938 sur CBS n'avait requis guère plus de deux semaines de mise en forme opérationnelle de la part de son auteur et de son équipe. Ces longs préparatifs ne tiennent pas seulement au caractère souvent sophistiqué des opérations mises en œuvre, mais également aux nombreux tâtonnements et aux multiples incertitudes qui entourent la conception de certains canulars médiatiques. Dans trois des cas étudiés (« Ztohoven », « Bye-bye Belgium », Grote Donor Show », le choix d'user d'un procédé canularesque ne s'est imposé à leurs auteurs qu'assez tardivement, bien après avoir entamé les premiers travaux se rapportant à la phase de fabrication. Dans ces trois exemples, mais également dans les cas « Serpica Naro », « Dow-BBC » et « Faux *New York Times* », des interférences importantes sont notables entre la phase de conception et la phase de fabrication. Loin de se succéder machinalement, ces deux étapes théoriques propres à tout projet tendent parfois, en matière de production canularesque contemporaine, à se chevaucher et finalement à se préciser sur un mode plus itératif que strictement mécanique. Ce constat met en lumière la dialectique qui s'instaure fréquemment dans l'activité humaine entre « action planifiée » et « action située » telle que développée par Suchman (Suchman, 1987). Certes, il continue d'exister aujourd'hui des canulars médiatiques où les phases de conception et de fabrication sont clairement dissociées et où la seconde répond sans ajustement majeur aux exigences posées par le projet initialement conçu. Cette situation ordonnée du déroulement théorique de l'acte canularesque est d'ailleurs assez bien exemplarisée par les cas « Dahan versus Royal » et « Thorpe versus climatosceptiques ». Il convient toutefois de noter que, au stade préparatoire d'un acte mystificateur, cet ordonnancement théorique des deux phases semble davantage convenir à des canulars peu sophistiqués et de nature relativement répétitive qu'à des canulars ayant statut d'événement médiatique de premier plan.

Concernant également l'ordonnancement processuel des canulars médiatiques contemporains, il est également important de constater que ceux-ci nécessitent aujourd'hui, et plus que jamais, un important travail préalable visant à obtenir l'accréditation du statut fictif endossé par l'auteur de l'acte ou par l'objet mystificateur qu'il entend porter à la connaissance du public. Au cours des décennies récentes, les auteurs de canulars extérieurs au monde de l'information et des médias institués ont pris

une place croissante au sein de la production d'actes canularsques. Nous sommes désormais loin de l'époque décrite par Fedler (Fedler,1989) où les journalistes ou les directeurs de journaux représentaient une large part des « *media hoaxers* ». De fait et de manière toujours plus systématique, les grands canulars médiatiques contemporains passent, en amont de la perpétration de la mystification publique, par une étape préalable d'accréditation qui suppose elle-même une mystification – certes de portée plus restreinte – auprès d'instances certificatrices qui acceptent ou non la validité de l'identité ou du statut supposé de l'émetteur de l'objet mystificateur. Dans les neuf cas que nous avons analysés, une procédure de ce type est discernable lors de la phase dite de fabrication. Même les « *hoaxers* » issus du monde des médias et opérant avec la complicité de leur support subissent l'obstacle d'une validation préalable de leurs intentions. Ainsi, Philippe Dutilleul, orchestrateur du canular télévisuel sur la partition de la Belgique, a dû attendre de nombreux mois l'accréditation de son projet et accepter de nombreux aménagements pour obtenir l'aval des responsables de la RTBF. Bien que reposant sur un dispositif bien plus léger, le canular conduit par Gérald Dahan durant la campagne présidentielle a, lui aussi et à sa manière, été contraint de franchir l'obstacle d'une accréditation préalable : il lui a fallu passer de nombreux filtres et faire preuve d'un certain talent de composition pour parvenir à parler à Ségolène Royal dans un contexte propice à son projet mystificateur. Concernant le canular de la chaîne néerlandaise BNN ou celui de Serpica Naro, il est intéressant de relever que l'essentiel de la mystification publique s'est déroulé en amont de la mise en interaction de l'objet mystificateur (la diffusion de l'émission « *Grote Donor Show* », le défilé de la styliste anglo-japonaise).

D'une manière générale, on constate que la phase de mystification est, de plus en plus souvent, de très courte durée. La révélation de sa facticité s'opère désormais dans un laps de temps extrêmement réduit après sa mise en œuvre effective et elle semble de moins en moins le fait explicite de ses auteurs. Dans deux des neuf occurrences auscultées (le canular atomique de Ztohoven et la fausse édition du *New York Times* coordonnée par les Yes Men), nous sommes en droit même de nous interroger quant à l'existence d'une véritable mystification ayant affecté une proportion significative du public. Le faux article sur les causes bactériologiques du réchauffement climatique diffusé par David Thorpe a, pour sa part, fait l'objet d'une alerte « *hoax* » quelque soixante-dix minutes seulement après sa mise en ligne. De façon assez similaire, il ne s'écoulera qu'à peine deux heures entre le moment où la BBC diffusera en direct l'interview du faux porte-

parole de Dow Chemical et le moment où l'imposture sera dévoilée. Très souvent, l'instant de révélation de la mystification s'inscrit dans la même unité d'espace et de lieu que sa performance. Si cette brièveté du temps de la mystification est attribuable pour partie au souci des auteurs d'éviter les conséquences risquées d'une tromperie trop intense et trop longue, l'étude de cas souligne qu'elle résulte souvent aussi de l'aptitude des publics destinataires de l'acte à prendre rapidement conscience de la machination dont ils font l'objet. La multiplication des médias « instantanés » propageant l'information en continu rend peu probable l'existence d'une nouvelle singulière qui ne soit pas rapidement reprise – et confirmée si elle est avérée – par d'autres supports. Dans le cas de la fausse édition du JT de la RTBF annonçant la sécession de la partie flamande du pays, les téléspectateurs exposés à la mystification avaient la possibilité de changer de chaîne, d'allumer la radio ou de consulter Internet pour vérifier et compléter cette soudaine et surprenante annonce. Plusieurs messages laissés par des internautes sur les forums du site du quotidien *Le Soir* durant la diffusion de « Bye-Bye Belgium » témoignent de ce réflexe qui s'imposa à nombre de téléspectateurs. Le temps où une fausse information pouvait assez systématiquement perdurer pendant plusieurs jours, voire plusieurs semaines, est à présent lointain. Certes, le système actuel de l'information n'est pas totalement exempt de mystification durable. L'exemple des soi-disant preuves de l'existence d'armes de destruction massive détenue par le régime de Saddam Hussein en Irak durant les trois premières années d'un conflit débuté en 2003 en est l'illustration. Soulignons toutefois que cette manipulation de masse se rapportait à un contexte très particulier d'information « *embedded* », fermement contrôlée par les principaux gouvernements alliés et bien éloignée des capacités de mystification dont disposent actuellement les auteurs d'actes canularsques.

Singulièrement atrophiée au sein de la morphologie globale des actes canularsques observés au cours de la décennie écoulée, la phase de mystification proprement dite s'accompagne désormais souvent, en amont et en aval, d'autres procédés manipulateurs qui enrichissent le dispositif classique du canular. Nous avons précédemment évoqué la présence quasi-systématique d'une étape préalable de mystification « accréditrice » lors de la phase de fabrication. Il convient également de remarquer l'usage très fréquent par les « *media hoaxers* » d'une rhétorique mystificatrice lors de la phase de narration qui succède à l'action. Ce phénomène de « mystification sur les effets de la mystification » orchestré par les auteurs de canulars – souvent pour amplifier l'impact supposé de leur

acte, parfois pour en minimiser certains effets perçus comme préjudiciables – n’est pas en soi un phénomène nouveau. Une fois de plus, le cas de l’émission « La Guerre des Mondes » d’Orson Welles sur CBS fait figure de référence en matière de distorsion de la réalité du fait canularique et de ses effets. Notons cependant que cette pratique s’est désormais systématisée, notamment depuis que les auteurs de canulars disposent tous de leurs propres moyens de communication leur permettant de valoriser leur version des faits (sites Internet, relations presse, production livresque ou filmique...). Parmi les auteurs de canulars extérieurs au monde des médias, les Yes Men sont certainement ceux qui symbolisent le mieux cette pratique de la communication mystificatrice à propos de leurs actes. En procédant généralement auprès d’un public restreint – souvent une conférence professionnelle – et en s’assurant de l’exclusivité des moyens de captation de leur performance, ils ont tout loisir de ne rendre publiques que les séquences soulignant la crédulité de leurs victimes. Ainsi, c’est grâce à leur talent éprouvé en matière de communication persuasive qu’ils sont parvenus à faire croire aux journalistes durant de nombreuses semaines que leur fausse édition du *New York Times* de novembre 2008 avait bénéficié d’une diffusion nationale de 1,2 millions de copies, alors que le tirage réel était inférieur de dix fois.

Cette attention croissante portée par les « *hoaxers* » à la manière dont leur acte est répercuté au sein de l’espace public conduit souvent à une hypertrophie de la phase de narration qui suit un acte canularique médiatique. L’engouement journalistique qui suit un canular audacieux dans les jours suivant sa perpétration est désormais souvent relancé par les rebondissements induits par les réactions de leurs victimes – moins enclines aujourd’hui à laisser passer l’affront – et par l’exploitation de l’événement sous forme de récit développé et magnifié qui survient quelques mois après à l’initiative, souvent directe des auteurs.

A l’issue de cette analyse synthétique des cas composant notre corpus, il ressort que le schéma processuel type que nous avons avancé de l’acte canularique médiatique conserve une réelle pertinence quant aux différents ingrédients caractéristiques et définitoires de l’objet, mais que leur agencement dans le temps peut connaître dans les pratiques actuelles des variations et des « dédoublements » notables. Ainsi la conception de l’acte canularique n’est pas toujours fixée d’entrée de jeu en amont de la phase de fabrication ; elle peut connaître des ajustements sensibles jusqu’au moment de la

performance. Le processus de mystification opéré par les « *hoaxers* » ne se restreint pas non plus à la seule phase de performance, et les « faiblesses » de cette dernière sont souvent compensées par le discours construit a posteriori ou par la production d'un second acte mystificateur à l'issue de la phase de révélation (exemple : le cas du faux démenti attribué à Dow Chemical par les Yes Men une fois l'imposture de Jude Finisterra dévoilée par les médias). Concernant les canulars médiatiques les plus retentissants de la période récente, on observe ainsi une distorsion morphologique de l'acte avec une hypertrophie des phases précédant et succédant à l'action proprement dite. « Action-récit », l'acte canularesque associe le temps court de son déroulement effectif au temps long de sa narration et de sa discussion.

Cette évolution de l'acte canularesque n'est pas totalement endogène et elle résulte pour partie de la place prise aujourd'hui par la communication au sein des sociétés les plus avancées et l'importance toujours plus grande accordée à l'image publique et à sa gestion dans un monde où les rapports sociaux s'organisent autant en fonction de la représentation des choses que de leur matérialité effective<sup>506</sup>.

### V-1.2 Une sophistication accrue des dispositifs mis en oeuvre

Largement évoquées dans les pages qui précèdent, la complexification et la sophistication des procédés et des dispositifs mis en œuvre dans la plupart des grands cas composant notre corpus constituent une évolution majeure des pratiques canularesques à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle. Certes, lorsque l'on considère l'ensemble de la production des canulars perpétrés au cours de ces dernières années, on constate qu'une part notable de celle-ci repose encore souvent sur des procédés relativement basiques. Le développement d'Internet, et plus généralement des réseaux sociaux, a conduit à l'émergence de nouveaux modes opératoires canularesques aux mécanismes parfois sommaires. Les facilités autorisées par l'apparition de nouvelles technologies de l'information et de la communication en matière d'appropriation d'identité ou de fabrication de personnalités

---

<sup>506</sup> Sur ce point particulier, nous renvoyons à l'analyse conduite en collaboration avec Alexandre Pessar dans un article intitulé « Le canular activiste ou la fiction mise en action » in *Vacarme* n° 54, hiver 2011. « *Dans une société où la valeur d'une entreprise ne s'évalue plus seulement à partir de sa capacité productive et ses biens matériels, mais de plus en plus sur la confiance que le public accorde à sa marque, l'image a désormais pris une importance stratégique qui rend les atteintes symboliques portées à celle-ci bien plus dommageables que par le passé. Après une longue indulgence à leur égard, les auteurs de canulars font, depuis trois ans, l'objet de poursuites plus fréquentes de la part de leurs victimes; preuve, s'il en fallait, que l'acte n'est pas aussi inoffensif que d'aucuns voudrait le croire* » (p. 23).



fictives n'est pas étrangère à ce phénomène, même si des mesures réglementaires, juridiques ou des pratiques autorégulatrices visant à enrayer ce type de phénomène se sont développées presque partout en Europe et en Amérique du Nord. Observons également que les actes canulars qui opèrent selon des modalités rudimentaires ou de nature très répétitive peinent aujourd'hui à obtenir un retentissement médiatique digne de ce nom. La valeur événementielle d'une manifestation tient plus que jamais à sa singularité. La lassitude du public à l'endroit de programmes par trop récurrents oblige les auteurs à renouveler leurs créations à un rythme soutenu. En matière de programmation télévisuelle, il est symptomatique de constater le caractère toujours plus éphémère des grilles d'émissions proposées par les chaînes aux téléspectateurs. Dans le domaine spécifique des programmes canulars de type « caméra cachée », on relève à l'échelle internationale une durée de vie plus courte des émissions de ce genre particulier et une diversification des procédés mis en œuvre<sup>507</sup>.

Un des signes les plus flagrants de ce degré croissant de sophistication des actes canulars à large écho médiatique concerne l'évolution assez singulière du profil et des compétences requises par les auteurs contemporains de ce type d'action. On constate ainsi un phénomène conjoint de « professionnalisation » et de travail en équipe – avec des effectifs de plus en plus étoffés et diversifiés – des auteurs de canulars médiatiques.

Parmi les neuf cas analysés dans notre recherche, seuls trois ont été opérés par un groupe extrêmement restreint de personnes. Le canular de Gérald Dahan qui visait Ségolène Royal n'a nécessité, pour sa réalisation, que la complicité d'un seul assistant, même s'il faut admettre que l'auteur bénéficiait par ailleurs d'une logistique technique (studio d'enregistrement) mise à disposition par le média avec lequel il collaborait jusque-là. De même, le canular climatique assumé par David Thorpe ne reposait visiblement pour sa fabrication que de l'appui – certes capital – d'un célèbre biologiste britannique, auteur du texte mystificateur. Bien qu'ayant profité, bien en amont de sa perpétration, des conseils et suggestions de l'organisation Greenpeace pour la conception du faux site DowEthics.com, la fameuse imposture des Yes Men sur la BBC fin 2004 fut essentiellement conduite par le duo de base de ce groupe.

---

<sup>507</sup> Comme Vladimir Donn le relevait déjà il y a quelques années (Donn, 1995), « *la caméra cachée* », de plus en plus souvent, « *ne se cache plus* » (*Op. cit.*, p. 40). Le *talk-show* « Da Ali G. Show », animé par Sacha Baron Cohen entre 2000 et 2004 sur Channel 4 puis sur HBO, a poussé à l'extrême ce procédé en conduisant ses invités à des propos et des attitudes parfois très décalés devant les caméras et le public de son émission.

Le canular de Ztohoven et celui des Yes Men à l'encontre d'ExxonMobil ont, quant à eux, nécessité la constitution d'une équipe plus large : sept personnes au moins pour le premier et une bonne quinzaine de complices – membres de l'association calgarienne d'Arusha – pour le second.

Les quatre autres canulars médiatiques ont, en revanche, dû faire appel à des effectifs plus importants, impliquant chacun plusieurs dizaines – voire plus d'une centaine – de complices actifs pour mener à bien les opérations. Les deux émissions de télévision (« Bye-bye Belgium » et « Grote Donor Show ») ont fait un large usage des personnels techniques des deux chaînes concernées et nécessité un engagement budgétaire sans commune mesure avec les moyens habituellement déployés pour un acte canularique. Les opérations Serpica Naro et faux *New York Times*, bien que moins dispendieuses, ont dû, pour leur part, faire appel aux soutiens bénévoles – mais très qualifiés – de nombreux activistes. Même si l'individualité de la création canularique reste forte et que la personnification de son orchestrateur demeure particulièrement affirmée – au moins dans le discours d'escorte produit par celui qui, in fine, revendique l'acte –, la production de canulars médiatiques de grande ampleur s'apparente aujourd'hui de plus en plus à un travail collectif. La rhétorique de l'homme seul, du « *trickster* », du farceur audacieux, du David isolé contre le Goliath tentaculaire semble de moins en moins correspondre à la réalité des faits.

Le « *hoaxer* » dispose aujourd'hui de compétences et qualités communicationnelles qui dépassent largement celles de l'érudit ou du journaliste-écrivain du XIXe siècle. Outre ses capacités narratives et créatrices, il se doit à présent de posséder un talent hors pair d'acteur, de performeur et de communicant. Il est, d'ailleurs, très souvent directement issu du monde des industries culturelles ou des médias. De plus en plus fréquemment, il opère à la demande d'une instance initiatrice (média ou institution) qui lui procure certains moyens techniques et lui fournit aussi une partie de l'expertise nécessaire à la fabrication et la performance de sa mystification. L'émergence d'une pratique activiste significative en matière d'acte canularique renforce cette dimension plus collective dans l'élaboration et la production de l'acte. Ayant des visées propagandistes et communicationnelles très affirmées, les « *hoaxers* » contemporains se doivent désormais d'être en mesure de décliner leur talent créatif sur toute une palette de supports (production de sites Internet, de livres, de vidéos et de films) et de genres d'écriture (articles, interviews, autobiographie, analyse autoréflexive...).

La sophistication à l'œuvre dans les procédés canulars récents ne se traduit pas seulement par un allongement et une complexification des étapes préparatoires, la multiplication des procédures mystificatrices mises en œuvre lors d'une même opération et le développement de stratégies de communication toujours plus élaborées en aval de l'acte perpétré. Elle résulte aussi des choix très audacieux désormais faits par les auteurs en ce qui concerne le statut social de leurs cibles et la dimension des publics exposés à leur tentative de mystification. Piéger une personnalité connue ou une institution renommée nécessite un sens de la ruse bien plus affirmé que celui requis pour tromper un simple quidam. De même, l'élaboration d'un objet mystificateur destiné à abuser de la crédulité d'un large public – comme dans le cas de certains canulars télévisuels – suppose une conception et une mise en œuvre bien plus sophistiquées que dans le cas d'un acte visant un seul individu ou un groupe très restreint de personnes. D'autant que, parmi les contraintes que se fixent à eux-mêmes les « *hoaxers* », figure au premier le chef de ne pas procéder à une vulgaire manipulation, mais bien de parsemer son acte de signes d'incongruité et d'indices plus ou moins récurrents de fiction.

Les canulars médiatiques récents les plus spectaculaires relèvent majoritairement de la catégorie des actes de nature « ascendante », c'est-à-dire perpétrés à l'encontre d'une cible en position sociale plus élevée que celle de leur auteur. Leur sophistication est donc nécessaire pour mieux déjouer les protections, les moyens de dissuasion et de représailles dont disposent ces victimes qualifiées. En dépit de l'ingéniosité déployée par les mystificateurs, ces cibles demeurent cependant souvent inaccessibles. C'est une des raisons pour laquelle nombre de canulars de ce type s'opèrent de manière indirecte : le public mystifié par l'auteur n'est alors pas la cible finale visée par l'auteur, mais un objectif intermédiaire – plus facile à atteindre – et qui sert indirectement à affecter l'image de celle-ci. C'est typiquement la stratégie qu'employa Philippe Dutilleul et la RTBF dans le cadre de l'émission « Bye-bye Belgium » : ce furent les téléspectateurs de la chaîne qui se trouvèrent formellement mystifiés, mais la cible réelle contre laquelle se concentra le discours des auteurs était bel et bien une partie de la classe politique belge, accusée de refuser d'ouvrir un véritable débat public sur la question nationale. Mais la technique de canular indirect la plus souvent usitée aujourd'hui est celle qui consiste à atteindre une cible puissante grâce à une usurpation de son identité ou la création d'une entité fictive supposée l'incarner. Les victimes de la mystification font souvent partie des

épigones de la cible, trompées par la représentation abusive de cette dernière, donnée par le jeu d'imposture mise en scène par le « *hoaxer* ». Trois des cas composant notre corpus d'analyse (Dow Chemical, ExxonMobil et Serpica Naro) procèdent selon ce mode opératoire « théorisé » par les Yes Men sous l'appellation de « correction d'identité ».

Si l'usage de ces procédés « indirects » de perpétration de l'acte canularique rend parfois plus aisée la réalisation des objectifs symboliques des auteurs (affectation de l'image publique de la cible, production d'un message à forte portée axiologique), celui-ci tend en contrepartie à accroître le nombre d'acteurs impliqués et à complexifier les stratégies et les procédés mis en œuvre. Trois cas illustrent bien les risques de voir l'objectif final voulu par les « *hoaxers* » brouillé par une pratique du canular ascendant par mystification indirecte. Le premier concerne le canular des Yes Men au moment de l'anniversaire de la catastrophe de Bhopal. Dans un premier temps, ce sont la BBC et les activistes indiens qui font figures – à contre-courant des intentions des auteurs – de victimes du canular. Ce n'est que grâce à leur réactivité face à cette situation paradoxale – et aussi aux maladresses des responsables de Dow – que les Yes Men seront parvenus à rectifier l'impression initiale (esprit de *fair play* réciproque avec les journalistes de la BBC, guerre des communiqués avec Dow, excuses et solidarité affichée avec les activistes de Bhopal).

Dans un registre différent, les deux canulars médiatiques perpétrés à l'initiative de chaînes de télévision ont, chacun, été marqués par de vives critiques émanant de téléspectateurs et d'autres médias quant à la transgression opérée par elles à l'endroit de certains principes déontologiques. Ainsi, les commentaires émis durant deux jours qui ont suivi la diffusion de « Bye-bye Belgium » ont davantage porté sur la polémique à propos de la méthode employée par la RTBF que sur le débat que la chaîne entendait ouvrir au sujet de la gravité du conflit linguistique et politique frappant le pays. Les responsables de la chaîne auront dû faire preuve d'un réel talent en matière de gestion de crise pour retourner le sentiment dominant de méfiance qui régnait à leur encontre et recentrer le débat sur la question du devenir de la Belgique. A l'acte canularique proprement dit a donc succédé une nouvelle forme d'action, à la fois politique et communicationnelle, sans laquelle les conséquences de l'opération auraient pu prendre une tout autre tournure (limogeage ou démission du patron de la RTBF, discrédit durable du JT, voire tensions politiques accrues entre les communautés wallonne et flamande). Aux Pays-Bas, les dirigeants de la BNN ont eux aussi dû essuyer de rudes critiques en rapport avec la

diffusion du « Grote Donor Show ». Une large partie de la classe politique et de l'opinion publique s'est, en effet, émue du projet d'émission tel qu'annoncé par la chaîne à grand renfort de publicité. Forts sans doute de l'expérience de leurs collègues belges, les responsables de l'opération ont opté pour un dispositif assez inédit consistant à bâtir l'essentiel du processus mystificateur en amont de l'émission. Bénéficiant des effets positifs générés par celle-ci (forte progression des promesses de dons d'organe, satisfaction du public face au tour pris par l'événement), ils ont même pu s'offrir le luxe de renvoyer les politiques qui les avaient attaqués à leur propre responsabilité.

Ces quelques exemples mettent en lumière la variété et la complexité des dispositifs mis en œuvre aujourd'hui lors de la perpétration d'actes canularsques médiatiques. La diversité des médias à travers lesquels s'opèrent à présent les mécanismes de mystification contribue encore un peu plus à la modulation et à la complexification des modes opératoires.

## ***V-2 Les nouveaux dispositifs médiatiques de l'acte canularesque***

### **V-2.1 La place particulière de la télévision dans la production contemporaine**

Un des enseignements importants qui découlent de l'étude approfondie de notre corpus d'analyse concerne la relation entre le retentissement médiatique obtenu par les actes canularesques récents et le canal principal employé pour leur perpétration.

De ce corpus restreint, mais diversifié, il ressort que le média télévision constitue indiscutablement le vecteur le plus puissant de propagation des actes canularesques au sein de l'espace public, tant au stade de la mystification mise en œuvre qu'au stade de la révélation, voire des commentaires immédiatement suscités lors de la phase de narration. Les quatre canulars médiatiques orchestrés à partir d'une diffusion télévisuelle sont, parmi les neuf cas étudiés, ceux qui, de loin, ont touché le plus large public et recueilli l'écho médiatique le plus intense. L'impact médiatique des canulars télévisuels est en effet élevé quel que soit le mode opératoire employé : diffusion volontaire d'un programme mystificateur par une chaîne de télévision dans les cas « Bye-Bye Belgium » et « Grote Donor Show », propagation involontaire d'une fausse nouvelle élaborée par un acteur extérieur dans le cas Bhopal sur BBC Worldwide ou piratage du signal de diffusion d'une chaîne (canular atomique de Ztohoven sur CT2).

Ce constat de la prééminence du média télévision semble aller à l'encontre de certaines idées couramment admises concernant la recrudescence des actes canularesques au cours de la décennie écoulée. Il contredit en effet quelque peu l'idée qui voudrait que l'importance prise par le phénomène canularesque depuis le milieu des années 1990 serait très étroitement liée à la montée en puissance d'Internet et des nouvelles technologies de l'information. De fait, dans la quasi-totalité des cas étudiés, il existe bien un usage d'Internet par les auteurs de canulars, mais celui-ci représente généralement un instrument d'appoint dans le mode opératoire adopté. Au sein de notre corpus, il s'agit le plus souvent, soit d'un outil utilisé en amont de la perpétration de la phase de performance pour – à travers la création d'un faux site ou d'une fausse nouvelle divulguée via Internet – attirer une victime et faire accréditer l'identité fictive endossée par l'auteur, soit d'un support développé par ce dernier pour revendiquer son acte ou donner sa version « autorisée » des faits. Seul le canular initié par David Thorpe sur une

prétendue cause microbiologique du changement climatique repose sur un usage central et prédominant d'Internet. Ainsi, si la fabrication de faux sites constitue pour les Yes Men un moyen récurrent d'hameçonnage de leurs proies, il convient de constater que, dans les trois cas étudiés au sein de notre corpus, les supports effectifs de performance de la mystification sont d'une autre nature – une émission télévisée pour le canular sur Bhopal, une conférence internationale pour l'opération Vivoleum et un journal imprimé lors de l'annonce de la fin de la guerre en Irak.

Plus généralement, il apparaît à l'étude de notre corpus que les deux médias historiquement les plus anciens – la presse écrite et la radio – sont désormais assez peu employés comme support stratégique de mystification. Ce constat s'inscrit en cohérence avec les tendances observées sur le long terme en matière de perpétration d'actes canularsques. Le moindre usage de la presse écrite dans le cadre de la production canularsque contemporaine traduit à la fois la plus grande rigueur journalistique qui s'est imposée au fil du temps – en réponse notamment aux excès de l'« âge sombre » de la presse durant le XIXe siècle – et également la place plus secondaire occupée par les journaux au sein des sources d'information. Devancée par les médias « instantanés » en matière de rapidité de diffusion et de propagation des nouvelles, la presse écrite semble désormais moins opérante que par le passé pour la mise en œuvre d'actes canularsques. D'une manière générale, la part des canulars littéraires ou strictement scripturaux a singulièrement diminué au fur et à mesure de l'émergence successive de nouveaux médias. En matière de mystifications spectaculaires, les canulars impliquant l'image animée, le son ou une performance scénique semblent aujourd'hui plus impactants, notamment lorsqu'ils sont destinés à être divulgués auprès d'un large public. De fait, un canular possédant une forte dimension visuelle, facilement captable par des moyens audiovisuels, dispose d'une propension accrue à être répercuté par des médias internationaux, tandis qu'un acte de nature plus textuelle, par nature moins spectaculaire, se heurte assez fréquemment aux barrières linguistiques. Pour ce qui se rapporte à l'usage de la radio à des fins canularsques, c'est, au contraire, le fort pouvoir suggestif du média qui semble être redouté par les diffuseurs et, plus accessoirement, par les auteurs de ce type d'acte mystificateur. Le souvenir des effets fâcheux provoqués par la mystification orchestrée par Orson Welles en 1938 ou par les « répliques » de celle-ci en Amérique du Sud dans les années 1940 paraît avoir durablement prévenu les auteurs des risques

encourus en cas d'usage disruptif du média. Comme cela a été souligné précédemment<sup>508</sup>, les procédés canularsques n'ont certes pas disparu des ondes radiophoniques, mais ils ont tendanciellement pris une forme plus ritualisée, moins alarmante et sont désormais presque exclusivement conduits dans un registre humoristique par l'entremise de séquences de type « imposture téléphonique ».

## V-2.2 La diversité et la diversification des supports employés

Ces enseignements dégagés de l'analyse de notre corpus nécessitent toutefois d'être relativisés au regard du nombre relativement limité de cas étudiés et surtout en raison des critères qui ont présidé à la constitution même de notre panel.

En effet, les critères d'éligibilité retenus pour sa composition expliquent pour partie certaines des conclusions que nous venons d'exposer quant aux dispositifs médiatiques les plus souvent usités par les auteurs de canulars durant la période 2004-2008. En ne retenant que les cas d'actes les plus retentissants et ayant disposé d'une propagation significative hors du champ national où ils avaient été perpétrés, il est vraisemblable que les occurrences canularsques appuyées sur un usage du média télévision – qui reste aujourd'hui le principal média de masse en dépit de la concurrence accrue des autres supports de diffusion – ont été exagérément mises en avant. D'un strict point de vue quantitatif, la constitution de notre panel s'est faite au détriment de nombreux canulars, de nature souvent plus sommaire et concernant un champ social plus étroit, opérés au travers d'Internet. Si, indubitablement, les vols d'identité et les mystifications de toute nature ne cessent de fleurir sur la Toile depuis plus d'une décennie, il convient toutefois d'admettre que leur capacité mystificatrice est, en général, relativement réduite tant par la taille des publics directement exposés aux fausses informations divulguées par ce biais que par la réactivité des internautes et à la forme d'autocorrection qui s'opère rapidement sur le Net<sup>509</sup>.

Concernant encore les critères de sélection de notre corpus d'analyse, le fait que nous ayons choisi de bâtir un échantillon raisonné afin de diversifier les types d'occurrences canularsques étudiées a conduit à écarter certains actes à fort retentissement médiatique jugés par trop similaires à certains cas déjà retenus. Cela fut notamment le cas pour certains canulars des Yes Men appuyés sur la création d'un site factice et suivis d'une

---

<sup>508</sup> Point II-1.1.3 en pages 118-124 de cette dissertation.

<sup>509</sup> Comme en témoigne la rapidité de l'alerte « *anti-hoax* » diffusée après la mise en ligne du canular orchestré par David Thorpe.



performance publique dans le cadre d'une conférence professionnelle et de plusieurs canulars téléphoniques à l'encontre de personnalités très connues, diffusés ensuite sur des ondes radiophoniques. Ces derniers, d'un mécanisme et d'un mode opératoire assez proches du canular perpétré contre Ségolène Royal par Gérard Dahan en 2007, ne doivent pas en effet faire oublier une tendance transgressive croissante des traditionnels canulars téléphoniques ou des programmes télévisuels de « caméra cachée », illustrée notamment par les productions récurrentes de groupes comme les Justiciers Masqués au Canada (radio) ou Action Discrète en France (télévision).

Toutefois, et en dépit du caractère très sélectif de notre corpus d'analyse, il convient de constater que l'intrusion des pratiques canularsques en télévision constitue bel et bien une tendance significative de l'évolution récente de la pratique canularsque. Nous tâcherons d'en analyser de manière plus approfondie les raisons dans la partie conclusive de notre recherche. Quasi-inexistants avant le milieu des années 1990, les canulars médiatiques s'appuyant sur la diffusion d'un programme fictif présenté comme réel se sont singulièrement développés ces dernières années. Encore assez récemment, et suivant un procédé assez proche de celui employé par la RTBF en décembre 2006, une grande chaîne de télévision géorgienne a, en mars 2010, provoqué un vif émoi en faisant croire à une nouvelle invasion du territoire national par l'armée russe. Si ce type de cas affectant directement la crédibilité journalistique des chaînes de télévision demeure, somme toute, assez rare, il convient de noter que les programmes de divertissement et surtout les fictions télévisuelles recourant au procédé canularsque sans alerte préalable des téléspectateurs tendent, eux, à se multiplier de manière très significative. Ainsi, les documentaires en forme d'hommage à une personnalité fictive connaissent, depuis le fameux « Forgotten Silver » de Peter Jackson diffusé par la télévision néo-zélandaise en 1995, un développement sans précédent. C'est vraisemblablement là le signe que, malgré des dysfonctionnements notables dans la déontologie et les procès de vérification de l'information au cours des dernières années, la profession journalistique tente dans l'ensemble de résister au mieux à l'intrusion du fictionnel dans le champ de l'information.

### V-3 *Le renouvellement des thématiques et des registres convoqués*

#### V-3.1 **L'information à caractère politique souvent prise pour cible**

L'étude approfondie de notre corpus d'analyse, ainsi que l'observation de nombreux autres cas de canulars médiatiques perpétrés au cours de la période correspondant à notre recherche, soulignent une propension élevée des auteurs à opérer sur des thèmes majeurs de l'actualité. Alors que nombre de canulars du XIXe siècle et d'une grande partie du XXe renvoyaient à des faits divers fictifs ou à des thématiques de l'actualité froide – globalement ce que les anglo-saxons qualifient de « *features* » ou de « *soft news* » –, les canulars médiatiques du début du XXIe siècle paraissent davantage s'investir dans l'actualité chaude et l'information à caractère politique et internationale. Au sein de notre corpus, les cas « Bye-bye Belgium », « Dahan-Charest versus Ségolène Royal », « Fausse édition du *New York Times* » illustrent bien cette propension des « *hoaxers* » à s'emparer de thèmes relevant du champ politique. Dans un domaine voisin, les canulars à visées écologistes des Yes Men et de David Thorpe confirment le fort intérêt actuel des auteurs de canulars pour les sujets relevant de l'actualité sérieuse et à forte portée idéologique. A notre sens, cette orientation particulière des canulars médiatiques les plus emblématiques de la période s'explique par la conjonction de trois facteurs qui influent significativement sur la nature de la production canularsque récente :

- Une exploitation très significative des procédés canularsques par des auteurs issus de groupes activistes. Ces derniers ont connu une forte progression de leur nombre et de leurs effectifs à partir de la seconde moitié des années 1990, en particulier avec l'émergence d'une importante nébuleuse altermondialiste en Europe et en Amérique du Nord. Leur développement s'est accompagné d'un essor de pratiques communicationnelles à la fois novatrices et très spectaculaires permettant d'amplifier leurs messages au sein de la sphère médiatique. Ce surgissement des pratiques dites de « guérilla sémiotique » à des fins d'activisme social ou politique, mis à jour notamment par les travaux du sociologue anglais Tim Jordan<sup>510</sup>, est largement illustré dans notre corpus par les actes canularsques mis en scène par les Yes Men, Serpica Naro, David

---

<sup>510</sup> Tim Jordan, *S'engager! Les nouveaux militants, activistes, agitateurs...*, Editions Autrement, Paris, 2003, pp. 88-103.

Thorpe et, dans une certaine mesure, par les actions du groupe tchèque Ztohoven. A forte visée axiologique et propagandiste, ces manifestations canularsques privilégient assez naturellement certaines des thématiques controversées de l'actualité politique et sociale.

- Une tendance accrue à la production d'actes canularsques témoignant d'un fort caractère transgressif, tant au regard des règles communément admises de bienséance sociale qu'au regard des principes déontologiques qui encadrent traditionnellement les pratiques journalistiques et informationnelles. Il s'agit là d'une tendance qui s'inscrit plus largement dans une des évolutions les plus notables de la production médiatique observée depuis le courant des années 1990. Dans le domaine télévisuel en particulier, elle se traduit par l'apparition et le développement d'émissions (talk-shows, programmes de télé-réalité, émissions satiriques...) mettant en scène des comportements ou des points de vue atypiques et rompant avec les codes traditionnels du média. Ces nouveaux programmes se caractérisent notamment par un moindre respect pour les personnalités du monde institutionnel, un effacement croissant des frontières entre l'univers du réel et celui du fictionnel, ainsi qu'un mélange important entre le registre de la fantaisie et celui du sérieux. En matière de canulars médiatiques, cette propension accrue à la transgression conduit depuis quelques années à une production d'actes moins « bon enfant » et aux visées perturbatrices et subversives plus affirmées que par le passé. A des degrés divers, les productions télévisuelles recourant aujourd'hui à des procédés canularsques – « Bye-bye Belgium », « Grote Donor Show » – n'hésitent plus à enfreindre les règles déontologiques du journalisme ou les fondements du « contrat de lecture » entre un média et son public, en même temps qu'elles ne rechignent pas à investir les thématiques jusque-là préservées du champ proprement politique<sup>511</sup>.

- Une production informationnelle et médiatique de plus en plus ancrée dans le temps court<sup>512</sup> et la réactivité, qui conduit la sphère de l'information à survaloriser les effets d'annonce, l'information ponctuelle et formatée, particulièrement abondante dans les domaines de la politique nationale et internationale. Si, au terme de notre analyse de cas, il ressort que les canulars médiatiques les plus retentissants nécessitent souvent un long

---

<sup>511</sup> De fait, les grands canulars médiatiques antérieurs, pour transgressifs qu'ils aient pu être sur le plan des pratiques informationnelles – comme « La Guerre des Mondes » d'Orson Welles en 1938, le canular de Jean Nocher sur la RDF en 1946, ou encore celui d'Alan Sokal en 1996 – reposaient sur des thématiques strictement sociétales et sans véritable signification politique.

<sup>512</sup> Une tendance au « court-termisme » du journalisme – un « présentisme » pour reprendre l'expression de François Hartog – qui résulte d'une fragmentation accrue de l'information délivrée en temps réel, largement décontextualisée et détachée de l'historicité dans laquelle s'inscrivent les événements.

temps de conception et de préparation ainsi qu'un talent éprouvé de leurs auteurs, on constate également que leur mise en œuvre s'opère en synchronie étroite avec l'agenda médiatique du moment. Tout en sophistiquant leurs procédés et leurs dispositifs, les « *hoaxers* » savent aussi témoigner d'un grand sens de l'opportunité, quitte à devoir modifier leur projet initial pour le faire correspondre davantage aux attentes très circonstanciées des milieux de l'information. Les Yes Men en particulier sont passés maîtres en matière de réactivité à l'actualité comme l'atteste notamment le cas du canular perpétré en décembre 2004 sur la BBC à l'occasion du vingtième anniversaire de la catastrophe de Bhopal ou encore la publication d'une fausse édition spéciale du *New York Times* quelques jours après l'élection de Barack Obama<sup>513</sup>. Cette « stratégie d'embuscade », souvent pratiquée par les publicitaires à l'occasion d'un événement à forte portée médiatique, est aujourd'hui encore plus fréquente concernant des actes requérant de faibles moyens logistiques comme la plupart des canulars via Internet ou les canulars radiophoniques fondés sur une imposture téléphonique. Le récit de la conception du canular perpétré par Gérard Dahan à l'encontre de Ségolène Royal – comme nombre de productions du même type qu'il a opérées auprès d'autres personnalités politiques – témoigne de l'opportunisme et de la réactivité de certains « *hoaxers* » à l'égard de l'actualité politique. Particulièrement soucieuses d'entretenir leurs relations extérieures en période de campagne électorale en même temps qu'elles sont particulièrement pressées par le temps, les personnalités politiques représentent des proies assez faciles pour les auteurs de mystifications canularesques. De nombreuses impostures conduites par les Yes Men (durant l'élection présidentielle américaine de 2004), les Justiciers Masqués (durant celle de 2008) et bien d'autres auteurs traduisent bien ce phénomène croissant d'actes s'appuyant sur l'actualité politique chaude.

L'univers de l'information plus légère (« *soft news* ») n'est certes pas déserté par les auteurs de canulars. La catégorie des canulars pseudo-scientifiques s'appuyant sur l'annonce d'une fausse innovation technologique reste très présente. Ce type de canular a souvent une visée plus divertissante que subversive, différemment de ceux prenant pour appui les grands fantasmes de l'imaginaire collectif : la sexualité, la mort, l'au-delà, le pouvoir caché et la conspiration des élites. Depuis l'émergence d'Internet, et notamment le développement international de Wikipédia, l'annonce fictive du décès de telle ou telle

---

<sup>513</sup> Ils réitéreront d'ailleurs à plusieurs reprises ce procédé du faux journal ou de la fausse nouvelle à l'occasion de la tenue de grands sommets internationaux sur l'environnement et le changement climatique.

personnalité en vue, accompagnée d'une nécrologie hagiographique est devenue quasi hebdomadaire. Pour autant, les canulars traitant de sujets plus légers ou attachés à des thèmes devenus « classiques », comme l'apparition d'OVNI, ne se rangent à présent que très rarement parmi les actes mystificateurs les plus repris par les médias. Souvent parce qu'elles n'appartiennent pas au cœur de ce qui constitue aujourd'hui l'actualité chaude, ces fausses nouvelles ne sont pas immédiatement relayées par les supports d'information, offrant un temps plus long au travail de vérification des faits et des sources par les journalistes.

### **V-3.2 Des registres diversifiés mais une inclinaison dystopique prononcée**

Depuis que le procédé est apparu au XVIII<sup>e</sup> siècle, les actes canularsques ont pris corps en s'appuyant sur deux grandes catégories d'annonces fictives :

- Des nouvelles positives, réjouissantes pour la majorité des destinataires de la fausse information ;
- Des nouvelles inquiétantes, voire franchement catastrophiques, génératrices d'un fort sentiment anxigène au sein du public touché.

Comme cela a déjà été évoqué, le principe même d'une mystification réussie repose largement sur des croyances populaires préexistant au sein de la société et sur une prédisposition du public à admettre pour crédible un événement nouveau dans un domaine donné, en dépit de son caractère éminemment perturbateur. De fait, les périodes de profond changement social, et notamment celles accompagnées de nombreuses découvertes et innovations, représentent un terreau particulièrement fertile pour la crédibilité accordée à des faits ou des annonces à caractère proprement « extraordinaires ». Le degré de croyance en des événements à répercussions positives, ou à l'inverse à conséquences négatives, varie assez singulièrement en fonction de l'état d'esprit général de la société à un moment donné. Ainsi, si l'annonce d'une invasion extraterrestre contenue dans le fameux programme radiophonique d'Orson Welles sur CBS en 1938 a eu un tel retentissement et un fort effet anxigène sur la population new-yorkaise, c'est notamment en raison du climat de très forte tension internationale qui prédominait à l'époque. La période de l'après Seconde Guerre mondiale, fortement

marquée par la Guerre froide, a également participé au développement de nombreux canulars fondés sur la propagation de fausses nouvelles alarmantes.

Au-delà de ces tendances renvoyant à l'état d'esprit général d'une société, le registre employé par les auteurs de fausses nouvelles varie évidemment en fonction du domaine ou de la thématique servant de support à la mystification, de la nature du public auquel elle s'adresse et, incidemment, en fonction des convictions et des croyances entretenues par celui-ci. Ainsi, le XIX<sup>e</sup> siècle américain – qui s'est à la fois traduit par une exceptionnelle avancée économique et scientifique mais également par l'expression d'une forte défiance envers les élites nationales – a vu la production de nombreux canulars fondés sur de bonnes nouvelles concernant de fictives et miraculeuses découvertes, en même temps que la divulgation de multiples fausses annonces dramatiques renvoyant à un discours de dénonciation de l'incurie des pouvoirs publics<sup>514</sup> et d'une prétendue conspiration des élites.

Indéniablement, la période récente dans laquelle s'inscrit notre recherche est empreinte d'inquiétudes multiples (conflits régionaux, effets sociaux de la mondialisation, menaces sur l'environnement, crise des valeurs traditionnelles...) qui rendent les populations européennes et nord-américaines particulièrement réactives aux nouvelles dysphoriques. Parallèlement, la science, et surtout les avancées technologiques considérables des deux dernières décennies, bien que suscitant quelques craintes quant à une possible déshumanisation de nos sociétés, demeurent néanmoins l'incarnation la plus sensible du progrès dans la vie quotidienne<sup>515</sup>.

Concernant notre corpus de canulars médiatiques particulièrement retentissants, on constate que seuls trois d'entre eux s'ouvrent sur une annonce préalable à caractère explicitement négatif (l'explosion nucléaire de Ztohoven, la partition de la Belgique par la RTBF, la « mise aux enchères » de reins par la BNN). A l'opposé, quatre cas prennent appui sur une fausse bonne nouvelle : l'acceptation par Dow Chemical de ses pleines responsabilités dans la catastrophe de Bhopal, la fin de la guerre en Irak annoncée par le *New York Times*, et, dans une moindre mesure, l'émergence d'une nouvelle styliste

---

<sup>514</sup> A titre d'exemple, rappelons le cas du canular du *Chicago Times* faisant sa une en 1875 sur un terrible incendie dans un théâtre de la ville (voir p. 116 de cette dissertation).

<sup>515</sup> Comme en attestent les études d'opinion conduites régulièrement dans l'Union européenne au travers de l'Eurobaromètre ([http://ec.europa.eu/research/rtdinfo/pdf/eurobarometre\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/research/rtdinfo/pdf/eurobarometre_fr.pdf)) et aux Etats-Unis par The Research Pew Center for the People and the Press (<http://people-press.org/report/528>).

internationale du nom de Serpica Naro, et l'annonce d'une découverte scientifique dédouanant l'activité humaine de ses responsabilités en matière de changement climatique. Les deux autres canulars étudiés sont plus ambigus : celui des Yes Men à la conférence de Calgary s'appuie certes sur la révélation d'une découverte prétendument salvatrice – le Vivoleum – mais l'information en question est précédée par le compte-rendu en avant-première d'un rapport prédisant une catastrophe climatique de très grande ampleur. Le canular de Gérard Dahan est quant à lui encore plus délicat à cataloguer : il repose à la fois sur un soutien implicite à la cause indépendantiste québécoise – qui peut être apprécié favorablement ou défavorablement selon le point de vue à partir duquel on se situe – et sur ce qui apparaît comme une maladresse diplomatique de la candidate socialiste à la Présidence de la république.

Toutefois, et compte tenu du caractère particulièrement sophistiqué des mécanismes canulariques mis en œuvre lors de certaines occurrences étudiées, il apparaît délicat de juger de la dimension euphorique ou dysphorique des actes en question uniquement à l'aune de la nouvelle préalablement annoncée. Ainsi, plusieurs cas de notre corpus reposant sur l'annonce d'une nouvelle positive s'avèrent avoir une dimension fortement dysphorique dès lors que les détails ou le contexte entourant cette bonne nouvelle sont mis en lumière par les auteurs. Le cas « Vivoleum » développé par les Yes Men lors de la conférence de Calgary en juin 2007 est assez révélateur de ce type d'ambiguïté : la source d'énergie révolutionnaire soi-disant découverte par ExxonMobil s'avère très rapidement n'être qu'un sinistre recyclage de cadavres humains. De la même manière, le canular de Serpica Naro révèle très tôt au travers des déclarations publiques d'avant défilé de la fausse styliste, un personnage non seulement provocateur, mais susceptible de susciter une réaction violente de la part des précaires milanais. Enfin, la mystification des Yes Men concernant le soudain revirement de Dow Chemical à propos du désastre de Bhopal, en dépit de l'enthousiasme produit auprès des journalistes de la BBC et surtout parmi les activistes indiens, s'accompagne très vite d'une nouvelle « injuste » – la chute du cours boursier de l'entreprise en dépit de sa « bonne action » – puis d'un cinglant démenti de la fausse bonne nouvelle initiale quelques heures seulement après son annonce.

Pris dans leur ensemble, les canulars médiatiques qui composent notre corpus traduisent globalement l'image d'un monde dur, laissant peu de place à l'optimisme. Si, à l'issue de la fausse édition spéciale du JT de la RTBF, les téléspectateurs belges ont appris avec

soulagement que leur pays n'avait pas éclaté, il n'en demeure pas moins que le discours d'accompagnement des auteurs de l'émission insistait fortement sur la réalité du danger encouru. Seul le canular de la BNN, débutant pourtant par l'annonce d'une nouvelle scandaleuse, s'achève véritablement sur un « *happy end* » (forte mobilisation des donateurs potentiels de reins à la suite de l'émission). Dans une moindre mesure, la publication de la fausse édition du *New York Times* composée uniquement de bonnes nouvelles dans la période d'euphorie qui a suivi l'élection de Barack Obama constitue également, en dépit du caractère factice des informations avancées, un canular à consonance globalement positive. Les Yes Men n'ont en effet guère cherché à cacher le caractère fictif desdites informations et n'ont pas manqué d'exprimer leur espoir de voir le président nouvellement élu tenir ses promesses quant à un retrait des troupes américaines stationnées en Irak.

Cette tendance forte à la production de canulars de nature dysphorique semble faire écho à la tonalité dominante de l'information telle que propagée par la plupart des supports journalistiques durant la période étudiée. L'analyse des dépêches des grandes agences internationales souligne en effet une nette prééminence des « mauvaises nouvelles » sur les « bonnes » dans le flux de l'information quotidiennement délivrée. Il ne s'agit d'ailleurs pas d'un phénomène nouveau et celui-ci a, à maintes reprises, été relevé par plusieurs générations de journalistes dans la plupart des pays bénéficiant d'une information libre et indépendante. Cette propension s'est toutefois accentuée au cours des deux dernières décennies avec la multiplication des tensions internationales et les conséquences sociales de certains bouleversements de l'économie mondiale. Le développement de nombreux médias d'information continue et de multiples chaînes internationales a fortement contribué au décloisonnement de l'information et à la propagation de nouvelles du monde entier qui ne disposaient pas d'un tel droit de cité lorsque l'espace informationnel des radios et des chaînes de télévision était limité à quelques grands rendez-vous quotidiens souvent plus focalisés sur l'actualité locale et nationale.

La forte inclinaison des auteurs de canulars contemporains à doter leurs actes d'une visée axiologique les conduit à accentuer la dimension dénonciatrice de ce type de pratique, au détriment de son caractère plus proprement ludique. Si, dans la plupart des cas analysés, le recours à certains codes et procédés humoristiques est bel et bien réel, il convient



cependant de noter que rares sont désormais les canulars médiatiques conçus comme de purs divertissements et suscitant de véritables éclats de rire au sein du public. L'acte canularique contemporain semble prendre ses distances avec la tradition farcesque qui l'a longtemps accompagné. Les registres humoristiques convoqués par les auteurs relèvent à présent davantage de la caricature et de la satire acerbe que de la blague sans véritable conséquence sur la représentation des rapports sociaux au sein de la société. Dans certains cas, comme le canular atomique de Ztohoven ou le programme télévisuel néerlandais du Grote Donor Show, toute forme d'expression humoristique semble absente. Les mesures de rétorsion de plus en plus affirmées prises par les victimes de ces actes en guise de réaction à l'« agression » qu'elles ont subie témoignent d'ailleurs d'une tournure plus grave et moins anodine prise actuellement par les canulars médiatiques. Le seul canular de notre corpus se revendiquant d'une tradition proprement humoristique et divertissante – celui mené par l'imitateur Gérard Dahan – n'est guère parvenu à convaincre les commentateurs de ses intentions apolitiques et de ses conséquences anodines à l'endroit de sa victime. Rétrospectivement, et quelles qu'aient été les véritables intentions de son auteur, ce canular à l'encontre de Ségolène Royal est aujourd'hui considéré comme un événement politique signifiant de la campagne présidentielle française de 2007.

## **VI- Les premiers éléments d'une typification des canulars médiatiques**

Au-delà des enseignements généraux précédemment dégagés sur les constantes et les évolutions récentes du canular médiatique, l'étude de notre corpus de recherche confirme l'assez grande originalité de chacun des cas analysés et invite à s'intéresser aux principaux facteurs qui contribuent à les différencier. De par sa nature spécifique, chaque manifestation canularique recèle évidemment en elle une part élevée de singularité. Toutefois, entre la singularisation parfois extrême à laquelle conduit l'étude détaillée de chaque cas et l'excès de généralisation qui peut résulter d'une analyse trop synthétique d'un ensemble de cas, il nous semble nécessaire de tenter de mettre au jour les variables les plus structurantes permettant de dégager des groupes de cas partageant des caractéristiques communes et rendant compte de manière pertinente de la variété des manifestations canulariques médiatiques à l'époque contemporaine.

### ***VI-1 La nécessité de dépasser le caractère d'exceptionnalité de tout acte canularique***

L'acte canularique engage par sa nature un processus actionnel relativement sophistiqué. Au sens où nous l'avons en effet défini, il nécessite *a minima* un procès de fabrication et de performance d'une mystification (une sorte de fiction actée trouvant prise dans la réalité des perceptions et des représentations d'un individu ou d'un groupe plus conséquent de personnes), suivi assez rapidement d'un mécanisme de révélation de cette mystification plus ou moins directement ordonné par l'auteur de l'acte. Difficilement reproductible suivant des procédés identiques et dans des conditions d'environnement analogues, chaque acte canularique possède par essence des caractéristiques qui lui sont propres. Comme toute « action située », l'acte canularique représente, en reprenant les termes de Suchman<sup>516</sup> (1987), « un système émergent in situ, et contingent de la dynamique des interactions » : son action est située car « orientée vers » et « dépendante » de l'action du « destinataire » (en l'occurrence la cible ou le public visé par la mystification). Pour atteindre ses visées, l'auteur d'un canular doit en

---

<sup>516</sup> Lucy SUCHMAN, *Op. cit.*, p. 115.

effet déployer une forme de créativité et un sens de l'improvisation, tant dans la production du « cadre fabriqué » (Goffman, 1971) qu'il a mis en place pour leurrer sa cible que durant la performance de la mystification face à un destinataire dont il ne peut totalement anticiper les réactions. Le tout se déroulant dans un environnement social susceptible d'interférer sur le cours des événements.

C'est ce caractère d'exceptionnalité et de variabilité de l'acte canularesque au regard de la situation, « construite » en partie seulement, qui rend sa classification, sa réduction en idéaux-types, épistémologiquement improbable. C'est la raison pour laquelle nous préférons employer la notion dynamique de « typification », développée par Alfred Schutz (1945), pour qualifier notre tentative d'ordonnement provisoire d'un phénomène sociologique et médiatique en perpétuelle évolution.

Chaque acte canularesque disposant d'une histoire et d'un déroulement qui lui sont propres, l'établissement d'une typification suppose la mise au jour de critères d'ordonnement, certes pertinents au regard de notre corpus d'étude, mais ne pouvant cependant prétendre ni à l'exhaustivité ni à la pérennité vu les évolutions multiples déjà rencontrées par le phénomène canularesque au fil de son histoire.

## ***VI-2 Les principaux critères de qualification des canulars médiatiques***

De l'étude des cas composant notre corpus d'analyse, plusieurs critères de qualification des actes canularesques à forte implication médiatique semblent se dégager :

- Des critères renvoyant aux statuts sociaux respectifs de l'auteur de l'acte et sa cible ;
- Des critères tactiques et pratiques tenant à la manière dont l'auteur atteint finalement la cible visée ;
- Des critères relevant de l'intentionnalité et des visées idéologiques de l'auteur ;

- Des critères relevant du degré d'intégration des auteurs et de leurs actes canularsques à l'intérieur du champ médiatique.

### **VI-2.1 Les critères renvoyant aux statuts sociaux de l'auteur et de sa cible**

On peut, au travers de cette approche statutaire des acteurs impliqués, distinguer deux grands types d'actes canularsques :

- Les « canulars de type descendant » (mettant en scène un auteur disposant d'une position sociale ou intellectuelle élevée face à une « victime » en situation d'infériorité statutaire). Il s'agit de la forme d'acte canularsque la plus facile à mettre en place, car la mystification d'un « initié » à l'encontre d'un « profane » répond à un rituel souvent institué au sein de la société (rite d'initiation ou rite de distinction).
- Les « canulars de type ascendant » (perpétrés par des auteurs en position statutaire inférieure à celle des cibles visées). Ce sont des formes logiquement moins courantes de pratiques car elles bouleversent – au moins momentanément – l'ordre social établi.

### **VI-2.2 Les critères renvoyant à la manière dont l'auteur atteint sa cible**

On peut ainsi distinguer deux grandes catégories de canulars :

- Les « canulars directs », où la personne ou le public mystifié coïncident pleinement avec la cible finale visée par l'auteur de l'acte.
- Les « canulars indirects », où la mystification perpétrée à l'encontre d'un tiers vise indirectement et par ricochet une cible finale, en général difficile à atteindre directement en raison souvent d'un statut protégé. Il s'agit d'un mode opératoire souvent pratiqué dans le cas d'actes canularsques de nature ascendante.

### **VI-2.3 Les critères renvoyant aux intentions et aux visées de l'auteur**

On distingue alors deux positions formelles plutôt antagonistes, mais dans la pratique des situations relativement graduées entre ces deux extrêmes :

- Les « canulars à fin de divertissement pur » où l'intention de l'auteur et le résultat final de l'acte sont de faire rire, de créer une séquence de nature humoristique et ne visant pas à affecter sérieusement l'image de la victime.
- Les « canulars à fins critiques » qui mettent en cause l'ordre établi des choses ou qui s'en prennent délibérément au statut social de la victime. La visée est, dans ce cas, plus sérieuse, même si l'auteur peut parfois recourir à des procédés humoristiques relevant de ce que Thomas Veatch (1998) a théorisé sous le terme de « humour de profanation » (« *Humor Violation Theory* »).

Ce critère de catégorisation, à la différence des critères sociologiques et pratiques précédemment évoqués, repose sur une approche plus interprétative des actes canulariques que sur une démarche objectivable et fondée sur l'évaluation de procédés techniques. À ce titre, il s'agit donc de critères relatifs et la classification des cas ne répond pas à une logique binaire, mais plutôt à une logique de *continuum* entre deux positions théoriquement opposées.

### **VI-2.4 Les critères renvoyant au degré d'intégration des auteurs dans le champ médiatique institué**

Cette dimension relevant du degré plus ou moins élevé d'inscription des auteurs et de leurs actes dans l'univers communicationnel découle directement de l'objet de recherche qui est le nôtre : l'étude de « canulars médiatiques » perpétrés au cours d'une période où le champ de la communication connaît de profondes évolutions.

On peut dans le cadre de cette approche distinguer deux pôles extrêmes pouvant servir de base à la classification des actes canulariques à forte résonance médiatique :

- Les « canulars produits par des instances médiatiques ». Il s'agit dans ce cas de figure d'actes canulars ordonnés et mis en œuvre par de grandes institutions médiatiques (quotidiens d'information, radios, chaînes de télévision...) ayant une vocation identifiée et reconnue au sein de la société à produire et diffuser des contenus élaborés dans le domaine de l'information et/ou du divertissement. L'acte canular produit par ces instances doit naturellement avoir vocation à devenir un contenu ou un programme qui sera diffusé par l'instance à destination d'un large public.
  
- Les « canulars produits par des acteurs extérieurs aux instances médiatiques ». Il s'agit souvent d'actes canulars très ponctuels mis en œuvre par des personnes extérieures au monde des médias et de la communication. Ceux-ci agissent de la sorte pour obtenir un écho médiatique, tantôt à des fins opportunistes ou d'autopromotion, tantôt avec des visées de nature morale ou politique, parfois avec pour objectif plus précis de critiquer et de remettre en cause le fonctionnement du système médiatique.

Cette différenciation nette des visées et des fonctions dévolues aux actes canulars par leurs auteurs demeure cependant très théorique. Dans les faits, et comme le montre l'analyse de notre corpus de recherche, les canulars médiatiques perpétrés ne sont pas « chimiquement purs » et segmentables suivant un schéma binaire.

D'une part, parce que tout canular est le fruit d'une auctorialité forte et originale qui, même produit à l'intérieur d'une instance médiatique, constitue une entité particulière entrant assez fréquemment en conflit avec ceux qui l'emploient. La figure du « *trickster* », fréquemment évoquée par les auteurs d'actes canulars pour qualifier leur démarche, renvoie à ce caractère transgressif et d'une certaine manière à une position marginale à l'égard du groupe et de l'institution. Ainsi, et même dans une perspective apolitique et strictement divertissante, l'auteur de canulars « intégrés » demeure toujours atypique et en dissonance par rapport à la structure qui l'emploie.

D'autre part, parce que l'évolution de la société, la propagation des nouvelles technologies de l'information et le développement de pratiques communicationnelles moins hiérarchisées tendent à rendre la distinction entre instances médiatiques et publics

extérieurs plus formelle que réelle. La démocratisation de l'accès aux techniques de production et de diffusion de l'information, notamment à travers l'accessibilité croissante des citoyens et des groupes sociaux aux instruments de captation et de propagation, contribue à perméabiliser la frontière entre les professionnels de la communication et les publics extérieurs à ce champ. L'usage de techniques sophistiquées de communication s'est aussi fortement propagé au-delà des médias et des entreprises spécialisées dans la communication persuasive : la plupart des entreprises de taille significative disposent à présent d'un service de communication et d'un – ou plusieurs – site(s) Internet. Il en est ainsi également des associations d'utilité publique, des syndicats, des groupes de pression et même de certains groupes d'activistes politiques. Ces usages nouveaux, tant au sein de la sphère médiatique que dans les groupes supposés totalement externes à celle-ci témoignent de l'existence aujourd'hui d'une fluidité entre deux pôles longtemps supposés antagonistes.

### ***VI-3 Les critères de qualification retenus***

Si la diversité et la complexité du canular médiatique dans ses développements contemporains nécessitent la prise en compte de multiples critères d'analyse, il semble que les critères de classification d'ordre « technique » (comme la nature du ou des médias utilisés, l'emploi ou non d'une cible intermédiaire ou le degré de sophistication des dispositifs mis en place) ne suffisent pas à structurer de manière pertinente les occurrences récentes du phénomène. Ainsi que l'analyse Lynda Walsh (Walsh, 2003), le canular médiatique, même lorsque sa dimension mystificatrice repose sur une production textuelle fictive énoncée comme récit d'un fait véridique, ne saurait véritablement se définir au travers du seul support fabriqué par son auteur. Il engage évidemment l'intentionnalité de l'auteur, ses visées, mais aussi la confrontation ou la mise en interaction de l'objet mystificateur produit par l'auteur avec la cible visée. La dimension communicationnelle des actes canularsques, peu étudiée par Walsh et réduite au strict champ de la production journalistique par Fedler<sup>517</sup>, nécessite également d'être précisée, en tenant compte de l'évolution des pratiques et des modes de production médiatiques rappelés précédemment.

---

<sup>517</sup> Fred FEDLER, *Media Hoaxes*, op. cit.

Pour toutes ces raisons et dans la perspective d'une classification souple et dynamique des actes canularsques à dimension médiatique que nous avons analysés, nous proposons de retenir comme critères les plus pertinents :

- 1) Le critère de cohérence entre l'intentionnalité axiologique de l'auteur et la nature des effets et des commentaires médiatiques suscités par la perpétration de l'acte ;
- 2) Le critère d'intégration de l'auteur et de l'acte produit à l'intérieur du système de production médiatique et de ses différentes instances.

### **VI-3.1 Le critère de cohérence entre l'intentionnalité et la nature des effets produits**

Ce premier critère de typification des canulars médiatiques étudiés propose d'évaluer la « tournure » prise par chaque acte dans sa globalité, tant en ce qui concerne le sens voulu et donné par son auteur que le sens finalement attribué à celui-ci par les médias. Parenthèse dans l'ordre du réel, l'acte canularsque constitue – lorsqu'il parvient à ses fins au terme d'un cheminement processuel assez rigoureux – une sorte de fable ; un apologue dont découle une morale représentant le fond du message adressé par son auteur à la société. Un acte canularsque à visée médiatique peut donc être considéré comme réussi quand, au-delà du fait qu'il soit parvenu à franchir les étapes successives qui le caractérisent, il parvient à transmettre et propager un message en conformité avec les intentions et les visées idéologiques de son auteur au moment de sa conception. En tant qu'acte communicationnel, sa pertinence dépend donc de la correspondance entre l'intention de son auteur de produire un acte signifié, la signification effective de cet acte et le sens donné au final à cet acte par le discours médiatique ambiant.

Héritier de la farce et des formes d'humour dites « agressives », puisqu'il met en scène un « piègeur » et un « piégé », l'auteur d'un « attentat » et sa victime, le canular peut, à l'instar de certains rituels d'inversion dans les sociétés traditionnelles, être interprété de deux façons assez antagonistes. La parenthèse temporelle construite par la rupture de l'ordre conventionnel du rapport au réel, puis par le rétablissement d'un ordre « acceptable » après la révélation de la mystification, peut en effet être lue comme un simple divertissement, un détournement temporaire des codes courants visant à provoquer



un sentiment de soulagement à l'issue de la restauration de ces derniers. La suspension provisoire de l'ordre social constituerait une sorte d'exutoire des tensions qui traversent un individu ou un groupe à un moment de la société. C'est notamment une des interprétations axiologiques faites du rituel carnavalesque dans les sociétés traditionnelles et dans les sociétés modernes fondées sur le *credo* en certaines valeurs jugées plus ou moins intangibles et constitutives de la communauté. Les formes carnavalesques qui contreviennent à l'ordre social seraient finalement des formes très encadrées socialement, d'une durée circonscrite, et dont la fonction réelle serait de canaliser des comportements éruptifs susceptibles de déstabiliser durablement et définitivement l'ordre établi. Loin d'être un phénomène insurrectionnel, le carnaval serait un instrument de régulation des tensions au sein de la société en vue d'assurer la pérennité et la conservation des valeurs essentielles d'une communauté parcourue par des phénomènes entropiques.

En divergence profonde avec cette interprétation, les travaux de Mikhaïl Bakhtine sur le carnaval et le dialogisme dans la littérature, analysent la culture carnavalesque comme une réaction profonde à la culture classique où le sérieux est officiel, autoritaire et « élément de peur et d'intimidation »<sup>518</sup>. De fait, elle serait productrice de polyphonie au sein d'une société dont le régime gouvernerait en opérant un contrôle social étroit sur les personnes et les discours. Lisant dans la culture populaire du carnaval l'expression d'une « liberté révolutionnaire », Bakhtine suggère que ses pratiques sont porteuses de véritables enjeux politiques de cette liberté en recourant à des mots tels que « affranchissement », « abolition » et « opposition » pour la qualifier. En dépit de son caractère temporellement circonscrit par les autorités, le carnavalesque réussirait à la longue à pénétrer toutes les facettes de la vie courante par sa répétition et son emprise culturelle. Si les recherches de Bakhtine sur la tradition orale des carnivals en France le conduisent à une interprétation subversive de ces pratiques dans le champ littéraire, elles ouvrent cependant la porte à une approche sociologique nouvelle des actes qui fondent le phénomène carnavalesque en soi. Ainsi, la farce – ancêtre du canular – aurait vocation à propager un esprit de subversion au sein de la société, bien au-delà de la période temporelle dans laquelle il est supposé s'inscrire. Dans certaines sociétés, les moments ritualisés et extrêmement cadrés de l'expression du carnavalesque connaîtraient une extension incontrôlée, telle la tradition du Mardi Gras en Italie du Nord qui, initialement d'une durée très limitée, s'étendit sur plusieurs semaines, voire plusieurs mois, et fut

---

<sup>518</sup> Mikhaïl BAKHTINE, *L'œuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen Age et sous la Renaissance*, Paris, Gallimard, 1970 (pour la traduction française), p.98.

adoptée par une partie du mouvement ouvrier transalpin à des fins de contestation sociale et politique.

L'analogie avec le développement et l'extension des pratiques canularsques hors des formes ritualisées que leur accordait la culture dominante à certaines époques est forte. Ainsi, certaines pratiques canularsques longtemps très délimitées temporellement et socialement, comme le poisson d'avril ou la « fausse nouvelle » diffusée par les journaux chaque 1<sup>er</sup> avril, ou encore certains rites d'initiation ou de distinction des grandes écoles au moment de l'admission des nouvelles recrues, ont souvent vu leur champ de perpétration s'étendre et leurs modalités opératoires admises se déréguler au fil du temps et générer des phénomènes imprévus de perturbation de l'ordre social.

Au regard de l'objet étudié et de sa dimension communicationnelle, il apparaît pertinent de procéder à une évaluation des actes canularsques selon un critère axiologique se rapportant à la finalité sociale du message intentionnellement propagé par l'auteur à travers le canular médiatique qu'il a perpétré.

Cette évaluation relative, tenant compte à la fois des intentions idéologiques de l'auteur au moment de la conception de son entreprise, du propos signifié par l'acte au moment de sa performance et de sa révélation et de l'interprétation du canular par les discours médiatiques générés par celui-ci à l'issue de sa perpétration, peut être établie suivant une échelle comportant deux extrêmes opposés :

### ***1) Les finalités de nature critique et à visée subversive***

L'auteur de l'acte construit alors son acte avec l'intention de porter un discours mettant en cause certaines valeurs de l'ordre dominant auxquelles il s'oppose. Il recourt à ce procédé complexe mettant en scène le faux et le fictionnel pour provoquer un retour au vrai et au réel qui soit suffisamment renversant pour stimuler l'attention et une prise de conscience forte chez sa victime ou à l'endroit d'un public à l'égard duquel il entend propager son message. Si l'acte parvient à susciter une médiatisation qui dans l'ensemble répond à cet objectif argumentatif de l'auteur, il sera arrivé à ses fins que nous qualifierons de subversives. Le canular engendrant par définition des effets bénins, sans conséquences matérielles graves ou irréparables, il

ne constitue pas un acte révolutionnaire : sa vocation est d'abord symbolique. A ce titre, le qualificatif « subversif » - qui renvoie au « bouleversement des idées reçues, de l'ordre établi », donc à une action plus intellectuelle que matérielle – nous paraît le plus adapté pour désigner la nature axiologique extrême de ce type d'acte. Le terme « subversif » dérive d'un verbe d'action, « subvertir », dont l'étymologie (sub + vertir) renvoie à la notion de « renversement » de l'ordre des valeurs.

## 2) *Les finalités de nature distractive et apolitique*

L'auteur de ce type d'acte vise alors à une pure fonction de « divertissement », s'attachant au dérisoire de la situation construite plutôt qu'à la dérision d'un pouvoir ou d'une idée instituée. La parenthèse mise en œuvre par l'acte canularesque constitue une diversion provisoire dans l'ordre temporel ; elle peut à l'instar du carnaval institué représenter une « soupape », un moment de défoulement et de soulagement, dont la visée n'est pas la remise en question de l'ordre établi, mais d'une certaine manière sa confirmation par la distraction du public vis-à-vis du « sérieux » d'une réalité sociale. La dimension transgressive de l'acte canularesque est donc extrêmement réduite, ou porte sur des sujets peu susceptibles de remettre en cause le principe d'autorité de la cible visée par l'acte. L'auteur qui dans ce cadre recourt généralement à des registres de nature humoristique privilégiera la parodie et le mimétisme, plutôt que la satire ou la caricature. Les effets psychologiques et sociaux produits sont de nature très bénigne et peinent généralement, au-delà de l'écho médiatique immédiatement rencontré, à entrer durablement dans la mémoire collective de la société. Le canular se situe alors dans l'ordre du divertissement pur ou de la diversion, deux substantifs dérivés du verbe d'action « divertir » qui, comme « subvertir » trouve sa racine étymologique dans le vieux français « vertir » qui signifie « tourner », « appliquer à », et par extension « traduire ». Originellement, le terme « divertir » qualifie l'acte de « détourner à son profit », mais il a, au fil du temps, pris le sens plus léger et plus psychologique de : « détourner l'attention de quelqu'un sur une nouvelle activité », puis « adoucir le mal par des activités absorbantes ou agréables », et enfin « distraire », « amuser ».

### VI-3.2 Le critère d'intégration au sein du système de production médiatique

La pertinence de ce critère au regard de l'analyse d'actes canularsques médiatiques découle évidemment des choix épistémologiques qui fondent notre recherche ainsi que de la nature du corpus retenu. Loin d'être tautologique, notre approche se fonde sur le constat d'un usage croissant de l'acte canularsque à des fins communicationnelles. Il apparaît en effet aujourd'hui réducteur de ne considérer comme « canular médiatique » que les seuls actes canularsques perpétrés par des journalistes ou par des instances médiatiques. Au terme de son ouvrage, publié en 1989, Fred Fedler reconnaissait d'ailleurs l'émergence d'une série d'actes de ce type résultant de personnes extérieures à la sphère médiatique<sup>519</sup>.

Au cours du XXe siècle, l'usage des formes canularsques par les grands médias d'information a globalement connu une forte divulgation, en même temps que leur mise en scène médiatique a profondément été formatée et ritualisée afin d'en amoindrir la portée perturbatrice et disruptive. Les procès de mystification visant le public des médias ont de plus en plus fait l'objet d'une alerte préalable visant à le prévenir de l'irruption d'une fausse nouvelle ; les moments de perpétration des actes ont été rendus moins imprévisibles, en étant concentrés sur quelques dates bien identifiées et faisant l'objet d'une pratique tolérée du canular. Surtout, les productions médiatiques relevant de procédés canularsques ont été fortement « formatées » et « orientées » à des fins de pur divertissement. Ceci a globalement conduit à une prolifération de productions, notamment radiophoniques et télévisuelles, où non seulement l'auditoire du média était écarté des cibles visées par l'auteur, mais également où la tension et la gêne suscitées par la mystification de la victime étaient largement « désamorçées » par une mise en récit « policée » des actes perpétrés ainsi que l'adjonction impérative d'une scène finale de réconciliation entre la victime et son piègeur.

Cette normalisation des formes et des procédés canularsques dans les médias a vraisemblablement connu son apogée dans les années 1950-1960 aux Etats-Unis et un peu plus tardivement en Europe autour des années 1970. La résurgence d'actes canularsques plus transgressifs dans les périodes qui ont suivi semble corrélée à

---

<sup>519</sup> Fred FEDLER, *Media Hoaxes, op. cit.*, pp. 218-221.

l'explosion de la concurrence dans le secteur audiovisuel et le primat pris alors par le secteur privé et à l'émergence de nouveaux canaux essentiellement financés par la publicité – donc sur la base des résultats d'audience – ainsi qu'à la spectacularisation croissante des programmes au détriment parfois de certaines règles déontologiques édictées par le passé.

En France notamment, le rapide développement des radios libres dans les années 1980 a été accompagné d'une prolifération de l'imposture radiophonique, un genre déjà ancien mais pratiqué désormais dans des registres plus transgressifs que ceux usités antérieurement. Outre l'essor des émissions parodiques et satiriques, la télévision a en particulier fait un usage limité, mais néanmoins significatif, de programmes fictionnels prétendant relater des faits authentiques.

Si les « *hoaxers* » ont opéré un retour en force dans les programmes et les contenus diffusés par les instances médiatiques, leur statut au sein de celles-ci n'en demeure pas moins relativement marginal. Dotés d'une personnalité généralement forte et originale, les professionnels du canular peinent à s'intégrer pleinement au sein de ce type de structure. La forte instabilité des grilles de programmation, le recours croissant à l'externalisation de la production et la qualité parfois irrégulière d'une production répétitive d'actes canularsques pèsent en effet sur leur réelle intégration au sein de ces instances. La position souvent complexe et paradoxale du « *hoaxer* » au sein du média pour lequel il officie est assez bien illustrée par les rapports conflictuels de Gérard Dahan avec le magazine *Entrevue* lors de son canular perpétré à l'encontre de Ségolène Royal<sup>520</sup>, et, dans une moindre mesure, par les relations entretenues par Philippe Dutilleul avec la RTBF dans le cas de l'émission « Bye-bye Belgium »<sup>521</sup>. Ainsi, et même dans le cadre d'une production d'actes de nature apolitique et strictement divertissante, l'auteur de canulars demeure néanmoins toujours atypique et un peu dissonant par rapport au média qui l'emploie<sup>522</sup>. Il n'en reste pas moins que les grands médias, et la télévision notamment, sont dans l'ensemble devenus plus perméables, à partir de la seconde moitié des années 1990, à la production d'actes canularsques plus transgressifs tant en ce qui concerne les procédés utilisés que la nature des messages véhiculés. L'émergence durant cette période de genres télévisuels et de types de productions filmiques mettant en scène

---

<sup>520</sup> Voir à ce propos l'analyse de cet acte canularsque en pp. 321-336 de cette dissertation.

<sup>521</sup> Voir également l'analyse de cet acte canularsque en pp. 337-370 de cette dissertation.

<sup>522</sup> Lire à ce sujet les propos d'Andy Bichlbaum à propos de sa courte collaboration avec Canal Plus (Entretien du 28 mai 2006, en, annexe 6 de cette dissertation, p.31)

une relation fictionnelle à la réalité, en particulier les émissions dites de « télé-réalité » et les œuvres qualifiées de « *mock-documentaries* », a fortement contribué à cette évolution<sup>523</sup>.

Parallèlement aux évolutions qui ont affecté les modes de production et les contenus des médias au cours des quatre dernières décennies et qui ont indirectement induit des modifications dans les procédés canularsques employés, il convient aussi de souligner les changements qui ont contribué à transformer les rapports de certains groupes sociaux dans leurs relations et leur usage des procédés canularsques. Dès la fin du XIXe et du début du XXe siècle, en Europe et en Amérique du Nord, des pratiques canularsques se sont développées hors du champ des médias à l'instigation d'artistes ou d'écrivains. Les avant-gardes artistiques de cette période ont très tôt saisi le potentiel transgressif et critique du procédé canularsque. Les dadaïstes d'abord, les surréalistes ensuite, puis les situationnistes et à leur suite toute une série de courants de l'art contemporain ou de la critique esthétique de la société ont produit des actes canularsques<sup>524</sup>, visant à provoquer le scandale et parfois à étayer un discours extrêmement critique à l'égard de la société et de ses élites bourgeoises<sup>525</sup>. Assez rapidement, les mouvements de contestation des années 1960 en Amérique du Nord et des années 1970 en Europe ont eux aussi pris conscience de l'usage politique et subversif qui pouvait être fait du canular. Les mouvements contestataires et contreculturels nord-américains ont produit au cours de

---

<sup>523</sup> Parmi ces productions filmiques de « *mock-documentaries* », il convient de signaler le cas particulièrement retentissant de la diffusion, sans alerte préalable, du « faux » documentaire de Peter Jackson, « *Forgotten Silver* » en 1995 sur la deuxième chaîne de télévision publique néo-zélandaise.

<sup>524</sup> Un cas parmi tant d'autres, mais qui eut un grand écho dans la presse parisienne de l'époque, illustre cet usage du canular par les groupes artistiques du début du XXe siècle : celui de l'âne-peintre Boronali perpétré par Roland Dorgelès en France en 1920.

<sup>525</sup> Parmi les cas les plus emblématiques d'actes canularsques perpétrés par une avant-garde politico-artistique, celui du situationniste italien Gianfranco Sanguinetti en 1975 fut de ceux qui obtinrent le plus de retentissement médiatique. « *Au cours du mois d'août 1975, les principaux industriels et éditorialistes italiens reçurent un étrange livre à tirage très limité et dont chaque exemplaire était numéroté à la main. L'ouvrage, signé sous le pseudonyme de Censor, s'intitulait « Véridique rapport sur les dernières chances de sauver le capitalisme en Italie ». L'auteur laissait entendre qu'il était un membre éminent de la classe dirigeante et qu'il se risquait à cette analyse critique et lucide afin de préserver le capitalisme péninsulaire d'un grave affrontement avec le monde ouvrier. (...) Les grands quotidiens d'information accordèrent un très vif intérêt à ce pamphlet, s'étonnant du cynisme avec lequel les dirigeants nationaux se préparaient à affronter la crise et les bouleversements qui traversaient le pays et s'interrogeant sur la véritable identité de l'auteur du libelle. Quelques mois plus tard, Mursia, une grande maison d'édition d'obédience libérale, décida de re-publier le livre en l'accompagnant d'un bandeau de couverture accrocheur et interrogatif : « Qui est Censor ? Un conservateur éclairé ? Un réactionnaire cynique ? Une personnalité de gauche, cachée derrière un nom de plume ? » En effet, il s'agissait bel et bien d'un canular. Le vrai auteur du texte n'était autre que Gianfranco Sanguinetti, l'ultime rescapé des nombreuses vagues d'exclusion perpétrées par Guy Debord au sein de l'Internationale Situationniste.(...) Ce canular situationniste constitua une sorte d'avant-goût de certaines pratiques qui allaient devenir assez courantes dans l'appareillage politico-culturel de la contestation en Italie à partir de 1977 ». (Andrea Natella, « Aux origines de l'usage subversif du canular en Italie », in *Multitudes* n° 25, été 2006, p. 170).*

cette période quelques canulars très élaborés à l'encontre des autorités politiques, parmi lesquels on relèvera notamment le cas d'un faux numéro du quotidien canadien anglophone, *The Gazette*, réalisé en octobre 1968 par l'équipe de *Logos*, un des titres fleurons de la presse alternative de cette époque<sup>526</sup>. C'est également la période où certaines grandes figures de la contre-culture, comme Abbie Hoffman ou Joey Skaggs, perpétreront leurs premiers happenings à caractère canularesque. Chaque vague nouvelle de médias alternatifs (presse, puis radio, puis télévision, et enfin Internet durant la dernière décennie) généreront l'intrusion de pratiques informatives et communicationnelles à caractère non conventionnel, dont l'usage du canular à des fins critiques ou propagandistes représente une des formes privilégiées. La démocratisation de l'accès aux techniques de production et de diffusion de l'information, notamment à travers l'accessibilité croissante des citoyens et des groupes sociaux aux instruments de captation et de propagation, a contribué à perméabiliser la frontière entre les professionnels de la communication et les publics extérieurs à ce champ. Le discours critique à l'égard des médias qui s'est développé à partir des années 1960-1970 et qui perdure aujourd'hui, très centré sur la contestation de la propriété des moyens de production par des groupes industriels et financiers et de la manipulation exercée sur les citoyens par les médias a vu, au fil du temps, émerger à ses côtés un discours plus pragmatique. Ce dernier, moins radicalement anti-médiatique, a choisi en marge des médias dits « *mainstream* » de promouvoir et de mettre en œuvre des moyens alternatifs d'information souvent qualifiés de « médias citoyens » ou de « médias collaboratifs ». Grâce au développement de ses fonctionnalités interactives, Internet – notamment dans sa version qualifiée de « Web 2.0 » – a participé à l'instauration de relations nouvelles entre émetteur et récepteur de l'information et à une soudaine multiplication des espaces et des supports de diffusion<sup>527</sup>. L'usage de techniques sophistiquées de communication s'est aussi fortement propagé au-delà des médias et des entreprises spécialisées dans le domaine de la communication persuasive : la plupart des entreprises de taille significative disposent à présent d'un service de communication et d'un – ou plusieurs – site(s) Internet. Il en est ainsi également des associations d'utilité publique, des syndicats, des groupes de pression et même de certains groupes d'activistes politiques. Le cas des activistes des Yes Men – longuement analysé dans notre recherche – met en lumière une

---

<sup>526</sup> Ce cas emblématique du canular subversif est longuement décrit par Ron Verzuh dans son livre *Underground Times*, paru chez Deneau Publishers en 1989, pp. 70-92.

<sup>527</sup> En décembre 2008, la société britannique NetCraft dénombrait plus de 186 millions de sites Internet dans le monde (dont 75,2 millions de sites actifs), soit un décuplement par rapport à la situation observée au milieu de l'année 2000 (Source : NetCraft, Bilan de l'offre Internet, janvier 2009).

professionnalisation croissante de certains acteurs de la contestation, non seulement en termes de production d'actes canularsques, mais également en termes de capacité à divulguer leurs messages dans le champ médiatique. De manière analogue, certains artistes ou écrivains utilisent les procédés canularsques, non plus seulement pour porter un discours critique à l'égard des institutions culturelles ou la culture esthétique dominante, mais de plus en plus souvent afin d'assurer la promotion de leur production. Ainsi, le procédé utilisé par Gianfranco Sanguinetti pour mystifier le monde politique et intellectuel italien – repris avec des visées moins subversives par le journaliste André Bercoff dans les années 1980 – est désormais fréquemment utilisé dans le monde l'édition pour susciter l'intérêt des commentateurs et du public à l'endroit d'un ouvrage. Plus généralement, les métiers de la publicité et de la communication persuasive ont également bien saisi depuis les années 1980 l'intérêt communicationnel des procédés canularsques pour capter l'attention du public. D'autant que les dispositifs mettant en œuvre une phase de mystification suivie d'une révélation s'apparentent en bien des aspects au procédé devenu classique dans cette profession qui s'appelle le « *teasing* »<sup>528</sup>.

En résumé et concernant la question du degré d'intégration médiatique des actes canularsques, il demeure pertinent de distinguer un pôle interne au système médiatique d'un pôle extérieur ou périphérique à celui-ci, même s'il convient d'admettre que les dynamiques à l'œuvre dans les sociétés européennes et nord-américaines semblent conduire à une plus grande fluidité entre ces deux entités que par le passé. Comme le soulignent les cas de « Bye-bye Belgium » et du « Grote Donor Show », les productions canularsques émanant directement des grands médias facilitent, notamment par la puissance des supports engagés, une résonance médiatique très importante de ce type d'acte. Outre une capacité d'engagement de moyens matériels et humains très importants pour leur fabrication, ces actes canularsques disposent également d'une garantie d'accès à une forte divulgation médiatique, dont ne disposent évidemment pas ceux qui perpètrent des canulars sans l'appui préalable de ces instances.

Pour qualifier les deux pôles d'un axe permettant de positionner les canulars étudiés en cohérence sémantique et épistémologique avec le premier axe déjà identifié

---

<sup>528</sup> La technique du « *teasing* » publicitaire consiste à organiser la communication d'un service ou d'un produit selon deux temps bien distincts : un premier temps visant à susciter le questionnement chez le récepteur quant à la nature du produit et l'identité de la marque promue, un second temps qui, après mise en tension du public, consiste à révéler le nom de la marque.



(Divertir/Subvertir), nous suggérons de recourir à un vocable dérivé lui aussi du verbe « vertir ». Signifiant « tourner », au sens utilisé dans le substantif « tournure », il partage la même origine étymologique que le mot « version » qui désigne à la fois la traduction, l'adaptation, l'interprétation et qui exprime assez pertinemment à notre avis le caractère multiple et évolutif des formes canulariques contemporaines, ainsi que la diversité des transcriptions médiatiques opérées à partir d'une pratique déjà ancienne.

Ceci nous conduit donc à définir notre second axe structurant autour des deux pôles suivants :

**1) *Une production émanant d'auteurs extérieurs au système des médias, mais visant au travers de leurs actes à s'introduire dans le champ communicationnel pour alerter d'une situation particulière.***

Le verbe « avertir » qualifie bien cette volonté d' « attirer l'attention de quelqu'un sur quelque chose », cette idée d'intermédiation entre un objet, une situation et une personne. Il comporte aussi le principe d'annonce et d'alerte avec sa dimension d'interpellation et parfois de menace implicite de sanction (« avertissement »).

**2) *Une production médiatique intégrée, où le concepteur de l'acte répond à une commande explicite faite par un média institué, imposant ses règles internes et ses visées propres à l'auteur.***

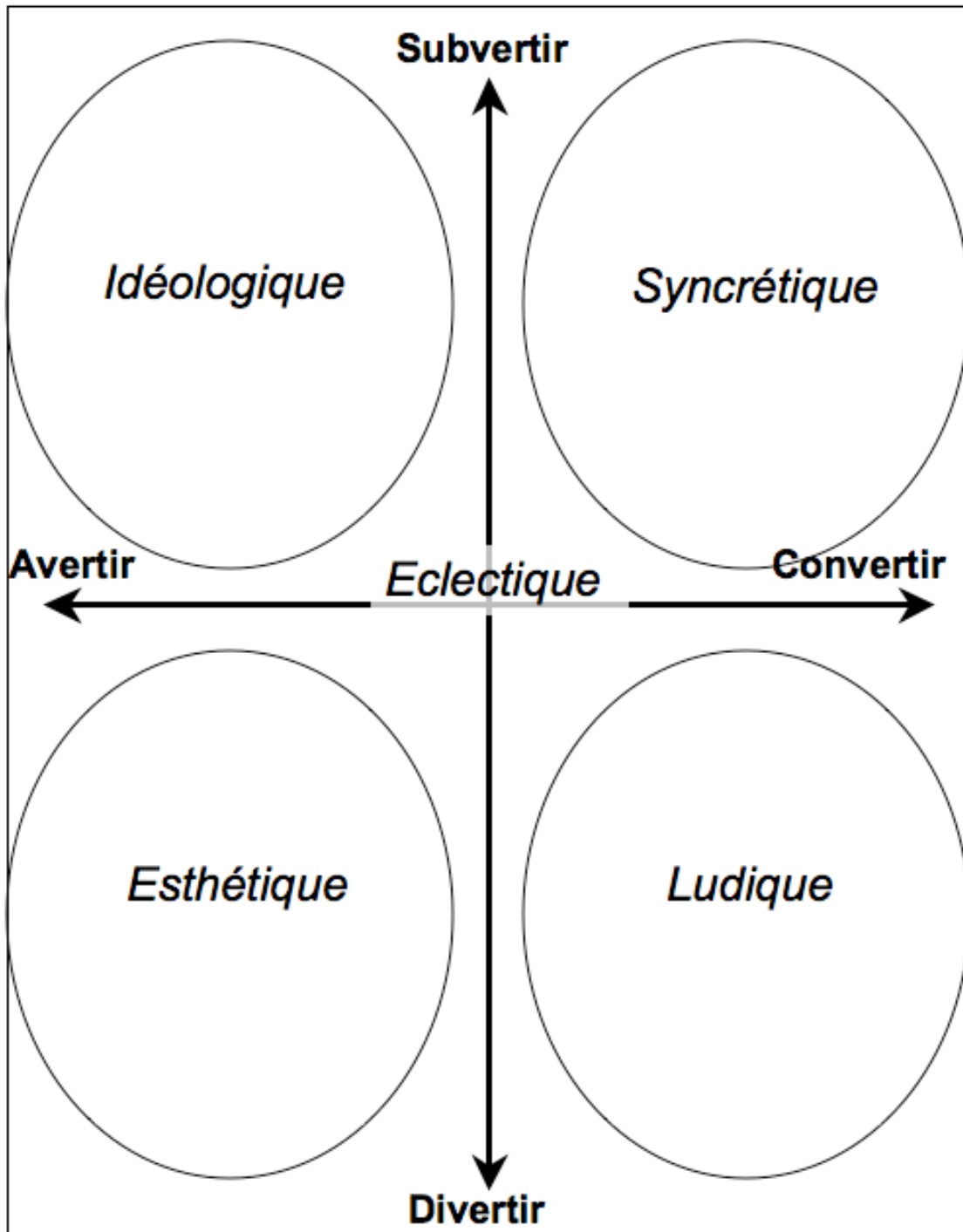
En ce qui concerne les instances médiatiques, conscientes des performances d'audience générées par des contenus inspirés des procédés canulariques mais aussi de leur caractère parfois disruptif, il s'agit donc pour elles d'inclure les formes canulariques au sein de leur production en tâchant de les conformer à leurs contraintes internes. Le terme de « convertir », qui signifie originellement « changer les attributions de quelqu'un », « modifier le mode de représentation de contenus mentaux », relate correctement le procès opéré par les médias à l'égard du phénomène canularique.

### **VI-3.3 La structuration du champ des représentations typifiées**

Lorsque l'on procède à un croisement des deux axes précédemment décrits et que celui-ci est projeté sur un plan en deux dimensions, il en ressort quatre espaces distincts, correspondant chacun à un type catégoriel théoriquement cohérent et différencié des trois autres en fonction de l'ordonnement spécifique des critères précédemment retenus.

(Voir schéma ci-après)

## Typification des canulars médiatiques



A chacun de ces quatre champs correspond un groupe particulier d'actes canularsques médiatiques :

- 1) **Les canulars « idéologiques »**, portés par des auteurs extérieurs au monde des médias institués, mus par une volonté d'alerter toute ou partie de l'opinion à propos d'une situation, et servant de support à un message critique ou subversif au regard des idées communément admises au sein de la société ou du groupe social représenté par la cible à l'égard de laquelle l'acte est perpétré. Il s'agit donc de canulars médiatiques à visée de nature politique, tels qu'ils se sont fortement développés au cours des dernières décennies.
- 2) **Les canulars « esthétiques »**, qui émanent eux aussi d'auteurs situés hors de l'univers des médias et de l'information et qui, par leurs interventions, visent certes à attirer l'attention du public mais à des fins qui relèvent davantage de l'expression artistique et d'une posture plus égocentrique que véritablement politique. La finalité première de l'auteur de ce type de canular médiatique est d'afficher son talent, sa créativité – et éventuellement son sens de la provocation – hors du commun. Depuis le début du XXe siècle, le monde de l'art contemporain est particulièrement coutumier de ce genre de manifestation.
- 3) **Les canulars « ludiques »**, qui sont généralement le fait de professionnels du spectacle et du divertissement médiatique dont la finalité principale est de produire un événement susceptible de capter l'attention et de divertir l'audience que leur confère leur activité régulière au sein du monde médiatique. Amuser, divertir ou « intriguer » leur public représente la principale finalité de leur acte.
- 4) **Les canulars « syncrétiques »** représentent un type d'acte moins courant et qui ne s'est développé qu'assez récemment avec l'émergence d'un goût de plus en plus prononcé pour la transgression dans les médias. Ses auteurs proviennent souvent du monde institué de la communication où aspirent à s'y établir. Ils ont la particularité de cultiver simultanément un fort intérêt pour le succès médiatique et une volonté d'utiliser leur position pour défendre une cause ou même dénoncer une situation qu'ils jugent inacceptable. L'acte

canularesque constitue pour eux un moyen de dépasser les règles tant morales que déontologiques fixées par le milieu professionnel dans lequel ils opèrent.

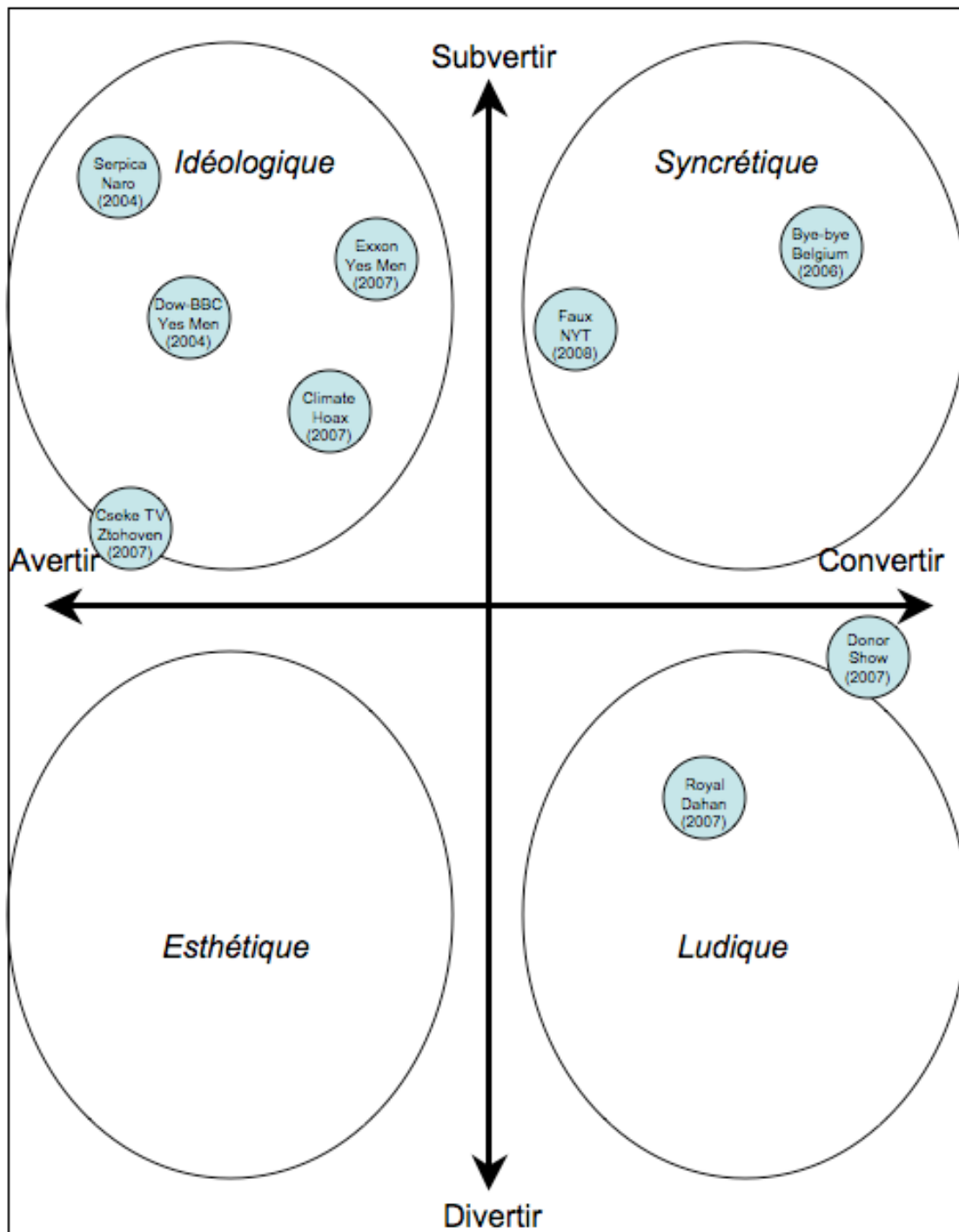
Naturellement, ces quatre catégories tendent à mettre l'accent sur les différences et rendent difficilement compte de la complexité et de l'ambivalence entretenue par certains canulars médiatiques. A la croisée de nos deux axes, il est ainsi pensable d'établir une cinquième catégorie qu'on pourrait qualifier d'« **éclectique** » tant certains actes demeurent assez indiscernables quant à la nature réelle de leurs finalités et au statut exact de leurs auteurs.

#### ***VI-4 Les premiers éléments d'une typification des canulars médiatiques***

##### **VI-4.1 La caractérisation du corpus au regard des critères de qualification retenus**

Sur la base de ce critère relevant du procès de production canularesque dans un contexte médiatique et du critère renvoyant à la nature intrinsèque du message produit par l'acte, tant au niveau de son intention que de sa formalisation médiatique effective, il est possible d'établir la carte heuristique suivante des neuf cas composant notre corpus :

## Typification des canulars médiatiques (Période 2004-2008)



De cette représentation graphique, il ressort plusieurs enseignements généraux concernant les pratiques canularsques à forte résonance médiatique de la période récente :

- Une majorité des cas étudiés se situent dans la catégorie « idéologique » et/ou un registre à caractère « subversif », ce qui signifie que le propos général porté par ces actes s'inscrit dans une posture critique soit à l'égard du discours dominant de la société dans laquelle il a été opéré, soit en opposition au discours prévalant au sein du public visé et effectivement atteint par la perpétration de la mystification. Ce constat général appelle cependant un commentaire pondérant cette observation. Un des critères principaux d'éligibilité des cas étudiés dans le cadre de notre recherche reposant sur l'impact médiatique obtenu au final par chacun d'eux, cette conclusion ne saurait concerner la totalité de la production au cours de la période 2004-2008. Elle ne se rapporte donc qu'aux occurrences les plus largement rapportées par les médias. Par défaut, cela signifie cependant que les canulars ayant suscité récemment le plus fort intérêt des médias semblent généralement reposer sur un propos politique et social de nature assez transgressif.
- En conséquence directe et logique de ce premier constat, les cas d'actes canularsques à fort retentissement médiatique et ayant pour finalité une pure dérivation des publics – les canulars « ludiques » – sont nettement plus rares. Au sein du corpus étudié, seuls deux cas se situent plutôt dans ce registre : le canular perpétré par Gérald Dahan à l'encontre de Ségolène Royal durant la campagne présidentielle de 2007 et le programme de télé-réalité de BNN diffusé quelques mois plus tard aux Pays-Bas. Encore faut-il noter que ces deux exemples ne relèvent pas de manière absolue de la catégorie formelle des canulars médiatiques de nature distractive et apolitique. Même s'il se défend de toute intention idéologique et prétend être resté dans le séculaire droit de raillerie des imitateurs et des chansonniers à l'endroit des personnalités politiques, Gérald Dahan ne peut nier que le moment de perpétration de son acte a pris – même s'il déclare que c'est à son insu – une dimension politique non négligeable. Suivant un cheminement différent, l'émission néerlandaise « De Grote Donor Show », dont la finalité première visait assurément à susciter l'émotion du public et drainer la plus large part d'audience possible – ce qu'elle a indéniablement réussi – n'est

cependant pas exempte de visées et d'effets produits de nature axiologique (invectiver la classe politique sur son inaction supposée face à la crise du don d'organe). Dans ces cas, les actes canularsques ont été perpétrés par des acteurs très – ou relativement dans le cas de Dahan – liés à des instances médiatiques importantes.

- Troisième constat d'ordre général, la distinction formelle entre canulars conçus et produits par des instances médiatiques « professionnelles » et canulars initiés et perpétrés par des acteurs n'appartenant pas formellement aux métiers de la communication n'est, dans les faits, pas aussi binaire qu'il semblerait a priori, y compris en termes de registre discursif mobilisé. L'étude de cas fait, en effet, apparaître l'existence de situations plus nuancées entre ces deux positions théoriques. S'il serait sans doute encore quelque peu hasardeux de conclure à l'existence d'une fluidité croissante entre l'interpellation occasionnelle du champ médiatique au moyen de l'acte canularsque (« avertir ») et l'usage « professionnalisé » des procédés canularsques à des fins de productions médiatiques (« convertir »), la « professionnalisation » croissante des certains activistes en matière d'usage du canular à des fins communicationnelles rend néanmoins cette hypothèse envisageable. Ainsi, l'évolution qui semble se dégager au sujet des pratiques canularsques des Yes Men à travers l'étude de trois couvrant la période 2004-2008 lui donne quelque crédit.

Par ailleurs, et si notre représentation graphique des actes canularsques étudiés met en lumière une « nuée » – cinq cas sur un total de neuf – située dans un espace à la croisée d'une perpétration extra-médiatique d'actes canularsques et d'une dimension « critique » dans le discours véhiculé par ces interventions, la concentration observée n'est que relative ; les cinq cas en question occupant des positions témoignant d'une diversité assez forte au sein de ce sous-ensemble. Ainsi entre le canular médiatique perpétré ponctuellement par Serpica Naro avec un objectif essentiellement revendicatif (dénoncer la situation précaire des travailleurs de la mode en Italie) et le canular à connotation plus artistique et culturelle du groupe Ztohoven, les points de différenciation dépassent l'ordre de la simple nuance.

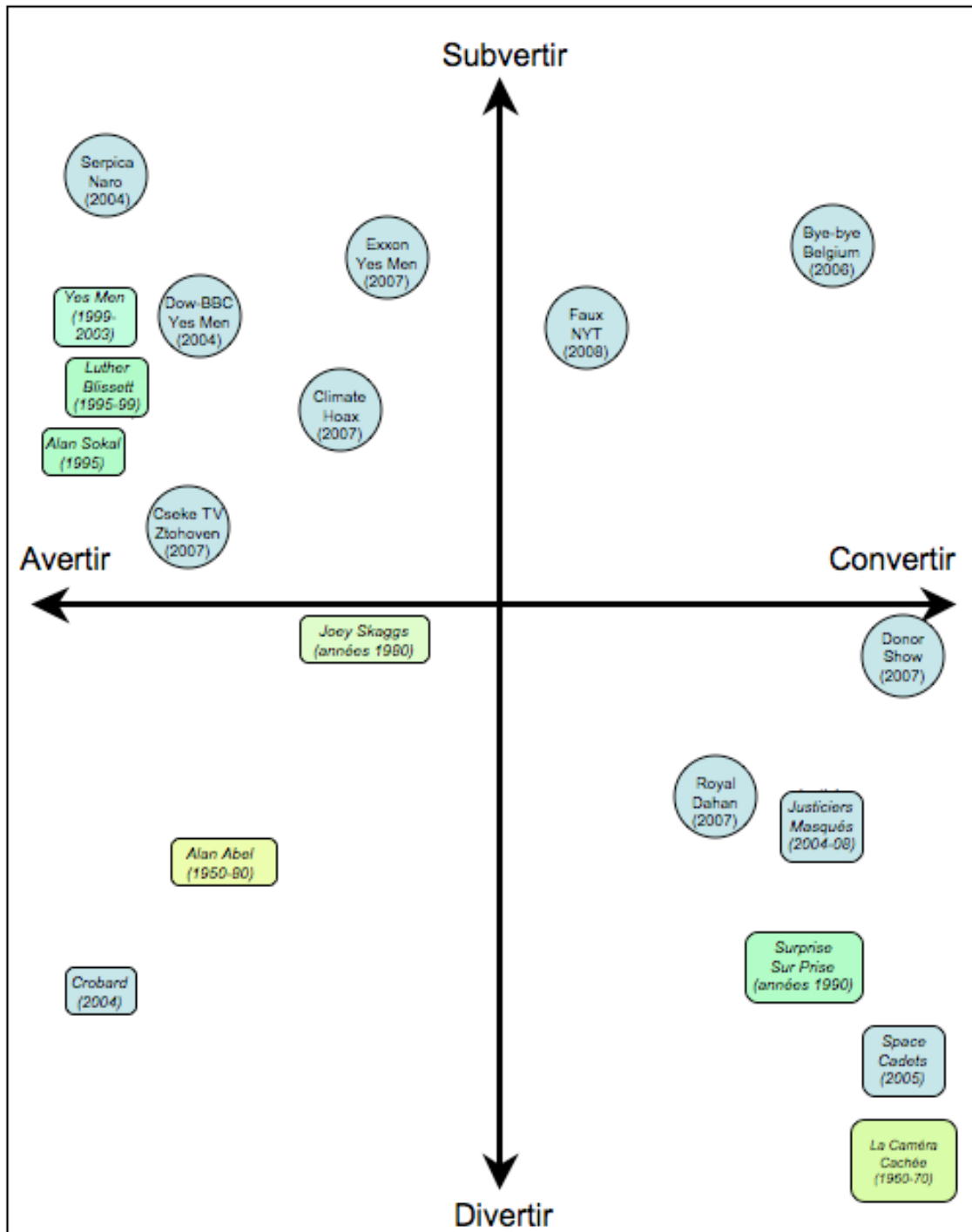


#### **VI-4.2 Les principales dynamiques à l'œuvre dans l'univers du canular médiatique**

Pour aller plus avant dans notre analyse des canulars médiatiques perpétrés dans un passé récent, et notamment comprendre les grandes dynamiques qui conduisent aux constats rapportés précédemment, il apparaît indispensable d'enrichir notre démarche jusque-là synchronique par une approche plus diachronique de la question.

En incrémentant notre schéma d'un certain nombre de cas référentiels de canulars médiatiques antérieurs à la période 2004-2008, et en tenant compte aussi d'actes canulars contemporains à cette période – précédemment évoqués au fil de notre dissertation –, nous parvenons à la représentation graphique suivante :

Typification des canulars médiatiques (corpus d'étude et corpus référentiel)



Cette nouvelle carte heuristique des canulars médiatiques, élargie aux cas et aux types référentiels du genre, met notamment en lumière une distribution plus équilibrée des occurrences sur le diagramme structuré par nos deux axes de qualification.

Elle suggère l'existence d'une tendance assez soutenue depuis la seconde moitié du XXe siècle à l'occurrence de canulars médiatiques à caractère moins anodin d'un point de vue axiologique que par le passé. A la différence du XIXe siècle, le canular médiatique n'est plus l'apanage d'auteurs appartenant au monde journalistique. Les actes de nature « idéologique », perpétrés par des personnes extérieures au monde des médias, semblent, en volume, représenter la tendance émergente des quinze dernières années. Pratique souvent privilégiée par des personnalités souvent atypiques ou par des groupes « minoritaires » désireux de faire valoir leur dissidence ou leur différence vis-à-vis des valeurs « dominantes », le canular à visées médiatiques a vraisemblablement trouvé dans la contestation de la « pensée unique » ou du « nouvel ordre mondial », un terrain favorable à sa prolifération.

Pour autant, la production d'actes canularsques médiatiques par des instances du monde de la communication n'a pas disparu. Elle semble s'être, d'une certaine manière, métamorphosée. Elle semble avoir presque totalement déserté la presse écrite – où même la tradition des fausses nouvelles du 1<sup>er</sup> avril tend à se perdre – pour se tourner vers des médias plus « chauds » comme Internet, mais surtout la télévision en ce qui concerne les canulars médiatiques les plus retentissants. Il est possible de lire dans ce constat les effets d'une propension croissante des grands médias au cours des dernières décennies à proposer des contenus et des programmes de nature plus spectaculaire et jouant toujours davantage de la transgression des codes et des valeurs communes pour susciter l'attention du public dans un contexte de concurrence accrue.

Car si le canular médiatique, quel que soit son auteur et quelle que soit la forme prise par son objet, est bel et bien une sorte de spectacle, notons qu'il est aujourd'hui moins ritualisé, plus imprévisible que jamais et surtout moins systématiquement associé à la farce et aux ressorts de l'humour classique. Si certains humoristes continuent de le pratiquer, ils se doivent aujourd'hui de se plier au jeu de la transgression et du défi insolent porté contre les puissants ou ceux qui symbolisent trop ostentatoirement l'image de la réussite sociale.

Il y a probablement dans ces quelques tendances qui singularisent les pratiques canularsques à grand retentissement médiatique les effets et les reflets de l'époque assez agitée dans laquelle nous vivons. C'est précisément ces liens qui attachent la pratique canularsque actuelle aux mutations profondes opérées par notre société et par le monde des médias et de la communication que nous proposons d'analyser à présent dans une ultime et brève partie de ce mémoire.

## **Troisième Partie :**

# **LE CANULAR MEDIATIQUE A L'ERE DE L'INFORMATION ET DE LA GLOBALISATION**

## I – Le canular médiatique à l’heure de la globalisation

L’approche historique de l’acte canulareresque, ainsi que les premiers enseignements de notre recherche présentés respectivement en première et deuxième parties, mettent en lumière la forte incidence du contexte socio-historique sur les formes et les contenus des canulars perpétrés. Les champs thématiques investis par les auteurs, les types de messages à visée axiologique portés par l’acte, l’appartenance sociale des « *hoaxers* », les dispositifs médiatiques mis en place, la nature des procédés employés, et plus généralement l’intensité de la pratique elle-même paraissent, en effet, étroitement liés aux caractéristiques des milieux et des cultures dans lesquels s’inscrivent les manifestations canulareresques.

L’étude approfondie des conditions de félicité de l’acte souligne l’importance jouée par l’environnement et le contexte immédiats de sa perpétration sur la réussite ou non de l’entreprise canulareresque. Bien qu’il induise la production d’un « cadre fabriqué », soit la mise en place d’une sorte de parenthèse dans l’ordre habituel des choses, l’acte canulareresque ne s’apparente cependant pas à un test de laboratoire où l’opérateur aurait le contrôle sur chacune des variables de l’expérimentation. Forme d’action située, l’acte canulareresque, au-delà des capacités de son auteur à établir un plan, reste extrêmement sensible au jeu complexe et imprévisible des interactions entre les acteurs et au contexte plus ou moins favorable dans lequel l’acte mystificateur est mis en œuvre. Cette prégnance du « monde extérieur » sur la nature, la forme et le déroulement de l’acte est d’autant plus affirmée dans le cas d’un canular médiatique que celui-ci vise généralement à une certaine expansion sociale de ses effets. Plus la cible ou le public d’un canular est large, plus celui-ci dispose de chances certaines de s’inscrire – ou d’entrer en confrontation – avec les attendus, les croyances et les cadres socioculturels qui gouvernent l’époque.

Les deux décennies qui viennent de s’écouler, et en particulier les premières années de ce XXI<sup>e</sup> siècle, ont été marquées par une profonde accélération des transformations à l’oeuvre depuis le début de la période moderne et notamment depuis la révolution industrielle. Les changements qui s’opèrent dans nos sociétés depuis le tournant du siècle sont si intenses et multidimensionnels, dans leur nature et les effets produits dans la vie

quotidienne, que certains auteurs n'hésitent pas à parler de « métamorphose » ou de « nouvelle ère de la civilisation ». De fait, les champs de la société affectés par d'importantes mutations au cours de la période récente sont si nombreux qu'il serait illusoire de tenter en quelques lignes d'en dresser le panorama.

A défaut, deux expressions, apparues assez récemment et largement reprises et développées par ce que le monde compte aujourd'hui de chercheurs, de penseurs, d'analystes, de prospectivistes, mais aussi de décideurs et de commentateurs à l'échelle internationale, paraissent assez bien résumer les transformations systémiques actuellement à l'œuvre : il s'agit du mot « globalisation » et de la locution « ère de l'information ».

Dans les pages qui suivent, nous nous attacherons, en premier lieu, à mettre en lumière les incidences directes les plus facilement appréhensibles de ces deux grands aspects de la transformation sociétale sur les manifestations canulariques contemporaines. Dans un second temps, nous préciserons les conséquences sur les pratiques canulariques médiatiques des principales mutations qui ont cours dans le monde de l'information et des usages médiatiques. Enfin, au regard de certaines des évolutions observées récemment tant dans le champ sociétal que dans celui de notre objet de recherche, nous aborderons la question du devenir du canular médiatique à moyen et long terme.

### ***I-1 Globalisation et nouvelle donne médiatique***

Qualifiant à l'origine la manifestation du phénomène d'interpénétrations accrues des secteurs de l'économie, du commerce et de la finance à l'échelle internationale conduisant à un affaiblissement sensible des politiques publiques conduites par les États, le terme « globalisation » (traduction du mot anglo-saxon « *globalization* ») a, assez rapidement, vu sa définition s'élargir pour prendre une signification plus générique. Il a d'abord été décliné dans les champs du politique et de la culture, puis dans ceux de la science et de la communication, pour concerner aujourd'hui l'ensemble de l'activité humaine, y compris dans son rapport à son environnement naturel. Souvent traduit de manière approximative en français par le terme de « mondialisation », le concept renvoie, en effet, à une transformation du monde dans sa dimension spatiale au travers de ce qu'Anthony Giddens définit comme « *l'intensification des échanges à l'échelle*

*planétaire qui relie entre eux des territoires de telle façon que ce qui se passe localement apparaît fortement modelé par des événements et des décisions survenus très loin de là, et inversement* »<sup>529</sup>. Le changement induit culturellement est particulièrement important puisqu'il se traduit par une perception différente de l'espace géographique et de l'expérience locale.

Mais le terme anglais de « *globalization* » sous-entend également une dimension d'ordre temporelle qui n'est pas traduite par le mot « mondialisation ». La transformation profonde qui est à l'œuvre dans nos sociétés se caractérise aussi par une vitesse croissante des échanges qui s'établissent entre les personnes. Les transmissions s'effectuent fréquemment en temps réel au point de devoir s'en remettre aux nouvelles technologies de l'information et à la programmation informatique pour assurer le suivi quasi-instantané des décisions et des tâches les plus automatisables.

In fine, la définition la plus pertinente que l'on puisse donner aujourd'hui pour qualifier ce que représente aujourd'hui la globalisation est celle qui associe cette double dimension, à la fois spatiale et temporelle, dans le champ le plus étendu de l'activité humaine. C'est ce que fait notamment Bernard Stiegler en proposant la formulation suivante : « *Une compression sans précédent du temps et de l'espace reflétée dans l'intensification énorme des intercommunications et interdépendances sociales, politiques, économiques et culturelles sur un échelle globale.* »<sup>530</sup>

Ce phénomène de « globalisation » est particulièrement sensible dans le domaine de l'information et de la communication avec l'émergence et la propagation rapide des NTIC en Amérique du Nord, dès le début des années 1990, et dans la plupart des pays de la planète à la fin de cette même décennie. Même si elle est loin, à elle seule, d'incarner la place considérable prise par les nouvelles technologies de la communication dans la vie quotidienne, l'emprise croissante d'Internet représente certainement, avec le phénomène de la téléphonie mobile, l'application concrète la plus perceptible et la plus exemplaire de la globalisation dans ce domaine.

Dans ce que l'on qualifie de « société de l'information » ou d'« ère de l'information », la part qui est attachée au développement et à la démocratisation de l'accès aux NTIC est, en effet, particulièrement mise en valeur. Au point de souvent confondre ces deux termes

---

<sup>529</sup> Anthony Giddens, *The Consequences of Modernity*. Stanford, Stanford University Press, 1990, p. 64.

<sup>530</sup> Bernard Stiegler, *La technique et le temps. 2. La désorientation*, Paris, Editions Galilée, 1996, p.9



avec l'impact de la globalisation dans le monde de la communication. Certes, l'information est passée d'une culture de flux périodiques temporisés et hiérarchisés par des instances organisées et régulées à l'échelon national à une logique de flux permanents, instantanés et fortement décentralisée dans son organisation en raison notamment du caractère réticulaire et interactif des NTIC. Toutefois, ce regard porté sur l'univers de la communication occulte souvent une autre dimension importante sous-jacente à la notion d'« ère de l'information » : celle de la place prise aujourd'hui dans la production de richesses – et donc dans la consommation – par les biens dits « immatériels ».

Désormais, le cœur de la production ne s'organise plus autour de l'industrie traditionnelle ou du secteur du commerce et des services, mais autour de l'activité intellectuelle et des nouvelles industries de la communication et de la connaissance. Le système financier mondial n'est plus fondé sur ce qu'il est courant d'appeler l'« économie réelle », mais sur les flux incessants et souvent virtuels d'ordres d'achat et de vente à visées essentiellement spéculatives. Ce que le monde financier d'aujourd'hui qualifie de « création de valeur » repose davantage sur des jeux fréquemment faussés de représentation du potentiel de la valeur symbolique d'un bien que sur la réalité de sa valeur d'usage, présente ou à venir. Dans ce contexte dématérialisé, au point d'apparaître parfois totalement virtuel, l'information – entendue comme donnée transmise dans les meilleurs délais et supposée traduire un état de fait circonstancié – acquiert une importance toute particulière. Le système actuel d'interconnexion des places financières internationales pour procéder aux transactions boursières est certainement le cas le plus emblématique des effets croisés de la globalisation et de l'avènement de l'ère de l'information : les informations sont transmises au millième de seconde et des algorithmes sophistiqués de gestion du marché enclenchent automatiquement à une vitesse similaire des opérations de transactions représentant des sommes considérables. Domaine où la valeur d'une information est de loin la plus monétisée, le secteur de l'information boursière est aussi celui qui est le plus soumis à la contrainte de la vitesse, à la planétarisation des échanges et aux développements des technologies de la communication.

Au-delà de ce cas extrême, c'est bien l'ensemble des activités humaines et indirectement des pratiques sociales qui sont aujourd'hui, avec des intensités plus ou moins variables, affectées par les effets de la globalisation et de l'entrée dans l'ère de l'information. A ce

titre, la pratique du canular médiatique, notamment au travers du lien étroit qu'elle entretient avec le monde de la communication et de l'information, n'échappe pas à l'influence des tendances lourdes de son époque et connaît des évolutions qui, en la matière, sont assez significatives.

## ***I-2 Les empreintes de la globalisation sur le canular médiatique***

Il demeure assez délicat aujourd'hui de recenser et de rapporter l'ensemble des évolutions induites par la transformation sociale actuellement à l'œuvre sur les pratiques canularsques médiatiques. En premier lieu, parce que nous manquons de recul sur une époque en perpétuel mouvement où, chaque jour ou presque, est marqué par une annonce d'importance qui bouscule le semblant d'équilibre qui, la veille, paraissait s'être instauré. En second lieu, parce que la pratique canularsque est avant tout une pratique sociale portée par des individualités aux parcours particuliers et souvent atypiques, et que le temps de l'humain évolue à un rythme différent de celui de la connaissance et du développement technologique. Enfin, parce qu'entre les différents domaines de l'activité humaine, les effets du changement social s'opèrent de manière différenciée et de façon plus ou moins indirecte rendant ainsi délicat l'énoncé des causalités.

Dans les pages qui suivent, nous nous limiterons donc à une description des empreintes les plus apparentes laissées par le phénomène de la globalisation et telles que nous avons pu les mettre au jour dans le cadre de nos travaux de recherche. Ces influences peuvent globalement être regroupées en trois catégories :

- Celles se rapportant à des effets de « compression de l'espace », c'est-à-dire témoignant d'une forme d'internationalisation ou de transnationalisation des pratiques canularsques ;
- Celles se rapportant à des effets de « compression du temps » et, par conséquent, à des phénomènes d'accélération des procédures et des échanges qui sont liés à la manifestation canularsque ;
- Celles qui relèvent des bouleversements plus spécifiques au monde de l'information et de la communication.

Concernant le dernier point, et compte tenu de la liaison étroite entretenue par nature par le canular médiatique avec l'univers de la communication et de l'information, nous avons jugé opportun d'approfondir cette question et de lui consacrer la totalité du second chapitre de cette troisième partie, chapitre intitulé « Canular et mutations des pratiques informationnelles ».

S'agissant du point portant sur les conséquences du changement global sur les temporalités du canular médiatique, la question a, d'ores et déjà, été abordée dans la seconde partie de cette dissertation, dans l'exposé des principaux enseignements tirés de l'étude approfondie de notre corpus. Pour rappel, il en résultait des conclusions relativement contrastées, notamment en ce qui concerne la durée de l'acte dans son ensemble et celle de ses différentes phases. Si, à l'évidence, le développement de nouveaux moyens de communication aux cycles de production et de diffusion plus rapide de l'information a singulièrement réduit la durée de la phase de mystification, les préparatifs nécessaires à la mise en œuvre de l'acte semblent, à quelques exceptions près, avoir connu un allongement dans le temps. Cette conclusion, qui peut apparaître paradoxale, s'explique par la nature souvent assez sophistiquée des canulars médiatiques composant notre corpus. Il est possible que nous eussions tirés des enseignements différents si nous nous étions penché sur des cas de caractère moins exceptionnel et prenant Internet ou la téléphonie mobile pour dispositif central lors de la perpétration de l'acte.

A ce stade du développement de notre analyse, nous avons choisi de nous centrer sur un des aspects parmi les plus importants de la problématique de notre recherche : celui concernant la dimension géographique et culturelle des pratiques canularesques contemporaines. Les effets communément admis d'une certaine « mondialisation culturelle » s'exercent-ils aussi dans l'univers du canular médiatique ? Et si oui, de quelle manière ?

Les investigations que nous avons menées sur ce type de manifestation en Europe et en Amérique du Nord au cours de la décennie écoulée permettent globalement de répondre positivement à cette question, mais on note toutefois que cet enseignement d'ordre

général dot être nuancé en fonction des types de canulars perpétrés et des différentes dimensions qui entourent l'acte en question.

### **I-2.1 Une internationalisation croissante des formes canularsques**

Longtemps caractéristique d'une culture nationale ou régionale, notamment liée au niveau de développement démocratique et à la spécificité de la culture médiatique d'un territoire, l'acte canularsque semble, au cours des dernières années, avoir acquis une dimension à la fois plus internationale en reflétant moins, d'un pays à l'autre, les particularismes locaux.

Un des signes révélateurs de l'internationalisation des pratiques canularsques est la généralisation de l'usage du terme anglo-saxon « *hoax* » qui s'est opérée ces dernières années, en particulier dans certains milieux artistiques et activistes, pour qualifier ce type d'acte. L'usage de termes anglo-saxons pour désigner un phénomène émergent est aujourd'hui courant dans de nombreux pays, mais il est plus étonnant concernant une pratique sociale déjà ancienne. Il signifie peut-être l'existence d'un phénomène de mode qui se développerait actuellement autour de ce genre de manifestation. Plus certainement, il traduit l'association de plus en plus fréquente de cette pratique à l'usage d'Internet et des NTIC et l'attrait qu'elle semble exercer auprès de certains milieux de la communication et de l'expérimentation artistique.

Un autre indice de la dimension globale du canular médiatique concerne la propension fréquente de ses auteurs à s'attacher à des thèmes et des sujets en liens directs avec la question de la mondialisation, des relations internationales ou du métissage culturel. Ainsi, parmi les neuf cas composant notre corpus, trois renvoient à des problématiques écologistes à dimension internationale (réchauffement climatique, grave catastrophe industrielle, politique énergétique), trois réfèrent aux relations internationales (diplomatie France-Canada, guerre en Irak, explosion nucléaire) et un à une manifestation internationale des industries de la création (Semaine de la Mode de Milan). Là encore, il est délicat d'extrapoler cette observation faite sur un nombre restreint de cas à la totalité des pratiques canularsques récentes, mais celle-ci témoigne néanmoins du fort impact médiatique de ces thématiques dans la période contemporaine.

Plus systématiquement publicisés que par le passé, les actes canulars, en particulier ceux à fort retentissement médiatique, intriguent et intéressent aujourd'hui un public singulièrement élargi. Ayant ainsi connaissance très rapidement des coups montés par leurs confrères vivant et officiant dans d'autres pays, les auteurs de canulars sont souvent tentés de s'inspirer de leurs exemples lors de la perpétration de leurs nouvelles actions.

Ce phénomène d'influence entre les auteurs de canulars n'est pas à proprement parler très nouveau. Au XVIII<sup>e</sup> siècle déjà, Benjamin Franklin n'avait pas manqué de s'inspirer de la fameuse mystification orchestrée trente années plus tôt par Jonathan Swift en Angleterre pour produire une opération du même type en Amérique. Le même phénomène de « réplique » a également été observé au Chili et au Pérou dans les années qui suivirent la diffusion de « La Guerre des Mondes » sur CBS en 1938. La référence à la mystification de Welles est d'ailleurs très systématiquement évoquée par la presse à chaque perpétration d'un canular médiatique d'ampleur. Ces cas d'influence internationale exercée par un canular médiatique demeurent toutefois assez rares dans l'histoire du phénomène jusqu'à la fin du XX<sup>e</sup> siècle.

Dans l'ensemble, l'impact des canulars médiatiques restait en effet assez régionalisé et la mémoire du public à l'égard de ceux-ci tendait à s'estomper assez rapidement dans les années qui suivaient leur perpétration.

L'étude des cas composant notre corpus et les entretiens que nous avons conduits auprès de leurs auteurs mettent en lumière un suivi assez systématique des activités de leurs confrères et parfois même des inspirations réciproques. Il est ainsi très vraisemblable que les initiateurs du « Grote Donor Show » aient suivi de près la mise en œuvre de l'opération « Space Cadets », diffusée par Channel 4 en 2005 et réalisée par une filiale du groupe Endemol, ainsi que l'émission « Bye-bye Belgium » de la RTBF qui fit grand bruit quelques mois avant la mise en œuvre de leur propre programme. L'influence internationale des Yes Men et de leur approche activiste du canular s'avère également forte durant la période : filiation reconnue notamment par David Thorpe, les activistes de Netwerk Vlaanderen, Serpica Naro ou le groupe Guerriglia Marketing.

## **I-2.2 Les prémisses d'une Internationale des « *hoaxers* » ?**

Preuve d'une interconnexion croissante des « *hoaxers* » à l'ère de la globalisation culturelle : les liens hypertextes fréquemment établis entre les sites Internet de certains

auteurs ou dans les textes publiés. Ce ne sont là que des indices rendus volontairement visibles par certains acteurs du canular médiatique. La figure du « *hoaxer* », à la fois perturbateur, franc-tireur et créatif, demeure très individualisée et relativement égocentrée. En dépit d'influences parfois évidentes entre deux actes canularesques, les initiateurs de canulars tendent à valoriser leur singularité et le caractère exceptionnel et inédit de leurs actions, par souci de valoriser l'originalité et l'exemplarité de leur production.

Toutefois, dans le cadre de notre travail de recherche, nous avons pu constater que des réseaux basés sur l'affinité avaient tendance à se développer, en rupture avec les pratiques canularesques plus anciennes.

Sans doute stimulés par un statut d'artistes médiatiques ou de « médiactivistes », de plus en plus reconnu par les milieux de l'art contemporain, certains « *hoaxers* » participent régulièrement à des rendez-vous internationaux se déroulant en Europe ou en Amérique du Nord. Depuis la seconde partie des années 1990, le nombre de festivals se rapportant aux expérimentations médiatiques et artistiques tendent, en effet, à se multiplier. C'est l'occasion pour les « *hoaxers* » d'obtenir une reconnaissance institutionnelle qui contribuerait à les protéger des mesures de rétorsion que certaines de leurs victimes seraient tentées de leur infliger. Au nom de la liberté de la création artistique, des « *hoaxers* », comme les membres du groupe Ztohoven, parviennent à échapper à des actions légales ou tout au moins à disposer d'une relative clémence des juges. La participation à des événements se tenant hors de leur territoire national leur offre la possibilité de publiciser et promouvoir leurs actes canularesques auprès de journalistes et des médias du pays d'accueil.

Un des festivals les plus fréquentés par les auteurs du canular est celui qui se déroule annuellement à Barcelone sous l'égide du Centre Contemporain de la Culture de Barcelone en Catalogne. Intitulé « The Influencers », sa programmation est placée sous la responsabilité de deux artistes italiens qui ont acquis une notoriété internationale dans les milieux du canular et du happening médiatique sous le nom d'Eva et Franco Mattes (alias 0100101110101101.org). Dédié aux performances dites de « guérilla communication », de « brouillage culturel », de « divertissement radical » et d'« intervention médiatique », ce festival est depuis 2004 le lieu principal de rencontre des « *hoaxers* » américains et européens. De ces échanges qui s'établissent entre auteurs à l'occasion de ce festival

naissent parfois des collaborations internationales pour la perpétration d'un nouvel acte canularique. C'est ainsi que les Yes Men nouèrent de nouvelles complicités pour la réalisation de projets nécessitant des compétences dont ils ne disposaient pas.

Certains des auteurs du canular ayant acquis une reconnaissance dans le domaine artistique bénéficient parfois de prix ou de bourses récompensant leur travail et leur permettant de résider temporairement dans un autre pays où ils tissent de nouveaux liens. Ce fut le cas pour 0100101110101101.org qui, récipiendaires prix du New York Prize en 2006, s'établirent un temps aux Etats-Unis et collaborèrent avec nombre d'auteurs résidant dans le pays.

Il existe donc ainsi les prémisses d'une Internationale du canular qui, outre la bienveillance des milieux artistiques à leur endroit, jouissent également pour une partie d'entre eux d'une réelle complicité avec les mouvements altermondialistes et contreculturels qui se sont développés à l'occasion des grandes mobilisations internationales contre la globalisation économique et financière. Ce n'est d'ailleurs pas le moindre des paradoxes de la contestation anti-mondialisation que d'avoir généré des formes globalisées de résistance à ce phénomène.

## **II – Canular et mutations des pratiques informationnelles**

### ***II-1 Les dysfonctionnements du système de l'information***

Depuis l'émergence des premiers grands médias d'information au début du XIXe siècle et l'institution progressive d'une véritable profession journalistique, la question de l'excellence de la production informationnelle n'a cessé d'être au cœur du débat démocratique. L'exigence de qualité et d'indépendance a été une lutte de longue haleine face aux dérives de toute nature qui ont souvent jalonné la montée en puissance de ce que l'on a appelé le « Quatrième pouvoir ». Les premières décennies du XXe siècle en Europe et en Amérique du Nord ont heureusement été marquées par une dynamique de régulation externe et de régulation interne visant à établir des droits protégeant l'indépendance du métier en même temps que des devoirs encadrant l'exercice de la pratique journalistique au regard des citoyens et de la société.

Mais entre l'idéal et le réel, entre l'éthique revendiquée et l'exercice quotidien du métier, la qualité et la véracité de l'information ont fréquemment été mises à l'épreuve. En fonction des époques et des contextes sociopolitiques, les défaillances – involontaires ou parfois entretenues – connaissent une intensité plus ou moins forte. L'information a, en effet, pour particularité d'être une production intellectuelle inscrite dans une temporalité étroite – l'actualité – et dans un contexte toujours plus concurrentiel qui la soumettent souvent à des contraintes de nature économique et financière, parfois conflictuelles avec les exigences et les valeurs qui président à l'établissement et au développement rationnel de la connaissance.

La question de la dépendance ou de l'indépendance de la « fabrique de l'information »<sup>531</sup> à l'endroit du pouvoir économique et des mécanismes induits par le marché a, depuis les années 1960, largement alimenté l'émergence d'un courant de pensée extrêmement critique à l'égard des médias. Car à côté des défaillances ponctuelles du système de l'information, la récurrence d'incidents de plus forte ampleur au cours des deux dernières décennies ont significativement contribué à affecter l'image et en particulier la confiance accordée par les citoyens à l'endroit des médias. Ainsi les baromètres d'opinion dans la plupart des grands pays occidentaux<sup>532</sup> mettent en lumière, depuis les années 1990, une baisse tendancielle de la crédibilité des grands médias. La profession journalistique et, plus encore, les grandes institutions médiatiques sont de plus en plus critiquées pour leur manque d'indépendance à l'égard des grands acteurs de l'économie. Au-delà des perceptions telles qu'elles sont ressenties et restituées dans ce type d'enquêtes, plusieurs indicateurs tangibles témoignent des conditions socio-économiques délicates qui entourent désormais la pratique journalistique et la production de l'information à l'échelle internationale depuis le milieu des années 2000.

### **II-1.1 Un contexte socioéconomique tendu**

L'effet conjugué de la globalisation économique et financière et de la révolution technologique qui affecte le monde de la communication depuis quinze ans a profondément modifié la donne économique mondiale et les logiques qui influent désormais sur les modes de production de l'information. En quelques années, une véritable mutation s'est opérée, voyant la production dite « immatérielle » prendre

---

<sup>531</sup> Pour reprendre une expression chère au linguiste et philosophe Noam Chomsky.

<sup>532</sup> Tels que les enquêtes annuelles conduites par The Pew Research Center for the People and the Press et par Gallup aux Etats-Unis, par TNS-Sofres en France, par l'Osservatorio Capitale Sociale-Demos&Pi en Italie.



l'avantage sur l'économie matérielle. L'industrie automobile et l'industrie pétrolière qui occupaient jusque-là les premiers rangs de l'économie mondiale en termes de valorisation boursière se sont vues supplanter par des groupes – souvent apparus très récemment – fondés sur les métiers de la communication et de l'ingénierie informationnelle. L'essor capitalistique des entreprises du secteur des NTIC a souvent conduit à un phénomène de concentration verticale au sein de l'économie immatérielle associant celles-ci aux groupes plus anciens du secteur de la communication ou des industries culturelles (groupes médias, industries cinématographiques et musicales, groupes publicitaires et métiers du loisir et du divertissement...). L'exigence de rentabilité liée à un actionnariat où les investisseurs financiers prédominent désormais sur les investisseurs industriels au sens propre du terme, couplée à une logique de concentration accrue des différentes strates du secteur tertiaire, a, en moins d'une décennie, profondément modifié les logiques économiques et les équilibres financiers qui prévalaient antérieurement à l'intérieur des entreprises de presse et groupes médias. Secteur jusque-là assez faiblement rentable – voire parfois déficitaire – le monde de la presse a vu ses logiques de gestion et de « management » bouleversé. La direction de ses entreprises, qui était traditionnellement dévolue à des responsables issus du sérail journalistique, est à présent et très majoritairement tenue par des personnes formées dans l'univers du marketing et plus encore par celui de la gestion et de la finance. Longtemps, les investisseurs extérieurs de la presse écrite n'ont pas fait de la rentabilité d'un titre leur première exigence. L'acquisition d'un journal et sa propriété relevait davantage d'une stratégie d'influence et de rayonnement social que d'un souci d'investissement rentable. Avec la nouvelle donne économique et financière qui s'est à présent instaurée, les entreprises de presse, et plus généralement les groupes médias, ont vu leur statut économique d'exception remis en cause ; leurs nouveaux actionnaires attendent désormais une rétribution de leurs investissements proche des performances dégagées par les meilleurs élèves d'un secteur de la communication profondément renouvelé.

Les conséquences directes de cette nouvelle donne économique sur le monde des médias et de l'information ont été rapides et particulièrement fortes : diminution parfois drastique des effectifs des rédactions, syndication accrue des contenus, réduction sensible des moyens d'enquête, « rationalisation » parfois extrême des procès de fabrication, automatisation des tâches...

Plusieurs études récentes, portant tant sur l'évolution de la presse, les effectifs journalistiques que sur la nature des contenus produits, fournissent des témoignages et des données qui illustrent bien les tensions socio-économiques qui traversent aujourd'hui le monde de l'information en Europe et en Amérique du Nord.

Un des phénomènes majeurs observés à l'échelle internationale durant les années 2000 est que la diversification accrue des médias et l'explosion quantitative des supports (foisonnement de sites Internet, de blogs et de services interactifs, création de nouveaux titres de presse gratuits ou payants, multiplication des chaînes de télévision) s'accompagnent désormais d'une stabilisation et voire même d'une diminution du nombre global des journalistes professionnels. Une étude de l'OCDE publiée en 2010<sup>533</sup> met en lumière ce rétrécissement des effectifs directement attachés à la production informationnelle parallèlement à l'accroissement du volume des contenus diffusés. Aux Etats-Unis, pays occupant depuis plus d'un demi-siècle une place prédominante dans le système mondial de l'information et qui compte toujours à lui seul un effectif de journalistes supérieur à l'ensemble des autres pays européens et nord-américains de l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques, le nombre officiel de journalistes est passé de près de 413 000 en 2000 à environ 357 000 en 2007 (- 13,5 %). Une évolution similaire est à l'œuvre en Allemagne (- 26,5 %) et aux Pays-Bas. En France, où les effectifs de titulaires de la carte de presse ont connu une croissance tardive – à partir des années 1980 – mais très prononcée, on observe depuis 2000 une stabilisation de ceux-ci à l'instar de l'évolution constatée au Royaume-Uni, en Italie et en Belgique. Seuls l'Espagne, le Portugal et la Pologne connaissent une progression qui, dans les faits, s'apparente davantage à un « rattrapage » qu'à une dynamique de long terme. Le rapport de l'OCDE<sup>534</sup> constate également que dans 16 des 30 pays étudiés, le nombre de quotidiens payants – titres qui disposent globalement des plus gros bataillons de rédacteurs – a diminué d'environ 3 %. Parallèlement, la diffusion payante totale des quotidiens appartenant à l'espace OCDE a commencé à entamer un déclin global et quasi-systématique à partir de 2003, réduisant ainsi la ressource des titres, déjà mise à mal par la volatilité des recettes publicitaires et le transfert tendanciel des investissements des annonceurs vers d'autres types de supports.

---

<sup>533</sup> OCDE-Committee for Information, Computer and Communications Policy, *The Evolution of News and the Internet (Working Party in the Information Economy)*, Paris, 2010, 92 pages.

<sup>534</sup> *Ibid*, p. 22.

Plus ponctuelles, de nombreuses autres analyses de la situation économique et de l'emploi des entreprises de presse témoignent de la gravité de la crise qui affecte le secteur et en particulier la presse de qualité. Ainsi, presque tous les grands titres de référence de la presse internationale ont dû se livrer à une réduction de leur masse salariale et de leurs coûts de production de l'information<sup>535</sup>. Les difficultés économiques des médias d'information et les exigences accrues de rentabilité ne se traduisent pas seulement par une réduction du nombre de journalistes permanents dans les rédactions. Elles s'accompagnent également d'un moindre recours aux services des journalistes pigistes – qui permettent d'assurer une bonne couverture géographique de l'actualité –, de la suppression de nombreux postes de correspondants à l'étranger, d'une nette réduction des frais de mission et de déplacements – qui oblige à faire appel à des sources moins différenciées telles que les dépêches d'agences – et d'une polyvalence excessive demandée aux reporters qui conduit notamment à une « désécialisation » des compétences sectorielles. Par souci d'abaisser leur masse salariale, les médias d'information facilitent également le départ des journalistes les plus expérimentés pour leur substituer des employés moins qualifiés. Le travail posté – communément appelé le *desk* – prend de plus en plus le pas sur le travail de terrain, avec tous les risques de « déréalisation » des contenus produits au regard de l'événement traité.

## II-1.2 Les défaillances des procès de production journalistique

Cette évolution du travail journalistique au sein des rédactions durant la période correspondant à notre recherche est précisément détaillée dans une importante enquête menée entre novembre 2007 et février 2008 par Tyler Marshall et le Princeton Survey Research Associates International pour le compte du Project for Excellence in Journalism auprès d'un large échantillon de responsables éditoriaux de quotidiens américains<sup>536</sup>. Le rapport d'analyse de l'enquête débute de la manière suivante : « *Il (le journal) a moins de pages qu'il y a trois ans et les articles sont plus courts. Il contient moins d'informations nationales et internationales, consacre moins d'espace à la science, à la culture et aux sujets plus développés de type magazine (...). A l'inverse, la couverture de certains sujets*

---

<sup>535</sup> A ce sujet, voir l'article de José-Manuel Nobre-Correia, « L'Europe des médias face à la crise » in *Les Cahiers du Journalisme* n°21 – Automne 2010, Lille-Québec, pp. 308-312.

<sup>536</sup> Intitulée « The Changing Newsroom », cette étude, comprenant une phase d'entretiens qualitatifs semi-directifs auprès de 15 directeurs de rédaction et une phase d'enquête quantitative auprès de 259 éditeurs de quotidiens américains, est consultable en ligne au 5 avril 2011 à l'adresse : <http://www.journalism.org/files/PEJ-The%20Changing%20Newspaper%20Newsroom%20FINAL%20DRAFT-NOEMBARGO-PDF.pdf>.

*d'information locale s'est renforcée. (...) La rédaction s'est également réduite, rajeunie et est plus aguerrie aux nouvelles technologies et susceptible d'écrire à la fois pour le papier et pour le web. L'équipe est sous pression ; sa mémoire institutionnelle et sa connaissance du contexte laissent parfois à désirer et elle a moins d'aptitude à mettre en confrontation l'actualité et l'histoire. Il y a moins de responsables d'édition et de correcteurs qui contrôlent les contenus et relèvent les erreurs »<sup>537</sup>. De fait, et parmi les 259 responsables interrogés, une nette majorité d'entre eux déplorent une réduction drastique du nombre de personnes chargées de la vérification et de la relecture au sein de leur rédaction au cours des trois années écoulées. Autre effectif en singulière diminution : les photographes et les chargés de l'iconographie. Une situation nouvelle qui conduit les titres à faire encore davantage appel à un matériel d'agence qui banalise les contenus visuels des journaux et qui, en cas d'erreur ou d'approximation en amont dans le « légendaire » des photos, démultiplie l'impact de celle-ci.*

D'avantage encore que la réduction des effectifs au sein de leur rédaction – regrettée par 37 % des responsables interrogés –, c'est la perte de talents et de professionnels expérimentés qui est la plus souvent soulignée (41 %), ainsi qu'une information qui devient finalement moins bien explicitée.

La réduction du nombre de journalistes attachés au traitement de l'international – observée dans 64 % des quotidiens américains sur la période récente – associée au rétrécissement de la taille des articles consacrés à ce type d'actualité conduit à la divulgation d'informations parfois très elliptiques, sujettes à contresens, quand elles ne se révèlent pas par la suite partiellement inexacts. Dans les sections consacrées à la politique étrangère ou à la politique nationale, les directeurs de rédaction avouent recourir toujours plus à la syndication d'articles proposée par d'autres titres et surtout aux informations proposées par les grandes agences de presse. N'étant désormais définitivement plus en mesure de concurrencer les supports électroniques en matière de rapidité de diffusion de l'information, les quotidiens tendent souvent à s'adonner à un usage excessif d'Internet comme source première de veille de l'actualité et ainsi d'en reproduire parfois les travers. La presse écrite n'est pas la seule à céder aux facilités fonctionnelles offertes par le développement du cyberspace.

---

<sup>537</sup> *Ibid*, p.1.

Le canular des Yes Men perpétré en 2004 à l'encontre de Dow Chemical met en lumière la manière dont une chaîne réputée pour la qualité de son information est susceptible de se laisser piéger par l'intermédiaire d'un site prétendument institutionnel. Car à l'intérieur des rédactions, Internet fait de plus en plus souvent figure d'annuaire universel pour établir rapidement des contacts avec une personnalité difficile d'accès ou pour trouver un porte-parole accrédité. Qu'elles appartiennent au monde politique, économique ou du spectacle, les personnalités publiques qui développent et alimentent leur propre site Internet en informations exclusives sont désormais pléthores. Il est courant aujourd'hui pour un sportif de haut niveau d'annoncer son transfert vers une nouvelle équipe à partir d'un site dédié à sa personne et à sa carrière. L'engouement qui entoure actuellement l'usage des nouvelles technologies crédibilise chaque jour l'idée qu'on puisse « dénicher » des informations exclusives sur le Web. En France, l'enquête annuelle de TNS-Sofres sur la confiance envers les médias fait apparaître que, en janvier 2009, 34 % des adultes considèrent à propos des nouvelles lues par eux sur Internet qu'elles restituent vraiment bien ou assez bien la réalité des faits, contre 24 % seulement qui pensent le contraire<sup>538</sup>. A noter que le score d'agrément à l'endroit de l'information lue sur Internet n'était que de 23 % en janvier 2005.

Les procès de sélection, de vérification et de validation de l'information n'ont jamais été infaillibles. Les conditions de travail des rédactions et des journalistes ont toujours dû faire face à des contraintes d'ordre socio-économiques parfois génératrices d'erreurs et de dysfonctionnements. Une étude récente<sup>539</sup> menée par W. Joseph Campbell, professeur de journalisme, à propos de la manière dont la presse écrite a relaté la célèbre transmission radiophonique de « La Guerre des Mondes » par Orson Welles en 1938, souligne l'importance des facteurs productionnels spécifiques qui ont conduit à l'amplification dans la presse des effets prétendument produits par cet acte mystificateur. Diverses recherches conduites dans les années 1980 avaient fait clairement apparaître l'absence de preuves tangibles des prétendus phénomènes de panique collective rapportés par la presse aux lendemains de la diffusion de l'émission, mais aucune étude n'avait jusque-là analysé les raisons de cette étonnante distorsion médiatique. Si Campbell admet que les quotidiens de l'époque n'ont pas manqué d'instrumentaliser la situation pour dénigrer la

---

<sup>538</sup> Rapport d'étude TNS-Sofres pour le journal *La Croix*, consultable en ligne au 5 avril 2011 à l'adresse : <http://www.la-croix.com/illustrations/Multimedia/Actu/2011/2/7/sondage-medias.pdf>.

<sup>539</sup> Les principaux enseignements de cette étude sont rapportés dans l'ouvrage de W. Joseph Campbell intitulé *Getting it Wrong. Ten of the Greatest Misreported Stories in American Journalism*, Berkeley, University of California Press, 2010, pp. 26-44.

qualité de l'information divulguée par ce dangereux concurrent que la radio était devenu pour eux, il pointe également les dysfonctionnements socio-économiques de la presse écrite traduits par cette affaire. Analysant en détail tous les articles parus sur le sujet dans 36 quotidiens américains, Campbell remarque que, pour l'essentiel, les multiples témoignages à charge rapportés par les titres ne correspondent en fait qu'à quelques rares témoignages réellement recueillis par Associated Press – la seule agence ayant véritablement couvert l'événement sur le terrain. Dans l'ensemble, la plupart des journaux étudiés n'ont fait que modifier les prénoms desdits témoins, leur localisation géographique ou encore certains aspects factuels contenus dans leurs déclarations. L'impression de volume concernant les effets dramatiques de la mystification ne serait qu'un faux-semblant lié à la répétition des mêmes sources et des mêmes témoignages dans une variété impressionnante de supports. Par effet de cascade, de nombreux témoins habitant des zones très éloignées du New Jersey ont, par la suite, déclaré eux aussi avoir remarqué des manifestations étranges dans le ciel et avoir été pris de panique. Campbell explique ce curieux emballement médiatique par les conditions très particulières de travail au sein des rédactions ce 30 octobre 1938, jour où l'émission fut diffusée. Il remarque que l'heure avancée à laquelle se produisit l'acte mystificateur et le fait qu'il s'agissait d'un dimanche, veille de la très populaire fête d'Halloween et jour où les effectifs de journalistes présents au sein des rédactions sont généralement assez restreints ont largement contribué aux dysfonctionnements du travail journalistique.

Si les cas d'erreurs et de dérives de l'information liés à des conditions socio-économiques tendues affectant les différentes étapes du procès journalistiques semblent avoir de tout temps existé, les bouleversements observés au cours de la période récente semblent avoir fortement amplifié ce type d'occurrences longtemps restées très circonstanciées. Le phénomène de déqualification et de précarisation accrue de la profession journalistique actuellement à l'œuvre contribue aujourd'hui à fragiliser la chaîne productive de l'information et à la rendre plus perméable aux accidents involontaires autant qu'aux tentatives manifestes de mystification ou de désinformation. Ainsi, par un souci conjugué d'abaisser les coûts de production, d'alimenter un flux permanent et toujours plus important de nouvelles diffusées et également d'établir une relation plus étroite et moins verticale avec leurs publics, certains médias ont, grâce aux possibilités techniques offertes par les nouvelles technologies de l'information, opté pour la mise en œuvre de systèmes de production journalistique dits « collaboratifs ». Sur le fond, il s'agit globalement de

transformer le destinataire, autrefois « passif », en producteur bénévole de contenus pour le compte du média auquel il s'affilie. Loin de n'être qu'un simple procédé d'appropriation du travail des internautes, cette instauration d'instruments participatifs correspond aussi à une forte attente du public en matière de libre expression. Le développement du Web 2.0 a vu les sites s'enrichir de nombreux forums, chats ou blogs, mais il a également suscité des initiatives plus ambitieuses en matière de collecte et de diffusion d'informations recueillies par des amateurs éclairés. Belga – la principale agence de presse en Belgique – a ainsi lancé, en novembre 2009 et à grand renfort de publicité, un site collaboratif en temps réel, intitulé « I Have News » ([www.ihavenews.be](http://www.ihavenews.be)). Mais le 16 novembre, quelques heures après son inauguration, ce site fut victime d'un canular perpétré par un prétendu Jos Joskens – patronyme fréquemment employé en Belgique néerlandophone pour désigner « Monsieur-tout-le-monde ». La fausse information, immédiatement relayée sur le fil d'actualité de Belga, annonçait que la reine Fabiola venait de décéder après avoir appris la séparation de son petit-neveu Laurent d'avec sa compagne. L'affaire mit en lumière l'absence de filtrage des informations envoyées par les internautes et provoqua un mini scandale qui entraîna une fermeture momentanée et la reconfiguration du site.

## ***II-2 Spectacularité et mélange des genres***

La multiplication des défaillances au sein du système actuel de production de l'information ne résulte pas uniquement de l'alourdissement des contraintes économiques qui pèsent sur le métier. Elle est également le fruit d'une évolution socioculturelle profonde qui affecte aujourd'hui l'ensemble des sociétés post-industrielles et, en particulier, celles et ceux qui, en leur sein, participent à la construction des représentations médiatiques de leur époque. Dans une période marquée par l'instantanéité et la surabondance des échanges, l'actualité ne semble prendre sens que par l'impression d'exceptionnalité qu'elle laisse au regard du temps qui précède. Qu'on la qualifie d'« ère de l'éphémère » ou de « présentisme », l'époque contemporaine paraît occulter le passé et la mise en perspective historique pour faire place à l'avènement du temps de l'événement et des ruptures symboliques. Dans une société mouvante, en transformation permanente, l'extrême fait souvent office de préfiguration d'un futur possible, qu'il soit espéré ou

redouté. L'information, comme le divertissement, nourrit plus que jamais ce goût de l'étonnant et de l'imprévu qui suscite en nous émotions, passions et réactions.

## II-2.1 L'attrait pour l'exception, l'insolite et la transgression

Depuis l'apparition des premiers médias de masse, de l'instauration du pluralisme et de la concurrence commerciale entre les supports, la course à l'information exclusive – et si possible retentissante – a toujours été de mise. La recherche du *scoop* appartient depuis longtemps à l'imagerie qui entoure les représentations sociales du journaliste et du reporter. Car si la figure de l'éditorialiste, et plus encore celle du commentateur avisé, dispose historiquement d'une forte valorisation sociale auprès des élites, son image paraît décliner au fil du temps. Dans les enquêtes d'usage et attitudes conduites par la presse écrite en France, le taux de lecture des éditoriaux a singulièrement décliné au cours des dernières décennies<sup>540</sup>. Les lecteurs d'aujourd'hui ne lisent plus leur quotidien comme un support développant les termes d'une idéologie supposée partagée, mais davantage comme un espace d'information leur permettant de se construire leur propre avis sur l'actualité et les événements. Davantage objectivée que par le passé, l'information diffusée par les différents supports ne parvient à se différencier que par sa richesse ou son exclusivité. Si, en soi, le *scoop* n'a guère changé de nature au fil de l'histoire du journalisme, sa valeur marchande est devenue plus périssable que jamais en raison de l'accélération du procès de recueil et de restitution des nouvelles et aussi de la concurrence qui entoure désormais sa divulgation. Matière devenue extrêmement rare, le véritable *scoop* – c'est-à-dire l'information exclusive portant en elle une révélation capitale sur une actualité sensible – se voit souvent, par défaut, remplacé par d'autres types d'informations n'ayant pas le statut d'authentiques événements, mais donnant néanmoins matière à commentaires emphatiques sur les valeurs et les comportements du temps présent.

Les illustrations de l'attrait des médias pour des nouvelles « secondaires », de nature insolite et surprenante et servant à agrémenter une offre rédactionnelle jugée trop classique et excessivement sérieuse, ne manquent pas. Cette tendance en vogue au sein des rédactions affecte aussi bien les titres de la presse de référence que les médias

---

<sup>540</sup> Les études conduites par l'institut Ipsos pour le compte du journal *Libération* soulignent que le taux de lecture de l'éditorial des pages d'ouverture du quotidien est passé de 51 % en 1987 à 23 % en 2003. Une tendance similaire est également observée dans les autres quotidiens et les hebdomadaires d'information en France et en Allemagne.



populaires qui, depuis l'apparition des « *penny dailies* » au XIXe siècle, ont toujours témoigné d'une forte appétence à l'égard de ce type de nouvelles. La manière dont les grandes agences de presse internationales, pourtant réputées pour leur rigueur journalistique, ont choisi d'accorder une place croissante à ces informations étranges et insolites venues du monde entier est symptomatique d'une évolution forte au sein de la sphère informationnelle concernant l'évaluation de la valeur médiatique et marchande des nouvelles<sup>541</sup>. Ainsi et depuis plus d'une dizaine d'années, plusieurs agences de presse américaines, anglaises et françaises proposent à leurs souscripteurs des fils d'actualité signalant ces informations d'une nature très spécifique. C'est le cas notamment d'Associated Press avec son offre intitulée « AP-Top Strange News » et de l'Agence France-Presse avec sa rubrique « AFP-insolite ». Largement répercutées par les grands médias d'information, mais également par les sites Internet et les principaux moteurs de recherche, ces informations souvent très circonstanciées et assez peu développées font l'objet d'une propagation sans précédent à l'échelle internationale.

Bien que ne constituant pas l'essentiel de ces contenus, les canulars médiatiques sont cependant presque systématiquement repris par les fils d'infos thématiques des agences de presse. L'intérêt élevé porté aux manifestations canularsques par les grands intermédiaires de l'information provient essentiellement de leur caractère atypique et spectaculaire, associé au fait qu'ils ne provoquent en général que des effets relativement bénins et n'alimentent donc pas la dimension souvent dysphorique de l'actualité. Leur affiliation aux registres du carnavalesque, du farcesque et de l'humour satirique – ce que Neil Henry qualifie de « *Carnival journalism* »<sup>542</sup> – fait d'eux un produit rédactionnel prisé par les rédactions, comme une parenthèse distrayante à l'intérieur de l'univers souvent sombre de l'actualité. Relater un canular qui est parvenu à tromper la vigilance d'un autre média représente aussi une forme d'autocritique légère de la profession journalistique ; une manière aussi de mettre en lumière les nombreuses embûches quotidiennes qu'une rédaction doit affronter et, plus encore, une façon de mettre en exergue les faiblesses et les travers de ses concurrents. En résumé, le récit d'un canular représente une bonne matière journalistique, pour peu que celui-ci n'ait pas l'heur d'avoir pris en défaut le support qui le rapporte.

---

<sup>541</sup> Ce que les anglo-saxons traduisent par le terme de « *bankability* », soit la capacité supposée d'un produit ou d'une personne à générer un profit ou à connaître le succès.

<sup>542</sup> Neil Henry, *American Carnival. Journalism under Siege in an Age of New Media*, Berkeley, University of California Press, 2007, p. 30.

## II-2.2 Les présupposés socioculturels des journalistes

Dans un article approfondi sur les mystifications dont les journalistes sont victimes, Chris Berdik, ancien éditeur chargé de la vérification de l'information au magazine américain *Mother Jones*, tente d'analyser les raisons qui ont conduit ce titre à publier une fausse nouvelle assez extravagante élaborée par le « *media hoaxer* » Joey Skaggs. En 1999, une prétendue société de développement immobilier déclarait qu'elle s'apprêtait à ouvrir un nouveau type de parc d'attractions ayant pour décor un cimetière et comprenant notamment de nombreuses activités de loisir, un magasin de souvenir et même un restaurant thématique dénommé « Dante's Grill ». L'ensemble du projet présenté sur un site Web dédié éveilla l'intérêt de l'agence Associated Press qui produisit une dépêche. Dans la foulée, plusieurs grands quotidiens de référence reprirent la nouvelle en la développant. *Mother Jones*, magazine réputé pour la qualité de ses contenus et édité par une fondation sans but lucratif, suivit le mouvement et publia de bonne foi un article sur le sujet sans déceler la supercherie. Deux ans après les faits, Berdik, collègue de l'auteur du papier, accepta de revenir en détail sur cette défaillance journalistique pour le compte de *Quill*, le magazine de la Society of Professional Journalists, une instance professionnelle fondée aux Etats-Unis en 1909<sup>543</sup>. Dans son enquête, et après avoir passé en revue toutes les contraintes socio-économiques qui pèsent sur l'exercice du métier et peuvent expliquer nombre de défaillances journalistiques, l'auteur admet – en dernière instance – le caractère déterminant des présupposés socioculturels nourris par la profession quant aux critères implicites conduisant à estimer qu'une histoire est « bonne » à publier. « *Plus j'exerce ce métier, plus je me rends compte que, tout en affichant haut et fort une posture sceptique et tatillonne à l'endroit des nouvelles qui nous parviennent, nous avons toujours davantage tendance, dans les faits, à nous laisser guider par notre empathie, nos présupposés et par certaines conventions admises* »<sup>544</sup>. Après avoir longuement échangé avec Joey Skaggs, l'auteur du canular, et Alastair Palin, le journaliste qui rédigea l'article pour *Mother Jones*, Chris Berdik reconnaît la pertinence de leurs analyses respectives qui, au demeurant, s'avèrent très convergentes : « *L'histoire proposée illustre à l'extrême la cupidité, le narcissisme et la transgression du sacré de notre époque. La chose intéressante est que nous souhaitons tous qu'elle fût vraie* »<sup>545</sup>.

---

<sup>543</sup> Chris Berdik, « Duped ! When journalists fall for fake news » in *Quill*, Mai 2002, pp. 55-63.

<sup>544</sup> *Idib.*, p. 61.

<sup>545</sup> *Idib.*, p. 55.

Les propos de Palin, rapportés par Berdik, précisent les conditions qui présidèrent à la sélection de cette nouvelle : « *Nous avons le désir de proposer à nos lecteurs quelque chose d'un peu plus léger. Dans le déroulé du magazine, cet article s'inscrivait dans une section d'articles relativement courts, précédant une séquence plus importante réservée aux papiers d'analyse et aux grands reportages. Bref, c'était le genre d'histoire qui compensait à merveille le caractère excessivement sérieux, rigoriste et parfois un peu triste de la majorité de nos articles* »<sup>546</sup>. Pour Joey Skaggs, ce genre de canular satirique met en lumière l'attrait des médias pour le sensationnalisme et le spectaculaire : « *Pour tromper les médias, il suffit de leur offrir une histoire bien emballée, amusante et sujette à controverse, jouant plus ou moins explicitement avec les thèmes de la mort ou du sexe ; une histoire provocatrice rapportant des faits et des comportements outrageants mais plausibles* »<sup>547</sup>.

### **II-2.3 L'info-divertissement et le mélange des genres**

La propension croissante des médias à développer des contenus visant à la fois à garantir à leurs publics un suivi acceptable des grands faits d'actualité et à éviter de produire des effets de saturation en raison d'une représentation du monde trop anxiogène, provoquée par une succession de nouvelles souvent dysphoriques, explique pour large part les phénomènes d'« *infotainment* » et « *storytelling* » à l'œuvre aujourd'hui dans l'univers de la presse et des médias télévisuels. En la matière, c'est le média télévision qui a ouvert la voie à ce mélange croissant des genres et à ce souci extrême de mise en scène de contenus variés pouvant apparaître trop hétérogènes et dénués d'un fil directeur donnant sens à des successions de séquences. Là où la presse écrite s'est historiquement fondée sur une distinction assez nette entre information et divertissement, conduisant à une segmentation très forte de son marché à travers une multiplication de supports spécialisés, la télévision s'est, elle, immédiatement incarnée par l'entremise de chaînes à caractère généraliste, associant programmes d'information, fictions et programmes de divertissement. Le développement de l'offre télévisuelle et du nombre de chaînes disponibles sur un même support – le poste de télévision – a généré des comportements aiguisés de mise en concurrence des canaux par les téléspectateurs – mobilité rapide d'un programme à un autre en fonction du degré d'intérêt et d'attention porté sur le moment

---

<sup>546</sup> *Idib.*, p. 61.

<sup>547</sup> Joey Skaggs, « The Art of the Con » in *Extra !*, mars-avril 1999, p. 21.

par le destinataire. La mise en place d'instruments de mesure de l'audience de plus en plus précis et dont la restitution aux opérateurs est toujours plus rapide a également conduit les chaînes à recourir à des procédés narratifs ambitionnant de captiver l'attention du téléspectateur pour tenter de le retenir à très court terme sur la durée d'un programme, et à plus long terme de le retrouver de manière récurrente sur la chaîne. Pour Joey Skaggs, c'est ce mélange croissant des genres dans les médias et les contradictions téléologiques qu'il induit qui rend nombre de détournements et de mystifications possibles. Selon le « *hoaxer* », c'est le modèle de l'information initialement développée par la télévision qui a finalement imposé ses normes et ses valeurs à l'ensemble des autres médias. « *L'information télévisuelle est scénarisée. Elle débute par les principales nouvelles du jour, puis elle offre ensuite un peu de duvet aux téléspectateurs avec une petite histoire impliquant des animaux, des enfants... C'est de l'info-divertissement* »<sup>548</sup>.

De fait, un canular bien élaboré dispose de toutes les qualités requises pour satisfaire les attentes contemporaines de toute une partie de la sphère médiatique : il est insolite et surprenant, mais se donne pour véridique ; il transgresse le sens commun et suscite émotions et réactions de la part du public. Scénarisé en amont par un auteur, il offre – quand il est mené à son terme avec succès – une forme narrative séduisante qui permet de figurer au rang de « bonne histoire » selon les critères journalistiques en vigueur. Lorsqu'il recourt dans sa formalisation à certains procédés humoristiques appréciés du public ou implique des personnes connues, il renforce encore son potentiel médiatique. Enfin, la morphologie générale de l'acte canularesque, et en particulier sa brièveté actionnelle, autorise son traitement sous la forme d'un format court qui facilite son insertion et sa divulgation dans le champ médiatique.

### **III – L'avenir incertain du canular médiatique**

A ce stade de notre recherche, il paraît pertinent de s'interroger sur l'avenir de l'acte canularesque – et du canular médiatique en particulier – dans un monde soumis à des transformations profondes, multiples et particulièrement rapides. Les mutations et les changements qui affectent nos sociétés s'opèrent à un rythme tel, que nos représentations de l'avenir sont devenues des plus incertaines et que toute tentative de projection à un

---

<sup>548</sup> Joey Skaggs, cité par Chris Berdik in « Duped ! When Journalists fall for fake news », *Op. cit.*, p. 62.

horizon dépassant la décennie a de fortes chances d'être rapidement frappée d'obsolescence, quel que soit le domaine considéré. En quelques années seulement, le monde de la communication et des médias dans lequel s'inscrivent nombre d'actes canularsques a été fortement bouleversé, tant en matière d'innovations technologiques qu'en ce qui concerne les pratiques communicationnelles et les usages de l'information dans la vie quotidienne. La période correspondant à notre recherche a ainsi été marquée par une étonnante résurgence des pratiques canularsques en même temps que par un phénomène de médiatisation sans précédent de celles-ci. Le canular médiatique s'est internationalisé grâce au développement des supports de communication transnationaux et de la globalisation des échanges culturels. Le métier de journaliste a lui aussi profondément changé ; la production de l'information s'est décloisonnée faisant, bon gré mal gré, une place croissante aux acteurs extérieurs au monde institué de la communication. Entre 2004 et 2008, la donne médiatique a connu des transformations majeures ; l'émergence du Web 2.0 a suscité la création de réseaux sociaux d'une taille et d'une nature inédite et la notion de média de masse est désormais mise à mal.

S'interroger sur l'avenir du canular médiatique à travers les formes et les orientations qu'il a prises durant la décennie écoulée conduirait à dresser de multiples hypothèses – de natures possiblement contradictoires – et appellerait à la mise en œuvre d'un travail prospectif que nous ne sommes pas en mesure ici d'entreprendre. A défaut, nous souhaitons plus modestement dans les pages qui suivent mettre en exergue quelques tendances significatives relevées au cours de nos recherches et qui sont susceptibles d'avoir quelques incidences restrictives sur le devenir du phénomène. Ces facteurs potentiellement pénalisant pour le développement de l'acte canularsque au sein de l'acte médiatique sont au nombre de trois : 1) une rétorsion croissante à l'endroit des auteurs de ces actes et la mise en place d'un arsenal juridique de plus en plus étoffé visant à les dissuader ; 2) une méfiance accrue des victimes potentielles de ces actes et en particulier une vigilance renforcée de la part des grands médias ; 3) une dénaturation de l'acte canularsque et un emprunt de ses procédés à des fins strictement commerciales et promotionnelles.

### ***III-1 Une judiciarisation et des mesures de rétorsion accrues***

Les canulars qui furent longtemps traités avec une certaine mansuétude en raison du caractère relativement bénin de leurs effets et des intentions non vénales de leurs auteurs tendent, depuis quelques années, à faire l'objet de poursuites légales de plus en plus fréquentes de la part de leurs victimes, notamment lorsqu'il s'agit d'institutions du monde de l'économie. Les grandes compagnies internationales sont désormais particulièrement soucieuses de protéger leur marque et leur image dont dépendent étroitement leur valorisation boursière. Dans la plupart des pays occidentaux, les législations en matière de protection des marques, de propriété intellectuelle, et plus généralement à l'encontre du phénomène croissant d'usurpation d'identité, se sont singulièrement renforcés dans le courant des années 2000. A l'instar de la loi Hadopi promulguée en France en 2010, de nombreux Etats ont adopté des réglementation visant à restreindre les libertés dont bénéficiaient jusque-là les internautes. La multiplication des fraudes conduites dans l'espace numérique a souvent servi de prétexte pour mettre en place des réglementations plus vastes et des instruments visant à contrôler le recours à l'anonymat sur la Toile. La tolérance dont jouissaient généralement les « *hoaxers* » et autres « *pranksters* » au nom de la retenue et du « *fair play* » entretenus par leurs victimes tend à se dégrader singulièrement. Les « *hoaxers* » récidivistes comme les Yes Men font face désormais à des mesures de rétorsion de plus en plus fermes : arrestation à l'issue du canular Vivoleum contre Exxon à Calgary en 2007, poursuites légales engagées par différentes firmes à la sortie de leur second film en 2009. Sans parler des procès à répétition intentés par la télévision publique à l'encontre du groupe Ztohoven en République tchèque. Ceci conduit les « *hoaxers* » à s'entourer de plus en plus de précautions en amont de leurs actions et de procéder à de multiples tentatives, parfois mises en échec, avant de parvenir à piéger leurs cibles. Depuis 2008, les Yes Men n'ont guère produit de canulars retentissants alors qu'ils étaient parvenu à en réaliser une dizaine au cours des quatre années précédentes. Comme d'autres auteurs très prolifiques en la matière durant les sept premières années de la décennie – Guerriglia Marketing et 0100101110101101.org en Italie, Joey Skaggs aux Etats-Unis, Space Hijackers en Grande-Bretagne ou Gérald Dahan en France – les Yes Men semblent à présent s'orienter vers des actions et des interventions relevant davantage des formes classiques de la parodie, de la satire ou de la

performance de nature plus strictement artistique. L'année 2007, ainsi qu'en témoignent les résultats de notre recherche, a vraisemblablement été celle – des trois dernières décennies – qui a été la plus intense en termes de perpétration d'actes canularsques de grande ampleur.

### ***III-2 Une vigilance renforcée dans la sphère de l'information***

La méfiance accrue des victimes potentielles d'actes canularsques constitue un autre frein à la propagation de ce type de manifestation. Depuis quelques années, les grandes entreprises se dotent de service de veille visant à contrôler les dépôts de noms de domaines se rapportant à leurs marques. C'est grâce à ce procédé et aux actions intentées auprès des hébergeurs que Shell parvint en 2008 à déjouer les tentatives de mystification orchestrées par les Yes Men par l'entremise de faux sites à son effigie. Le retentissement médiatique de certains actes audacieux commis ces dernières années a entraîné un renforcement de la vigilance de la part des personnalités très exposées publiquement, en particulier parmi les hommes politiques durant les périodes de campagne électorale. Les appels qui leur sont adressés sont de plus en plus souvent filtrés par leurs assistants qui réclament un numéro de téléphone pour reprendre contact avec leur interlocuteur après quelques vérifications d'usage. Les canulars perpétrés en 2007 contre Ségolène Royal et en 2008 contre Sarah Palin ont ainsi contribué à rendre les politiques plus prudents dans leurs échanges avec des inconnus ainsi que dans leurs actions de communication externe.

Les grands médias d'information sont eux aussi devenus plus circonspects à l'égard de nouvelles apparaissant trop séduisantes pour être véridiques. Le cas du canular perpétré par David Thorpe en 2007 via un faux site Internet n'a fait l'objet d'aucune reprise de la part de la presse dite de référence. Ceux-ci se sont contentés de rapporter l'histoire une fois la mystification dévoilée et l'identité de son auteur révélée. Le crédit accordé par le public à un support repose pour une large part sur la confiance qu'il nourrit quant à la véracité des faits rapportés par celui-ci. Aux Etats-Unis, pays où suite à de nombreuses affaires de falsification journalistique<sup>549</sup>, la presse écrite souffre d'un déficit croissant de crédibilité, les rédactions ont décidé de réagir en évitant justement de ne pas confondre réactivité à l'actualité et abaissement des procédures de vérification de l'information. A

---

<sup>549</sup> Telle que la fameuse « affaire Jayson Blair », du nom du journaliste du *New York Times* qui, de 1999 à 2003, produisit plusieurs dizaines d'articles bidonnés et dont les manipulations furent révélées publiquement en 2003.

défaut de disposer d'effectifs suffisants pour se livrer au contrôle systématique des faits et des sources citées par les journalistes, de nombreuses rédactions recourent à présent à l'usage de logiciels sophistiqués permettant de débusquer le plagiat et la pratique abusive du « copier-coller ».

A l'intérieur de l'espace souvent controversé du Web, il est important d'observer une tendance à une certaine normalisation des pratiques informationnelles qui rendent l'outil moins perméable aux mystifications d'ampleur. Une sorte de logique d'autorégulation de nature écosystémique semble désormais s'instaurer. Les internautes, aujourd'hui plus expérimentés et plus vigilants que par le passé, ne participent pas seulement à la production de contenus, mais contribuent aussi activement à la vérification des nouvelles diffusées. Les informations factuelles parfois erronées divulguées par les sites de grands quotidiens font presque systématiquement l'objet de correctifs adressés par leurs lecteurs les plus experts. De même, sur les sites participatifs, comme celui de l'encyclopédie en ligne Wikipedia, les internautes sont toujours plus prompts à signaler un contenu douteux ou même à rectifier directement les erreurs commises. La durée de vie d'une mystification est désormais singulièrement diminuée comme en témoignent les 70 minutes qui s'écoulèrent entre la diffusion du faux article scientifique, orchestrée en 2007 par Thorpe, et le moment où la première alerte « *hoax* » fut déclanchée. De multiples sites spécialisés dans le signalement des fausses informations ou des tentatives d'escroquerie via Internet se sont développés, tel Hoaxbuster.com créé en 2000 et qui connaît aujourd'hui de nombreuses déclinaisons linguistiques et nationales.

Plus généralement, il convient de remarquer que la qualité de l'offre informationnelle sur Internet est aujourd'hui plus facilement identifiable et évaluable par les usagers et que, passé le temps de la découverte et de l'apprentissage, les publics des nouveaux médias font preuve de davantage de discernement dans le choix de leurs sources d'information. L'apparition et le développement de nombreux sites d'information « *pure players* »<sup>550</sup> employant des équipes de journalistes professionnels très qualifiés ont fortement participé à renforcer la qualité des contenus diffusés sur le Net. Par ailleurs, et au fil de l'expérience, les internautes tendent – selon plusieurs études conduites par Ipsos-Reid en Amérique du Nord – à réduire les pratiques de navigation aléatoire dans le cyberspace et

---

<sup>550</sup> Terminologie anglo-saxonne utilisée pour qualifier les sites qui ne sont pas l'émanation d'une entreprise de presse appuyée sur un titre ou un média déjà existant.



à concentrer leur fréquentation du Web sur une dizaine de références. Parallèlement, la définition de ce champ de choix en matière de sources référencées varie singulièrement d'un individu à un autre, provoquant au global une extrême fragmentation des audiences qui rend impropre l'attribution du qualificatif de « média de masse » aux sites les plus fréquentés. Déjà rarement identifié comme support principal de mystification du public lors de notre étude des canulars à plus forte intensité médiatique, Internet, de par son évolution qualitative, sa réglementation plus restrictive, ses mécanismes endogènes d'autorégulation et sa logique croissante de spécialisation et de fragmentation, semble devenir à présent un instrument moins opérant pour les « *hoaxers* ».

Si la perpétuation de pratiques canulariques dans les années à venir ne paraît pas fondamentalement remise en question, l'intensité du phénomène à quelques chances cependant de décliner sous les coups conjugués de facteurs susceptibles d'entraver ce type de manifestation dans le champ médiatique.

### ***III-3 Une divulgation et une dénaturation excessives des procédés canulariques ?***

Car, au-delà d'un contexte socio-économique et socioculturel désormais moins favorable à la multiplication des actes canulariques de grande ampleur, d'autres évolutions plus directement attachées à ce qui, historiquement, constitue les fondements mêmes de l'acte semblent aujourd'hui en modifier la nature intrinsèque.

Soumis à une forte publicisation, les actes canulariques récents ont vu les techniques et les dispositifs mis en place par leurs auteurs assez largement divulgués. Les phases jusque-là très secrètes de fabrication de la mystification sont à présent mieux connues. La complexification croissante des dispositifs nécessaires à une mystification réussie contraint les auteurs à faire preuve d'une imagination toujours plus grande et nécessite surtout de disposer de moyens humains et matériels qui ne sont à la portée effective que d'un petit nombre de personnes. Le temps requis par la conception et la fabrication d'un canular médiatique s'est, dans l'ensemble, singulièrement allongé, obligeant à une planification excessive des différentes phases de l'acte. Les canulars d'opportunité, en réaction immédiate à l'actualité du moment, se font donc plus rares, limitant ainsi le bénéfice médiatique susceptible d'être tiré d'une action qui se grefferait sur un événement retentissant.

Plus généralement, et sans doute en raison de la forte médiatisation dont ils font l'objet, les procédés canularsques tendent à se populariser dans des domaines culturels ou des secteurs de la société où, longtemps, ils n'avaient pas – ou que très peu – été présents. C'est le cas notamment du domaine de la production filmique et documentaire et dans celui de la communication publicitaire. D'autres champs d'activité où les pratiques canularsques semblaient avoir été, sinon abandonnées, mais tout au moins largement délaissées au cours des décennies récentes, procèdent désormais à une réappropriation de ce genre de pratiques. Ainsi, un nombre croissant d'artistes contemporains – à l'instar du britannique Banksy ou du français Zeus – ont remis le canular esthétique au goût du jour. Une évolution similaire s'est également opérée depuis le milieu des années 1990 dans les milieux de l'activisme social et politique. Mais si, au regard de la recherche que nous avons menée, l'apport de ces derniers en termes de sophistication des procédés canularsques est indéniable, celui qui résulte des usages qui en sont faits par les milieux de la communication persuasive, de la production littéraire et du cinéma semble plus contrasté.

De fait, l'acte canularsque a pris une dimension telle en tant qu'instrument de communication promotionnelle des idées, des créations utilisées comme support de la mystification et de son auteur que ses intentions premières ont parfois été détournées pour servir des objectifs moins nobles et moins désintéressés. Depuis le début des années 2000, les agences de publicité font un usage de plus en plus fréquent des procédés canularsques pour promouvoir à bon compte une marque ou un produit. Derrière l'énoncé d'un message mystérieux qui se donne pour vrai et qui intrigue le public par le caractère et indéfini de son objet, les professionnels de la communication persuasive suscitent ainsi ce qu'ils appellent un « buzz » ou un « bruit médiatique ». Après avoir entretenu les rumeurs, les fausses pistes et, si possible, une forme de scandale ou de polémique, les auteurs choisissent enfin de révéler le vrai sens du message et sa nature promotionnelle en faveur de leur client, provoquant ainsi une seconde vague d'attention de la part du public destinataire. Le procédé, d'un coût généralement moins élevé qu'une campagne publicitaire classique, s'avère bien plus impactant, car éveillant assez naturellement l'intérêt des journalistes et des autres relais d'opinion. Les mécanismes de l'acte canularsque séduisent également les publicitaires en raison de leurs ressemblances

avec le *teasing*<sup>551</sup>, une technique très éprouvée dans le domaine de la communication persuasive.

Le recours aux formes canularsques à des fins commerciales et promotionnelles peut s'opérer de différentes manières. Dans le monde de l'édition, marqué par une longue tradition de pratiques mystificatrices, les techniques du canular sont à présent fréquemment mises en œuvre, non plus par jeu esthétique voulu par l'auteur, mais par volonté de faire parler d'un ouvrage dans les médias. L'usage du nom de plume vise désormais moins à préserver la liberté et l'anonymat de l'écrivain qu'à susciter interrogations et rumeurs quant au statut supposé de celui-ci. Les jeux subtils d'identité et de faux-semblants littéraires d'un Ajar/Gary ont laissé place à des logiques plus vulgaires de « coup marketing », où l'œuvre elle-même semble s'effacer derrière le succès commercial orchestré par les tenants de l'industrie culturelle.

Bien plus qu'à une popularisation des pratiques canularsques – qui à sa manière n'a jamais cessé d'exister – nous assistons aujourd'hui à une banalisation du procédé qui peut conduire à une remise en cause de certains de ses traits définitoires. Les intentions supposément non vénales du canular semblent être mises à mal par les usages à finalités promotionnelles et commerciales qui en sont faites. La fameuse « *éthique du hoaxer* », telle qu'énoncée par Joey Skaggs, semble se heurter à la propension sans fin du monde actuel à transformer en bien marchand toute forme d'expression culturelle ou sociétale. La plupart des auteurs que nous avons rencontrés ces dernières années s'interrogent de plus en plus sur la tournure et le sens pris par la pratique actuelle du canular. Plusieurs d'entre eux ont commencé à réorienter et diversifier leurs modes d'intervention dans le champ social et médiatique. D'autres – comme Guerriglia Marketing – n'hésitent plus à faire fructifier le savoir-faire qu'ils ont acquis au travers de cette pratique à l'intérieur du champ de la communication commerciale. Certains encore, comme Joey Skaggs ou Eva & Franco Mattes, se posent la question de faire évoluer le canular vers des procédés mystificateurs moins formatés et moins spectaculaires. Ils envisagent désormais de lui donner une dimension plus rumeursque, en ne cherchant pas systématiquement à

---

<sup>551</sup> Le *teasing* est un technique publicitaire qui vise à éveiller la curiosité du contact pour augmenter l'attention portée au message et sa mémorisation. Le premier message revêt une forme mystérieuse sans forcément dévoiler l'annonceur ou l'objet de la campagne, on désigne par le terme de « révélation » la réponse donnée au travers d'un second message.

provoquer une révélation rapide et retentissante de l'imposture et de la falsification mise en œuvre.

C'est en cela sans doute que l'avenir du canular médiatique est à l'image de l'acte durant son déroulement : fragile et incertain, mais objet de tant de supputations...

## **Conclusion générale**

En introduction de cette dissertation, nous nous proposons au travers d'une approche pluridisciplinaire d'étudier les dispositifs et les procédés propres à l'acte canularique médiatique, de produire des résultats d'ordre empirique sur ses occurrences récentes dans un champ spatial large et d'élaborer une modélisation de notre objet de recherche qui tienne à la fois compte des modalités prises par ses manifestations historiques et de ses formes d'inscription contemporaines.

L'association d'une approche empirique et généalogique de l'acte canularique et d'une élaboration théorique empruntant tant aux apports de la sociologie qu'à ceux des sciences de l'information et de la communication s'est avérée, au fil de nos travaux, d'autant plus pertinente que l'objet de notre recherche s'apparentait à la transposition d'une pratique sociale et interpersonnelle déjà ancienne dans l'univers de la communication médiatique.

Nous attachant à l'étude d'un objet encore assez imparfaitement défini et abordé de manière partielle et extrêmement fragmentée, il était en effet indispensable de procéder à une identification préalable des critères définitoires de l'acte canularique et d'élaborer un premier schéma analytique de celui-ci, tant pour pouvoir procéder de manière raisonnée à la constitution de notre corpus d'analyse que pour disposer d'hypothèses de recherche structurantes pour la conduite de nos travaux.

L'analyse historique du phénomène canularique, en dépit de la récurrence de certains procédés employés, a souligné le caractère à la fois singulier et original de chacune de ses manifestations et révélé la très grande variété des acteurs impliqués, des logiques interactionnelles mises en jeu, des registres engagés, des dispositifs médiatiques mis en œuvre et des effets produits.

Nos recherches préalables ont également mis en lumière les limites et les faiblesses des approches trop strictement centrées sur la production des objets servant de support à la mystification ou sur les scénarios élaborés en amont de l'acte par les auteurs ou recomposés par eux à l'issue de l'acte. Car s'il paraît cultiver de nombreuses ressemblances avec certaines formes narratives et que, in fine, il parvient souvent à donner vie à un récit en forme d'apologue, l'acte canularique est avant tout une action qui s'inscrit dans le réel, une entreprise certes initiée et enclenchée par une personne – ou un groupe de personnes – dont on ne peut nier le statut d'auteur, mais qui ne saurait

toutefois faire figure de *deus ex machina*. Confronté à d'autres acteurs dont il ne maîtrise pas les réactions, et à un environnement réel dont il ne contrôle pas toutes les variables, il doit affronter une série d'épreuves successives à l'issue toujours incertaine.

Au-delà des récits parfois apologétiques dont il fait l'objet à la suite de sa perpétration et lorsqu'il est conduit à son terme avec succès, l'acte canularique est d'abord un processus actionnel fragile, soumis aux aléas de situations que pour partie il suscite et pour partie il subit. Sur ce plan et pour bien saisir la complexité de mécanismes propres à son déroulement effectif, le recours aux méthodes d'observation et de reconstitution des faits, développées par la recherche historique, la méthode anthropologique et l'enquête journalistique, s'est avéré déterminant pour nos travaux. Le fait d'avoir opté pour un corpus d'analyse composé de manifestations récentes du phénomène et d'avoir pu ainsi procéder au recueil de l'information de manière quasi contemporaine au déroulement des faits s'est révélé particulièrement opportun pour disposer d'un matériau riche sur les différents cas étudiés.

Les rencontres, les échanges et les entretiens avec les auteurs de canulars à différentes étapes de la mise en œuvre de leurs actes, croisés avec de nombreuses autres sources d'information nous ont, en effet, permis de ne pas considérer les différents actes canulariques étudiés à l'aune des seuls discours médiatiques produits sur l'objet. Le travail minutieux de reconstitution et de vérification des faits auquel nous nous sommes livrés tout au long de la période 2004-2008 et durant les deux années qui suivirent a ainsi facilité l'objectivation des données recueillies en atténuant les biais inhérents aux représentations souvent normatives construites a posteriori tant par les acteurs de l'événement que par ceux qui font profession d'informer. Il a ainsi été possible, d'une part, de confronter notre modèle théorique initial de l'acte canularique à la réalité empirique telle que mise en lumière par l'étude de cas approfondie et, d'autre part, de mesurer les distorsions qui s'établissent entre les faits proprement dits et la manière dont ils sont rapportés tant par les discours auctoriaux que par les récits médiatiques tels qu'ils s'élaborent aujourd'hui.

Concernant la pertinence du schéma initial de l'acte canularique médiatique que nous avons établi en amont de notre étude de cas multiples, cette dernière a mis en lumière l'existence de nombreuses variations secondaires affectant l'ordonnement processuel

de l'acte, tenant notamment à la sophistication croissante des procédés utilisés et des dispositifs mis en œuvre aujourd'hui par les auteurs pour espérer obtenir un retentissement médiatique d'importance. Si, en dépit de la grande variété des cas constituant notre corpus d'analyse, les critères définitoires du canular médiatique que nous avons avancés, ainsi que son organisation en cinq grandes phases se sont révélés valides, il convient d'admettre que l'ordonnancement processuel théorique nécessite cependant d'être, au terme de cette recherche, considéré avec une plus grande souplesse. La métaphore mécanique employée par Lynda Walsh (Walsh, 2003) pour rendre compte du processus générique du canular médiatique au XIXe siècle américain, en pleine période de révolution industrielle, semble aujourd'hui quelque peu inappropriée et même obsolète à l'ère de l'information et du développement de la production immatérielle selon des modes plus itératifs et collaboratifs que planifiés et injonctifs. Ainsi la hiérarchisation sociale longtemps induite par les pratiques canularesques au travers d'actes de nature majoritairement descendante semble avoir cédé la place à une pratique sociale plus transgressive et prenant pour cible des personnes physiques ou morales appartenant souvent aux positions sociales les plus élevées.

Cette forme de rehaussement des objectifs sociaux de l'acte canularesque au cours de la période contemporaine n'a pas été sans incidence sur les procédés et les dispositifs engagés par les « *hoaxers* ». Elle a ainsi conduit à une dissociation de plus en plus fréquente entre la cible effectivement visée par l'acte canularesque et le public faisant formellement l'objet de la mystification. Elle a aussi, compte tenu de la difficulté supplémentaire consistant à s'attaquer à une cible disposant d'une position sociale élevée, obligé les auteurs de canulars à élaborer des pièges plus sophistiqués et à faire preuve souvent d'un à-propos et d'un sens de la ruse hors pair.

Toutes choses qui, au demeurant, rajoutent encore au caractère déjà imprévisible de l'acte. Entre le scénario projeté par l'auteur au moment de la conception du projet canularesque et la réalisation effective d'un acte répondant aux attributs propres à une manifestation de ce genre, les investigations auxquelles nous nous sommes livrés lors de nos études de cas soulignent, en effet, les nombreux ajustements et réorientations mis en œuvre par l'opérateur principal de l'acte. La réussite finale d'un canular médiatique ne tient d'ailleurs pas seulement à l'aptitude corrective de l'auteur face aux aléas du déroulement de l'action, mais également d'une certaine conjonction de hasards heureux dont il ne maîtrise évidemment pas la survenue.



Sur un plan plus théorique, les conclusions que nous pouvons tirer quant à la justesse relative de notre schéma processuel de l'acte canularistique médiatique, après mise à l'épreuve d'une série d'observations empiriques, mettent en lumière la pertinence des approches développées par la microsociologie au cours des dernières décennies. L'analyse des interactions, telle que déployée par Erving Goffman en particulier dans un contexte de cadre fabriqué, nous a été d'une grande utilité pour étudier et décrire les jeux d'acteurs lors de situations impliquant une volonté manifeste de mystification. Les enseignements issus de l'école pragmatique américaine nous ont également permis de mieux comprendre les incidences du contexte microsocial et également de l'environnement social et culturel d'une situation donnée sur le déroulement de l'action proprement dite. Enfin, les recherches et les analyses des théoriciens de l'action située, et tout particulièrement les développements proposés par Lucy Suchman (Suchman, 1987), ont constitué des apports majeurs pour le travail de modélisation du processus canularistique que nous avons entrepris. La distinction nette opérée par elle entre activité mécanique et activité humaine en situation réelle ainsi que les différenciations formelles qu'elle établit entre action planifiée d'une part et action située d'autre part ont été un des constituants majeurs de notre grille d'analyse des canulars médiatiques que nous avons étudiés, de même qu'un instrument important de la formalisation théorique de nos résultats de recherche.

Concernant l'inscription des pratiques canularistiques dans le champ médiatique, la recherche que nous avons conduite met en lumière de nombreux enseignements à la fois quant à l'incidence de l'implication des médias dans les différentes phases du processus actionnel du canular et quant à l'influence particulière observée dans la période récente de l'entrée dans une nouvelle ère informationnelle. Au regard de l'acte canularistique traditionnel, dont la nature interpersonnelle fait qu'il repose pour l'essentiel sur un jeu d'acteurs de type bipolaire – piégeur/piégé –, l'introduction ou l'intrusion du média dans le champ du canular a des implications notables, et parfois même majeures, notamment sur les dispositifs élaborés, les finalités recherchées par l'auteur, la complexification intrinsèque des interactions mises en œuvre et, in fine, la morphologie globale de l'acte lui-même. L'étude et l'analyse des pratiques canularistiques de ce type amènent très rapidement à se détourner de l'hypothèse d'une « neutralité médiatique » en la matière. Qu'il soit conduit par des acteurs internes au monde de la communication et de

l'information ou par des acteurs extérieurs à celui-ci, le canular médiatique adopte des formes qui, à défaut de remettre en cause la matrice originelle de l'acte canular, induisent certaines spécificités flagrantes qui nous semblent légitimer sa définition sur le mode de la sous-catégorisation. Ainsi, et a minima, l'acte canular médiatique induit sur le schéma processuel initial le développement d'une phase de narration publicisée qui n'est d'ailleurs pas sans effet sur la représentation et la perception de l'acte a posteriori, ni sur les visées de l'auteur ou la nature des réactions de sa cible. A la maîtrise du processus actionnel, le « hoaxer » doit ajouter la maîtrise communicationnelle s'il veut assurer la réussite effective et symbolique de l'acte qu'il a initié.

L'approche sociologique et anthropologique qui a été la nôtre lors de l'étude des cas constituant le corpus de cette recherche nous a permis de mettre en confrontation les discours médiatiques produits et les différents aspects du déroulement effectif de l'acte, tels que nous avons été en mesure de les reconstituer. Le recours aux méthodes de la théorie socio-discursive développée par Patrick Charaudeau (Charaudeau, 1997) nous a ainsi servi à analyser la « construction du miroir social » de l'acte canular à travers les discours d'information médiatique tels que produits par les différents types de médias et d'acteurs impliqués dans ce processus. Cette analyse met notamment en lumière les procédés journalistiques à l'œuvre dans le traitement de ce type d'événement qui, par sa morphologie générale – unité d'action et parfois aussi unité de lieu et de temps, ainsi que l'énoncé quasi-systématique d'une morale finale –, se prête aisément à un reformatage efficace et à une mise en narration avantageuse, quitte souvent à procéder à une réduction des faits et à une distorsion des effets réellement produits par l'acte. L'étude des discours construits sur la base des canulars médiatiques de la période récente fait apparaître l'existence toujours plus systématique de plusieurs temps de narration, le plus souvent sous l'impulsion des auteurs de ces actes qui veillent désormais à leur assurer non plus seulement une inscription médiatique forte, mais également une présence dans la mémoire et l'imaginaire social de leur époque.

Les possibilités aujourd'hui induites au travers de ces distorsions médiatico-narratives d'influer fortement sur la perception des actes canulars auprès d'un public élargi conduit d'ailleurs dans ce cadre à la production de possibles mystifications sur les effets supposés de la perpétration de l'acte. Car à la différence d'un escroc qui doit rendre tangible les effets de son imposture et de sa mystification par une transaction matérielle,

l'auteur d'un canular médiatique peut, lui, se satisfaire pleinement d'une mystification symbolique à condition naturellement que celle-ci parvienne à trouver un écho significatif dans l'espace public.

Le contexte historique et sociétal dans lequel s'inscrivent les pratiques canularesques s'avèrent avoir une forte incidence, tant sur leur intensité en termes de fréquence que sur la configuration qualitative des actes eux-mêmes. Cette influence est particulièrement sensible sur la nature des thématiques privilégiées par les auteurs, les types de croyances ou de craintes convoquées, le contenu axiologique des messages véhiculés par l'acte, les procédés employés et les dispositifs mis en place. Comme Fred Fedler (Fedler, 1989) et Lynda Walsh (Walsh, 2003) l'ont analysé, les moments de fortes occurrences canularesques correspondent généralement à des périodes de conjonction entre plusieurs facteurs socio-économiques et socioculturels favorables. Il s'agit généralement de moments marqués à la fois par de profondes transformations sociétales et technologiques, par l'existence de régimes politiques autorisant une très grande liberté d'expression et par l'émergence de nouveaux moyens de communication aux usages encore peu réglementés ou par la présence de médias plus anciens mais en logique de dérégulation.

La période et les territoires vers lesquels nous avons choisi d'orienter notre recherche ont pour qualité de répondre à ces caractéristiques. De fait, notre investigation préalable en vue de la constitution de notre corpus d'analyse a confirmé qu'il s'agissait, en effet, d'une époque de forte recrudescence canularesque. Mais l'analyse plus approfondie de la séquence 2004-2008 et des principaux canulars médiatiques qui l'ont émaillée a révélé certains enseignements que nous ne soupçonnions pas. L'importance, que nous pensions centrale, du développement d'Internet et des NTIC sur l'accroissement très sensible des manifestations canularesques par rapport à la période des années 1980 et 1990 n'était pas aussi déterminante qu'elle le semblait a priori. Certes, la plupart des auteurs disposent à présent d'un site où ils dispensent leurs commentaires et parfois leur expérience en matière d'actes canularesques. Les faux sites sont fréquemment utilisés pour obtenir l'accréditation du processus mystificateur qui est mis en place et les supports d'information en ligne contribuent de manière très significative à la propagation des récits qui sont faits de l'acte canularesque après sa perpétration. Néanmoins, les dispositifs servant à la performance de la mystification sont assez peu nombreux à s'appuyer exclusivement sur le Net. Sans doute parce que le Web manque encore

singulièrement de crédibilité aux yeux du public et que les modes d'expression qu'il autorise ne sont pas suffisamment spectaculaires pour satisfaire aux exigences médiatiques des « *hoaxers* ». Pour ces derniers, en particulier lorsqu'ils n'appartiennent pas à l'univers des médias comme Joey Skaggs, les Yes Men ou Les Crobards, il est en effet plus prestigieux de parvenir à piéger une chaîne de télévision qu'un site d'information réputé.

Ce que notre analyse souligne également c'est que, si l'émergence d'un nouveau média peut contribuer à la multiplication des manifestations canularesques qui lui sont directement attachées, la qualité des pratiques journalistiques et informationnelles de l'époque a certainement davantage d'incidence encore sur le volume des occurrences canularesques. Ainsi, la dégradation des conditions socio-économiques d'exercice du journalisme et les bouleversements des valeurs et des cadres normatifs qui encadraient jusque-là la production et la création audiovisuelles, qui ont notamment caractérisé la première décennie du XXI<sup>e</sup> siècle, ont indubitablement créé un terreau favorable au développement de canulars médiatiques assez hauts en couleur. Le goût du spectaculaire et de la transgression symbolique qui s'est développé au fil du temps dans nos sociétés nous semble être assez bien reflété par les tendances qui traversent actuellement les pratiques canularesques de type médiatique. Toutes choses égales par ailleurs, la résurgence canularesque qui affecte aujourd'hui les médias en Europe et en Amérique du Nord n'est pas sans cultiver quelques ressemblances avec l'importante vague de mystifications et de canulars que connut la presse américaine durant le courant du XIX<sup>e</sup> siècle.

\*\*\*\*\*

Au terme de cette recherche entamée depuis plus de sept années, le champ d'étude qui a été le nôtre et qui initialement pouvait sembler singulier et même très circonstancié s'est, au fil du temps, révélé être d'une très grande richesse et ouvrant sur les relations à la fois étroites et en même temps extrêmement complexes qui s'établissent entre certains types de pratiques sociales et les formes contemporaines d'expression médiatique. En l'état, nous avons le sentiment de n'avoir pu produire qu'un travail de nature exploratoire et, par

manque de temps, d'avoir occulté certains pans de ce que les sciences de l'information et de la communication permettent d'étudier et d'analyser sur un objet de cette nature.

Si, dans notre approche du canular médiatique, nous avons accordé une attention particulière aux procès de fabrication de l'acte et au contexte socioculturel et événementiel dans lequel ils s'inscrivaient, notre analyse des discours médiatiques est restée trop générale et parfois même superficielle, tant le matériau d'étude dont nous disposions était abondant, profondément hétérogène et parce que nous nous heurtions parfois aussi aux obstacles de la langue. Mais, plus encore, c'est l'absence de travaux en réception auprès des publics exposés au processus de mystification-démystification de l'acte canularique qui limite singulièrement la portée du travail que nous avons mené sur chacun des cas retenus dans notre corpus d'analyse.

Complexe à conduire d'un point de vue méthodologique, l'étude des mécanismes cognitifs et des comportements psycho-affectifs, à l'œuvre au sein du public destinataire du discours mystificateur, apporterait pourtant des enseignements capitaux pour saisir la réalité effective de l'acte. Elle permettrait non seulement de procéder à une meilleure évaluation du processus canularique engagé par l'auteur, mais également de discerner ce qui, en fonction de l'état d'esprit et du vécu personnel de chacun des individus exposés, conduit ces derniers à croire, à douter ou à réfuter la proposition mystificatrice qui leur est faite. Hormis les enquêtes très sommaires menées par des instituts de sondages à la suite des canulars de la RTBF en 2006 et de BNN en 2007, nous n'avons pu disposer, lors de notre recherche, que des témoignages très parcellaires sur les réactions du public tels qu'ils ont été dispensés par les auteurs ou par les médias présents sur les lieux. Rien qui ne puisse, dans les faits, faire office d'étude en réception conduite avec une rigueur scientifique.

D'une manière générale, les actes et les pratiques canulariques demeurent encore insuffisamment étudiés et, lorsque que cela est le cas, ils le sont selon des modalités qui restent trop spécialisées et trop restrictives. Nous manquons d'un recensement global de ce type de manifestation et, en amont, de critères définitoires précis et communément admis pour permettre leur identification. La très grande diversité des domaines dans lesquels s'inscrivent les canulars – de la science à la littérature en passant par la politique ou la communication publicitaire – conduit généralement à leur étude sur un mode

fortement éclaté, en fonction des champs disciplinaires auxquels ils paraissent se rapporter, sans véritable souci de construire une approche cohérente et générique de l'objet. Si elle exclut un certain nombre d'occurrences en raison de leur caractère non publicisé, l'approche socio-médiatique qui été la nôtre constitue néanmoins un regard plus transversal que ceux portés jusque-là sur cette pratique.

De par sa nature hybride – qui mêle usages des médias, pratiques sociales, cultures populaires et esthétiques – et la nécessité d'une approche transdisciplinaire qu'implique son étude, le canular médiatique constitue potentiellement un objet de choix pour les « *cultural studies* » et les « médiacultures », telles que définies par Eric Macé et Eric Maigret (Macé et Maigret, 2005). Ses filiations assez étroites avec les autres manifestations mystificatrices au sein de l'espace public, comme le phénomène de la rumeur ou les légendes urbaines, semblent rendre possible la constitution d'un champ d'étude, moins restreint que celui se rapportant aux seules pratiques canularesques, et que nous pourrions qualifier de « *hoax studies* ». Le travail de recherche que nous avons conduit pouvant faire office de contribution à ce vaste chantier...

## **Bibliographie**

## Ouvrages généraux : encyclopédies et dictionnaires

### Ouvrages

BATTAGLIA Salvatore, *Grande dizionario della lingua italiana*, Turin, Unione Tipografico – Editrice Torinese, 1962

COROMINAS J., PASCUAL J.A., *Diccionario critico etimologico castellano e hispanico*, Barcelone, Gredos, 1992

DALZELL Tom, VICTOR Terry dir., *The New Patridge Dictionary of SLANG and Unconventional English*, vol. II, New York, Routledge, 2006

HARTNOLL Phyllis dir., *The Oxford Companion to the Theatre*, Londres, Oxford University Press, 1967

HERAIL René James, LOVATT Edwin A., *Dictionary of Modern Colloquial French*, Londres – New York, Routledge, 1984

IMBS Paul dir., *Trésor de la langue française*, Tome Cinquième, Paris, Editions du CNRS, 1977

MOLINER Maria, *Diccionario de uso de l'espanol*, Barcelone, Gredos, 1988

Ouvrage collectif, *Diccionario Espasa Grand : espanol – francès, français espagnol*, Madrid, Espasa - Calpe S.A., 2000

Ouvrage collectif, *Dictionnaire de l'Académie Française*, 9<sup>ème</sup> édition, tome I, Paris, Imprimerie Nationale, 1986

Ouvrage collectif, *Dictionnaire encyclopédique Quillet*, Paris, Librairie Aristide Quillet, 1977

Ouvrage collectif, *Dizionario enciclopedico italiano*, Rome, Istituto della Enciclopedia Italiana, 1956

Ouvrage collectif, *Advanced Learner's Dictionary*, Oxford, Oxford University Press, 2000

Ouvrage collectif, *Enciclopedia Italiana di scienze, lettere ed arti*, Rome, Istituto della Enciclopedia Italiana, 1949

Ouvrage collectif, *Encyclopaedia Britannica*, quinzième édition, 2005



Ouvrage collectif, *Oxford Advanced Learner's Encyclopedic Dictionary*, Oxford, Oxford University Press, 1992

Ouvrage collectif, *The American Heritage Illustrated Encyclopedic Dictionary*, Boston, Houghton Mifflin Company, 1987

Ouvrage collectif, *The Macmillan English Dictionary for Advanced Learners*, Oxford, Macmillan Publishers, 2002

Ouvrage collectif, *The Oxford English Dictionary, Second Edition*, Oxford, Clarendon Press, 1989

Ouvrage collectif, *Webster's ninth new collegiate dictionary*, Springfield (MA), Merriam – Webster Inc., 1983

Ouvrage collectif, *The Merriam - Webster's Advanced Learner's English Dictionary*, Springfield (MA), Merriam – Webster Inc., 2008

REY Alain dir., *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris, Dictionnaires Le Robert, 3<sup>ème</sup> édition, janvier 2000

REY Alain dir., *Le Grand Robert de la langue française*, Paris, Le Robert, 2008, 6 volumes, 13 440 pages

### **Revues, articles, contributions**

BAIDER Fabienne H., GEZUNDHAJT Henriette, « Le suffixe -esque : grammaticalisation de l'atypique », in *Linguistik online*, février 2004, n°19, [http://www.linguistik-online.de/19\\_04/baiderGezundhajt](http://www.linguistik-online.de/19_04/baiderGezundhajt) (consultable au 25 octobre 2010)

DELAPLACE Denis, « Le suffixe -ard dans le Trésor de la langue française », in *Lingvisticae Investigationes*, Supplementa 27, 2008, Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, p. 39 à 53

### **Sites Internet**

L'abc de la langue française : <http://www.languefrancaise.net/> (consultable au 25 octobre 2010)

Online Etymology Dictionary : <http://etymonline.com/> (consultable au 25 octobre 2010)

## **Méthodologie – Etude de cas**

### **Ouvrages**

GAGNON Yves-Chantal, *L'étude de cas comme méthode de recherche*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2005, 144 pages

SCHÖN Donald A., *The reflexive turn. Case studies in an on educational practice*, New York, Teachers College Press, 1990, trad. fr. 1992, *Le tournant réflexif. Pratiques éducatives et études de cas*, Montréal, Editions Logiques, 532 pages

SCHÖN Donald A., *The reflexive practitioner. How professionals think in action*, New York, Basic Book, 1983, trad. fr. 1994, *Le praticien réflexif. A la recherche du savoir caché dans l'agir professionnel*, Montréal, Editions Logiques, 418 pages

SILVERN Leonard C., *Anasynthesis of the Education and Training Supersystem*, Los Angeles, Education and Training Consultants Co., 1970

YIN Robert, *Case Study Research. Design and methods*, Newbury Park, Sage Publications, 1989, 240 pages

### **Revue, articles, contributions**

GODMAIRE Hélène, SAUVE Lucie, « Environmental Health Education : A Participatory Holistic Approach », in *EcoHealth*, Décembre 2004, p. 35 à 46

VILLEMAGNE Carine, « Des choix méthodologiques favorisant une approche inductive : le cas d'une recherche en éducation relative à l'environnement », in *Recherches qualitatives*, Trois-Rivières (Québec), Département des sciences de l'éducation de l'Université du Québec à Trois-Rivières, Vol. 26(2), 2006, p. 131 à 144

## **Sociologie et anthropologie**

### **Ouvrages**

BATESON Gregory, *Steps to an Ecology of Mind*, New York, Ballantine Books, 1972, trad. fr., *Vers une écologie de l'esprit*, vol. 1 1977, 281 pages, vol. 2 1980, 285 pages, Paris, Seuil

BERGER Peter L., LUCKMANN Thomas, *The Social Construction of Reality*, New York, Anchor Books, 1966, réimpression 1989, 228 pages

BOGAD L.M., *Electoral Guerrilla Theatre : Radical Ridicule and Social Movements*, New York, Routledge, 2005, 236 pages

- COULTER Jeff, *Ethnomethodological sociology (Schools of thought in sociology)*, Aldershot (Grande-Bretagne), Edward Elgar Publishing Limited, 1990, 562 pages
- DUBET François, *La sociologie de l'expérience*, Paris, Seuil, 1994, 271 pages
- FORNEL Michel de, QUERE Louis dir., *La logique des situations : nouveaux regards sur l'écologie des activités sociales*, Paris, Editions de l'EHESS, 1999, 358 pages
- GARFINKEL Harold, *Studies in Ethnomethodology*, Englewood Cliffs (New Jersey), Prentice-Hall, 1967, 304 pages
- GIDDENS Anthony, *La constitution de la société – Eléments de la théorie de la structuration*, Paris, Presses Universitaires de France, 1987, 474 pages
- GIDDENS Anthony, *The Consequences of Modernity*, Stanford, Stanford University Press, 1990
- GOFFMAN Erving, *The Presentation of self in everyday life*, 1973, trad. fr. 1973, *La Mise en scène de la vie quotidienne*, t. I *La présentation de soi*, Paris, Les éditions de minuit, 256 pages
- GOFFMAN Erving, *The Presentation of self in everyday life*, 1973, trad. fr. 1973, *La Mise en scène de la vie quotidienne*, t. II *Les relations en public*, Paris, Les éditions de minuit, 376 pages
- GOFFMAN Erving, *Interaction Ritual*, 1974, trad. fr. 1988, *Les rites d'interaction*, Paris, Les éditions de minuit, 240 pages
- GOFFMAN Erving, *Frame analysis - An essay of the organization of experience*, 1974, trad. fr. 1991, *Les Cadres de l'expérience*, Paris, Les éditions de minuit, 576 pages
- HANDEL Warren, *Ethnomethodology : How People Make Sense*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall Inc., 1982, 170 pages
- HYNES William J. et DOTY William G. dir., *Mythical Trickster Figures : Contours, Contexts, and Criticism*, Tuscaloosa, University of Alabama, 1993, 328 pages
- JENCKS Chris, *Subculture : the Fragmentation of the Social*, Londres, Sage publications, 2005, 158 pages
- JORDAN Tim, *S'engager! Les nouveaux militants, activistes, agitateurs...*, Paris, Editions Autrement, 2003, 141 pages
- JOSEPH Isaac, *Erving Goffman et la microsociologie*, Paris, Presses universitaires de France, 1998, 128 pages
- LEVI-MAKARIUS Laura, *Le sacré et la violation des interdits*, Paris, Payot, 1974, 376 pages
- MAIGRET Eric, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2008 (3ème édition), 287 pages
- MACE Eric, MAIGRET Eric, *Penser les médiacultures, Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin et INA, 2005, 192 pages

MATTELART Armand, NEVEU Eric, *Introduction aux Cultural Studies*, Paris, La Découverte, 2003, 128 pages

MELUCCI Alberto, *Culture in gioco - Differenze per convivere*, Milan, Il Saggiatore, 2000, 160 pages

MERTON Robert K., *Eléments de théorie et de méthode sociologique*, Paris, Gérard Monfort, 1983, 384 pages

MOLENAT Xavier dir., *La sociologie - Histoire, idées, courants*, Auxerre, Sciences humaines éditions, 2009, 256 pages

OGIEN Albert, QUÉRÉ Louis, *Le vocabulaire de la sociologie de l'action*, Paris, Ellipses, 2005, 128 pages

Ouvrage Collectif, *Le parler frais d'Erving Goffman*, Paris, Les éditions de minuit, 1989, 328 pages

SALMON Jean-Marc, *Un monde à grande vitesse, Globalisation, mode d'emploi*, Paris, Seuil, 2000, 256 pages

SOMMIER Isabelle, *Le renouveau des mouvements contestataires à l'heure de la mondialisation*, Paris, Flammarion, 2003, 352 pages

STIEGLER Bernard, *La technique et le temps. 2. La désorientation*, Paris, Editions Galilée, 1996

SUCHMAN Lucy A., *Plans and Situated Actions : The Problem of Human-Machine Communications*, Cambridge, Cambridge University Press, 1987, 220 pages

VAN GENNEP Arnold, *Les rites de passage*, Paris, Nourry, 1909, 288 pages

### **Revues, articles, contributions**

MOENS Frédérick, « La ruse, une réponse au désarroi populaire. Analyse de certaines modalités d'action citoyenne en situation de pluralité de valeurs », in Ouvrage Collectif, *Les raisons de la ruse. Une perspective anthropologique et psychanalytique*, Paris, La Revue du M.A.U.S.S., 2004, 352 pages

RASTIER François, « Action et récit », in FORNEL Michel de, QUERE Louis dir., *La logique des situations : nouveaux regards sur l'écologie des activités sociales*, Paris, Editions de l'EHESS, 1999, p. 173 à 198

*Sciences humaines*, décembre 2006 – janvier 2007, Hors-série n°15, « Identité – Identités : l'individu, le groupe, la société », Auxerre, 52 pages

SCLAVI Marianella, “ Learning from Gregory Bateson. Reflections on the Role of Emotions and Humour in Scientific Knowledge and Everyday Life”, in BERNARDI Claudio, DRAGONE Monica, SCHININA Guglielmo dir., *War Theatres and Actions of Peace / Teatri di Guerra e Azioni di Pace*, Milan, Euresis Ed., 2002

*Variations, Mouvement social et politiques de la transgression*, printemps 2006, Parangon/Vs, Lyon, 144 pages

## **Sciences du langage et du texte**

### **Ouvrages**

BAKHTINE Mikhaïl, *L'œuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen Age et sous la Renaissance*, trad. fr. 1970, Paris, Gallimard, 471 pages

CHARAUDEAU Patrick, *Le Discours d'information médiatique - La construction du miroir social*, Paris, Nathan, 1997, 286 pages

CHARAUDEAU Patrick, *Les médias et l'information - L'impossible transparence du discours*, Bruxelles, De Boeck/INA, 2005, 250 pages

DANBLON Emmanuelle, *La fonction persuasive, Anthropologie du discours théorique : origines et actualité*, Paris, Armand Colin, 2005, 222 pages

JEANDILLOU Jean-François, *Esthétique de la mystification : Tactique et stratégie littéraires*, Paris, Les Editions de Minuit, 1994, 239 pages

JEANDILLOU Jean-François, *Effets de textes*, Limoges, Lambert-Lucas, 2009, 340 pages

MAJASTRE Jean-Olivier, PESSIN Alain dir., *Du Canular dans l'art et la littérature - Quatrièmes rencontres internationales de sociologie de l'Art de Grenoble*, Paris, L'Harmattan, 1999, 336 pages

JONES Rodney H., NORRIS Sigrid dir., *Discourse in Action Introducing Mediated Discourse Analysis*, New York, Routledge, 2005, 236 pages

RICOEUR Paul, *Du texte à l'action - Essais d'herméneutique II*, Paris, Editions du seuil, 1986, 464 pages

WALSH Lynda, *Sins Against Science - The Scientific Media Hoaxes of Poe, Twain, and Others*, Albany, State University of New York Press, 2006, 296 pages

### **Reuves, articles, contributions**

FLOCH Jean-Marie, "Les logiques du rire et du divertissement à la télévision", in *Humoresques*, 1993, n°4, Paris, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, p. 81 à 95

HARIMAN Robert, "Political Parody and Public Culture", in *Quarterly Journal of Speech*, août 2008, vol. 94 n°3, Milton Park, Abington (Grande-Bretagne), Routledge, p. 247 à 272

JEANDILLOU Jean-François, « Inesthétique de la réception », in MAJASTRE Jean-Olivier, PESSIN Alain dir., *Du Canular dans l'art et la littérature - Quatrièmes rencontres internationales de sociologie de l'Art de Grenoble*, Paris, L'Harmattan, 1999, p. 255 à 272

MORIN Christian, « Pour une définition sémiotique du discours humoristique », in *Protée*, hiver 2002, Chicoutimi, Département des arts et lettres – Université du Québec à Chicoutimi, vol. 30 n°3, p. 91 à 98

## **Communication, médias, journalisme**

### **Ouvrages**

ARMSTRONG David, *A Trumpet to Arms : Alternative Media in America*, Cambridge (Massachusetts), South End Press, 1999, 388 pages

BARILE Nello, *Sistema delle marche, cultura del consumo et nuovi linguaggi della comunicazione*, Milan, Arcipelago, 2007, 278 pages

BLONDEAU Olivier, *Devenir média - L'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*, Paris, Editions Amsterdam, 2007, 394 pages

BOLTER Jay David, GRUSIN Richard, *Remediation – Understanding New Media*, Cambridge (Massachusetts), The MIT Press, 2000, 307 pages

BRANWYN Gareth, *Jamming the Media*, USA, Chronicle books, 1997, 353 pages

BUREAUD Annick, MAGNAN Nathalie dir., *Connexions art réseaux média*, Paris, Ecole nationale supérieure des beaux arts, 2002, 646 pages

CAMPBELL W. Joseph, *Getting it Wrong - Ten of the Greatest Misreported Stories in American Journalism*, Berkeley and Los Angeles California, University of California Press, 2010, 272 pages

CAPP Bernard, *Astrology and the Popular press. English almanachs 1500-1800*, Londres, Faber, 1979, 460 pages

CERF Christopher, NAVASKY Victor S., *The Experts Speak : The Compendium of Misinformation*, New York, Pantheon Books, 1984, 391 pages

CHABROL Claude, RADU Miruna, *Psychologie de la communication et persuasion – Théorie et applications*, Bruxelles, Editions De Boeck Université, 2008, 318 pages

D'ALMEIDA Fabrice, DELPORTE Christian, *Histoire des médias en France de la Grande Guerre à nos jours*, Malesherbes, Flammarion, 2003, 446 pages

DESERIIS Marco, MARANO Giuseppe, *Net-art : l'arte della connessione*, Milan, Shake edizioni, 2003, 224 pages

DONN Vladimir, *L'humour cathodique*, Paris, Editions Austral, 1995, 157 pages

- ECO Umberto, *La guerre du faux*, Paris, Editions Grasset, 1985, 274 pages
- FEDLER Fred, *Media Hoaxes*, Ames, Iowa State University Press, 1989, 266 pages
- FROISSART Pascal, *La rumeur, Histoire et fantasmes*, Paris, Belin, 2002, 280 pages
- GERVEREAU Laurent, *Inventer l'actualité, La construction imaginaire du monde par les médias internationaux*, Paris, La Découverte, 2004, 168 pages
- GITLIN Todd, *Media Unlimited : the Torrent of Sounds and Images in Modern Life*, New York, Metropolitan books, 2001, 232 pages
- HENRY Neil, *American Carnival. Journalism under Siege in an Age of New Media*, Berkeley, University of California press, 2007, 328 pages
- HIGHT Craig, ROSCOE Jane, *Faking it. Mock-documentary and the Subversion of Factuality*, Manchester, Manchester university press, 2002, 240 pages
- JENKINS Henry, *Convergence Culture : Where Old and New Media Collide*, New York, New York University press, 2006, 336 pages
- JORDAN Tim, TAYLOR Paul A., *Hactivism and Cyberwars Rebels with a Cause ?*, Londres, Routledge, 2004, 186 pages
- JUHASZ Alexandra, LERNER Jesse, *F is for Phony*, Minneapolis, University of Minnesota press, 2006, 256 pages
- KITTY Alexandra, *Don't Believe it ! How Lies Become News*, New York, The disinformation company Ltd., 2005, 416 pages
- LEVINE Michael, *Guerilla P.R. : how you can wage an effective publicity campaign ... without going broke*, New York, HarperBusiness, 1993, 230 pages
- LITS Marc, *Du récit au récit médiatique*, Bruxelles, De Boeck, 2008, 238 pages
- LOCHARD Guy, SOULAGES Jean-Claude, *La communication télévisuelle*, Paris, Armand Colin, 1998, 240 pages
- MARTIN Marcienne, *Le pseudonyme sur internet - Une nomination située au Carrefour de l'anonymat et de la sphère privée*, Paris, L'harmattan, 2006, 188 pages
- MEIKLE Graham, *Future Active : Media Activism and the Internet*, New York & Annandale (Australie), Routledge & Pluto press, 2002, 230 pages
- MUCCHIELLI Alex, *L'art d'influencer, Analyse des technique de manipulation*, Paris, Armand Colin, 2000, 174 pages
- OCDE-Committee for Information, Computer and Communications Policy, *The Evolution of News and the Internet (Working Party in the Information Economy)*, Paris, 2010, 92 pages

- PACKARD Vance, *La persuasion clandestine*, Paris, Calmann-Levy, 1958, 246 pages
- PASQUINELLI Matteo, *Media Activism: Strategie e pratiche della comunicazione indipendente*, Rome, Derive Approdi, 2002, 240 pages
- RALEY Rita, *Tactical Media*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2009, 196 pages
- RUSHKOFF Douglas, *Media Virus*, New York, Ballantine Books, 1994, 368 pages
- SCHAEFFER Pierre, *Machines à communiquer*, tome I *Genèse des simulacres*, Paris, Seuil, 1970, 315 pages
- STARR Paul, *The Creation of the Media : Political Origins of Modern Communications*, New York, Basic books, 2004, 484 pages
- VEYRAT-MASSON Isabelle, *Télévision et histoire, la confusion des genres. Docudramas, docufictions et fictions du réel*, Bruxelles, De Boeck/INA, 2008, 224 pages
- WATKINS Peter, *Media Crisis*, 2003, trad. fr. 2007, *Media Crisis*, Paris, Editions homnisphères, 240 pages
- WEAVER Paul H., *News and the Culture of Lying : How Journalism Really Works*, New York, Free Press, 1994, 252 pages
- WOLTON Dominique, *L'autre mondialisation*, Paris, Flammarion, 2003, 212 pages

### **Reuves, articles, contributions**

- ARQUEMBOURG Jocelyne, « De l'événement international à l'événement global : émergence et manifestations d'une sensibilité mondiale », in *Hermès*, 2006, n°46, Paris, CNRS Editions, p. 13 à 21
- BERDIK Chris, « Duped ! When journalists fall for fake news », in *Quill*, Mai 2002, pp. 55-63
- GARCIA David, LOVINK Geert, "ABC des médias tactiques", in *Connexions : Art, réseaux et media* (BUREAUD Annick, MAGNAN Nathalie dir.), Paris, Ecole nationale supérieure des beaux-arts, 2003, p. 72 à 87
- GLEVAREC Hervé, "Du canular radiophonique à l'effet réel", in MAJASTRE J.-O. et PESSIN A. dir., *Du canular dans l'art et la littérature*, Paris, l'Harmattan, 1999, pp. 75-94.
- GONCALVES Fernando do Nascimento, « Art, activisme et le transpolitique : étude sur des utilisations artistiques des technologies de la communication en France et au Brésil », in *Sociétés*, 2009/2 (n° 104), Bruxelles, De Boeck Université, p. 115 à 130
- GREVISSE Benoît, « Brouillage de codes déontologiques – Petits cas et grands enjeux », in *Médiatiques*, automne 2006, n°39, Louvain (Belgique), Observatoire du récit médiatique, p. 42 à 45



JONGEN François, « Déontologie et régulation », in *Médiatiques*, automne 2006, n°39, Louvain (Belgique), Observatoire du récit médiatique, p. 46 et 47

NOBRE-CORREIA José-Manuel, « L'Europe des médias face à la crise », in *Les Cahiers du Journalisme*, n°21 – Automne 2010, Lille-Québec, pp. 298-319

QUARANTA Domenico, “Media Hacking – Arte e manipolazione dei media”, in CARONIA Antonio, LIVRAGHI Enrico, PEZZANO Simona dir., *L'arte nell'era della productabilità digitale*, Milan, Mimesis Edizioni, 2006, pages 81 à 90

STEIMBERG Oscar, « Des genres populaires à la télévision : étude d'une transposition », in *Réseaux*, n°81, CNET, 1997, p. 47 à 59

VANNI Ilaria, 2007, “How to do things with words and images : gli imbattibili”, in *Images and communities. The visual construction of the social*, STOCCHETTI M., SUMALIA-SAPPANEN J. dir., Helsinki, University of Helsinki press, p. 147 à 170

### **Autres ouvrages théoriques ou essais**

#### **Ouvrages**

BAUDRILLARD Jean, *Simulacres et simulations*, Paris, Editions galilée, 1981, 240 pages

BERGSON Henri, *Le rire*, Paris, Presses universitaires de France, 1940, 12ème édition, 2004, 168 pages

BOSCHLER Regula, WISHART Adam, *Leaving Reality Behind*, New York, Ecco (Harper Collins), 2003, 336 pages

DUNCOMBE Stephen, *Notes from Underground - Zines and the Politics of Alternative Culture*, Bloomington, Microcosm Publishing, 1997, 256 pages

DUNCOMBE Stephen, *Dream : Re-imagining Progressive Politics in an Age of Fantasy*, New York, The new press, 2007, 230 pages

DYER Richard, *Pastiche*, Abingdon, Routledge, 2007, 228 pages

GRAEBER David, SHUKAITIS Stevphen dir., *Constituent Imagination : Militant Investigations // Collective Theorization*, Oakland, AK Press, 2007, 344 pages

HAROLD Christine, *OurSpace : Resisting the Corporate Control of Culture*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2007, 200 pages

HEATH Joseph, POTTER Andrew, *The Rebel Sell : why the Culture can't be Jammed*, 2004, trad. fr., *Révolte consommée – Le mythe de la contre-culture*, Paris, Naïve, 2005, 431 pages

HOME Stewart, *Neoism, Plagiarism & Praxis*, Edinburgh (Scotland), AK Press, 1995, 208 pages

HUNDERTMARK Christian (C 100) dir., *The Art of Rebellion : World of Streetart*, Corte Madera, Gingko press, 2003, 144 pages

HUTCHEON Linda, *The Politics of Postmodernism*, New York, Routledge, 1989, 2nde édition, 2002, 222 pages

JAMESON Frederic, trad. fr. 2007, *La totalité comme complot : conspiration et paranoïa dans l'imaginaire contemporain*, Paris, Les prairies ordinaires, 138 pages

JERVIS John, *Transgressing the Modern*, Oxford, Blackwell publishers, 1999, 232 pages

JUNG Carl G., KERENYI Carl, *Essays on a Science of Mythology*, Princeton, Bollingen, 1969, 208 pages

KENNER Hugh, *The Counterfeiters - An Historical Comedy*, Bloomington, Indiana University press, 1968; seconde édition, 2005, 176 pages

LASN Kalle, *Culture Jam : the Uncooling of America*, New York, Harper, 1999, 252 pages

Mc DONALD Kevin, *Global Movements : Action and Culture*, Oxford, Blackwell publishing, 2006, 256 pages

PEYREFITTE Alain, *Rue d'Ulm. Chroniques de la vie normalienne. Edition du bicentenaire*, Paris, Fayard, 1994, 656 pages

RADNOTI Sandor, *The Fake - Forgery and Its Place in Art*, Lanham, Rowman & Littlefield publishers, 1999, 246 pages

ROSZAK Theodore, *The Making of a Counter Culture*, 1969, trad. fr. 1970, *Vers une contre-culture*, Biarritz, Stock, 320 pages

ZIPES Jack, *Fairy Tales and the Art of Subversion*, 1983, trad. fr. 1986, *Les contes de fées et l'art de la subversion*, Paris, Payot, 288 pages

### **Revues, articles, contributions**

BARILE Nello, « La mentalité néo-totalitaire ou l'affrontement des barbaries », in *Les cahiers européens de l'imaginaire*, 2009/1, CNRS Editions, Paris

GRELET Stany, POTTE-BONNEVILLE Matthieu, « Une biopolitique mineure, entretien avec Giorgio Agamben », in *Vacarme*, hiver 2010, n°10, Paris, Association Vacarme

## Ecrits et témoignages d'auteurs de canulars

### Ouvrages

ABEL Alan, *Confessions of a Hoaxer*, New York, MacMillan Co, 1970, 252 pages

ABEL Alan, *How to Thrive on Rejection - A Manual of Survival*, New York, Dembner books, 1984, 128 pages

Association des Astronautes Autonomes, *Quitter la gravité*, Nîmes, L'éclat, 2001, 264 pages

Autonome A.F.R.I.K.A. Gruppe, BLISSETT Luther, BRÜNZELS Sonja, *Handbuch der Kommunikationsguerilla. Jetzt helfe ich mir selbst*, Berlin, Schwartz Risse / Assoziation A, 1997, trad. it. 2001, *Comunicazione-guerriglia – Tattiche di agitazione gioiosa e resistenza ludica all'oppressione*, Rome, DeriveApprodi, 192 pages

BICHLBAUM Andy, BONANNO Mike, *The Yes men - The True Story of the End of the World Trade Organization*, The Disinformation Company, 2004; trad. fr. 2005, *Les yes men - Comment démasquer en s'amusant un peu l'imposture néolibérale !*, Paris, La découverte, 192 pages

BLISSETT Luther, *Mind invaders, Come fottete I media : manuale di guerriglia e sabotaggio culturale*, Rome, Castelvechi, 2000, 160 pages

BLISSETT Luther, *Toto, Peppino e la Guerra psichica 2.0*, Turin, Einaudi, 2000, 236 pages

BLISSETT Luther, *Q*, Turin, Einaudi, 2000, 684 pages

BOYD William, 1998, *Nat Tate, An American Artist 1928-1960*, 1998, trad. fr. 2000, *Nat Tate - Un artiste américain 1928-1960*, Paris, Editions du seuil, 96 pages

CENSOR, *Véridique rapport sur les dernières chances de sauver le capitalisme en Italie*, Paris, Champ Libre, 1976, 190 pages

CHAINWORKERS, *Lavorare nelle cattedrali del consumo*, Milan, Derive approdi, 2001, 132 pages

DAHAN Gérald, *Imposteur public n°1*, Paris, Robert Laffont, 2007, 234 pages

DUTILLEUL Philippe dir., *Bye-bye Belgium*, Loverval (Belgique), Editions labor, 2006, 636 pages

DUTILLEUL Philippe, *Chronique d'une imposture assumée*, Bruxelles, Racine, 2008, 160 pages

GROGAN Emmett, *Ringolevio, A Life Played For Keeps*, 1972, trad. fr. 1973, *Ringolevio, Une vie jouée à fond*, Paris, Flammarion, 348 pages

HOFFMAN Abbie (alias FREE), *Revolution fot the hell of it*, New York, The dial press, 1968, 234 pages

HOFFMAN Abbie, *Soon to be a major motion picture*, New York, Berkley books, 1980, 288 pages

KAUFMAN Andy, KELLER Florian, *Wrestling with the American Dream*, Minneapolis, University of Minnesota press, 2005, 216 pages

KRASSNER Paul, *Confessions of a Raving, Unconfined Nut : Misadventures in the Counter-culture*, New York, Simon and Schuster, 1993, 354 pages

NOCHER Jean, *Plate-forme 70 ou l'âge atomique*, Saint Etienne, S.P.E.R. (Société de Publicité et d'Editions Régionales), 1946, 200 pages

SPARAGNA Vincenzo, *Falsi da ridere*, Rome, Malatempora, 2000, 160 pages

SWIFT Jonathan, *Propositions, résolutions et prédictions (opuscules humoristiques)*, Strasbourg, Circé, trad. fr. 1992, 120 pages

### **Reuves, articles, contributions**

BLISSETT Luther, « Le gai mensonge de Luther Blissett », in *Multitudes*, été 2006, n° 25, Paris, Editions Amsterdam, p. 175 à 185

SKAGGS Joey, « The Art of the Con », in *Extra !*, mars-avril 1999, p. 21

### **Films réalisés par des auteurs de canulars**

BICHLBAUM Andy BONANNO Mike, *The Yes Men Fix the World*, (2009), France – Etats-Unis, 90 minutes, Couleur, trad. fr. 2009, *Les Yes Men refont le monde*

Collectif, *Making of Serpica Naro* (2005), Italie, 19 minutes, Couleur

DUTILLEUL Philippe *Bye Bye Belgium*, RTBF, 2006, 2 DVD Vidéo, 100 et 76 minutes, documentaire

Endemol, *De Grote Donor Show*, 2007, consultable au 2 novembre 2010 :

- Première partie : <http://www.youtube.com/watch?v=IvdvQg2J-Do> durée : 37'30

- Seconde partie : <http://www.youtube.com/watch?v=2h90pUBGGxQ> durée : 41'34

OLLMAN Dan, PRICE Sarah, SMITH Chris, *The Yes Men*, Etats-Unis, 83 minutes, Couleur, trad. fr. 2005, *The Yes Men – Le film*

TURNER Vladimir, *O Medialni Realite* (2008), République Tchèque, 45 minutes, Couleur

### **Sites Internet d'auteurs de canulars**

Chainworkers, 1999 <http://www.chainworkers.org/>, (consultable au 28 août 2010)

Espropri proletari, <http://www.espropriproletari.com>, (ce site n'est plus en ligne depuis deux ans, le nom de domaine n'ayant pas été renouvelé; une traduction en français de ses contenus reste néanmoins consultable au 19 septembre 2010 à l'adresse suivante : <http://www.hns-info.net/spip.php?article5345>)

Guerriglia Marketing, <http://www.guerrigliamarketing.it> (consultable au 19 septembre 2010)

SKAGGS Joey, *Art of the Prank*, <http://artoftheprank.com/> (consultable au 19 septembre 2010)

The Anti-Advertising Agency, <http://antiadvertisingagency.com> (consultable au 19 septembre 2010)

The Crobards, <http://thecrobard.propagande.org/> (consultable au 19 septembre 2010)

The Yes Men, <http://theyesmen.org> (consultable au 19 septembre 2010)

Serpica Naro, 2005, <http://www.serpicanaro.com> (consultable au 19 septembre 2010)

Ztohoven, <http://www.ztohoven.com/> (consultable au 19 septembre 2010)

## **Etudes et analyses sur un auteur de canular ou un acte canularique**

### **Ouvrages**

CANTRIL Hadley, *The Invasion From Mars – A Study In The Psychology Of Panic*, Princeton, Princeton University Press, 1940, 224 pages

COX Jame M., *Mark Twain : the fate of humor*, Princeton (New Jersey), Princeton University Press, 1966, 321 pages

ISTAS Marie, *Le “Faux” Soir. 9 novembre 1943*, Braine-L'Alleud (Belgique), Editions J.M. Collet, , 1993, 160 pages

JEANNERET Yves, *L’Affaire Sokal ou la querelle des impostures*, Paris, Presses universitaires de France, 1998, 278 pages

JURDANT Baudouin dir., *Impostures scientifiques - Les malentendus de l’affaire Sokal*, Paris/Nice, La découverte/Alliage, 1998, 336 pages

LAGRANGE Pierre, *La Guerre des mondes a-t-elle eu lieu ?*, Paris, Robert Laffont, 2005, 360 pages

LYSOE Eric, *Les voies du silence – E.A. Poe et la perspective du lecteur*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 2000, 191 pages

Observatoire du récit médiatique, LITS Marc dir., *Le vrai-faux journal de la RTBF – Les réalités de l’information*, Bruxelles, Editions Couleur Livre, 2007, 176 pages

VALE V., *Pranks 2*, San Francisco, RE/Search publications, 2006, 212 pages

VINCINO, *Il Male. 1978-1982. I cinque anni che cambiarono la satira*, Milan, Rizzoli, 2007, 159 pages

### **Revues, articles, contributions**

ANTOINE Frédéric, « Des documents et de la fiction ... Au-delà du réel », in *Médiatiques*, automne 2006, n°39, Louvain (Belgique), Observatoire du récit médiatique, p. 30 et 31

ANTOINE Frédéric, SEPULCHRE Sarah, « Strip-tease assisté d'un OVNI médiatique » in *Le vrai-faux journal de la RTBF*, (LITS Marc dir.), Bruxelles, Editions Couleurs livres, 2007, p. 11 à 54

BABIN Sylvette, « Le canular est un canular », in *Esse arts + opinions*, printemps-été 2007, n°60, Montréal, LMPI, p. 3

BERGGOLD Craig, MURRAY Laura J., “See You in Court : Can Canadians Practice Parody ?”, in *Fuse*, mars 2009, vol. 32, n°2, Toronto, Artos Publishing, p. 12 à 17

BROOKS David, « The Literary Hoax », 2002, <http://www.flsh.unilim.fr/ditl/CANULAR.htm> (consultable au 25 octobre 2010)

DESERIIS Marco, “Lots of money because I am many : the Luther Blissett project and the multiple-use name strategy” in *Thamyris/Intersecting : place, sex and race. Theorizing cultural activism*. FIRAT Özden, KURYEL Begüm et Aylin dir., Amsterdam, Rodopi, 2010

EGAN Susanna, « Plagiarism, hoax and fraud in autobiography Asch conformity experiments », in *Wikipedia*, [http://en.wikipedia.org/wiki/Asch\\_conformity\\_experiments](http://en.wikipedia.org/wiki/Asch_conformity_experiments) (consultable au 25 octobre 2010)

GATTOLIN André, « Bye-bye Belgium dans un schéma canulareresque ? », in *Médiatiques*, automne 2006, n°39, Louvain (Belgique), Observatoire du récit médiatique, p. 32 à 36

GATTOLIN André, « Serpica Naro : un hoax activiste contre le milieu de la mode », *Multitudes*, été 2006, n°25, Paris, Editions Amsterdam, p. 187 à 192

GATTOLIN André, “Prélude à une théorie du hoax et de son usage subversif”, in *Multitudes*, été 2006, n°25, Paris, Editions Amsterdam, p. 149 à 157

GATTOLIN André, “Le canular médiatique”, in *MédiaMorphoses* n°19, mars 2007, Paris, Ina-Armand Colin, p. 44 à 51

GATTOLIN André, PESSAR Alexandre, « Le canular activiste ou la fiction mise en action », in *Vacarme*, n°54, hiver 2011, Paris, Association Vacarme, p. 22 et 23

HANNA Bridget, « Bhopal. Catastrophes et résistances durables », in *Vacarme*, hiver 2006, n°34, Paris, Association Vacarme, p. 133 à 140

LECOEUR Erwan, PESSAR Alexandre, « Les Yes Men. De l'usage de la "rectification d'identité" pour Bhopal », in *Multitudes*, été 2006, n° 25, Paris, Editions Amsterdam, p. 159 à 167

LIBERT Anne, « Les transgressions narratives d'un faux JT », in *Médiatiques*, automne 2006, n°39, Louvain (Belgique), Observatoire du récit médiatique, p. 37 à 41

MATTONI Alice, « Serpica Naro and the others. The media sociali experience in Italian struggles against precarity », in *Portal*, juillet 2008, vol. 5, n°2, Sydney (Australie), UTSePress, University of Technology

MOTARD Alice, « Tout ça ne nous rendra pas la vérité », in *Esse arts + opinions*, printemps-été 2007, n°60, Montréal, LMPI, p. 7 à 12

NATELLA Andrea, « Aux origines de l'usage subversif du canular en Italie », in *Multitudes*, été 2006, n°25, Paris, Editions Amsterdam, p.169 à 173

PHANEUF Marc-Antoine K., « Ludisme et ambiguïté dans le canular contemporain », in *Esse arts + opinions*, printemps-été 2007, n°60, Montréal, LMPI, p. 30 à 32

*Politix, revue des sciences sociales du politique*, 2006, N° 74, « Impostures », Paris, Armand Colin, 232 pages

RANNOU Pierre, « Du canular considéré comme un des beaux arts », in *Esse arts + opinions*, printemps-été 2007, n°60, Montréal, LMPI, p. 4 et 5

RE/SEARCH # 11 : *Pranks !* Re/Search Publications, US, 1987

SCHÖNEBERGER Klaus, « How false information creates 'true events' – Persistent and recombined forms of activist communication through Internet fakes and hoaxes », in *EstBound Journal*, 2006/1, édité par MOKK Media Research Department of Sociology and Communications Budapest University of Technology and Economics, et Center for Media and Communication Studies (CMCS) Central European University, pages 285 à 295

WALSH Lynda C., « What is a hoax ? », in *Text, Practice, Performance*, printemps 2002, n°IV, Austin, Université du Texas, p. 103 à 120

### **Ouvrages de vulgarisation sur les canulars et les mystifications**

ALDINGTON Richard, *Frauds*, Londres, William Heinemann Ltd, 1957, 244 pages

ARNAUD Noël, CARADEC François dir., *Encyclopédie des farces et attrapes et mystifications*, Paris, Jean-Jacques Pauvert, 1964, 575 pages

ARNOLD Caroline, SILVERSTIEN Herma, *Hoaxes that made headlines*, New York, J. Messner, 1986, 182 pages

BAGNASCO Stefano, TOSELLI Paolo dir., *Le nuove leggende metropolitane, manuale per detective antibufale*, Rome, Avverbi Edizioni, 2005, 230 pages

BARTHOLOMEW Robert E., RADFORD Benjamin, *Hoaxes, Myths and Manias : Why we Need Critical Thinking*, New York, Prometheus Books, 2003, 229 pages

BERROUET Laurence, LAURENDON Gilles, *Canulars et autres supercheries*, Paris, Ramsay, 1991, 216 pages

BLUNDELL Nigel, *The World's Greatest Crooks and Conmen*, Londres, Octopus Books Ltd, 1982, 192 pages

BOESE Alex, *The Museum of Hoaxes. True Pranks, Stunts, Deceptions, Fakery, Hornswoggle and Flimflam Perpetrated on the Gullible Public from Long Ago to Today*, Londres, Orion, 2002, 274 pages

DAMIANI Luca, *Bufale. Breve storia delle beffe mediatiche da Orson Welles a Luther Blissett*, Rome, Castelvechi, 2004, 176 pages

FALCHI Edoardo De, *Non è vero ! Disordinazioni : un'avanguardia subliminale di massa*, Rome, Odradek, 1998, 202 pages

HAMILTON Charles, *Great Forgers and Famous Fakes*, New York, Crown publishers, 1980, 280 pages

HELVIG Jean-Michel, *Le bêtisier raisonné de la campagne 2007*, Paris, Robert Laffont, 2007, 185 pages

HOME Stewart, *Confusion incorporated : a collection of lies, hoaxes & hidden truths*, Hove, Codex, 1999, 192 pages

JACKMAN Ian dir., *Con men : fascinating profiles of swindlers and rogue from the files of the most successful broadcast in television history*, New York, Simon and Schuster, 2003, 224 pages

KOHN Alexander, *False Prophets – Fraud and Error in Science and Medicine*, New York, Basil Blackwell, 1986, 240 pages

Les désobéissants, *Désobéir par le rire*, Paris, Le passager clandestin, 2010, 64 pages

LINDSKOOG Kathryn, WYNNE Patrick, *Fakes, Frauds, and Other Malarkey : 301 Amazing Stories and How Not to Be Fooled*, Grand Rapids (Michigan), Zondervan, 1993, 289 pages

MACDOUGALL Curtis D., *Hoaxes*, New York, Dover Publications, 1958, 338 pages

MAC NEE Marie J., STEIN Gordon, *Hoaxes ! Dupes, Dodges & Other Dastardly Deceptions*, Canton (Michigan), Visible Ink Press, 1995, 225 pages

MADISON Joyce, *Great Hoaxes, Swindles, Scandals, Cons, Stings and Scams*, New York, Dutton/Signet, 1992, 240 pages

MALISZEWSKI Paul, *Fakers*, New-York, The New press, 2008, 246 pages  
The Interventionists, *User's Manual for the Creative Disruption Everyday Life*, North Adams, Thompson and Sholette editors, 2004, 155 pages



- NASH Jay Robert, *Zanies, The World's Greatest Eccentrics*, Piscataway (New Jersey), New Century Publishers, 1982, 464 pages
- NEWNHAM Richard, *The Guinness Book of Fakes, Frauds & Forgeries*, Londres, Guinness World Records Limited, 1991, 224 pages
- RANDI James, *An Encyclopedia of Claims, Frauds and Hoaxes of the Occult and Supernatural*, New York, St. Martin's Griffin, 1997, 336 pages
- REDMOND Jeffrey R., *Viking Hoaxes in North America*, New York, Carlton Press, 1979, 64 pages
- RENARD Jean-Bruno, *Rumeurs et légendes urbaines*, Paris, Presses universitaires de France, 1999, 3ème édition, 2006, 128 pages
- RENDELL Kenneth W., *Forging History – The Detection of Fake Letters and Documents*, Norman (Oklahoma), University of Oklahoma Press, 1994, 171 pages
- RIETH Adolf, *Archaeological Fakes*, New York, Praeger Publishers, 1970, 183 pages
- ROBERTS David, *Great Exploration Hoaxes*, San Francisco, Sierra Club Books, 1982, 182 pages
- ROUVILLOIS Frédéric, *Le collectionneur d'impostures*, Paris, Flammarion, 2010, 386 pages
- SAUNDERS Richard, *World's Greatest Hoaxes*, New York, Jove Publications, 1980, 192 pages
- SCHROEDER Andreas, *Scams, Scandals and Skulduggery : A Selection of the World's Most Outrageous Frauds*, Toronto, McClelland & Stewart, 1996, 248 pages
- SCHROEDER Andreas, *Cheats, Charlatans, and Chicanery : More Outrageous Tales of Skulduggery*, Toronto, McClelland & Stewart, 1997, 280 pages
- SCHROEDER Andreas, *Fakes, Frauds, and Flimflammy : Even More of the World's Most Outrageous Scams*, Toronto, McClelland & Stewart, 1999, 280 pages
- SIFAKIS Carl, *Hoaxes and Scams – A Compendium of Deceptions, Ruses and Swindles*, New York, Facts On File Inc, 1994, 308 pages
- SIFAKIS Carl, *The Big Book of Hoaxes*, New York, Paradox Press, 1996, 192 pages
- STEIN Gordon, *Encyclopedia of Hoaxes*, Farmington Hills (Michigan), Gale Group, 1993, 347 pages
- VERZUH Ron, *Underground Times - Canada's Flower-child Revolutionaries*, Toronto, Deneau publishers, 1989, 274 pages
- WAINWRIGHT Martin, *The Guardian Book of April Fool's Day*, Londres, Aurum Press, 2007, 184 pages

YAPP Nick, *Great Hoaxes of the World : And the Hoaxers Behind Them*, Londres, Robson Books, 1996, 244 pages

### **Sites Internet traitant des pratiques canularsques**

Boese Alex, *Museum of Hoaxes*, 1997, <http://www.museumofhoaxes.com/> (consultable au 5 avril 2011)

*Hoaxkill*, <http://www.hoaxkill.com/> (consultable au 5 avril 2011)

*Hoaxbuster*, <http://www.hoaxbusters.org/> (consultable au 5 avril 2011)

*Hacktivist News Service*, webmedia alternatif : <http://www.hns-info.net> (consultable au 5 avril 2011)

### **Mémoires, thèses**

BOYD Lani, *The Yes Men and Activism in The Information Age*, thèse de master en arts, RYAN Susan E. dir., Baton Rouge, Université d'Etat de la Louisiane, 2005, 78 pages

CHAMBARD Olivia, *L'orchestration d'un mouvement transnational en Europe ; l'Euromayday des précaires*, mémoire de DEA, OFFERLE Michel dir., Université Paris I, 2005, 172 pages

DESERIIS Marco, *Mythopoesis : Performative Storytelling in the Age of Immaterial Labor*, mémoire de préparation à la thèse, GALLOWAY Alex dir., New York, The Steinhardt School of Education – New York University, 2008, 85 pages

RÖMER Stefan, *Der Begriff des Fake*, thèse de doctorat en arts, BREDEKAMP Horst, GERMER Stefan dir. Berlin, Humboldt Universität, 1998, 224 pages

WALSH Lynda C., *The rhetoric of the Scientific Media Hoax : Humanist Interventions in the Popularization of Nineteenth-Century American Science*, thèse de doctorat de philosophie, CHARNEY Davida dir., Austin, Université du Texas, mai 2003, 427 pages

UNIVERSITÉ DE LA SORBONNE NOUVELLE – PARIS III  
Ecole doctorale Arts et Medias, ED 267  
Laboratoire Communication, Information, Médias

**Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication**

André GATTOLIN

L'ACTE CANULARESQUE MÉDIATIQUE :  
DISPOSITIFS, PROCÉDÉS ET ENJEUX COMMUNICATIONNELS  
(EUROPE ET AMÉRIQUE DU NORD, 2004 - 2008)

Volume II  
**Annexes**



Thèse dirigée par Guy LOCHARD  
Soutenue le 1<sup>er</sup> juin 2011

Membres du Jury :

M. Baudouin Jurdant, Professeur à l'Université Paris Diderot – Paris VII, rapporteur

M. Guy Lochard, Professeur à l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris III, directeur

M. Michael Palmer, Professeur à l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris III

Mme. Isabelle Veyrat-Masson, Directrice de recherche au CNRS, Laboratoire Communication et Politique, rapporteure

## SOMMAIRE DES ANNEXES

- 1) Transcription de l'interview de Zoé Romano réalisée le 19 octobre 2005 à Paris (conduite et traduite de l'italien par André Gattolin)..... p.3
- 2) Représentations graphiques de San Precario et de Serpica Naro..... p.8
- 3) Extraits de l'intervention de Ztohoven du 7 février 2009 à Barcelone..... p.10
- 4) Imaginaire visuel du groupe Ztohoven tel que produit par lui-même et diffusé aux médias..... p. 15
- 5) Texte intégral de l'article du *Journal of Geoclimatics Studies* paru le 3 novembre 2007 (à l'instigation de David Thorpe)..... p. 17
- 6) Transcription de l'entretien conduit le 28 mai 2006 à Paris avec Andy Bichlbaum des Yes Men..... p. 25
- 7) Transcription de l'entretien conduit le 16 février 2007 à Paris avec Andy Bichlbaum des Yes Men..... p. 33
- 8) Séquençage reconstitué du second film des Yes Men sorti en 2009 (« Les Yes Men refont le monde »)..... p. 39
- 9) La une du faux *New York Times* et la page d'accueil de son site éponyme..... p. 44
- 10) Transcription intégrale du canular téléphonique de Gérard Dahan à Ségolène Royal conduit le 24 janvier 2007..... p. 46
- 11) Transcription partielle de l'émission «T'empêches tout le monde de dormir» du 30 janvier 2007, avec Gérard Dahan pour invité..... p. 50
- 12) Découpage de l'émission de la RTBF « Bye-Bye Belgium », extrait du livre *Le vrai-faux journal de la RTBF*..... p. 55
- 13) Témoignages sur la conception et la fabrication de l'émission « Bye-Bye Belgium » extraits de deux livres de Philippe Dutilleul..... p. 70
- 14) Séquençage de l'émission « De Grote Donor Show » diffusée sur BNN le 28 mai 2006..... p. 82

**ANNEXE 1**

**Transcription de l'interview de Zoé Romano  
réalisée le 19 octobre 2005 à Paris  
(Traduite de l'italien par nos soins)**

Transcription de l'interview de Zoé Romano réalisée le 19 octobre 2005 à Paris (conduite et traduite de l'italien par André Gattolin).

**André Gattolin :** Qui êtes-vous et comment est né Serpica Naro ?

**Zoe Romano :** *Je suis Zoe, du groupe Chainworkers qui s'est créé à la fin des années 90 à partir d'un site Internet sur les conditions de travail et sur la précarité à l'intérieur des grandes chaînes commerciales. Nous avons ensuite conduit des actions dans les supermarchés et amplifié nos interventions en organisant à Milan la première Mayday Parade, 1<sup>er</sup> Mai alternatif et festif des précaires et des travailleurs flexibles. Vivant à Milan, nous avons de nombreux contacts dans les milieux de la mode et du design, notamment parmi les précaires et les employés qui sont très nombreux dans ces secteurs. Fin 2004, nous avons eu l'idée de monter une action dans le cadre de la Semaine de la mode qui a lieu deux fois par an dans notre ville, en février et en septembre. En une semaine, c'est plus de dix millions d'euros qui sont dépensés, et les gens qui travaillent sur cet événement n'en perçoivent qu'une part ridicule. C'est de là qu'est née l'action que nous avons menée à la fin février 2005 autour de la figure de Serpica Naro.*

**AG :** Pourquoi en être venu à cette forme d'activisme à la fois politique, artistique et médiatique ?

**ZR :** *À Milan, les syndicats se préoccupaient essentiellement des questions de travail qui concernaient les gens qui, globalement, avaient la cinquantaine et ils ne s'intéressaient pas aux nouvelles conditions d'emploi des plus jeunes. Sans culture syndicale, ces derniers ne connaissaient souvent rien à leurs droits et ils acceptaient des boulots très mal rémunérés. Il fallait trouver les moyens de sensibiliser la "génération MTV", ces gens d'environ 18-20 ans, lycéens ou étudiants, qui ont grandi dans la culture des jeux vidéos et des clips. Pour cela, il fallait élaborer un langage et des moyens plus "pop" pour parler des questions d'emploi. On a commencé à faire les sorties des Mc Do en distribuant des tracts expliquant leurs droits sociaux, comme la possibilité par exemple d'avoir des permissions pour pouvoir se présenter aux examens de la fac ou d'être informés en début de semaine de leurs horaires pour les jours à venir. Ils ignoraient qu'ils pouvaient refuser d'apprendre la veille qu'ils devaient travailler le lendemain jusqu'à dix heures du soir. Sur le site de Chainworkers, nous donnions plein d'informations dont les médias italiens ne parlaient pas. Nous avons ainsi été les premiers à les informer sur la première grève dans les Mc Do au Canada ou à donner des nouvelles sur l'occupation du Mc Do de Strasbourg-Saint-Denis à Paris. Il fallait que les Italiens sachent qu'il se passait quelque chose à l'intérieur des grandes chaînes commerciales et que de nouveaux modes d'actions étaient possibles sur les lieux de travail et que cet activisme nouveau pouvait parler aux nouvelles générations.*

**AG :** Vous avez donc cherché à créer un imaginaire assez innovant pour mieux faire passer votre message ?

**ZR :** *Oui, en avançant dans notre démarche, on s'est rendu à l'évidence qu'il était très important de marquer l'imaginaire des gens. Le but de nos actions dans les centres commerciaux était d'arriver à communiquer directement et de construire un échange avec les employés des magasins ou avec les consommateurs. Cela est plus facile quand on parvient à développer un imaginaire qui active la curiosité des gens, qui les touche au fond d'eux-mêmes. Début 2004, dans la perspective de la Mayday Parade, nous avons ironiquement inventé un saint protecteur des précaires que nous avons appelé San Precario. Nous avons orchestré sa première apparition dans un supermarché milanais. L'action avait la forme d'une procession avec la lecture d'une fausse prière écrite pour l'occasion devant les caisses et nous distribuions des DVD que nous avons produits. Les réactions ont été variées. Certaines personnes âgées, à qui l'on demandait si elles connaissaient ce saint, nous répondaient naturellement que oui. Les jeunes, mêmes s'ils ne pratiquent plus et qu'ils sont agacés par la culture religieuse qui reste un des fondements d'une Italie très croyante, conservent cependant toujours un attachement à un saint auquel ils se fient, comme Saint Christophe, qui protège les automobilistes ou même Saint Isidore, protecteur d'Internet. D'où notre idée de dédier un saint aux précaires qui n'en avaient pas<sup>1</sup>.*

**AG :** Cela ressemble à type de jeu, mais un jeu qui au fond serait sérieux ?

**ZR :** *C'est effectivement un jeu, mais un jeu, au final, avec des effets bien concrets. Depuis que San Precario est né, des formes d'actions qui n'existaient pas auparavant se sont développées. Par exemple, sur la question de la privatisation des plages en Italie, on a assisté à plusieurs "apparitions" de San Precario pour défendre l'accès public à la mer. Nous ne connaissions pas ceux qui étaient à l'origine de ces initiatives, mais ils ont utilisé la figure de San Precario comme un symbole, un moyen de communication, ils se sont approprié son imaginaire pour passer à l'action sans avoir besoin de se référer à un parti ou à un syndicat. C'est exactement ce que nous avions l'intention de faire : construire un imaginaire qui incite et qui aide les gens à agir.*

**AG :** Peut-on dire que San Precario est une sorte de "media virus" au sens où on l'entend dans la cyberculture ?

**ZR :** *Un "media virus" ou un "mème". D'une certaine manière, on peut dire qu'on a conçu San Precario comme un "mème" social. C'est un peu comme ces ritournelles qu'on entend à la radio et qui ne nous plaisent guère, mais qui parviennent incidemment à entrer dans nos têtes. Comme un virus qui s'installerait dans notre cortex cérébral. Dans ce sens, on peut effectivement dire que San Precario ou Serpica Naro sont des virus.*

**AG :** Dans un cas comme le canular que vous avez fabriqué, votre objectif était-il simplement de communiquer ?

**ZR :** *Dans le cas de Serpica Naro, nous avons choisi d'utiliser le hoax ou le canular comme un instrument, un moyen pour faire passer un message dans le milieu très particulier de la mode, du design et de la communication. C'était, selon nous, le meilleur moyen pour toucher*

---

<sup>1</sup> Note de l'interviewer : A plusieurs reprises durant le mouvement des intermittents en France en 2003-2004, les travailleurs précaires du spectacle ont eux, de manière ironique, procédé à l'invocation de Sainte Rita, protectrice des causes désespérées.

*les médias et les gens qui travaillaient dans ces secteurs, à un moment où les journaux et les télévisions ne parlaient que des stars du stylisme et des icônes de la mode. Pour attirer l'attention de ce milieu, nous avons décidé de créer une figure fictive, à l'image controversée et suffisamment putassière pour être aussi la cible de nos critiques et de nos attaques. Car le projet Serpica Naro, tel que nous l'avions conçu, comportait plusieurs niveaux et une certaine "mise en scène". En tant que Chainworkers, Serpica Naro était un ennemi. Cet ennemi nous l'avons nous-mêmes inventé pour pouvoir mieux exprimer les revendications des travailleurs précaires de la mode.*

**AG :** Vous menez la bataille de l'imaginaire en utilisant des faux-semblants ?

**ZR :** *Oui, des faux-semblants que nous avons réussis à infiltrer dans un secteur qui dispose d'un imaginaire puissant. La capacité de communication des grandes maisons de haute couture est énorme. Mais elles ont aussi des points faibles. C'est ainsi que la commission de sélection qui organise la Semaine la mode à Milan a finalement retenu la candidature de Serpica Naro, même s'ils n'avaient jamais entendu parler d'elle auparavant, parce que nous avons su construire une image suffisamment attractive pour eux.*

**AG :** Serpica Naro n'est-il pas qu'un "coup" médiatique ? Est-ce vraiment quelque chose de politique comme vous le prétendez ou est-ce seulement une manière d'exploiter un sujet politique pour produire quelque chose de purement spectaculaire ?

**ZR :** *Nous ne serions jamais parvenu à mobiliser autant de gens et à organiser une action de cette ampleur seulement sur la base d'un petit groupe d'activistes. Certes, l'idée est venue de notre petit groupe, mais, au final, l'opération a impliqué une centaine de personnes travaillant dans le secteur de la mode, des personnes qui n'étaient pas des activistes. C'est une grande satisfaction qu'autant de gens aient participé à ce projet et nous n'imaginions pas au départ avoir un tel succès. Quand nous présentions le projet aux gens, ils étaient enthousiastes et voulaient en être. Mais au-delà, ce projet n'a pas eu pour mérite que d'inciter des gens à passer à l'action, il a stimulé leur intelligence, permettant d'enrichir le projet grâce à leur apport pour le mener plus loin que ce qui avait été initialement imaginé par nous. Naturellement, quand le hoax a été achevé, plusieurs maisons nous ont proposé de racheter la marque Serpica Naro. Nous aurions tout détruit si nous avions fait cela. L'étape du hoax est passée, mais quatre groupes de travail se sont constitués à sa suite pour organiser l'après-Serpica Naro.*

*Il y a un groupe qui travaille sur la question de la propriété intellectuelle des marques dans la logique des Creative Commons et du partage des savoirs.*

*Un autre groupe s'occupe du site [www.serpicanaro.com](http://www.serpicanaro.com) pour le transformer en une communauté d'échanges d'informations dans le domaine de la mode alternative et des jeunes stylistes. Dans les centres sociaux italiens, il y a beaucoup de gens qui font de la mode auto-produite. L'idée est de créer un point de rencontre, notamment avec des groupes comme Yo Mango à Barcelone.*

**AG :** Votre idée, c'est de lancer des "media virus" dans le domaine de la mode ?

**ZR :** *L'idée est de diffuser une autre manière de bâtir l'économie ; une économie construite sur un capital social et non plus un capital financier. Dans l'équipe actuelle de Serpica Naro, il y a aussi un groupe qui travaille sur la préparation de nouvelles actions, car naturellement nous allons continuer à intervenir durant la Semaine de la mode.*



*Enfin, il y a un dernier groupe qui prend la forme d'un atelier de stylisme et qui permet de créer et de réaliser ses propres vêtements, d'inventer soi-même des habits pour les enfants par exemple. Tout cela est la résultante de l'action conduite à la fin de février 2005. Ce qui est intéressant, c'est que Serpica Naro ne s'achève pas avec le hoax et le battage médiatique qui l'a suivi. Quelque chose de nouveau se met en place, le travail commencé continue.*

**AG :** Est-ce le sens que vous donnez à l'expression "média social" à laquelle vous vous référez souvent ?

**ZR :** *Cela signifie que nous devons faire en sorte d'être partout. Nous devons construire des "médiavirus", et pas seulement des médias ou des actions médiatiques. Nous devons réaliser des choses concrètes à travers lesquelles chacun de nous peut apporter sa propre contribution. Tu peux séduire et intéresser les gens quelques instants par l'intermédiaire de ce que tu as créé, mais si tu ne parviens pas à les impliquer, à les inciter à contribuer activement, ce que tu auras fait ne relèvera finalement que du jeu et du pur divertissement.*

**ANNEXE 2**

**Représentations graphiques de San Precario et Serpica Naro**

(Conception graphique : The Chainworkers Crew)

## Représentations graphiques de San Precario et de Serpica Naro.

Représentation iconique de San Precario



Représentation logographique de Serpica Naro



*Créations graphiques réalisées par The Chainworkers Crew (Droits d'utilisation sous Creative Commons).*

**ANNEXE 3**

**Extraits de l'intervention de Ztohoven du 7 février 2009 à  
Barcelone**  
(Transcrits et traduits par nos soins)

Extraits de la conférence de Ztohoven du 7 février 2009 lors de la 4<sup>ème</sup> édition du festival The Influencers au CCCB de Barcelone (Texte traduit en français par nos soins).

***A propos du groupe Ztohoven, de son fonctionnement et de ses motivations :***

**Ztohoven :** « *En tchèque, “Ztohoven” a deux significations. Le premier sens est “cent merdes” et le second signifie plus ou moins “sortir de là en allant le plus loin possible”. »*

(...)

« *Notre groupe fonctionne de la manière suivante. Il est composé d’un noyau fixe d’une dizaine de personnes. »*

(...)

« *Chacune des personnes qui composent ce noyau a une compétence particulière et son petit réseau à lui. Autour d’elles gravitent d’autres personnes qui se mobilisent ponctuellement en fonction du projet que nous développons à un moment donné ». Ainsi, lorsque nous avons fait l’action contre la pub dans le métro, il y avait trois personnes référentes, une par ligne de métro où nous avons décidé d’opérer. Chacune d’elles avait la responsabilité de sa ligne : elles contactaient d’autres personnes qui elles-mêmes en contactaient d’autres et ainsi de suite. Au total, ils étaient pratiquement une cinquantaine. Dans les médias, nous racontons que notre groupe comprend entre 20 et 100 personnes. En réalité, notre groupe est composé de dix membres et nous avons chacun un groupe de complices. »*

(...)

« *Chaque membre du noyau de Ztohoven a un pseudonyme et dont il use en parallèle au groupe lorsqu’il participe à des activités artistiques plus personnelles. »*

(...)

« *A première vue – ou plus exactement quand on les entend pour la première fois – ces pseudonymes sonnent comme de vrais noms. Mais, en fait, ils recèlent des allusions et des jeux de mots. Un de nos amis, par exemple, se fait appeler Eman Ciparce. “Eman” est un prénom courant qui équivaut en tchèque à Emmanuel. “Ciparce” ressemble à un nom de famille, mais les deux mis bout à bout signifient “émanciper”. »*

(...)

« *Il y a un autre pseudonyme qui est “Nostal”, un nom commun, mais qui, en tchèque, évoque l’expression “j’ai reçu”. Autre exemple: un membre du groupe a pour pseudo “Miraslav”. Cela sonne couleur locale, mais en réalité il s’agit d’une association de deux termes: “Mir/paix” et “slava/gloire”, qui donne au global “paix et gloire”. C’est notre manière de faire quand nous prenons la parole ou que nous donnons des interviews dans les magazines ou les journaux. Nous signons toujours avec ces pseudonymes. »*

(...)

« *Nos motivations en tant que groupe sont à la fois artistiques et sociales. Nous ne dissociions pas les deux, au contraire. Notre problématique est sociale et elle va bien au-delà de tous les problèmes politiques. Nous nous inscrivons à un niveau supra-politique. Nous tentons de rester en dehors de tout courant, de garder nos propres idées et de ne refléter aucun courant politique et social particulier. »*

(...)

*« En République tchèque, les gens sont plutôt introvertis, repliés sur eux-mêmes. C'est l'héritage de cinquante années de communisme. Peu de personnes osent se compromettre publiquement. C'est pourquoi nous agissons à la fois de manière spectaculaire et sur un mode très interrogatif : nous interpellons les gens pour les inciter à réfléchir... »*

### **Concernant la première action de Ztohoven contre la publicité en 2004 :**

**Ztohoven :** *« C'était notre seconde action publique et elle visait la publicité. Nous avons appelé cette opération « Violation du subconscient ». Nous avons choisi de nous attaquer à la publicité parce que nous nous sentions constamment agressés par elle dans nos vies quotidiennes. Nous avons décidé d'agir dans un lieu où elle était omniprésente : le métro. »*

(...)

*« L'opération comportait trois phases. La première consistait en la fabrication et l'impression des affiches que nous avons créées pour l'occasion. La seconde partie fut celle du collage de celles-ci en lieu et place des affiches publicitaires apposées sur les panneaux du métro. La troisième phase de l'opération était une exposition illégale qui rassemblait dans un lieu public toutes les affiches que nous avons créées. C'était un moment festif, une sorte de vernissage ouvert à tous les passants et où nous pouvions expliquer les raisons de notre action. »*

(...)

*« Le groupe qui a participé à l'action comportait une cinquantaine de personnes.*

(...)

*« Pour recruter ces personnes, les trois têtes de pont de l'action ont procédé de différentes manières. Outre le recours à leurs amis et connaissances, ils ont fait passer de petites annonces dans la presse. Ces personnes arrivaient sur les lieux de rendez-vous avec le journal à la main. Si la police les arrêtait, elles pouvaient toujours dire : « Non, nous ne sommes pas en train de répondre à l'annonce ». »*

(...)

*« Lors de l'action proprement dite, nous avons subtilisé toutes les affiches qui étaient sur les panneaux du métro et nous les avons remplacées par des affiches à nous, avec des immenses points d'interrogation inscrits dessus et l'adresse de notre page Web. »*

(...)

*« Ce sont ainsi 800 affiches qui ont été remplacées dans pratiquement toutes les stations. Nous avons offert un nouveau visage à ces lieux du quotidien. »*

(...)

*« Le lendemain, sur notre site, nous avons donné les informations sur ce qui s'était passé la veille et nous avons annoncé le lieu du vernissage de l'exposition illégale que nous allions célébrer. Nous avons ainsi exposé vingt œuvres originales que nous avons créées. Il y avait pas mal de monde car l'opération de la veille avait fonctionné comme une sorte de 'teasing publicitaire'. Cela a été un moment très divertissant. Les passants s'arrêtaient et posaient des questions. C'était une belle démonstration de notre conception de faire de l'art, dans la rue, au plus proche des gens et de la vie quotidienne, bref, une façon de se réapproprier l'espace public. Parce que nous pensons qu'il est d'utilité publique de ne pas faire simplement de l'art pour les galeries. »*

## **Concernant l'action de piratage de la télévision tchèque du 17 juin 2007 :**

**Ztohoven :** « C'est assurément l'action qui nous a fait connaître. »

(...)

« L'idée nous en est venue alors que nous étions en train de créer nos affiches pour l'action dans le métro pragois en 2004. Nous nous sommes dit que la télévision était la mère de tous les médias, l'endroit où se trouvaient concentrés tous les types de publicité... Nous avons commencé à chercher le moyen de pénétrer dans la télévision. Nous avons aussi choisi ce média parce que c'est un média sans profondeur et que n'avions donc qu'à simplifier le message pour atteindre de manière massive un très large public. »

(...)

« Cette action nous a beaucoup fait mûrir parce que nous avons eu à nous mesurer aux réactions de différents publics, des médias, etc. »

(...)

« A l'origine, notre idée était de produire une sorte de spectacle de marionnettes devant la vingtaine de caméras placées dans les montagnes tchèques pour symboliser la manipulation des esprits à laquelle la publicité se livre. Mais après des premiers repérages sur les lieux, nous nous sommes rendus compte qu'il suffisait de sortir un câble et de le remplacer par un autre pour pouvoir entrer dans le système de diffusion des images de la télévision. C'était finalement plus simple que ce que nous pensions. Nous avons ainsi la possibilité de faire quelque chose de plus impressionnant et de marquer plus encore les esprits. »

(...)

« Le principe de l'opération était en fait très facile à mettre en oeuvre. Au moment adéquat, nous avons pu dériver la caméra que nous avions retenue pour conduire l'action de piratage. Nous avons ainsi pu changer les images de la chaîne par les nôtres et envoyer notre propre signal. »

(...)

« Bien que la séquence n'ait duré au total que 48 secondes, aucun technicien de la télévision publique n'a réagi. Ils ont laissé la transmission aller jusqu'à son terme. »

(...)

« Nous persistons à penser que très peu de personnes ont assisté à cette transmission en direct. Elles doivent se compter pratiquement sur les doigts des deux mains. La télévision tchèque a affirmé que notre séquence avait provoqué l'inquiétude d'au moins une dizaine de milliers de personnes. Plus tard, devant les tribunaux, l'avocat de la chaîne n'est pas parvenu à faire comparaître de personnes ayant succombé à la panique à la vue de ces images... »

(...)

« Dans les faits et après l'action, la réaction de l'opinion et des téléspectateurs a été plutôt positive. Dans les semaines qui suivirent, les menaces proférées par la télévision tchèque semblaient rester sans suite. Mais un beau jour, la police criminelle s'est présentée à notre porte et nous a tous embarqués. Avec une réelle brutalité. »

(...)

« A 7 heures du matin un jour d'août, des voitures de la police criminelle sont arrivées de manière synchronisées devant nos domiciles respectifs et les policiers nous ont fait sortir de nos maisons comme lors d'une interpellation de très dangereux criminels ».

(...)

« Cela a été pour nous une grande expérience, en même temps que cela a bousculé beaucoup de choses. Cela nous a profondément questionné sur ce que nous allions et pouvions faire à l'avenir en tant que groupe. »

(...)

« La télévision publique n'arrêtait pas de diffuser des informations sur nous et sur notre action. Curieusement, c'était justement ce type de bombardement d'images rapides et détournées de leur sens que nous entendions dénoncer au travers de notre action. »

(...)

« La télévision publique a vraiment tout fait pour focaliser l'attention du public sur nous, et pas de belle manière. Ils ont associé notre démarche à celle de terroristes ou d'extrémistes. La façon dont ils ont procédé est allée au-delà de l'imaginable. Ils ont été très critiqués pour l'association qu'ils avaient faite entre notre arrestation et l'image de Talibans... Ils ont dit que c'était involontaire et que ce type de choses était déjà arrivé à la télévision, notamment quand l'image de la reine d'Angleterre a été confondue avec celle d'une ancienne prostituée. »

(...)

« Et puis, il y a eu le procès, ou plutôt les procès. Les gens en général se représente le tribunal comme un lieu terrible et infiniment ennuyeux. En fait, ce n'est pas du tout l'impression que nous tirons de cette expérience. D'abord parce que grâce aux experts qui ont témoigné, nous avons appris beaucoup de choses. Nous nous sommes rendus compte que les tribunaux étaient véritablement un lieu où nous pouvions nous confronter à la société, bien plus que dans la rue. »

(...)

« Bien que nous n'étions pas particulièrement heureux de nous retrouver dans un prétoire, nous avons gardé la tête haute devant le tribunal. Plus qu'un moment d'inquiétude devant le risque d'être durement condamnés, cela nous a permis de découvrir toute la richesse de la procédure. Par exemple, lors du procès en appel, un expert militaire a été invité à témoigner et nous avons ainsi appris une montagne de choses au sujet des armes de destruction massive. Cet expert a essayé d'expliquer notre collage vidéo avec l'explosion atomique et pourquoi cela n'était pas crédible. Nous nous sommes trouvés parfois des situations assez absurdes. Une des raisons invoquées par l'expert était notamment d'ordre tactique : il n'y avait aucun bon sens à lancer une bombe dans un lieu, à son sens, si peu stratégique. »

(...)

« Parmi les experts judiciaires convoqués par le tribunal, il y avait aussi un psychologue. Là encore, on s'attendait au pire, mais en vérité il a finalement choisi de parler en notre faveur. »

(...)

« Le paradoxe, c'est que tout cela s'est déroulé devant un petit tribunal d'une toute petite ville de montagne, qui s'appelle Trutnov. Les sujets évoqués avaient des dimensions globales et internationales, mais tout a été discuté et résolu dans un mini tribunal de village. Les gens du coin se disaient : « Bon, ce sont ces artistes qui viennent de Prague, de la capitale ». Ils nous considéraient un peu comme des vous, mais des fous qui n'étaient pas dangereux. »



**ANNEXE 4**

**L'imaginaire visuel du groupe Ztohoven  
tel que produit par lui-même et diffusé aux médias**

L'imaginaire visuel du groupe Ztohoven produit par ses soins (images diffusées sur le site du groupe ou dans les médias).



Montage sur l'action « affiches dans le métro » (2004)



Polaroïd transmis à la presse (17 juin 2007)



Images de la séquence pirate sur CT2 (17 juin 2007)



**Občan K.** 16.6.2010  
KRÁLOVSKÁ 14  
00 18.00

Visuel annonçant l'opération Citizen K. (2010)

**ANNEXE 5**

**Texte intégral de l'article du *Journal of Geoclimatics Studies*  
paru le 3 novembre 2007  
(à l'instigation de David Thorpe)**

Texte intégral de l'article du *Journal of Geoclimatic Studies* paru le 3 novembre 2007 (à l'instigation de David Thorpe).

## **Carbon dioxide production by benthic bacteria: the death of manmade global warming theory?**

Daniel A Klein\*, Mandeep J Gupta\*, Philip Cooper\*\*, Arne FR Jansson\*\*.

\*Department of Climatology, University of Arizona;

\*\*Department of Atmospheric Physics, Göteborgs Universitet (University of Gothenburg, Sweden.)

Received: 18 February 2007 / Accepted: 9th August 2007 / Published online: 3rd November 2007

Journal of Geoclimatic Studies (2007) 13:3. 223-231

©Inst Geoclimatic Studies 2007

### **Abstract**

It is now well-established that rising global temperatures are largely the result of increasing concentrations of carbon dioxide in the atmosphere. The "consensus" position attributes the increase in atmospheric CO<sub>2</sub> to the combustion of fossil fuels by industrial processes. This is the mechanism which underpins the theory of manmade global warming.

Our data demonstrate that those who subscribe to the consensus theory have overlooked the primary source of carbon dioxide emissions. While a small part of the rise in emissions is attributable to industrial activity, it is greatly outweighed (by >300 times) by rising volumes of CO<sub>2</sub> produced by saprotrophic eubacteria living in the sediments of the continental shelves fringing the Atlantic and Pacific oceans. Moreover, the bacterial emissions, unlike industrial CO<sub>2</sub>, precisely match the fluctuations in global temperature over the past 140 years.

This paper also posits a mechanism for the increase in bacterial CO<sub>2</sub> emissions. A series of natural algal blooms, beginning in the late 19th Century, have caused mass mortality among the bacteria's major predators: brachiopod molluscs of the genus *Tetrarhynchia*. These periods of algal bloom, as the palaeontological record shows, have been occurring for over three million years, and are always accompanied by a major increase in carbon dioxide emissions, as a result of the multiplication of bacteria when predator pressure is reduced. They generally last for 150-200 years. If the current episode is consistent with this record, we should expect carbon dioxide emissions to peak between now and mid-century, then return to background levels. Our data suggest that current concerns about manmade global warming are unfounded.

**Keywords:** global warming, carbon dioxide, eubacteria, *Tetrarhynchia*, benthic, numerical modelling.

### **Introduction**

Manmade global warming theory could fairly be described as the dominant scientific concern of our age. A huge volume (>10,000) of papers and expert reports warns of impending catastrophe if the consumption of fossil fuels and the resultant emissions of carbon dioxide

are not curbed. This theory now has a major influence on policy among most of the governments of the developed world, and an increasing number of governments in the developing world. The cost of current plans to combat this perceived problem is likely by the end of the 21st Century to outweigh the combined costs of global spending on transport and health (Amstel and Barnes, 2006).

The proposed mechanism for radiative forcing caused by carbon dioxide emissions is straightforward. Rising CO<sub>2</sub> concentrations in the atmosphere do not impede shortwave solar radiation from reaching the earth's surface, but they do prevent the reflection of some long-wave radiation from the earth's surface back into space. The net effect is atmospheric warming (positive radiative forcing), as incoming heat exceeds reflected heat.

This process is well-established. The question, however, centres on the source of the carbon dioxide emissions required to cause the current warming trend. The "consensus" theory suffers from a major and fundamental flaw: the volume of carbon dioxide required to cause the current increase in atmospheric concentrations and the resultant rise in global temperature (0.7°C over the pre-industrial mean) is two orders of magnitude greater than the total volume of manmade emissions (Wu, 2003).

Over the past 140 years, atmospheric concentrations of CO<sub>2</sub> have risen from 280ppmv to 379ppmv (Intergovernmental Panel on Climate Change, 2007a). Total emissions from the combustion of fossil fuels in this period can account for a rise of only 0.3-0.4ppmv - in other words, only one third of one per cent of the total increase (Wu, 2003). This inconvenient truth is well-known among climate scientists, and the simple arithmetic behind Wu's analysis has yet to be challenged, though four years have elapsed since it was first published. Instead, it is simply ignored or overlooked by all those who subscribe to the "consensus" position. A comprehensive analysis of the assessment reports published by the Intergovernmental Panel on Climate Change shows that this - the most fundamental problem with the manmade global warming model - has not been acknowledged by the panel, let alone addressed (Klein and Gupta, 2006). When we have challenged prominent climate scientists who subscribe to the climate change "consensus", our concerns are met with evasion and in some cases aggression. Discussion of this issue has been all but prohibited by the editors of peer-reviewed scientific journals. This journal is a courageous exception, but it too has come under great pressure not to raise the issue. There is, we conclude, simply too much at stake.

If carbon dioxide emissions from fossil fuels are far too small to have caused the current rise in atmospheric concentrations, there must be another, and much greater, source. Having examined all the possible terrestrial sources of atmospheric carbon dioxide, we found that only one had the potential to be commensurate with the volume of additions to atmospheric CO<sub>2</sub> required to account for a rise of 99ppmv.

The metabolic pathway of saprotrophic eubacteria is identical to that described by the Kattweizel-Gruhe Cycle for multicellular organisms (Rosetti and Hirsch, 1966). The principal respiratory product is carbon dioxide. But the total mass of benthic bacteria outweighs the mass of all other organisms using the Kattweizel-Gruhe Cycle by approximately 30:1 (Mitsui et al, 1998). Significant fluctuations in benthic eubacterial populations are therefore likely to cause far greater impacts on atmospheric carbon dioxide concentrations than all other ecosystem effects.

The palaeontological record shows that, from the early Pliocene onwards, benthic bacterial communities have undergone violent fluctuations in mass (Tibbold, 1996). The relationship with algal blooms, whose breakdown product (difluoroethylene sulphate) is toxic to the primary eubacterial predators - Tetrarhynchia brachiopods – is also well-known (Dillon, 1998; Wyn Jones and Torres, 2001). We set out to test the hypothesis that fluctuating volumes of carbon dioxide in the atmosphere result from fluctuating populations of benthic eubacteria. Not only did we discover that the volume of carbon dioxide produced by the bacteria over the past 140 years precisely matches the increased concentration of CO<sub>2</sub> in the atmosphere, our data also show that trends in bacterial population precisely match changes in atmospheric concentrations over that period. We therefore propose the hypothesis that "manmade global warming" is actually the product of changing population patterns among benthic bacteria.

### Methodology

Using the data on benthic bacterial populations produced by Parker (2003) and Parker and Birch (2005), we calculated the mean mass of bacteria per square metre of continental shelf between 61°S and 67°N (the primary zones of bacterial activity). Using the Bonner Index of oceanographic dimension (Katsu, 1986) we were then able to employ the LOYDENT4M three-dimensional modelling equation to produce a global estimate of benthic eubacterial mass. This is defined as:

$$Q_{uct} + 3I = XF \times I^j \{(\hat{y}_{ct79} + I_{tq-1}) - I_{jc} + 2\} I^3 - \hat{I}_{1}^2 \hat{I}_{13b}$$

Where Q is raw mass, u is area, c is osmotic conductivity, I is the vertical (neo-Falkian) benthic discontinuity, X is concretised diachronic invariance (P-series), F is trans-dimensional flow structure and j is the non-rectilinear harmonic regressivity of the constant I.

The control run was defined as:

$$Q_{uct, jI} = \hat{y}_{ct79} I^3$$

using the relative standard error:

$$\hat{I} = I_{23} = I_{2c}$$

This gives an outing variable of less than the value of I<sub>14I</sub>, which is corrected by the antedenoidal deterministic yield factor j.

The CGM values are located between 0 and 2.25% to account for inter-annual variability of the asynchronistic (counterbifurcated) non-tardigrade log run.

Palaeodata were drawn from Tibbold (1996) and Tibbold and Rawsthorne (1998), using the living bacterial mass : fossil ratio developed by Hering et al (1977) and refined by Xang (2000), then fed into the same LOYDENT4M three-dimensional modelling equation, using control run:

$$Q_{uct, yI} = \hat{y}_{ct79} I^3$$

Quantified preparations of Polybacter spp were then cultivated in laboratory conditions at a constant temperature of 6°C and a constant pressure of 41 atmospheres and an oxygen content of 2.3% to simulate averaged conditions in the benthic environment (Ragnsdottir

2003). The carbon dioxide released was collected in a Willetts inverter and passed through a zinc-loaded demi-osmotic membrane before being subject to the standard Smithian analysis using the C33 marker.

Carbon dioxide production from the Polybacter sample was calculated as:

$$4\hat{I} \cdot 161 \times \hat{V} \hat{D}^{-\hat{a},5,6,1,8\hat{I}|-4} = \{(\hat{I}\hat{I} \hat{D}^{\hat{S}y3} - 14\hat{a}^1 - P9) \times 49\} 2\hat{I}^2 \times \hat{a} \dots \text{œkxgt} - \hat{A} \S$$

Where  $\hat{I}$  is bacterial mass,  $\hat{V}$  is substrate volume,  $\hat{a}$ , is the square root of the constant  $\hat{I}$  and  $\hat{D}^{\hat{S}y3}$  is the polychromatic "coffee ground" Schumann factor for semi-particulate distribution.

The relative standard error was:

$$\hat{I} \hat{A}^2 \hat{I} - 3\text{hrt} \hat{D}^{\hat{S}}$$

All analyses were conducted with P software.

## Results

Bacterial mass was found to fluctuate between  $4.3 \times 10^{\hat{E}}\% \hat{A}^2 \hat{A}^1 \text{g/m} \hat{A}^2$  and  $7.1 \times 10^{\hat{E}}\% \hat{A}^3 \hat{A}^2 \text{g/m} \hat{A}^2$  in a regular cycle, with a periodicity of 450,000 years, across the past 3my, as described by Figure 1.

**Figure 1:** Mean mass fluctuations of benthic eubacteria on the Pacific and Atlantic continental shelves since the early Pliocene.

Bacterial mass has been rising over the past 140 years and is currently approaching its periodical peak, as described by Figure 2.

**Figure 2:** Mean mass fluctuations of benthic eubacteria on the Pacific and Atlantic continental shelves since 1860.

Total carbon dioxide emissions from benthic eubacteria were found to fluctuate, in line with the periodicity of bacterial mass fluctuations, from  $2.1 \text{GtC yr}^{-1}$  to  $8.8 \text{GtC yr}^{-1}$ . These were plotted against known changes in atmospheric carbon dioxide concentrations (Intergovernmental Panel on Climate Change 2007b) over the past 3my, as shown in Figure 3:

**Figure 3:** Temporal evolution of carbon dioxide emissions from benthic eubacteria on the Pacific and Atlantic continental shelves since the early Pliocene, plotted against known changes in atmospheric carbon dioxide concentrations.

Fluctuations in carbon dioxide emissions from benthic eubacteria were then plotted in finer detail against known changes in atmospheric carbon dioxide concentrations (Intergovernmental Panel on Climate Change 2007b) over the past 140 years, as Figure 4 shows:

**Figure 4:** *Temporal evolution of carbon dioxide emissions from benthic eubacteria on the Pacific and Atlantic continental shelves since 1860, plotted against known changes in atmospheric carbon dioxide concentrations.*

Known averaged global temperature records over the past 140 years (Intergovernmental Panel on Climate Change 2007c) were then run against fluctuations in carbon dioxide emissions from benthic eubacteria, as Figure 5 demonstrates:

**Figure 5:** *Known temperature changes since 1860, plotted against temporal evolution of carbon dioxide emissions from benthic eubacteria.*

It is clear that a precise match has been obtained, with an average timelag of 12.2 years, as standard atmospheric chemistry would predict (Crutzen and Lelieveld 2001).

The same could not be said of the relationship between temperatures and industrial (manmade) carbon dioxide emissions, as Figure 6 shows:

**Figure 6:** *Known temperature changes since 1860, plotted against known temporal evolution of carbon dioxide emissions from fossil fuel combustion.*

## **Discussion**

It was not our intention in researching this issue to disprove manmade global warming theory. We have received no funds, directly or indirectly, from fossil fuel companies and have no personal interest in the outcome of the debate. We simply noticed an anomaly in the figures used by those who accept the "consensus" position on climate change and sought to investigate it. But the findings presented in this paper could not be more damaging to manmade global warming theory or to the thousands of climate scientists who have overlooked - sometimes, we fear, deliberately - the anomaly. We have found a near-perfect match between the levels of carbon dioxide produced by benthic eubacteria and recent global temperature records. By contrast we note what must be obvious to all those who have studied the figures with an open mind: a very poor match between carbon dioxide produced by burning fossil fuels and recent global temperature records.

Moreover we note that there is no possible mechanism by which industrial emissions could have caused the recent temperature increase, as they are two orders of magnitude too small to have exerted an effect of this size. We have no choice but to conclude that the recent increase in global temperatures, which has caused so much disquiet among policy makers, bears no relation to industrial emissions, but is in fact a natural phenomenon.

These findings place us in a difficult position. We feel an obligation to publish, both in the cause of scientific objectivity and to prevent a terrible mistake - with extremely costly implications - from being made by the world's governments. But we recognise that in doing so, we lay our careers on the line. As we have found in seeking to broach this issue gently with colleagues, and in attempting to publish these findings in other peer-reviewed journals, the "consensus" on climate change is enforced not by fact but by fear. We have been warned, collectively and individually, that in bringing our findings to public attention we are not only likely to be deprived of all future sources of funding, but that we also jeopardise the funding of the departments for which we work.



We believe that academic intimidation of this kind contradicts the spirit of open enquiry in which scientific investigations should be conducted. We deplore the aggressive responses we encountered before our findings were published, and fear the reaction this paper might provoke. But dangerous as these findings are, we feel we have no choice but to publish.

**References :**

Amstel, TN and G Barnes (2006). Whole-life costing of a 40% carbon cut: an econometric analysis. *Ecological Economics*, 15:6. 227-241.

Crutzen, PJ and J Lelieveld (2001). Human impacts on atmospheric chemistry. *Annual Review of Earth and Planetary Sciences*, 29. 17-45.

Dillon, NRI (1998). Ecological implications of algal blooms in the eastern Pacific. *Journal of Ocean Biochemistry*, 36:1. 1146-1159.

Hering, J, HR Nissan, ML Hill, S Byers, LT Cummins-Pearce (1977). Stoichiometric estimations of palaeomass of benthic eubacteria from fossil records. *Nature*, 187:9. 2137-2261.

Intergovernmental Panel on Climate Change (2007a). *Climate Change 2007: The Physical Science Basis Summary for Policymakers*. <http://www.ipcc.ch/SPM2feb07.pdf>

Intergovernmental Panel on Climate Change (2007b). *Technical Summary - Working Group 1*. [http://ipcc-wg1.ucar.edu/wg1/Report/AR4WG1\\_Print\\_TS.pdf](http://ipcc-wg1.ucar.edu/wg1/Report/AR4WG1_Print_TS.pdf)

Intergovernmental Panel on Climate Change (2007c). *Observations: Surface and Atmospheric Climate Change*. [http://ipcc-wg1.ucar.edu/wg1/Report/...Print\\_Ch03.pdf](http://ipcc-wg1.ucar.edu/wg1/Report/...Print_Ch03.pdf)

Katsu KI (1986). 3-dimensional sediment analysis using the Bonner Index of oceanographic dimension. *Journal of Applied Oceanography*, 14:4. 632-641.

Klein, DA and M Gupta (2006). The carbon gap: analysis of IPCC reports shows no acknowledgement of scale problem. *Journal of Geoclimatic Studies* 22:3. 199-206.

Mitsui, L, JK Hitaharo, S Sato, O Atamari (1998). Estimation of benthic bacterial mass using cauterised quadrant analysis: a global figure. *Annals of the Benthic Zoological Society* 15:1. 44-71.

Parker, R (2003). Ocean Floor Sampling Programme (Benthic Eubacteria 3): Results from Geostat Probe VI. *Science* 445:17. 4786-4794.

Parker, R and Birch, SM (2005). Sample invariants from diachronically sectioned quadrants in the western Atlantic: towards a pneumatic equation for bacterial mass. *Annual Review of Ocean Biology*, 13. 78-90.

Ragnsdottir, B (2003). Bench-level replication of meso-benthic conditions. *Experimental Biology*, 6:17. 93-101.

Rosetti, CG and EW Hirsch (1966). Linear reciprocity of the Kattweizel-Gruhe Cycle in multi- and unicellular eukaryotes. *Nature* 166:11. 1523-1547.

Tibbold, WR (1996). Variations in benthic eubacterial mass on mid- latitude continental shelves: a record of change. *Journal of Submarine Research* 16:7. 334-336.

Tibbold, WR and JD Rawsthorne (1998). Miocene, Pliocene and Plasticine fossil records for eukaryotic mass on the West African continental shelf. *Journal of Submarine Research* 18:5. 196-203.

Wu, X (2003). Atmospheric concentrations of carbon dioxide: a major error in the standard model. *Geophysical Research Letters* 14:6. 771-782.

Wyn Jones, O and FRdeLTF Torres (2001). Predator-prey relationships among benthic eubacteria: the role of algal blooms in suppressing Tetrarhynchia populations. *Philosophical Transactions of the Royal Society* 55:6. 777-781.

Xang, W (2000). Living: fossil bacterial mass ratios - a refinement of the Hering-Circassian calibration system. *Science* 441:8. 667-675.

-----

Institute of Geoclimatic Studies, Climatological Department, Okinawa University, Okinawa OK-184NJ, Japan

**ANNEXE N° 6**

**Transcription de l'entretien conduit le 28 mai 2006  
à Paris avec Andy Bichlbaum des Yes Men**

## Transcription de l'entretien conduit le 28 mai 2006 à Paris avec Andy Bichlbaum des Yes Men.

**André Gattolin :** En anglais, le terme “canular” est souvent traduit par “hoax”, mais aussi parfois par l’expression “practical joke”. De votre point de vue, quelle est l’appellation la plus juste, ou du moins la plus appropriée pour qualifier ce que vous faites en tant que Yes Men ?

**Andy Bichlbaum :** *“Practical joke” et “hoax” expriment des interventions assez légères dans l’ensemble. “Practical joke”, c’est vraiment quelque chose de très léger, encore plus que le terme “hoax”, ça ne correspond donc pas tout à fait à ce que nous faisons. Personnellement, quand je parle de ce que nous faisons, je préfère parler d’action, au sens d’une intervention produite par un groupe activiste, avec une portée politique évidente. Quand je m’en souviens, je dis action, parce que le mot “hoax” est à mon avis trop apolitique et très léger.*

**AG :** Le terme “hoax” est généralement traduit en français par le mot “mystification”. Dans l’usage courant du terme (notamment dans les médias) il qualifie tantôt une mystification suivie d’une révélation, un peu à la manière dont on emploie aujourd’hui le mot “canular” en français, tantôt une simple mystification avec une portée frauduleuse. Dans la démarche des Yes Men, la dimension “révélatrice” semble aussi centrale que la dimension mystificatrice...

**AB :** *Oui, c’est pourquoi je trouve le terme “hoax” trop flou. Normalement, c’est une mystification. Ce peut être les “hoaxes” – au sens de mensonge ou d’imposture – que perpétuent les entreprises sur nous tous, en nous disant: “Voilà vous pouvez acheter et faire planter des arbres en Amazonie pour compenser vos émissions en gaz à effet de serre”. Pour moi, ça c’est un “hoax”. Ce que nous faisons, ce ne sont pas vraiment des “hoaxes”, ça ne correspond pas. Je n’ai pas de mot précis pour désigner ça.*

*C’est pour cela, encore une fois, que je préfère utiliser le mot action, en français comme en anglais. Ce que les Yes Men font, c’est de l’action directe; c’est un peu la même chose que les manifestations de rue. C’est une action tournée vers la communication; elle est symbolique et c’est sa finalité première. “ Action symbolique”: je trouve que c’est une bonne expression. La révélation n’enlève pas tout; elle laisse malgré tout une trace.*

**AG :** Est-ce que les Yes Men procèdent à des actions à l’initiative ou à la demande de groupes ou de mouvements sociaux ?

**AB :** *Oui, cela arrive parfois. Cela a été le cas, par exemple avec ce que nous avons fait au sujet de la catastrophe de Bhopal. On a commencé à la demande de Greenpeace. Ils avaient pris contact avec nous et nous ont demandé : “Est-ce que vous voudriez bien monter un site contre Dow pour expliquer et faire connaître le fait que l’entreprise a racheté Union Carbide et que ce sont eux maintenant qui sont responsables”. Greenpeace voulait focaliser l’attention du public sur cette situation. Ils nous ont aidé à réaliser le faux site et à faire une action en 2002. Ce qui s’est produit plus tard, en décembre 2004 avec la BBC, est arrivé par*

*accident. Deux ans après avoir monté le site, la BBC est tombée dessus et nous a invités sans qu'on ne fasse rien pour cela.*

**AG :** Il y a d'autres cas de ce type ?

**AB :** *Il y a déjà pas mal d'années, une personne a pris contact avec nous pour nous proposer l'adresse du site "gatt.org" qu'elle avait déposée. Elle nous a dit : "Est-ce que vous voudriez bien faire quelque chose avec ceci contre l'OMC?". C'était une personne seule, pas un groupe organisé. Nous avons accepté.*

**AG :** Comment procédez-vous au démarrage d'une action ? Vous déterminez d'abord la cible que vous voulez atteindre ?

**AB :** *Non, pas systématiquement. Cela dépend vraiment des cas. Parfois oui, la cible est évidente, comme dans les actions que nous avons montées contre George W. Bush. Encore que, pour la première action contre lui, c'est à nouveau quelqu'un d'extérieur qui nous a suggéré de monter un site intitulé "gwbush.com". Il avait juste vu le faux site que nous avons monté sur Shell : un petit truc que j'avais réalisé en une heure. A cette époque nous ne nous faisons pas encore appeler "Les Yes Men". On avait un site qui expliquait nos actions et qui s'appelait "RTMark". Je me suis dit: "Pourquoi avoir seulement un seul site et non plusieurs ?" On a eu alors l'idée de construire un site qui ressemblait exactement au site de Shell. C'était une parodie, en quelque sorte. C'était un jeu technique pour moi d'essayer de faire ça. En même temps cela restait encore très vague d'un point de vue politique. Mais cela a vraiment été le début de toute cette vague de faux sites institutionnels que nous avons créés. Il y avait eu un petit peu de presse à propos du site sur Shell, parce que cela avait un côté un peu bizarre. C'est en le voyant que le type dont je parlais a eu l'idée de nous contacter...Il nous a envoyé un courriel, puis donné le nom de domaine [www.gwbush.com](http://www.gwbush.com). La cible était donc déjà toute choisie. En fait, c'est souvent un peu comme ça que les choses se produisent. Quand plus tard en 2004, lors de l'élection américaine, nous avons décidé de monter une action contre Bush, c'était vraiment notre choix cette fois-ci, mais on avait déjà un antécédent. De même, l'idée de monter des actions contre l'OMC nous est aussi venue parce que Mike et moi avons été très impressionnés par les manifestations de Seattle en 1999.*

**AG :** Votre manière de piéger vos victimes sur Internet à partir de faux sites, c'est ce qu'on appelle le "phishing", je crois ?

**AB:** *Oui, certains appellent cela la technique du « phishing ». Pourquoi pas... Nous créons de faux sites d'entreprises que nous avons choisies pour cible. Nous avons parfois créé jusqu'à neuf sites différents pour tenter de piéger une même cible ! On en profite souvent pour établir des liens entre ces différents sites, ce qui donne plus de crédibilité à notre affaire, en même temps que cela améliore le « référencement » de nos sites auprès des moteurs de recherche. Il est déjà arrivé qu'un journaliste ou un organisateur de conférence, attiré par un de nos sites et souhaitant vérifier les informations que nous lui avons communiquées, prenne à nouveau contact avec nous, sans le savoir, par l'intermédiaire d'un de nos autres sites! C'est comme cela qu'il nous arrive de valider nous-mêmes l'authenticité d'une information, fausse évidemment, que nous avons produite !*

**AG:** Internet semble avoir modifié la donne, notamment en ce qui concerne la manière de s'informer et aussi sur la façon dont les journalistes procèdent pour rechercher et vérifier l'information...

**AB:** *Oui, je trouve que le Net aujourd'hui ressemble un peu à une rivière : les nouvelles y affluent à grande vitesse et se mélangent avec d'autres plus anciennes. Certaines remontent à la surface pendant que d'autres plongent dans le lit de la rivière. Les journalistes et tous ceux qui vivent de l'information sont un peu comme des poissons; ils circulent dans cette eau mouvante à la recherche de nourriture pour vivre. Ils évoluent souvent en bancs et certaines eaux sont plus poissonneuses que d'autres. Nous sommes, nous, comme les pêcheurs. Nous choisissons un endroit sur le bord du fleuve qui nous paraît poissonneux et nous « amorçons » l'endroit pour attirer les espèces de poissons qui nous intéressent. Pour augmenter nos chances, nous lançons plusieurs lignes munies d'hameçons, et nous attendons. Nous ne pouvons pas savoir précisément quel poisson nous allons pêcher... C'est l'aléa lié à la pêche. Quand nous avons de sérieuses touches, nous ferrons. Il faut réagir vite, au juste moment et avec le doigté nécessaire. Une fois le poisson sorti hors de l'eau, nous voyons si sa taille et son espèce nous conviennent et nous envisageons seulement alors le type de plat que nous allons pouvoir confectionner pour le déguster.*

**AG :** Vous ciblez toujours de grandes institutions et en particulier les grands groupes industriels internationaux...

**AB :** *Oui. C'est notre cible privilégiée parce que c'est à travers les politiques menées par ces grandes entreprises que se développent et s'amplifient aujourd'hui les grands problèmes de notre société : les inégalités sociales, le désastre écologique, la violence faite aux gens dans leur vie quotidienne... Il est bon d'imaginer ce qu'un dirigeant d'Exxon ferait au moment où une catastrophe climatique surviendrait... Est-ce qu'ils s'en foutraient totalement? Dans la mesure où nous sommes des êtres humains, nous sommes amenés à considérer que les autres gens sont humains eux aussi et qu'ils doivent certainement se préoccuper un peu de notre bien-être. Mais en fait, les gens qui dirigent ces entreprises ne sont pas humains parce qu'ils font partie de groupes gigantesques qui ne sont pas des choses humaines. Ce sont des constructions juridiques dont les seuls buts sont de prospérer et de croître. Peu leur importe, même s'ils tuent des gens. Lorsque nous sommes allées à la BBC en tant que Dow et pour dire que nous allions nettoyer Bhopal, le cours de l'action Dow a immédiatement chuté. Si Dow avait réellement eu la volonté de se comporter de manière humaine, l'entreprise aurait été sanctionnée par ses actionnaires et sa direction aurait été virée. À l'intérieur de ces grandes compagnies, les personnes n'ont pas de véritable existence. Elles sont dénuées d'humanité, tout comme l'espace sidéral, mais en plus turbulent.*

**AG:** C'est le sens du message que vous voulez porter par l'intermédiaire de vos actions?

**AB:** *C'est en effet ce que nous essayons de faire. Tout ce que nous faisons vise à intéresser les gens aux questions politiques, à les intéresser à l'idée de changer le monde. Nous nous rendons à la télévision en tant que Dow Chemical ou dans des conférences en tant que Halliburton ou Exxon, en partie pour montrer que c'est possible. Mais évidemment, nous n'y parviendrons effectivement qu'en collaboration avec des milliers d'autres gens qui sont moins visibles, mais qui sont sûrement plus utiles que nous parce qu'ils mènent la lutte au quotidien. Ce que nous faisons participe à un mouvement plus large. Notre rôle est de délivrer des messages importants à de larges audiences.*

**AG :** D'où provient l'engagement politique qui vous anime ?

**AB :** *Mon premier vrai engagement politique a vraiment été ma participation à Act up, quand je vivais en Californie. J'étais entouré de militants d'Act up. J'allais à leurs manifestations qui étaient toujours très "gonflées" et spectaculaires. C'était un super exemple de forme d'action directe. J'ai commencé à réfléchir, à ce moment-là, à ce que cela permettait d'accomplir. Ce qui m'inspirait c'était les actions et les manifestations, comment on pouvait agir pour arriver à faire changer une loi. Il y avait des milliers de gens qui participaient à des actions, qui mettaient parfois leur vie en danger pour essayer de changer les choses.*

**AG :** Il y a une question que je me suis posée en regardant votre premier film ("**Les Yes Men - Le Film**", sorti en 2005). Lorsque vous êtes invités à une conférence ou sur une chaîne de télévision en tant que porte-parole de l'OMC ou d'une grande entreprise, ne vous demande-t-on jamais vos papiers d'identité ?

**AB :** *C'est bizarre, un journaliste vient de me poser la même question, il y a une heure. Non, on ne demande jamais les papiers de quelqu'un que l'on invite à parler dans un colloque, même si l'organisateur ne le connaît pas. Il faut dire qu'il y a beaucoup d'échanges par courrier, avant, pour caler certains aspects pratiques et que cela doit faire office de certification de nos identités.*

**AG :** Lorsque l'invitation suppose un déplacement de votre part à l'étranger, comment faites-vous ? Vous payez le voyage ou vous êtes invités par les organisateurs ? Ne risquez-vous pas de vous faire démasquer, surtout si vous prenez l'avion...

**AB :** *Non, nous payons systématiquement le billet et nous ne nous faisons évidemment pas rembourser. On nous le propose généralement, mais nous répondons que c'est notre entreprise qui couvre les frais. C'est tout à fait crédible vu les groupes ou les institutions que nous sommes censés représenter... Le problème, c'est qu'il faut avoir le budget pour cela. Nous voyageons généralement en classe économique sans donner nos horaires précis d'arrivée, pour éviter qu'on vienne nous chercher à l'aéroport. Souvent, nous sommes en réalité sur place depuis plusieurs jours pour vérifier certains aspects logistiques. Parfois quand on est financièrement à sec, et c'est souvent le cas, on invente une histoire pour éviter de payer trop cher en déplacement. C'est ce que nous avons fait fin 2004 quand nous avons été invités par la BBC, à peine quatre jours avant l'enregistrement à la télé. J'ai prétexté que j'étais retenu à Paris, où j'habite, pour une réunion importante. On savait qu'ils avaient un studio ici et naturellement, ils nous ont proposé de faire un duplex. A ce moment-là, on était sans le sou et heureusement le coup ne nécessitait pas trop d'accessoires. Comme on n'avait même plus de costumes portables, nous sommes allés dans le quartier de Barbès pour acheter des vêtements à 50 euros pour faire illusion.*

**AG :** Est-ce qu'on a déjà tenté de vous piéger ?

**AB :** *Je ne crois pas.*

**AG :** Lors d'une précédente rencontre, vous m'avez dit que vous étiez sur un coup en préparation et que vous vous méfiez...

**AB :** *Oui, c'était lorsque nous étions invités à parler au nom de Dow à une conférence sur les risques financiers en avril 2005 à Londres. On craignait que ce ne soit un piège, parce que c'était peu de temps après ce que nous avons fait contre Dow à la BBC. Cela se passait en*

*Angleterre. On imaginait que tout le monde dans le pays était au courant de cette précédente action. On s'attendait à être piégé, mais ce n'est pas arrivé.*

*Une fois nous avons été payés par une association norvégienne pour piéger leur public, mais ça n'a pas très bien marché, c'était trop artificiel, trop monté.*

**AG :** Y a-t-il beaucoup d'échecs ou de choses que vous considérez comme du déchet dans votre travail ?

**AB :** *Oui, il y a pas mal d'échecs et surtout de choses qui ne fonctionnent pas terriblement.*

**AG :** A quoi cela tient-il ?

**AB :** *Cela dépend de la formule, du mot juste, de notre capacité à réussir à communiquer. Parfois, nous sommes contents sur le moment de ce que nous venons de faire, puis, avec un peu de recul, on se rend compte que cela n'a pas aussi bien marché qu'on le croyait. Parfois aussi, le public réagit comme on s'y attendait, mais l'action n'est pas aussi claire que nous le souhaitions.*

**AG :** Qu'entendez-vous par là ?

**AB :** *Je veux dire que le sens que nous voulions donner au départ à l'action n'est pas aussi net à l'arrivée. C'est facile d'imiter le discours des dirigeants des grandes entreprises. Leur discours très formaté et surtout très policé; ils évitent généralement de dire publiquement ce qu'ils pensent réellement, car ce serait mauvais pour l'image de leur société. Notre objectif à nous, c'est de dire, à leur place et en leur nom, des choses normalement inavouables. Cela se construit progressivement, au fil de l'intervention que l'on fait. On commence au départ par un propos assez formaté et petit à petit on va plus loin. Il faut que le public suive, qu'il y croit. Si nous faisons du pur mimétisme, c'est certains les gens suivront, mais au final ce ne sera pas drôle et nous n'aurons rien démontré. L'important, c'est vraiment le message que nous produisons. On y travaille beaucoup avant la performance. Parfois, on se rend compte a posteriori qu'on a mal pensé, qu'on n'a pas assez bien réfléchi. Ce n'est pas toujours évident de se faire une idée précise du public qui va se trouver en face de nous.*

**AG :** Obtenir un écho médiatique de vos actions, c'est quelque chose de très important pour vous ?

**AB :** *Oui, mais parfois certaines actions ne sont pas médiatisées. Il y a cependant toujours nos communiqués de presse qui circulent entre les gens, par courriels interposés. C'est bien aussi et c'est loin d'être négligeable pour nous. C'est comme une manifestation qui n'a pas d'écho dans les médias, c'est utile quand même, parce que ça réunit les gens; on est entre nous, on comprend qu'on n'est pas seuls dans le monde à penser de cette manière. C'est très important au niveau du moral chez les activistes. Les listes "CC" (courriels envoyés en copie conforme à une liste de destinataires) ont un peu la même fonction qu'une manifestation.*

**AG :** Pour vous, qui êtes féru de littérature, quelle est la forme d'écriture qui est la plus proche de ce que vous faites ?

**AB :** *La satire.*



**AG :** Quelles sont vos influences littéraires ? Et vos influences plus directes en matière de canulars? Sur votre site, le nom d'Alan Abel est plusieurs fois évoqué ...

**AB :** *Nous aimons beaucoup ce que fait Abel. Ses "hoaxes" développent un sens de l'absurde que j'aime beaucoup. Mais ce n'est pas une influence directe pour nous. Personnellement, je viens de la littérature. Avant de faire ce que je fais actuellement, j'ai écrit deux livres de contes inspirés par les Français absurdistes et les surréalistes. Mon père a longtemps enseigné la littérature en Belgique et c'était un grand spécialiste de tous ces auteurs. Quand j'étais petit, je lisais Ionesco. J'ai aussi toujours beaucoup apprécié une certaine forme d'humour belge, fondé sur la dérision. Je pensais justement à cela aujourd'hui, et je cherchais la raison pour laquelle les Belges sont les gens qui produisent les meilleures blagues, celles qui sont les plus drôles dans toute l'Europe. Je pense que si c'est le pays où il y a le plus de gens drôles, originaux et déjantés, c'est à cause de l'industrialisation. Les deux pays en Europe qui ont un sens de l'humour très développé, c'est l'Angleterre et la Belgique, les deux endroits du monde qui ont été les premiers à être industrialisés. Ils ont ainsi vu très tôt l'absurde du non-sens de la vie. Face à quelque chose de si inhumain que la grosse industrie, il n'y a que l'absurde comme réaction possible.*

**AG :** Et en télévision, regardiez-vous des émissions comme "La caméra cachée" quand vous étiez enfant ?

**AB :** *Non, ça ne me branchait pas, je trouvais ça nul, juste rigolo comme tous les gosses. En revanche, Les Monty Python, tout ce qui était satire, absurde, j'adorais. Je trouvais ça profond et bizarre.*

**AG :** Il y a environ un an, vous avez collaboré avec Canal Plus en France pour l'émission de Karl Zéro. Quel bilan tirez-vous de cette courte collaboration avec une chaîne de télévision ?

**AB :** *Cela a plutôt fonctionné, mais il fallait vraiment se battre. A Canal, je travaillais avec quelqu'un de vraiment bien, mais il fallait quand même toujours se battre pour arriver à faire passer un message. Globalement, ce n'est pas ce qui les intéresse le plus. C'est difficile d'arriver à faire passer des informations importantes. Ce qu'on fait en télévision est toujours un peu corrompu. Pour Le Vrai journal, ce qui passait à l'écran était toujours un peu banalisé. Le canular monté contre le Medef par exemple, ça passait, mais ce n'était pas non plus quelque chose de très fort. J'aurais aimé pouvoir faire un truc plus franc et plus agressif politiquement.*

**AG :** Le canular que vous aviez monté contre Balkany, et qui a eu un très grand succès sur Internet, n'est pas passé sur Canal Plus ?

**AB :** *Non, mais ce n'était pas de la censure. C'était seulement un peu compliqué légalement de diffuser cela sur une chaîne de télévision.*

**AG :** Est-ce que le fait que les Yes Men aient une forte notoriété, et que l'on trouve même à présent votre vraie identité et celle de Mike sur le Net, vous gêne-t-il dans la perpétration de vos actions ?

**AB :** *Non, ni dans nos vies, ni dans nos actions. D'ailleurs si on a des pseudonymes, c'est plus par accident parce que, dans les faits, ce n'est pas vraiment nécessaire. Quand nous avons commencé RTMark, nous avons pris des faux noms, parce que nous nous présentions*

*comme une entreprise qui finançait la subversion. Il fallait donc que nous restions des êtres anonymes. En prenant des pseudonymes, nous reproduisions exactement ce que font les banques. Dans ces entreprises, les gens bien sûr ne prennent pas de pseudonyme, mais ils s'abritent derrière des personnes morales qui nient l'existence de vraies personnes. Nous n'avions évidemment pas les mêmes moyens, alors nous avons pris des faux noms pour nous cacher derrière. Quand on a commencé les Yes Men, nous avons continué à prendre des pseudonymes, par habitude et par confort aussi : les journalistes ont ainsi plus de difficultés à trouver qui tu es réellement et cela évite qu'ils écrivent des articles scandaleux sur toi. Aujourd'hui, ça ne nous gêne plus que nos vraies identités soient dévoilées. J'assume bien cela sur un plan psychologique.*

**AG :** Peut-on envisager une forme de canular où il n'y aurait pas d'humour ?

**AB :** *On pourrait. Je ne sais pas si cela marcherait très bien. L'administration Bush a fait une sorte de canular de ce type en associant Saddam Hussein aux attentats du 11 septembre... Parfois, certains de nos canulars ne sont pas très drôles. Cela dépend beaucoup de la réaction du public. Sans humour, un canular est moins populaire. Déjà en regardant notre premier film, certaines personnes sortent du cinéma en disant "Aïe!"... Jusqu'à présent, nous n'avons pas encore trouvé la bonne forme pour présenter ce que nous faisons. Dans notre premier film, les actions se succèdent à un rythme trop rapide. Cela manque d'explications, et à la fin, ça assomme et ça fait même un peu peur.*

**AG :** Quelle est la fréquentation de votre site Internet ?

**AB :** *Globalement, en période creuse, c'est de l'ordre de 2000 visiteurs par jour. Quand on fait une action, cela monte à 40 000 visites ou plus sur le coup et cela tourne autour de 10 000 à 15 000 visites pendant plusieurs jours.*

**AG :** Ce sont des chiffres élevés...

**AB :** *Oui. Et cela ne cesse de croître, même si les grands médias s'intéressent moins à ce que nous faisons. Ce n'est pas inversement proportionnel, mais un peu quand même.*

**AG :** Est-ce que les Yes Men font des émules ?

**AB :** *Oui. Les Belges de Netwerk qui ont créé "Ace bank", une fausse banque à l'éthique très douteuse, nous ont dit qu'ils ont été inspirés par ce que nous faisons. Il y a aussi ce groupe, les "Danes for Bush" qui eux aussi ont été très influencés par nous. Ils sont allés dans un grand salon d'armement en Chine et se sont fait passer pour une entreprise danoise fabriquant une arme permettant d'injecter à distance des puces RFID aux manifestants, comme une piqûre de moustique. Il y a aussi ce groupe qui a fait un happening au Los Angeles Auto Show en montant à la tribune à la place d'un grand patron de l'industrie automobile. Beaucoup de gens ont cru que c'était nous qui avions fait le coup...*

**ANNEXE N° 7**

**Transcription de l'entretien conduit le 16 février 2007  
à Paris avec Andy Bichlbaum des Yes Men**

Transcription de l'entretien conduit le 16 février 2007 à Paris avec Andy Bichlbaum des Yes Men.

**André Gattolin :** En mai de l'an passé, vous avez réalisé une nouvelle imposture aux Etats-Unis en vous faisant passer pour des responsables d'Halliburton. Là encore, vous avez créé un faux site au départ. Pouvez-vous me dire plus en détail la façon dont cela s'est passé ?

**Andy Bichlbaum :** *Oui, au départ nous avons créé un faux site pour partir à la pêche. Mais dans ce cas, on a été plus volontariste. On n'a pas juste attendu une invitation, on l'a un peu sollicitée. Sans en dire plus, ce n'était donc pas totalement inattendu qu'on reçoive cette invitation. C'était une assemblée d'avocats, d'assureurs et de gens de l'industrie sur les pertes catastrophiques. Cela se passait au Ritz Carlton, en Floride. L'histoire est racontée sur notre site. Il y avait une trentaine de personnes dans la salle, essentiellement des Américains.*

**AG :** Comment le public a-t-il réagi ?

**AB :** *Ils ont posé trois questions à la fin. Personne n'est sorti, mais il y a une personne qui s'est vraiment rendu compte de la mystification, cela se voit sur les images que nous avons tournées. Elle a même posé une question en faisant semblant d'y croire, elle a joué le jeu. Mais les autres n'ont vraiment rien compris, pourtant c'était trop évident.*

**AG :** Pourquoi Halliburton ?

**AB :** *C'est une entreprise dont Dick Cheney est l'ancien PDG. C'est un symbole. Dow n'est pas la pire des entreprises. À mon avis, elles sont toutes plus ou moins équivalentes. On peut choisir Exxon, Nokia, BP ou Halliburton... Chacune de ces boîtes a un visage différent, des contacts différents avec les gouvernements. Elles n'ont pas toutes un ex-PDG qui est devenu vice-président des Etats-Unis. Elles ne profitent pas toutes directement de la guerre en Irak. Dans ce cas précis, nous voulions parler de la responsabilité des entreprises dans le réchauffement climatique et de leur indifférence totale à l'égard de cette question.*

**AG :** C'est un "hoax" à forte connotation écologiste ?

**AB :** *Oui, c'est vraiment ça. Mais notre sujet central, c'est vraiment le désastre croissant. Bhopal, c'était aussi un désastre. Avant notre action contre Dow à la BBC, c'était un peu différent : nous étions plus focalisés sur le commerce international. Avec Bhopal, nous avons un peu changé de thème général. Bhopal, c'est le plus grand désastre de l'histoire industrielle, mais ce n'est encore pas grand chose en comparaison avec ce qui risque de venir après. Le désastre écologique tue bien plus de monde, mais pas d'un seul coup. En Inde, il y a des milliers de fermiers qui se suicident chaque année à cause des politiques menées par les grands groupes.*

**AG :** Dans votre communiqué après l'action au Ritz Carlton, une fois de plus vous évoquez Dow...

**AB :** *Nous ne voulons pas oublier Dow.*

**AG :** Vous vous êtes rendus à Bhopal après le canular de 2004. Comment cela s'est-il passé avec les activistes locaux ?

**AB :** *C'était bien. Evidemment, ce canular à la BBC n'a rien changé. Mais nous avons été très bien accueillis, en amis, et pas comme des gens qui leur avaient joué un sale tour. Les activistes indiens sont vraiment géniaux. Ça nous régénère; ce qu'ils font a une autre dimension, une autre portée, on a l'air tout petits à côté d'eux ! Dans le sud, les fermiers qui font partie de Via Campesina sont arrivés à faire tomber des gouvernements, ils ont détruit des restaurants KFC (Kentucky Fried Chicken) et ont forcé l'entreprise à quitter le pays. À Bhopal, les activistes luttent depuis 21 ans et font sans cesse des rassemblements. Ce qui est émouvant, c'est la continuité avec laquelle ils font cela depuis plus de 20 ans avec l'idée de forcer Dow à venir nettoyer le site et surtout de créer un précédent dans l'histoire des grandes multinationales. Tout cela, afin que, dans le futur, les entreprises sachent qu'elles auront à réparer. C'est vraiment un projet utopiste et très beau.*

**AG :** Il y a pourtant eu cette réaction de déception et de colère après votre imposture en décembre 2004. Dow et certains médias ont alors accusé les Yes Men d'avoir joué avec leur souffrance...

**AB :** *Tout ça, c'était n'importe quoi. Sur place, on a tourné une scène avec les femmes qui militent là-bas. Dans la scène, elles nous étrangent à mort pour montrer combien elles étaient fâchées contre nous. En fait, nous avons été super bien accueillis. Les accusations de Dow et de Channel 4 disant que nous avons ajouté de la souffrance à la souffrance avec notre canular étaient un discours complètement colonialiste du type: "Ah les pauvres, vous les faites souffrir encore plus".*

**AG :** Vous confirmez quand même qu'ils avaient entendu parler de votre fausse nouvelle ?

**AB :** *Oui, certains d'entre eux. Quand cela a été annoncé, ceux-ci ont été déçus, mais les gens dans la grande majorité n'ont pas la télévision. Seules quelques centaines d'activistes étaient au courant de la nouvelle. Les vraies victimes de Bhopal ne sortent pas pour manifester. Ce sont surtout les activistes qui ont pris part à la grande manifestation de commémoration. Ils étaient déçus sur le coup, mais le soir même ils étaient très contents du tour que nous avons joué à Dow. Ils ont vite et bien compris pourquoi nous avons fait cela.*

**AG :** Revenons à votre action sur Halliburton et les risques catastrophiques. Il y a eu assez peu d'articles sur ce "hoax"...

**AB :** *Les journalistes s'intéressent moins à ce que nous faisons à présent. Nous l'avons fait tellement de fois que ce n'est plus médiatique. La première fois, c'était hallucinant, les journalistes étaient étonnés que les gens se laissent prendre ainsi. Après dix fois, cela a moins d'impact. Aujourd'hui, nous le faisons moins pour les médias que pour les réseaux de gens qui, dans leurs bureaux, écrivent des blogs et balancent les infos sur nos actions à des copains. On continue de cette manière à avoir une diffusion immense. Sur le faux site de*

*Halliburton, nous avons eu plus de visiteurs que jamais par le passé : plus de 30 000 visiteurs par jour pendant plusieurs jours.*

**AG :** Les grands groupes exercent-ils des pressions sur les médias pour qu'ils ne parlent pas de vous ?

**AB :** *Non, ce ne sont pas les liens entre les médias et les grands groupes qui font que l'on parle moins de nous. Cela ne fonctionne pas de manière aussi directe, surtout à propos d'un petit truc qui ressemble à un gag. Ce que nous faisons n'est pas aussi grave que si nous annoncions qu'ils avaient fraudé le fisc ou qu'ils allaient être mis en examen. Heureusement, le journalisme est encore une profession où on trouve des gens qui écrivent ce qu'ils veulent écrire.*

**AG :** Sur vos faux sites et surtout dans les présentations que vous faites pendant les conférences où vous êtes invités, il y a presque toujours des animations en 3D, des graphiques étranges, un peu burlesques, voire franchement grotesques. Logiquement, on s'attendrait à ce que ce type de facéties alerte vos interlocuteurs, que cela éveille leurs soupçons...

**AB :** *Dans ce genre de conférences, il y a une telle crédibilité accordée à celui qui parle au nom d'une grande institution, même lorsque son nom est inconnu, qu'on a vraiment l'impression que tout peut passer.*

**AG :** Comme d'autres "hoaxers", on a l'impression que vous semez des tas d'indices pour être découverts. Cela fait-il partie du jeu? Vous cherchez à aller le plus loin possible dans l'absurde pour rendre ridicules ceux que vous piègez ?

**AB :** *C'est exactement cela. Si vous jouez trop bien le jeu, vous ne prouvez rien. C'est trop facile d'imiter à l'identique le discours de quelqu'un et surtout d'une institution qui pratique la langue de bois. Si le public gobe ce discours-là, c'est normal, c'est parce que ce discours est formaté pour être gobé par le plus grand nombre. Nous, nous faisons de la correction d'identité. Nous arrivons en général en disant que nous ne faisons pas de la langue de bois. En fait, nous disons, en exagérant un peu bien sûr, ce que les dirigeants des grandes boîtes disent quand ils sont entre eux. En procédant ainsi, nous montrons qu'il y a une situation qui est grave. C'est cela aussi qui appuie le message politique que nous cherchons à faire passer.*

**AG :** En visionnant à nouveau l'interview par la BBC de Jude Finisterra, j'ai été étonné par votre manière d'interpeller le journaliste par son prénom... C'est une technique pour susciter la confiance de votre interlocuteur ?

**AB :** *Je ne connaissais pas ce journaliste, mais j'avais noté que tous les porte-parole des grandes boîtes font comme cela avec les journalistes. C'est une manière de créer de l'empathie avec l'autre en même temps que cela démontre une certaine assurance. Bref, ça permet d'endormir encore un peu plus l'esprit critique de celui qui pose les questions.*

**AG :** A un moment cette empathie est telle, surtout à l'annonce de la bonne nouvelle qui réjouit tout le monde, que personne ne semble réaliser ce que signifie objectivement pour une entreprise comme Dow de vendre Union Carbide...

**AB :** *Les journalistes ont leur propre subjectivité qui va bien au-delà du plaisir de sortir un scoop. Ce sont des femmes et des hommes comme les autres qui se laissent toucher par*

*l'humain. Nous, on frappe au coeur de leurs convictions personnelles, soit en montrant que le capitalisme est vraiment très méchant, soit en leur offrant, comme dans ce cas, un beau "miracle", une conversion soudaine d'une grosse machine comme Dow à la raison humaine.*

**AG :** Où en êtes-vous dans la réalisation de votre second film ?

**AB :** *Actuellement, nous en sommes aux deux-tiers ou du moins plus du milieu.*

**AG :** Vous avez pris du retard par rapport à ce que vous m'aviez dit, il y a un an.

**AB :** *Un petit peu de retard. On veut faire quelque chose de bien mieux que le premier film, quelque chose de plus construit et de mieux réalisé. Ce n'est pas vraiment nous qui avons réalisé le premier film. Il y a de petites choses que nous n'aurions pas faites de cette manière sinon...*

**AG :** Qu'est-ce qui sera différent dans ce prochain film ?

**AB :** *Nous voulons mettre plus de profondeur, plus d'éléments, de vrais reportages sur les choses dont nous parlons dans nos actions... Bref, nous souhaitons faire un film plus intéressant.*

**AG :** Comment cela se passe-t-il avec vos producteurs ?

**AB :** *Avec Arte, cela se passe très bien, mais nous avons eu des soucis avec Channel 4 qui devait coproduire. Ils voulaient trop orienter les choses... Bref, on a laissé tomber avec eux et on travaille avec d'autres sociétés. C'est en partie pour cela que nous avons pris un peu de retard.*

**AG :** Lors de notre précédent entretien, vous disiez que votre objectif était de changer le monde. N'est-il pas démesuré de croire qu'on peut changer le monde en montant des canulars ?

**AB :** *Bien sûr. Le système face à nous est puissant et les "hoaxes" que nous faisons ne changent concrètement pas grand chose : c'est juste un truc de communication. Si tu veux vraiment changer la société, tu ne fais pas des canulars. C'est plutôt un outil de propagande avec l'idée que cela permet de créer de petites légendes urbaines, un imaginaire collectif plus radical. Dans le cas des précaires italiens de Serpica Naro, le but n'était pas de faire que des "hoaxes", mais le hoax qu'ils ont monté a permis, dans un milieu très sensible à la communication, de mettre en doute ce système.*

**AG :** On reste donc dans le domaine de la représentation, de la communication et du symbolique...

**AB :** *Oui, et quelque part ce qu'on cherche à faire dans ce monde est un truc assez mystique. Nous sommes face à une société où rien ne semble pouvoir changer. Toute proposition pour transformer ce monde toujours plus injuste est rejetée par les décideurs au motif que ce n'est pas possible, que ce n'est pas réaliste. On sait que la planète est en danger et on continue encore pourtant à polluer. Le changement climatique, les inégalités sociales, les conditions de travail, tout cela paraît sans solution. Si on portait un regard rationnel, vraiment rigoureux sur ce qui se passe dans le monde, on arriverait à la conclusion qu'il n'y a aucun*

*espoir, que c'est fini. On ne parvient même pas à respecter les objectifs de Kyoto. Pour croire à la possibilité de changer vraiment l'ordre des choses, il faut être un peu mystique, se dire "voilà, c'est possible de changer d'un coup". Pendant la guerre du Vietnam, c'était un peu pareil. Arrêter la guerre paraissait impossible et rien n'aurait changé si des gens ne s'étaient pas révoltés. On ne sait pas non plus comment changer, pas plus que les syndicats, les mouvements sociaux, mais ce que nous essayons de faire c'est de créer une sorte d'alchimie qui pourrait mener à ça. On utilise tous les moyens, un peu par désespoir. Si nous étions parfaitement rationnels, nous devrions entrer en politique ou devenir avocats. Les gens qui chisissent cette voie ont raison et ce qu'ils font, il faut l'avouer, est plus important que ce que nous faisons, mais pour autant, cela ne suffit pas. Je ne sais pas si les "hoaxes" des Yes Men peuvent vraiment changer les choses, mais je crois que nous devons essayer.*

**AG :** Une dernière question. Vous étiez en France ces dernières semaines et je sais que vous suivez d'assez près tous les canulars qui se font ici ou à l'étranger. Qu'avez-vous pensé du canular que Gérard Dahan a fait récemment à Ségolène Royal ?

**AB :** *Je trouve que le moment était mal choisi. C'était un peu lâche de la piéger à un moment où tout le monde la critiquait et se moquait d'elle.*



**ANNEXE N° 8**

**Séquençage reconstitué par nos soins  
du second film des Yes Men  
(« *Les Yes Men refont le monde* »), sorti en 2009**

Séquençage reconstitué par nos soins du second film des Yes Men  
 (« *Les Yes Men refont le monde* ») sorti en 2009.

Temps	Durée	Thème	Genre	Éléments intéressants
0'00	1'32	Introduction du canular BBC/Dow/Bhopal.	Reportage avant performance de l'acte canularesque.	Rues de Paris, puis studio de la BBC à Paris en décembre 2004.
1'33	1'30	Générique.	Scène jouée dans une piscine : Andy Bichlbaum et Mike Bonanno.	Deux hommes en costume dans piscine.
3'03	0'51	Explication de la méthode : « nous faire passer pour les porte-parole de grandes sociétés que nous n'aimons pas ».	Différents extraits de films et journaux TV, extraits du précédent film.	Extraits de la période 2002-2008.
3'54	0'44	Introduction du canular.	Scène jouée : devant une télé dans un squat; en costume, sales et hirsutes.	Message spécial : un pavé dans la vitre.
4'38	1'29	Explication de la situation à propos de Dow et Bhopal.	Reportage sur Dow/Bhopal : extraits d'archives, journaux, cartoon, cartes	
6'07	0'27	Fabrication du faux site Internet et attente.	Scène jouée : attente devant un écran dans un entrepôt désaffecté.	Scène supposée se passer en 2002.
6'34	0'26	Explication de la finance internationale.	Compilation d'images, cartoon, journaux TV, photos.	
7'00	0'39	Fabrication du squelette en or (Canular sur les risques financiers – Londres, 2005).	Reportage sur la fabrication des accessoires pour la performance du canular.	Près de Londres au printemps 2005.

7'39	0'31	Voyage en métro avec le squelette pour aller à la conférence.	Scène jouée dans le métro londonien.	Supposé se passer le 28 avril 2005.
8'10	4'06	Conférence d'Erastus Hamm, faux porte-parole de Dow.	Performance de l'acte canular.	28 avril 2005.
12'16	0'22	Conclusion du canular.	Scène jouée dans une mare puis reportage sur les suicidés de Jonestown.	Comparaison du discours néolibéral avec celui des sectes.
12'38	1'02	Document sur Milton Friedman.	Documentaire.	Plusieurs images de leaders politiques (Reagan, Bush, Schwarzenegger).
13'40	0'18	A la rencontre de Friedman.	Scène jouée.	Tombe d'un Friedman.
13'58	3'21	Rencontrent différents banquiers et financiers, disciples de Friedman.	Reportage et cartoon.	Washington (scènes tournées au premier semestre 2007).
17'19	0'21	Explication Bhopal.	Reportage et jeu.	
17'40	2'20	Préparation du canular à la BBC	Scène jouée et quelques images d'archives pour présenter la France.	Paris, début décembre 2004.
20'00	4'05	Performance de l'acte canular BBC/Dow.	Reportage et journal télévisé.	Paris, 3 décembre 2004.
24'05	4'25	Conséquences du canular.	Reportage et journal télévisé.	Paris, 3 décembre 2004.
28'30	5'01	Voyage en Inde.	Reportage et scène jouée (étranglement des Yes Men).	Bhopal, courant 2005.
33'31	0'42	Publicité de Dow.	Spot publicitaire.	
34'13	2'04	Rencontre avec un trader; conséquences économiques du canular.	Reportage et interview.	En 2005.
36'17	2'00	Cours d'économie libérale.	Archives, cartoon, citation, interview, reportage.	

38'17	1'06	Réchauffement climatique.	Interview et publicité.	
39'23	0'32	Transition pour introduire Exxon.	Interview.	
39'55	0'32	Lee Raymond; présentation du lobbying d'Exxon	Reportage.	
40'27	3'07	Préparation du canular Exxon.	Reportage et interview d'un économiste, puis scène jouée avec Reggie.	Printemps 2007.
43'34	4'16	Performance de l'acte canularsque Exxon/Vivoleum.	Reportage.	45'54 : intervention d'un cadre de GO-EXPO, 12 juin 2007.
47'50	2'29	Cyclone Katrina à la Nouvelle Orléans.	Reportage.	Louisiane.
50'19	2'10	Salon pour la reconstruction (yourte kirghize).	Reportage.	Louisiane.
52'29	0'23	Préparation des SurvivaBalls.	Reportage.	
52'52	0'36	Vidéo de propagande d'Halliburton.	Publicité (vidéo d'entreprise).	
53'28	0'22	Halliburton.	Reportage, images d'archives et publicité.	
53'50	0'25	Préparation du canular contre Halliburton.	Reportage.	
54'15	6'25	Performance de l'acte canularsque SurvivaBall.	Reportage.	
60'40	1'12	Promenade en SurvivaBall.	Scène jouée.	
61'52	2'27	Logements sociaux en Louisiane.	Reportage.	Ouverture sur une citation de Friedman; Louisiane.
64'19	1'16	Préparation du canular.	Archives (hoax Bhopal), cartoon, reportage.	Louisiane.

65'35	10'03	Performance de l'acte canularsque lors de la conférence sur la reconstruction.	Reportage.	Un an jour pour jour après la catastrophe.
75'38	1'04	Les Yes Men rament sur un bateau qui coule.	Scène jouée (transition).	
76'42	0'50	Images de l'élection d'Obama.	Reportage.	Novembre 2008.
77'32	4'42	Préparation du faux New York Times et distribution.	Reportage.	Été 2008 - novembre 2008.
82'14	0'14	Conclusion du film.	Scène jouée sans image.	« On ne peut pas changer le monde en 1h30 ».
82'28	1'12	Générique.		
83'40		Fin du film.		

**ANNEXE N° 9**

**La une du faux *New York Times* et  
la page d'accueil de son faux site éponyme**  
(Diffusion et mise en ligne effectives au 12 novembre 2008)

La une du faux *New York Times* et la page d'accueil de son faux site éponyme, datées du 4 juillet 2009 (Diffusion et mise en ligne effectives au 12 novembre 2008)

Partie supérieure de la une du faux *New York Times* conçu par les Yes Men et Steve Lambert

Capture d'écran de la partie supérieure de la page d'accueil du faux site [www.nytimes-se.com](http://www.nytimes-se.com)

**ANNEXE N° 10**

**Transcription intégrale du canular téléphonique  
de Gérald Dahan à Ségolène Royal conduit le 24 janvier 2007**



Transcription intégrale du canular de Gérald Dahan à Ségolène Royal conduit le 24 janvier 2007 par téléphone.

**Ségolène Royal** : *Allô ? Oui, monsieur le Premier ministre ?*

**Gérald Dahan-Jean Charest** : Bonjour, Madame Royal.

**SR** : *Oui, bonjour.*

**GD** : Je me permets de vous appeler, vous imaginez pourquoi ?

**SR** : *Oui... oui.*

**GD** : Je suis sur le point de m'entretenir avec M. Harper. Alors forcément j'aimerais savoir un peu quelle est votre position.

**SR** : *Moi je ne veux ni me renier, ni dire des choses qui vous gêneraient. Quand j'ai été interrogée, j'ai répondu sur le principe de souveraineté et de liberté, mais je n'ai absolument pas parlé ni du référendum ni de la réforme institutionnelle. Voilà. Donc moi je me suis prononcée, je ne peux pas en rabattre sur ces principes sur lesquels on m'interroge. Après j'ai rappelé le principe et je l'ai redit à la radio : ni indifférence ni ingérence.*

**GD** : D'accord. Nous, ce qui nous met mal à l'aise, vous comprenez bien, c'est que forcément, depuis 1867, on est province de la Fédération canadienne.

**SR** : *Oui, oui, oui.*

**GD** : Par exemple, je pense à quelqu'un que vous avez côtoyé, qui s'appelle M. Boisclair. Forcément, je ne peux pas cautionner sa position.

**SR** : *Non, non.*

**GD** : Voyez ce que je veux dire.

**SR** : *Oui, oui. Ben oui, c'est l'opposition, lui.*

**GD** : Ben oui, c'est ça. Mais en même temps, nous, c'est vrai pour des raisons de langue, c'est sûr on est proche. Mais, sur le plan économique, c'est pas ben possible chez nous, voyez, pour l'instant.

**SR** : *D'accord.*

**GD** : C'est très embêtant, mais en même temps, là, je suis un peu comme qui dirait obligé de suivre le mouvement, voyez, contre mon gré, c'est la raison pour laquelle j'aimerais éviter un incident, parce que le président de la République est quand même intervenu auprès de notre Premier ministre canadien.

**SR** : *Pour dire quoi ?*

**GD :** Ben, je ne sais pas, parce que je dois m'entretenir avec lui, après. Vous voyez, donc j'aimerais que ça...

**SR :** *Ce qu'il faut que vous disiez... Il ne faut pas que moi non plus j'aie l'air de reculer, d'être en porte-à-faux. Il faut dire que... qu'on s'est parlé au téléphone.*

**GD :** Bien sûr, il n'y a pas de problème.

**SR :** *Et moi ce que je vous ai dit, c'est que je m'étais exprimée sur les principes, mais je ne sais pas comment ça a été retransmis, etc. Comme en plus j'ai eu l'occasion de préciser mes propos, et les principes à l'occasion de tout scrutin, si toutefois ce scrutin a lieu, ce qui n'est même pas encore sûr. Tout scrutin, c'est la liberté et la souveraineté du vote.*

**GD :** Parce que nous chez nous, on a quelqu'un qui s'appelle Hugues Poulin, qui est à Radio Canada, qui est très écouté. Ça serait peut-être l'occasion d'avoir un éclaircissement de votre part chez nous. Pour l'instant, c'est comme si nous on venait de l'autre côté et qu'on disait : « Ben, la Corse, faut qu'elle soit indépendante ».

**SR :** *Oui. Tous les Français ne seraient pas contre, d'ailleurs !!!* (Elle rit franchement, ndla).

**GD :** P'têt ben. C'est sûr ! Mais en tout cas...

**SR (Elle rit toujours, ndla) :** *Ne répétez pas ça, ça va encore faire un incident, ce coup-là en France ! C'est secret, ça !*

**GD :** D'accord, ben y'a pas de problème.

**SR :** *Non, mais moi je pense qu'il faut faire retomber le soufflé. Parce que là, ça a été exploité par l'UMP dans le cadre de la campagne.*

**GD :** Ben, complètement.

**SR :** *Complètement. Ils m'ont insultée, ils m'ont attaquée.*

**GD :** Ben, j'imagine bien. Nous, de notre côté, on a l'impression que c'est une guerre américaine qui est chez vous !

**SR :** *Non, et puis surtout avec les liens d'amitié qui nous lient au Québec et au Canada, vous pensez bien...*

**GD :** Moi, en tant que Québécois francophone, j'entends ce que vous me dites, mais en même temps, en tant que chef de parti libéral au Québec, euh... Quand, vous voyez, on est comme ça aussi fortement sous pression, carrément là, par le Premier ministre canadien, voyez, ça commence à faire peur pour nous.

**SR :** *Comment je peux faire, est-ce que je peux faire un communiqué, quelque chose ?*

**GD :** Ben, peut-être ce serait ça, une bonne occasion, mais en étant l'un et l'autre main dans la main, comme qui dirait. En disant la même chose et en arrondissant les angles, moi de mon côté, vous du vôtre.

**SR :** *Bon, ben d'accord, on peut faire ça demain matin, oui.*

**GD :** Bon, des excuses, ce serait peut-être trop fort à vous demander ?

**SR :** *Ah non, des excuses, c'est pas possible, mais je peux préciser mes propos.*

**GD :** Bon, est-ce que je peux m'engager en votre nom, à dire que, ben voilà, p'têt les intercalaires collaient pas bien au classeur, ce jour-là, pis, Mme Royal a peut-être parlé un peu vite, mais c'était pas vraiment ça qu'elle voulait dire.

**SR :** *Ah non, pas du tout.*

**GD :** Hein ?

**SR :** *Ah, je peux pas dire ça non plus.*

**GD :** Non, mais est-ce que moi par exemple je peux le dire ?

**SR :** *Ah non.*

**GD :** Non ?

**SR :** *Non, non : on a peut-être mal compris Mme Royal qui a eu l'occasion de rappeler... Il faut vous appuyer sur ce que j'ai dit à Europe 1 : ni ingérence ni indifférence.*

**GD :** Oui, j'ai bien entendu, Madame Royal, ce que vous me dites. En tant que liberté, il n'y a aucun souci, seulement le mot souveraineté chez nous n'a pas le même sens.

**SR :** *Si ! La souveraineté populaire, chez nous c'est dans la Constitution, le peuple est souverain.*

**GD :** Oui, mais il est beaucoup plus fort chez nous.

**SR :** *Mais voilà, il y a peut-être une ambiguïté sur le mot !*

**GD :** Voilà, c'est ça...

**SR :** *Ah! Je comprends, oui ! Parce que nous dans la Constitution, on a : « Le peuple est souverain ».*

**GD :** Et non, là nous, notre souveraineté, tout est lié avec la fédération.

**SR :** *Oui, bien sûr, bien sûr, je comprends. Je vous laisse parce que j'ai trois mille personnes qui m'attendent, monsieur le Premier ministre. Je vous remercie de m'avoir appelée et je vous envoie un papier ! Au revoir !*

**Source :** Dahan Gérald, *Imposteur public n°1*, Paris, Robert Laffont, 2007, 234 pages, pages 178 à 182

**ANNEXE N° 11**

**Transcription partielle de l'émission  
« T'empêches tout le monde de dormir »  
animée par Marc-Olivier Fogiel  
le mardi 30 janvier 2007 à 22h50 sur M6  
avec Gérard Dahan pour invité  
(Transcription réalisée par nos soins)**

Transcription partielle de l'émission « T'empêches tout le monde de dormir » animée par Marc-Olivier Fogiel le mardi 30 janvier 2007 à 22h50 sur M6, réalisée par nos soins.

**Marc-Olivier Fogiel** : L'entourage de Ségolène Royal a-t-il donné son autorisation pour diffuser ce gag ?

**Gérald Dahan** : *Oui.*

**MOF** : Qui ?

**GD** : *Guillaume C., Mme Putois. J'ai rappelé comme d'habitude après pour lui dire qu'elle n'envoie pas de communiqué de presse comme prévu dans la conversation.*

**MOF** : Elle dit sur la Corse : « n'en parlez pas, ça va encore faire un incident en France ».

**GD** : Elle le dit sur le ton de la blague.

**MOF (à Ghislaine Ottenheimer)** : En quoi ça vous choque ?

**Ghislaine Ottenheimer** : Comme on dit en anglais, c'est « unfair », pas fair-play. C'est une élection très importante pour les sans-logis, les chômeurs. Les Français ont été privés de débat et d'élection en 2002, là c'est très important pour eux. Ségolène Royal était dans un trou d'air, pas à son aise et vous intervenez dans le débat sans respecter les règles politiques, ce n'est pas correct pour les hommes politiques.

**GD** : *Justement ça m'amuse de mettre un grain de sable dans un système qui est une roue ... Elle est hypermédiatisée Ségolène Royal.*

**GO** : C'est quand même sérieux une élection présidentielle.

**GD** : *Cela enlève du sérieux.*

**GO** : Je ne vous fais pas l'honneur de croire que vous changerez le cours de l'élection mais faire une intrusion en trichant ...

**GD** : On a besoin encore plus de rire en ce moment.

**Jean-François Dérec** : Un gros coup de pub !

**MOF** : Et le sens de la responsabilité ? On ne peut pas rire de tout, tout le temps.

**GD** : *On peut surtout rire de rien.*

**GO** : Engagez-vous ! Ecrivez des textes !

**JFD :** Cette femme prétend être présidente, n'importe qui l'appelle en se faisant passer pour le Premier ministre d'un pays et elle répond sans vérifier.

**MOF :** Racontez-nous les coulisses; combien de barrages ?

**GD :** *Le challenge était d'arriver à l'avoir au téléphone durant cette période et de passer tous les barrages.*

**MOF :** Combien de barrages ?

**GD :** *Sept ou huit en me faisant passer pour le Premier ministre ou son attaché, de portable en portable, en disant : « il faut absolument que je parle à Ségolène Royal, c'est important ».*

**MOF :** Il y avait une sorte d'incident diplomatique, donc elle avait besoin de parler au Premier ministre du Québec, c'était une facilité. Quand vous vous êtes vu au journal télévisé de 20H et que vous avez vu la proportion que ça a pris, vous ne vous êtes pas dit « c'est trop » ?

**GD :** *C'est démesuré qu'un canular prenne autant de place dans une campagne.*

**GO :** Pourquoi vous avez essayé d'appeler Menucci ?

**GD :** *J'ai demandé : « qui je peux joindre pour lui parler ? »; on m'a dit : « elle est avec monsieur Menucci, joignable à tel numéro », il me l'a passée.*

**MOF :** On vous dit proche de Nicolas Sarkozy; on a vu comment il a réutilisé ce petit incident en disant « c'est très grave » avec un air très sérieux. Vous avez animé, oui ou non, des réunions de l'UMP ?

**GD :** *Je me suis présenté à Nicolas Sarkozy à la fin d'un de ses meetings en lui lançant un défi (c'était juste après le canular Zidane-Chirac); tout le monde disait que ça allait être super dur de piéger quelqu'un parce qu'on a énormément parlé de ce canular. Celui qui paraissait intouchable à cette époque c'était Nicolas Sarkozy. Donc je suis allé le voir : « on me dit que je n'arriverai pas à vous piéger, je me donne quinze jours pour y arriver ». (Puis imitation de Sarkozy, ndt).*

**MOF :** C'était sympa votre gag : vous vous êtes fait passer pour Pierre Palmade, ça ne l'a pas embarrassé une seconde, c'est pas du même niveau.

**GD :** *On n'était pas dans le même contexte.*

**GO :** Le contexte est important. Il y a utilisation par les socialistes du fait que vous avez une étiquette UMP et au moment où vous l'avez fait, ça ne passe pas.

**MOF :** Le moment, c'est important ?

**GD :** *Oui le moment est important. Quand j'ai appelé Zidane, Chirac était à l'hôpital.*

**MOF :** Vous demandiez aux footballeurs de mettre la main sur le coeur, ce n'est pas du même ordre; là elle s'est pris les pieds dans le tapis.

**GD :** *Elle n'a pas forcément besoin d'un canular téléphonique pour se piéger elle-même.*

**MOF :** C'est un acte militant ?

**GD :** *Pas du tout.*

**MOF :** Vous n'avez pas répondu à ma question. Oui ou non, vous avez animé un congrès de l'UMP ?

**GD (bafouille) :** *Je lui (Sarkozy, ndt) ai proposé ce défi, je l'ai piégé cinq jours après; il m'a appelé, m'a dit : « bravo vous avez réussi votre coup; je le prends bien, avec humour; est-ce que vous accepteriez de faire un gag lors de la prochaine soirée de l'UMP ? » Je lui ai dit oui à une seule condition : « que vous me laissiez l'entière liberté sur le texte et ce que je vais dire. »*

**MOF :** Vous avez été payé pour ça ?

**GD :** *Pas du tout. J'aurais fait pareil, si, à l'époque, j'avais piégé Ségolène Royal.*

**MOF :** Si le Pen vous l'avait demandé vous l'auriez fait aussi ?

**GD :** *Non. C'est très con comme question !*

**MOF :** Vous pensez bien qu'en tant qu'imitateur, homme public, si vous allez à un congrès de l'UMP, ça se voit, ça vous identifie quelque part. La preuve, quand vous dites je n'irai pas au FN, ça prouve bien que ce n'est pas vos opinions politiques.

(Evocation du test ADN pour retrouver le voleur de la mobylette du fils de Sarkozy, ndt)

**GD :** *J'ai piégé Bernard Tomasini (préfet du Val de Marne, ndt), Jean-Pierre Raffarin, Philippe Douste-Blazy, qui ne sont pas forcément de gauche !*

**MOF :** Ils en pensent quoi les téléspectateurs Anne-Elisabeth (Anne-Elisabeth Lemoine, assistante de Fogiel, ndt) ?

**Anne-Elisabeth Lemoine à Dahan :** Ils vous suspectent d'avoir fait de ce canular une manipulation politique, c'est ce qu'ils retiennent. Comme on vous a vu au congrès de l'UMP, ils vous appellent le chauffeur de salle de l'UMP. Pour prouver votre bonne foi ils attendent le canular que vous pourriez faire à Nicolas Sarkozy et il y a un téléspectateur qui demande ...

**GD :** *J'aimerais bien le piéger.*

**AEL** : ... pourriez-vous être poursuivi pour usurpation d'identité ?

**GD** : *L'usurpation d'identité est reconnue comme un délit dès lors qu'on monte une escroquerie avec détournement d'argent et surtout qu'on ne dit pas...*

**MOF** : les spécialistes du droit de la presse disent que vous pouvez être poursuivi pour atteinte à la vie privée si vous n'avez pas obtenu le consentement écrit de Ségolène Royal. L'article 226-1 du Code pénal ... (Citation de l'article et des peines encourues, ndt)

**Richard Virenque** : Il en a piégé beaucoup, ça va faire cher !

**GO** : Dites le nom de votre spectacle !

**GD** : *Erection présidentielle.*

**MOF** : Est-ce qu'en campagne présidentielle, quand il y a des enjeux importants (on se souvient du 21 avril la dernière fois), puisque vous êtes un comique, que vous êtes drôle, il y a beaucoup de choses de vous qui me font rire, vraiment. Est-ce qu'on n'a pas une responsabilité particulière dans cette période-là ?

**GD** : *On a la responsabilité première de faire son métier. Dans le spectacle on fait un vote à l'issue de chaque représentation où on élit les deux plus comiques du moment chez les candidats.*

**GO** : Le Luron, classé à droite, a tapé sur Giscard, il écrivait ses textes; vous êtes une sorte d'ersatz de journaliste qui tend le micro; c'est pas un genre très créatif, un genre bien défini, chacun son type d'humour.

**GD** : *C'est un nouveau style. Le canular s'adapte à ce que répond la personne en face.*

**JFD** : Je voudrais défendre mon ami bien qu'il bouffe dans la gamelle de Sarkozy; la responsabilité des humoristes, c'est de mettre en avant les travers des hommes politiques, qui prétendent nous gouverner pendant cinq ans.

**GD** : *Ce qui est étonnant c'est la façon dont Sarkozy a tout de suite rebondi là-dessus.*

**MOF** : Vous dénoncez la façon dont il a récupéré votre canular ?

**GD** : *Oui, bien sûr; c'est une récupération immédiate, c'est énorme (imitation de Sarkozy, ndt). Ségolène Royal est venue voir mon spectacle au Casino de Paris, on a fait des photos ensemble, vous ne les voyez pas en ce moment. On ne voit que celles avec l'UMP.*

**Source** : <http://www.ozap.com/actu/romain-duris-gerald-dahan-dominique-voynet-fogiel/113930> ; vidéo consultable en ligne au 30 septembre 2009.



**ANNEXE N° 12**

**Découpage de l'émission de la RTBF Bye-Bye Belgium**  
Extrait du livre *Le vrai faux JT de la RTBF* de l'Observatoire du  
récit médiatique, sous la direction de Marc Lits

**Source :** Observatoire du récit médiatique, Marc Lits dir., *Le vrai-faux journal de la RTBF - Les réalités de l'information*, Bruxelles, Editions Couleur Livre, 2007, pp. 157-172.

## Annexe

### *Découpage de l'émission de la RTBF*

Le tableau qui suit reprend le découpage de l'émission du 13 décembre. Nous avons commencé le repérage au début de l'émission *Questions à la une*. Il se poursuit jusqu'au début du débat. Nous y avons noté l'une ou l'autre information concernant le début des échanges, mais le reste du débat n'est pas analysé. Les doubles lignes indiquent un changement de "programme".

Les premières colonnes offrent des repères temporels. Les trois colonnes suivantes renseignent sur les lieux, les intervenants et les genres présents dans le programme. La colonne "contenu" reprend la description de l'essentiel de la séquence observée. Enfin, la dernière colonne recense les éléments qui ont attiré notre attention. Les passages affichés en **gras** mettent en évidence que les séquences s'enchaînent trop bien. Les annonces de la fiction effectuées par les journalistes sont soulignées. Les indices de la fiction présents dans l'image sont soulignés en pointillé.

Les données recensées dans le chapitre 1, dû à Frédéric Antoine et Sarah Sepulchre, se trouvent dans ce découpage, il appuie donc les thèses des ces auteurs. Nous avons cependant veillé à ce que le tableau soit assez clair pour servir de document de base à d'éventuelles autres analyses.

Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Éléments intéressants
0	36s				Générique de <i>Questions à la une</i>	
0m36s	30s	Charleroi	Jean-Claude Defossé	Lancement	Présentation de l'émission	
1m06s	46s				Sommaire : Va-t-on supprimer les indemnités de chômage en Wallonie ? Les Flamands sont-ils plus corrompus que les Wallons ?	
1m52s	29s	Charleroi	Jean-Claude Defossé	Lancement	La situation socio-économique de Charleroi	
2m21s	5s		- François De Brigode (FDB) - Maquilleuse		- Interruption du programme, bip sonore et apparition des <u>barres couleurs</u> (parasitées) - FDB et une maquilleuse apparaissent dans les <u>barres couleurs</u> . Il dit qu'ils seront bientôt à l'antenne. - <u>Retour des barres couleurs</u> (parasitées)	- Les barres couleurs sont anachroniques - Il est peu probable que FDB ait le temps de passer aussi rapidement du maquillage (sans cravate) au plateau.
2m26s	3s		La scripte ou la réalisatrice (uniquement en son)		- <u>Écran noir avec la phrase « Ceci n'est peut-être pas une fiction »</u> - Sono : « C'est parti »	- Annonce de la fiction - Il est rarissime que les téléspectateurs entendent la voix du réalisateur
2m29s	27s			Générique	Générique du JT qui se termine par l'inscription « émission spéciale »	
2m56s	42s	Studio	FDB	Lancement	- FDB prend l'antenne, il annonce la scission imminente de la Flandre - Coup de fil de confirmation - FDB lance Frédéric Gersdorff (FG) en direct du Palais Royal	- L'introduction de FDB ne concerne pas le sujet, mais sa dramatisation. « Bonsoir à tous. L'heure est grave. Excusez-nous pour cette interruption. Événement exceptionnel. Moment exceptionnel. Nous devons en effet interrompre <i>Questions à la Une</i> pour vous présenter une page très spéciale du journal télévisé. » C'est seulement à la douzième seconde qu'il précise ce qui se passe : « La Flandre va proclamer unilatéralement son indépendance... » - Le coup de fil est factice. D'abord parce qu'ils ont des oreillettes maintenant. Ensuite parce que l'échange dure moins de deux secondes. Il est impossible qu'on communique au journaliste tous les éléments qu'il dévoile ensuite. - <u>Le logo de <i>Tout ça ne nous rendra pas le Congo</i> apparaît à la 22e à la place du sigle de la Une.</u>



Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Éléments intéressants
3m38s	2m23s	Palais royal	Frédéric Gersdorff (FG)	Duplex	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le roi s'est déclaré dans l'impossibilité de régner parce qu'il est en désaccord avec la proclamation d'indépendance de la Flandre.</li> <li>- Images prises l'après-midi : entrées et sorties des voitures de différents ministres, départ du roi, drapeau belge abaissé</li> <li>- Images de la voiture du roi qui arrive à Melsbroeck</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'événement est une surprise, mais ils ont des images prises toute l'après-midi.</li> <li>- FG dit que le roi est parti en « toute fin d'après-midi », mais il fait clair.</li> <li>- Il part de Laeken et non du Palais royal.</li> <li>- Les policiers portent parfois des uniformes à manches courtes, parfois des uniformes d'hiver, parfois des uniformes anciens. Les arbres présents dans l'image sont parfois couverts de feuilles vertes alors que nous sommes en décembre.</li> <li>- Les véhicules ne sortent pas toujours par les mêmes portes.</li> <li>- La voiture du roi est noire quand il quitte Laeken et blanche quand il arrive à Melsbroeck. Il fait clair à Laeken et noir à l'aéroport militaire. Le roi est assis devant, un militaire est assis derrière.</li> </ul>
6m01s	12s	Studio	FDB	Lancement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La décision du roi a été prise sous le coup de la colère</li> <li>- Lancement de Christophe Deborsu (CD) présent au Parlement flamand</li> </ul>	
6m13s	2m02s	Parlement flamand	Christophe Deborsu (CD)	Duplex	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'indépendance vient d'être proclamée, des cris de joie ont été entendus, des manifestants chantent le Vlaamse Leeuw.</li> <li>- Le bâtiment est fermé, les parlementaires ne veulent pas de publicité.</li> <li>- Des émissaires ont été envoyés dans les ambassades et à l'Union européenne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'indépendance est proclamée et une constitution est votée. Ces deux événements surviennent en quelques secondes.</li> <li>- On n'a pas d'images des cris de joies ou du moment où on annonce aux manifestants que la scission est réalisée.</li> </ul>
8m15s	27s	Sénat	Jean-Marie Dedecker	Interview	Réaction de Jean-Marie Dedecker : il est content	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La réaction dont « on découvre quasiment le contenu en direct » a eu le temps d'être traduite et montée (on perçoit des volets blancs).</li> <li>- Cela signifie qu'il a été interviewé plusieurs minutes plus tôt et donc qu'il a réagi alors que le vote n'avait pas encore eu lieu</li> </ul>
8m42s	1m17s	Studio	- FDB -Alain Gerlache (AG)	Lancement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FDB annonce que des invités vont venir en plateau. Il introduit également Alain Gerlache (AG) qui va analyser les événements</li> <li>- FDB donne le numéro de téléphone auquel les téléspectateurs peuvent réagir et poser des questions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le logo de <u>Tout ça ne nous rendra pas le Congo a disparu</u></li> <li>- Les invités dont parle FDB n'arriveront jamais.</li> </ul>

Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Éléments intéressants
9m59s	1m07s	Anvers		Reportage	La joie des Flamands à Anvers	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personne n'était au courant, mais les Anversois sont déjà rassemblés. Il semble que beaucoup de personnes étaient au courant malgré tout.</li> <li>- En 3 minutes, les journalistes ont le temps de filmer, monter et traduire une intervention.</li> <li>- Le logo de <i>Tout ça ne nous rendra pas le Congo réapparaît en haut à gauche pendant le reportage</i></li> </ul>
11m06s	16s	Studio	FDB	Lancement	FDB introduit Danièle Welter	
11m22s	28s	Parlement wallon	Danièle Welter (DW)	Duplex	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Au Parlement wallon, tout est calme.</li> <li>- Les gouvernements de la Communauté française et de la Région wallonne se réunissent au château de La Hulpe.</li> <li>- José Happart est à Namur</li> </ul>	Pourquoi n'est-elle pas à La Hulpe ?
11m59s	1m06s	Bureau de José Happart	José Happart	Interview	José Happart reçoit un coup de fil lui annonçant la scission. Il ne semble pas surpris, il avait entendu des rumeurs. Il pensait cependant que la proclamation d'indépendance interviendrait au moment des élections	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il semble que ce ne soit pas une surprise pour tout le monde. Il y a bien eu une rumeur persistante.</li> <li>- Le coup de téléphone est mis en scène. C'est rare que des journalistes assistent à ce genre d'échange.</li> </ul>
13m05s	1m19s	Studio	- FDB - AG	Analyse	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La situation est inédite dans l'histoire de la Belgique à la fois sur le fond (scission) et sur la forme (elle se déroule de nuit, à huis clos)</li> <li>- On ne peut pas mesurer les conséquences, politiques, économiques et <b>pratiques</b> que cela va avoir.</li> <li>- Lancement sujet suivant sur les conséquences pratiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un bandeau apparaît avec le numéro du centre d'appel (il reviendra régulièrement à partir de ce moment)</li> <li>- AG n'est plus un journaliste politique de la rédaction. Sous quel statut intervient-il ? C'est quand même rare qu'un directeur fasse ce genre d'analyse.</li> </ul>
16m24s	1m02s	Tram de la STIB		Reportage	Les trams de la STIB doivent s'arrêter à la frontière entre la région bruxelloise et la Flandre indépendante	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Les éléments se succèdent trop bien. AG parle des conséquences pratiques et le reportage qui suit est sur ce sujet.</b></li> <li>- Cela ne fait que 13 minutes que l'indépendance est proclamée et les conducteurs ont déjà reçu des consignes et les voies sont barrées.</li> <li>- Pourquoi les voitures ne sont-elles pas arrêtées à la frontière comme le tram ?</li> <li>- Le reportage n'est manifestement pas fait dans l'urgence. La construction est élaborée. On trouve, par exemple, une alternance champ contrechamp entre le tram et la barrière.</li> </ul>
17m26s	10s	Studio	FDB	Lancement	FDB annonce FG	



Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Éléments intéressants
17m36s	1m59s	Palais royal	FG	Duplex	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FG annonce que beaucoup de gens arrivent. « C'est impressionnant »</li> <li>- Il ajoute qu'une réunion se tient Rue de la loi au centre de crise du gouvernement fédéral.</li> <li>- Un communiqué du gouvernement fédéral sera bientôt disponible. Le gouvernement en appellera au calme et protestera parce qu'il n'a pas été consulté</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- On ne voit jamais la foule ou les voitures quand FG annonce que beaucoup de gens arrivent.</li> <li>- Sur les images, l'on voit des journalistes, dont un semble faire un direct. Pourtant les autres chaînes n'ont pas interrompu leurs programmes.</li> <li>- Est-ce que les politiciens flamands sont au Parlement flamand ou à la réunion du gouvernement fédéral ?</li> <li>- FG connaît le communiqué alors que la réunion vient seulement de commencer. Il le transmet alors que le gouvernement fédéral ne l'a pas diffusé et qu'il n'y a pas eu de conférence de presse.</li> <li>- Les voitures qui entrent dans les bâtiments du gouvernement n'ont pas de plaque ministérielle.</li> </ul>
19m25s	21s	Studio	FDB	Lancement	FDB annonce un reportage qui va revenir sur les causes de la scission du pays. La rédaction avait anticipé « les événements de ce soir » et fait un reportage sur le nationalisme flamand « en pensant aux échéances électorales de 2007 ».	FDB se contredit en affirmant d'abord qu'ils ont anticipé les événements de la soirée, puis en précisant que les reportages devaient alimenter la période des élections.
19m56s	2m37s	Anvers		Reportage	On assiste à un repas des nationalistes flamands. Sont notamment présents Filip Dewinter, Jean-Marie Dedecker, Bart de Wever. Ils parlent de leur volonté d'indépendance et argumentent en faveur de la scission.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le repas a eu lieu le 17 juin 2006 (selon l'indication à l'image), le reportage est au frigo depuis ce temps pour les élections de juin 2007 !</li> <li>- Philip Dewinter est interviewé en dépit du cordon sanitaire</li> </ul>
22m33s	18s	Studio	FDB	Lancement		
22m51s	40s	Lieu non précisé	Herman de Croo	Interview	Réaction d'Herman de Croo : la Flandre n'est pas compétente pour proclamer son indépendance.	L'interview est montée (on note la présence de volets blancs pour indiquer le montage).
23m31s	32s	Studio	FDB	Lancement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rappel du numéro de téléphone</li> <li>- Lancement du reportage sur le mouvement nationaliste wallon.</li> </ul>	
24m03s	1m53s	Waterloo		Reportage	Réunion des nationalistes wallons à Waterloo. Ils veulent l'indépendance de la Wallonie et argumentent en ce sens.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le reportage est daté du 19 juin 2005 (selon l'indication à l'image).</li> <li>- Le ton fait penser à celui de l'émission <i>Strip-Tease</i> (il semble se moquer de Wallonie Libre)</li> </ul>
25m56s	2m04s	Studio	- FDB - AG	Analyse	AG analyse les deux mouvements nationalistes. Il souligne que l'événement de ce soir est différent puisque c'est toute la classe politique flamande qui a pris cette décision et non uniquement les nationalistes.	

Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Eléments intéressants
28m00s	1m48s	-		Reportage	Reportage sur l'importance du dossier Bruxelles-Halle Vilvoorde.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le reportage est illustré d'images d'archives.</li> <li>- Un bandeau orange avec un logo de GSM apparaît. Il annonce que : « Ceci n'est peut-être pas une fiction » (29m43s). C'est le même type de bandeau qui servira à communiquer les messages des spectateurs durant le débat. Il est un peu déconcertant dans ce cadre. Est-ce un rappel du panneau qui a ouvert l'émission ? Pourquoi faire "comme si" c'était un sms ?</li> </ul>
29m48s	16s	Studio	FDB	Lancement	FDB rappelle que c'est une émission spéciale, il rappelle les faits qui sont survenus le soir même.	
30m04s	49s	Local de répétition	Axelle Red	Interview	Réaction d'Axelle Red : elle est étonnée d'apprendre la scission et se prononce contre. « <b>Personne ne connaît la Flandre.</b> »	
30m53s	25s	Studio	FDB	Lancement	FDB : « Axelle Red y a fait allusion, <b>le nom Belgique est connu dans le monde entier.</b> » Il dit que les yeux étrangers se tournent vers Bruxelles et le siège de l'UE. « <u>Mais nous sommes en pleine fiction et on retrouve Marianne Klarik en direct du Parlement européen.</u> »	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retour du bandeau orange qui annonce la fiction.</li> <li>- FDB annonce que c'est une fiction tout en continuant une phrase qui appartient à la diégèse. C'est assez incongru.</li> </ul>
31m18s	57s	Parlement européen	Marianne Klarik (MK)	Duplex	Une réunion extraordinaire de la Commission a commencé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les couloirs du Parlement sont bondés alors qu'il est 20h40.</li> <li>- Elle fait semblant d'avoir une oreillette mais n'en a pas.</li> <li>- Il y a confusion entre Parlement européen (la journaliste parle d'une réunion du Parlement) et Commission européenne (les images montrent José-Manuel Barroso et Louis Michel).</li> </ul>
32m15s	57s	Parlement européen	Pierre Defraigne	Interview	Il n'est pas étonné, après tout la Belgique fédérale n'a jamais eu de partis fédéraux.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retour du bandeau orange qui annonce la fiction.</li> <li>- Pierre Defraigne, présenté comme un « spécialiste des questions européennes » est peu connu. De surcroît, il répond en donnant des éléments de politique belge et non européenne.</li> </ul>
33m12s	60s	Studio		Reportage	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Image d'embouteillage sur le ring</li> <li>- Lancement d'une nouvelle réaction « suite à la déclaration de la Flandre et dont nous vous rendons compte dans la fiction que nous vous présentons pour le moment » (33'41") « Etienne Davignon présentait ces événements fictionnels »</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le bandeau orange est de retour.</li> <li>- FDB de nouveau introduit l'annonce de la fiction dans des phrases portant sur la diégèse. Le résultat est plutôt ambigu.</li> <li>- Le ring n'est bloqué que dans un sens. Il y a beaucoup de gens qui se rendent à Zaventem alors qu'on est un soir de semaine à 20h45.</li> </ul>



Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Eléments intéressants
34m12s	1m22s	Bureau d'Etienne Davignon	Etienne Davignon	Interview	Il avait entendu des rumeurs. Il considère que l'Etat flamand ne sera reconnu par personne.	Apparition du bandeau rouge « Ceci est une fiction » (33m05s). Il ne quittera plus l'image.
35m34s	31s	Studio	FDB	Lancement	Rappel du numéro « si vous voulez réagir à cet événement, à cette fiction »	- Plan "décadré" - FDB est toujours ambigu.
36m05s	1m06s	Maison communale de Wezembeek		Reportage	Les bourgmestres des communes à facilités sont en réunion. Ils parlent des stratégies à mettre en place. L'un d'eux affirme que la <b>frontière linguistique</b> ne peut être considérée comme une frontière d'Etat.	- Ce genre de réunion se déroule généralement à huis clos (comme celle du fédéral dont on n'a d'ailleurs aucune nouvelle depuis que FG nous a donné le communiqué qui allait soi-disant être bientôt diffusé). - Les bourgmestres sont en tenue très décontractée. Ils ont réussi à se réunir très vite alors que le ring est bouché. L'éclairage laisse supposer que la séquence a été filmée de jour.
37m11s	26s	Studio	FDB	Lancement	Lancement d'un reportage qui a été fait « cet été » par une équipe de <i>Questions à la une</i> sur la <b>frontière linguistique</b>	
37m37s	1m15s	Hélicoptère		Reportage	Eric David parle du statut de la <b>frontière linguistique</b> pour « ce qu'il reste de la Belgique ». La journaliste termine en disant que les francophones vont demander la continuité territoriale.	- L'enchaînement entre la séquence de la réunion des bourgmestres est trop parfait. - Le reportage fait en été, mais le professeur et la journaliste sont au courant que la Belgique n'existe plus et savent ce que les francophones ont décidé alors que les bourgmestres ne le savaient pas quelques minutes auparavant.
38m52s	16s	Studio	FDB	Lancement	Un reportage illustre les problèmes pratiques qu'occasionne l'utilisation de deux langues dans le pays.	- Plan "décadré"
39m08s	2m04s	Commune de Tubize et quelque part dans le Brabant flamand		Reportage	Une fille a perdu son père et sa mère parce que le service d'urgence de Tubize ne parlait pas flamand.	- On ne connaît pas les éléments de base pour aborder le reportage. Quand a-t-il été tourné ? En journée, le jour même, ou plus tôt dans le passé ? Pourquoi a-t-il été tourné puisque précédemment on ne savait pas que la Flandre se désolidariserait du pays. Pour quelle émission a-t-il été fait ? - Le bandeau « ceci est une fiction » produit un effet peut-être pervers ici : il laisse croire que ce qu'on voit est de la fiction.
41m14s	1m52s	Studio	- FDB - AG	Analyse	- Analyse politique par AG. - FDB : « Même si c'est une fiction, la tension est-elle palpable en périphérie ? » Un journaliste est justement allé à Flobecq cette après-midi. Il suivait les policiers	- Plan "décadré"
43m06s	2m06s	Flobecq		Reportage	Les policiers reçoivent un fax du fédéral. Ils doivent surveiller la frontière linguistique.	Plusieurs éléments donnent un côté très parodique à ce sujet. Le policier utilise des jumelles pour inspecter la frontière. Ils vont en patrouille. Les gens semblent passer la frontière sans problème alors que les trams sont arrêtés.



Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Éléments intéressants
45m12s	17s	Studio	FDB	Lancement	FDB : « Je rappelle à ceux qui prennent cette émission très spéciale en marche, une fiction, que la Flandre a pris son indépendance. »	FDB toujours ambigu.
45m29s	3m33s	Parlement flamand	CD	Duplex	- CD annonce que la Constitution flamande fera l'objet d'un référendum, ainsi que la question de la forme de l'Etat (une république ou une monarchie ? On pressent Astrid dans le rôle de reine), ainsi que la question de la capitale (Malines sera peut-être une capitale provisoire). Le droit des francophones sera respecté puisque la Flandre va signer la convention cadre européenne.	- La Flandre fait donc encore partie de l'UE puisqu'elle va signer la convention cadre.  - Le Parlement flamand n'écarte pas l'idée d'une monarchie alors que les nationalistes sont généralement républicains ? L'idée d'un référendum sur une Constitution est tout aussi bizarre sans parler de l'évocation de Malines comme capitale provisoire.
47m02s	30s	Sénat	Jean-Marie Dedecker	Interview	Il pense que Bruxelles va devenir un DC européen	L'interview est toujours traduite par une voix off, comme la première fois. Pourquoi n'a-t-on pas diffusé l'entière de l'entretien la première fois ?
47m32s	16s	Parlement flamand	CD	Duplex	CD annonce réaction du Vlaams Belang.	
48m48s	41s	Lieu non précisé	Filip Dewinter	Interview	Réaction de Filip Dewinter : il veut que Bruxelles soit la capitale de la Flandre. Il faudra négocier avec les Wallons.	Il est interviewé en dépit du cordon sanitaire.
48m29s	18s	Studio	FDB	Lancement	Annonce duplex avec Franck Istasse à l'Atomium.	- Plan "décadré"
48m47s	1m20s	Atomium	Franck Istasse (FI)	Duplex	Le gouvernement bruxellois est en réunion dans la dixième boucle de l'Atomium construite durant les travaux et reliée au centre de Bruxelles par des tunnels. Ils vont discuter des trois possibilités qui s'offrent à eux : accepter que Bruxelles soit capitale de la Flandre, faire une Belgique avec les Wallons, demander un statut européen.	
50m07s	40s	Atomium	Guy Vanhengel	Interview		
50m47s	32s	Lieu non précisé	Charles Picqué	Interview		
51m19s	28s	Lieu non précisé	Olivier Maingain	Interview		Olivier Maingain n'est pas un ministre bruxellois; pourquoi est-il présent à cette réunion ?
51m47s	26s	Studio	FDB	Lancement	- On vient d'apprendre qu'Olivier Maingain s'est rendu à l'Atomium pour parler avec le gouvernement bruxellois.  - La Flandre est temporairement hors de l'Union Européenne et cela pose des problèmes pour le trafic aérien.	- Plan "décadré"  - On vient de voir Olivier Maingain, pourquoi FDB fait-il comme si on ne le savait pas ?  - Quelques séquences plus tôt, on nous annonçait que la Flandre allait signer la convention cadre, maintenant elle ne fait plus partie de l'Union européenne.

Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Eléments intéressants
45m12s	17s	Studio	FDB	Lancement	FDB : « Je rappelle à ceux qui prennent cette émission très spéciale en marche, une fiction, que la Flandre a pris son indépendance. »	FDB toujours ambigu.
45m29s	3m33s	Parlement flamand	CD	Duplex	- CD annonce que la Constitution flamande fera l'objet d'un référendum, ainsi que la question de la forme de l'Etat (une république ou une monarchie ? On pressent Astrid dans le rôle de reine), ainsi que la question de la capitale (Malines sera peut-être une capitale provisoire). Le droit des francophones sera respecté puisque la Flandre va signer la convention cadre européenne.	- La Flandre fait donc encore partie de l'UE puisqu'elle va signer la convention cadre. - Le Parlement flamand n'écarte pas l'idée d'une monarchie alors que les nationalistes sont généralement républicains ? L'idée d'un référendum sur une Constitution est tout aussi bizarre sans parler de l'évocation de Malines comme capitale provisoire.
47m02s	30s	Sénat	Jean-Marie Dedecker	Interview	Il pense que Bruxelles va devenir un DC européen	L'interview est toujours traduite par une voix off, comme la première fois. Pourquoi n'a-t-on pas diffusé l'entièreté de l'entretien la première fois ?
47m32s	16s	Parlement flamand	CD	Duplex	CD annonce réaction du Vlaams Belang.	
48m48s	41s	Lieu non précisé	Filip Dewinter	Interview	Réaction de Filip Dewinter : il veut que Bruxelles soit la capitale de la Flandre. Il faudra négocier avec les Wallons.	Il est interviewé en dépit du cordon sanitaire.
48m29s	18s	Studio	FDB	Lancement	Annonce duplex avec Franck Istasse à l'Atomium.	- Plan "d <del>éc</del> adré"
48m47s	1m20s	Atomium	Franck Istasse (FI)	Duplex	Le gouvernement bruxellois est en réunion dans la dixième boule de l'Atomium construite durant les travaux et reliée au centre de Bruxelles par des tunnels. Ils vont discuter des trois possibilités qui s'offrent à eux : accepter que Bruxelles soit capitale de la Flandre, faire une Belgique avec les Wallons, demander un statut européen.	
50m07s	40s	Atomium	Guy Vanhengel	Interview		
50m47s	32s	Lieu non précisé	Charles Picqué	Interview		
51m19s	28s	Lieu non précisé	Olivier Maingain	Interview		Olivier Maingain n'est pas un ministre bruxellois; pourquoi est-il présent à cette réunion ?
51m47s	26s	Studio	FDB	Lancement	- On vient d'apprendre qu'Olivier Maingain s'est rendu à l'Atomium pour parler avec le gouvernement bruxellois.  - La Flandre est temporairement hors de l'Union Européenne et cela pose des problèmes pour le trafic aérien.	- Plan "d <del>éc</del> adré"  - On vient de voir Olivier Maingain, pourquoi FDB fait-il comme si on ne le savait pas ?  - Quelques séquences plus tôt, on nous annonçait que la Flandre allait signer la convention cadre, maintenant elle ne fait plus partie de l'Union européenne.



Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Eléments intéressants
59m50s	1m51s	Studio	- FDB - AG	Analyse	- Les Wallons et les Bruxellois se prononcent pour la « Belgique résiduelle ». C'était la position défendue par un groupe d'universitaires, « Choisir l'avenir », depuis 10 ans.  - AG parle du danger de l'effet domino sur d'autres pays.	- Plan "décadré".  - Il semble que quelque chose ne fonctionne pas puisque la séquence qui suit n'est pas celle sur le groupe en question. S'il s'agit d'un problème technique ou d'une erreur pourquoi FDB ne l'apprend-il pas par le téléphone cette fois ?
1h01m41s	1m14s	Bureau de Philippe Bodson	Philippe Bodson	Interview	La Flandre est dépendante de la Wallonie pour le nucléaire et l'eau. Sa natalité est très faible. Il prévoit des problèmes de sécurité sociale à l'avenir.	
1h02m55s	23s	Studio	FDB	Lancement	"Redite" du lancement sur la Belgique résiduelle et le groupe « Choisir l'avenir ».	
1h03m18s	2m08s	Lieu non précisé		Reportage	Le groupe est en réunion pour établir une stratégie. Ils ne sont pas d'accord avec l'idée de district européen pour Bruxelles.	- Olivier Maingain est décidément partout.  - Quand se sont-ils réunis ? C'est manifestement le jour, donc c'était dans le passé. Pourquoi parlent-ils de stratégie et de district européen dans ce cas ?
1h05m26s	40s	Studio	FDB	Lancement	- « Vu l'enjeu de cette émission de fiction, il y aura après cette émission spéciale, un débat. Faites part de vos réactions et questions. »  - La rumeur circulait en fin d'après-midi, ils ont donc fait un reportage chez un publicitaire nationaliste. « Le journaliste ne savait pas qu'il fallait prendre au sérieux les propos de cette personne. »	- FDB est de nouveau ambigu.  - Les intentions de la rédaction ne sont pas claires : pourquoi aller chez un publicitaire pour faire un reportage sur base d'une rumeur et ne pas en faire état au JT ? Le journaliste n'a pas pris les propos du directeur au sérieux, alors que ce dernier est plutôt clair. Il ne lui oppose aucun questionnement, aucune objection. Il semble tendre son micro sans recul critique.
1h06m06s	2m28s	Agence de publicité		Reportage	Le directeur de l'agence présente les futurs timbres flamands, les nouvelles apparences des voitures de police, les projets monnaie flamande; puisque la Flandre n'appartient plus à l'Europe, elle n'utilisera plus l'euro.	- Tout est déjà prêt avant même que les Flamands ne se prononcent en faveur d'une monarchie et d'Astrid.  - Le journaliste paraît, contrairement à ce FDB dit, très au courant des événements du soir (qui ne se sont toujours pas déroulés au moment du reportage pourtant).  - Le journaliste n'oppose aucun questionnement, aucune objection au directeur de l'agence. Il semble tendre son micro sans recul critique.  - La Flandre ne fait plus partie de l'Union européenne. Le publicitaire semble en être convaincu alors que durant l'émission du soir, cet élément pose question (voir les duplex de CD et de MK).
1h08m34s	12s	Studio	FDB	Lancement	Rappel qu'il s'agit d'une fiction.	

Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Éléments intéressants
1h08m46s	1m45s	Lieu non précisé	Jean-Luc Fonck	Interview	Il se demande ce qui va advenir de l'équipe nationale de football, du roi, de Bruxelles. Il considère qu'on devrait faire de Bruxelles une Monaco du nord et organiser un grand prix. « Il est peut-être encore temps de se révolter ? »	- L'idée du grand prix est aussi cocasse que l'idée des quatre aéroports wallons.  - Jean-Luc Fonck est à Vivacité. Que diffusait Vivacité ce soir-là ? Il est donc à la source de l'information, mais ne sait pas si la scission est réelle ou pas.
1h10m31s	29s	Studio	FDB	Lancement	Lancement	
1h11m00s	1m09s	Parlement de la Communauté germanophone	Karl-Heinz Lambertz	Déclaration officielle	Karl-Heinz Lambertz annonce la tenue d'un référendum où les germanophones pourraient choisir entre plusieurs options. La Communauté germanophone pourra se positionner comme un Etat indépendant, constituer un pays avec les Wallons, ou demander son rattachement à l'Allemagne ou au Luxembourg.	- On a une déclaration officielle de la Communauté germanophone alors qu'aucun représentant de la Région wallonne ou de la Communauté française n'est encore intervenu.  - L'idée de la création d'un Etat germanophone est plutôt saugrenue.  - Le Ministre-président de la Communauté germanophone n'a jamais fait une déclaration de ce type, surtout annoncée par la Brabançonne .
1h12m09s	10s	Studio	FDB	Lancement	Lancement	
1h12m19s	59s	OTAN	Pascale Bourgaux (PB)	Duplex	L'OTAN vient de commencer une réunion extraordinaire. Les Alliés sont très inquiets. Ils refusent toute balkanisation de la Belgique. André Flahaut est arrivé et a refusé de faire une déclaration. L'OTAN pourrait déménager si la scission de la Belgique se confirme.	- Plan "décadré".  - Si André Flahaut est là, pourquoi ne le voit-on pas à l'image ?  - On ne voit que des militaires à l'image.  - PB est en petite robe légère à l'extérieur du bâtiment alors que nous sommes en décembre.
1h13m18s	1m20s	Washington	Robert Mnookin	Duplex	FDB interroge Robert Mnookin en direct (duplex). Il s'agit d'un professeur de Harvard, « spécialiste du divorce ».	Il parle de dialogue, de couple, d'enfants et peu de relations internationales.
1h14m38s	20s	Studio	FDB	Lancement	- FDB désannonce le duplex en précisant que Mnookin est un spécialiste de la médiation entre Etats, qu'il a joué les médiateurs dans plusieurs conflits.  - FDB lance le reportage suivant.	Pourquoi ne lui a-t-il pas posé des questions de géopolitique dans ce cas ?
1h14m58s	2m41s	-	-	Reportage	Le journaliste fait un résumé sur les problèmes qui se posent à propos de la dette et du patrimoine fédéral.	- Quand ont-ils interrogé les conservateurs des musées fédéraux ? A l'heure où la Flandre proclame son indépendance, ils ne sont plus au travail. Pourtant, on les voit au milieu de leurs collections. Ils sont au courant de la scission de la Belgique.  - Il s'agit d'une séquence de type magazine avec images léchées et illustrations, et questionnement de fond. Le journaliste a-t-il eu le temps de rassembler les informations et les interviews en une heure ?



Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Éléments intéressants
1h17m39s	22s	Studio	FDB	Lancement	Annonce du débat qui suivra	<u>Le numéro d'appel change. On doit appeler désormais le 070 22.22.24 et plus 070 22.20.22.</u>
1h18m01s	1m03s	Un hôtel dans Bruxelles	Annie Cordy	Interview	Elle n'est pas d'accord avec la décision du Parlement flamand. « Il faut se battre. »	
1h19m04s	2m31s	Parlement européen	- MK - Nelly Maes - Joan Benat I Mari	Duplex	- Ils évoquent les conditions qui seraient imposées à la Flandre pour qu'elle entre dans l'UE. La scission de la Belgique pourrait avoir des conséquences dans d'autres pays où il y a des minorités.  - Nelly Maes du Spirit est contente que la Flandre ait pris son indépendance. Elle analyse les conditions d'entrée de la Flandre dans l'UE.  - Joan Benat I Mari considère que la Flandre donne l'exemple pour le pays Basque et la Catalogne.	- Plan "décadré"
1h21m45s	47s	Studio	FDB	Lancement	- FDB rappelle qu'il s'agit d'une fiction.  - Il présente des images de manifestation de joie à Barcelone et à Bastia.  - Il lance le reportage suivant.	Les annonces explicites de la fiction sont couplées avec les moments où FBD annonce des éléments qui pourraient choquer. C'est le cas ici alors qu'il passe des images de manifestations de joie à l'étranger.
1h22m32s	1m40s	Train de la SNCB		Reportage	Les passagers dans les trains doivent montrer leur passeport à la frontière linguistique.	
1h24m12s	13s	Studio	FDB	Lancement	Lancement	- Plan "décadré"
1h24m25s	59s	Atomium	FI	Duplex	FI évoque la stratégie du gouvernement bruxellois, notamment les mesures de ripostes qui viennent d'être prises (le survol de la Flandre, création d'un paradis fiscal,...).	Les mesures sont aussi caricaturales que les aéroports wallons, par exemple.
1h25m24s	18s	Studio	FDB	Lancement	Lancement	
1h25m42s	1m18s	-		Reportage	Reportage sur les tarifs du téléphone : les appels entre la Flandre et la Wallonie ou Bruxelles seront désormais des communications internationales.	
1h27m00s	7s	Studio	FDB	Lancement	Lancement	
1h27m07s	50s	Parlement flamand	CD	Duplex	CD annonce les décisions prises par le Parlement flamand : Malines est capitale, Astrid est reine, la Flandre va prendre une part importante de la dette publique à sa charge.	Nous savions qu'Astrid était reine puisqu'on nous a présenté les timbres à son effigie précédemment.

Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Eléments intéressants
1h27m57s	19s	Studio	FDB	Lancement	FDB l'interrompt et lance le duplex sur Philippe	
1h28m16s	1m19s	Palais royal	FG	Duplex	« Ici la réalité dépasse la fiction » : de plus en plus de gens arrivent. Les citoyens présents devant le Palais royal débattent entre eux. « Pour revenir à la fiction entre guillemets », le prince Philippe est en réunion avec des responsables politiques des partis francophones. Il va assumer de hautes fonctions.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- On n'a toujours aucune image d'aucun politicien fédéral ou francophone. Précédemment dans l'émission, les francophones étaient à La Hulpe. Le prince Philippe s'est-il rendu à La Hulpe ? Pourquoi ne voit-on pas sa voiture sortir du Palais dans ce cas ?</li> <li>- En fait, le prince Philippe était alors en mission à l'étranger.</li> </ul>
1h29m35s	37s	Studio	FDB	Lancement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FDB reprend les propos de FG et souligne qu'il s'agit d'une fiction et non d'une fiction entre guillemets.</li> <li>- Il annonce que des « bousculades » ont lieu dans les communes à facilités.</li> </ul>	FDB n'est plus du tout ambigu quant au statut de l'émission et il reprend les autres journalistes quand ils sèment le doute.
1h30m12s	29s	Studio d'Europe 1	Philippe Geluck	Interview	Il propose le rattachement de la France à la Wallonie pour faire la République wallonne.	
1h30m41s	28s	Studio	FDB	Lancement	Elisabeth Burdot essaie de nous joindre depuis quelques minutes. Le duplex a été établi par internet.	
1h31m09s	1m47s	Congo	Elisabeth Burdot	Duplex	Elisabeth Burdot annonce que le roi et la reine vont atterrir au Congo. L'annonce de la scission a été faite au Congo. Les Congolais ont d'abord été surpris (pour eux, c'était de la « politique fiction »). Puis, ils se sont révélés enthousiastes à l'idée d'accueillir le roi. Beaucoup de gens se déplacent à l'aéroport pour accueillir les souverains. Les Congolais considèrent cette péripétie comme une revanche sur les « Oncles belges ».	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sur les images des gens qui vont à l'aéroport, il fait encore jour alors qu'il est près de 22h.</li> <li>- Si Elisabeth Burdot intervient via internet, il ne peut pas y avoir des inserts d'images.</li> </ul>
1h32m56s	9s	Studio	FDB	Lancement	Lancement de FG.	

Temps	Durée	Location	Intervenant(s)	Genre	Contenu	Éléments intéressants
DEBAT		Autre studio à la RTBF	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Olivier Maroy</li> <li>- Philippe Dutilleul</li> <li>- Jean-Paul Philippot</li> </ul>		Tant Philippot que Dutilleul soulignent qu'il ne s'agit pas d'un canular. Ils affirment également tous les deux qu'ils « ont montré rapidement » (Philippot) qu'il s'agissait d'une fiction, « cela a été dit et indiqué » (Dutilleul).	Le « rapidement » est relatif.

**ANNEXE N° 13**

**Témoignages sur la conception et la fabrication de l'émission  
« Bye-Bye Belgium »**

Extraits des deux livres de Philippe Dutilleul



## Notes sur les deux livres de Philippe Dutilleul sur l'émission du 13 décembre 2006.

Dutilleul Philippe dir., *Bye-bye Belgium*, Editions Labor, Loverval (Belgique), 2006, 636 pages.

Dutilleul Philippe, *Chronique d'une imposture assumée*, Editions Racine, Bruxelles, 2008, 160 pages.

Si rarement un acte canularique n'aura fait autant couler d'encre et susciter autant de commentaires en aussi peu de temps, jamais – à notre connaissance – ce type d'événement n'aura fait également l'objet d'une telle production livresque à son sujet de la part de son auteur.

Dès le 16 décembre 2006, soit moins de trois jours après la diffusion du faux JT sur la RTBF, un livre intitulé *Bye-bye Belgium*, écrit sous la direction de Philippe Dutilleul sort en librairie. L'ouvrage, dont les dernières lignes ont été écrites le 1<sup>er</sup> novembre (soient six semaines avant la diffusion de l'émission), constitue à la fois une sorte de « making of » de l'émission et un document qui permet de retracer dans le détail tous les entretiens que l'auteur a conduit avec des universitaires, des experts, des journalistes et des personnalités politiques lors de la préparation du scénario de l'émission.

Si on exclut les annexes du livre (une centaine de pages publiant des contributions d'experts sur la question séparatiste), plus des 4/5èmes de l'ouvrage proprement dit rapportent les éléments de l'enquête conduite par l'auteur sur le phénomène. C'est donc une petite centaine de pages, éparses dans le livre, qui traite vraiment de la conception et de la fabrication de l'émission.

Au fil des pages, le lecteur découvre ainsi la manière et les circonstances dans lesquelles l'auteur a conçu et affiné son projet et, dans le cadre de notre approche du processus canularique, ce livre fournit des renseignements généralement peu exposés sur les phases de conception et de fabrication.

Il procède également de ce que nous appelons la phase narrative de l'acte par son auteur et à ce titre et compte tenu de sa parution immédiatement consécutive à la diffusion de l'émission, il participe pleinement au dispositif mis en œuvre par l'auteur. Sachant que l'émission suscitera commentaires et controverses, notamment sur le sujet traité, mais aussi quant au procédé utilisé peu courant dans le monde journalistique, Philippe Dutilleul a voulu prendre les devants et « instruire » la discussion à venir. Il vient directement compléter et enrichir le débat initié à la fin de la fiction sur l'antenne de la RTBF.

La chronologie des événements rapportés est parfois imprécise (l'auteur n'a pas voulu donner prise à certaines critiques). Philippe Dutilleul, tout en reconnaissant le rôle capital joué par les responsables de la RTBF, celui de son co-initiateur, de son assistante et de son producteur, assume pleinement l'auctorialité de l'œuvre qui va être produite (au moment où il écrit le livre). Il garde anonymes les noms de ses complices internes, mais n'hésite pas à citer celui de personnalités mises dans la confidence.

Tiré initialement à 3 800 exemplaires (un premier tirage relativement élevé pour l'édition belge francophone), *Bye-bye Belgium* s'inscrit dans la pleine continuité de l'opération entamée avec la production et la diffusion de l'émission télévisuelle.

S'il vise à anticiper les questions suscitées par l'émission et vraisemblablement aussi à les orienter dans un sens conforme à son projet, le livre met en avant les nombreuses complicités dont l'opération a bénéficié, notamment parmi des responsables politiques belges de haut niveau. C'est aussi une manière de se prémunir de certaines attaques.

Le livre, en dépit de ses délais de production et de fabrication très rapides, n'a évidemment pas pu intégrer les dernières étapes de préparation de l'émission, ni évidemment les réactions, les commentaires et les analyses multiples que celle-ci suscitera.

Aussi, pour parachever cette mise en narration auctoriale, Philippe Dutilleul produira dans les mois suivant un second ouvrage, plus bref (environ 160 pages), plus analytique et aussi plus polémique où il exprimera a posteriori cette fois-ci son point de vue sur l'affaire. Publié en février 2008 sous le titre *Chronique d'une imposture assumée*, chez un second éditeur, mais néanmoins, comme le précédent, en co-édition avec la RTBF, ce livre revient moins sur le fond politique, mais sur les différentes étapes de la mise en œuvre de l'émission. Cette seconde narration auctoriale peut être lue comme une volonté de redresser la narration médiatique engagée à la suite de l'émission. Elle est aussi l'occasion pour l'auteur d'assumer pleinement son acte, tantôt qualifié par lui d'« imposture », tantôt de « canular », alors que fort prudemment et un peu à la manière d'Orson Welles en 1938, il avait dans *Bye-bye Belgium* préféré minimiser la dimension mystificatrice délibérée de son acte (redoutant d'éventuelles conséquences imprévisibles de celui-ci).

### **Quelques extraits de *Bye-bye Belgium* :**

En page de garde, Philippe Dutilleul remercie Nathalie Jacobs « pour sa précieuse collaboration » dans la réalisation du livre et du « documentaire-fiction ». On apprendra au fil du livre qu'elle a été sa principale complice dans la réalisation de l'émission en participant à de nombreux entretiens préalables et dans la réalisation de plusieurs séquences « documentaires » de l'émission. Le nom de Nathalie Jacobs ne sera véritablement attaché à ses fonctions que dans le livre *Chronique d'une imposture assumée (CDIA)* (p. 57).

Diffusion du vrai faux JT à une heure de grande écoute « avec la volonté affichée de provoquer un choc dans l'opinion publique et dans le monde politique, de stimuler un vrai débat démocratique autour de ce thème » (p. 7).

« inspirée d'un fait d'arme d'Orson Welles » (p. 7)

« Jusqu'au bout, l'incertitude a présidé à sa réalisation, à sa concrétisation » (p. 8).

« Chaque homme ou femme est confronté au moins une fois dans sa vie à un choix décisif. (...) C'est en gros le thème de livre » (p. 9) sur la prise de risque personnelle et professionnelle de l'auteur.

« Je me rongerais les méninges à trouver une idée neuve, un projet détonnant qui tranche avec l'évolution de la télévision dans laquelle je ne me reconnais plus, aussi bien comme téléspectateur que comme travailleur » (après 15 ans plutôt exaltantes passées à la RTBF) (p. 10).

« J'en ai tiré des conclusions et un scénario de documentaire-fiction, un genre hybride qui en est à ses balbutiements » (p.10).

« Les pistes et les genres sont brouillés » (p.11).

« J'ai décidé de passer au-dessus des barrières et des genres quitte à m'attirer les foudres des gardiens de la déontologie » (p. 12).

*« Notre projet est fondamentalement différent puisque le récit s'inscrit en somme dans la science-fiction. Autre contrainte substantielle : nos modestes moyens financiers pour le réaliser n'ont rien à voir avec ceux plantureux des chaînes françaises ou anglaises » (p.16).*

Dutilleul dès février 2005 a plus ou moins en tête l'exemple de La guerre des mondes d'Orson Welles (pp. 24 et 25).

*« Sans y faire directement référence, je m'inspire de l'émission de radio la plus célèbre au monde imaginée par Orson Welles le lundi 30 octobre 1938 » (Bye-bye Belgium p.24) « la comparaison avec l'émission radio est purement référentielle. Loin de moi l'idée de comparer notre projet à celui de Welles » (Bye-bye Belgium p. 24). (...) « Le sujet ainsi que son traitement sont bien différents » (Bye-bye Belgium p.25).*

*« Un exercice télévisuel d'équilibriste » (Bye-bye Belgium, p. 110)*

*« Je dois être attentif dans ma démarche à une contrainte télévisuelle. Mon producteur qui a créé « l'écriture et l'esprit Striptease » me presse de donner un côté surréaliste au documentaire-fiction. » (Bye-bye Belgium, p. 111)*

Il s'agit de Jean Libon. Il y a donc un cadre de contraintes stylistiques, difficilement contournables par l'auteur. Le programme s'inscrit dans une sorte de « spéciale » de Tout ça.

*« Je me sens coincé entre cette exigence télévisuelle à laquelle je me suis rallié depuis longtemps et le souci de paraître crédible tout au long du documentaire qui prend, je le rappelle, la forme d'une édition spéciale d'un journal télévisé. » (Bye-bye Belgium, p. 111)*

*« Je me dois de trouver un fragile équilibre entre son contenu, sérieux voire dramatique dans le sens littéraire du terme, l'insérer dans un scénario probable, incontestable qui tienne la route, et des moments plus légers, voire hilarants, où le téléspectateur peut percevoir la « supercherie » (Bye-bye Belgium, p. 111)*

*« Nous sommes bien sûr en pleine politique-fiction, mais cet exercice valorise l'attrait intellectuel et prospectif de notre démarche intellectuelle. Nous faisons de la science-fiction à partir d'une réalité probable. » (Bye-bye Belgium, p. 187)*

## **Chronologie sommaire de la conception et de la fabrication de l'émission du 13 décembre 2006**

(Chronologie reconstituée par nos soins à partir des informations contenues dans le livre de Philippe Dutilleul *Bye-bye Belgium (BBB)* paru aux Editions Labor en décembre 2006, complétée par les précisions données dans son second livre *Chronique d'une imposture assumée* paru aux Editions Racine en février 2008).

### **Août 2004 :**

#### **Naissance du projet.**

Philippe Dutilleul en séjour chez un ami français, scénariste et producteur bien introduit dans les milieux télévisuels (son identité n'est pas révélée), conçoit avec ce dernier « *l'idée d'un film documentaire sur les querelles entre Flamands et Wallons* » (BBB, p. 13). L'idée est encore imprécise, mais les deux initiateurs s'accordent sur le fait « *qu'il faut tenir compte du contexte actuel de la télévision naviguant entre information et divertissement, réalité et fiction, réflexion et émotion, sérieux et sensationnalisme* » (BBB, p. 15).

### **Courant août 2004 :**

#### **Rédaction d'une première note d'intention et envoi de celle-ci aux services de la RTBF.**

La note est (dixit Dutilleul) « *brève* » ; un « *brouillon* », un « *texte martyr* » (BBB, p. 16). Elle comprend un rapide synopsis qui débute par le brusque décès du roi Albert II et la convocation d'Etats Généraux au Parlement flamand qui vote majoritairement l'indépendance de la Flandre. Dans la foulée le Parlement wallon fait de même et l'imbroglio est total. La question de la répartition des richesses et des dettes de l'ancien Etat créé de vives tensions. L'auteur a d'ores et déjà opté pour un « *documentaire-fiction* », suivi d'un débat après sa diffusion (BBB, p. 18).

### **Fin août 2004 :**

#### **Avis favorable de la hiérarchie de la RTBF.**

La RTBF émet un avis favorable sur la base de ce premier document d'intention, mais attend un synopsis plus approfondi pour aller plus avant. (BBB, p. 18)

### **Février 2005 :**

#### **Rédaction et envoi d'une seconde version du projet.**

« *Ma réflexion progresse. (...) Je rédige une nouvelle note où j'expose tout à la fois les intentions du projet et des éléments de scénario. J'expédie en interne aux différentes personnes cette version remaniée, influencée par mon partenaire français* » (BBB, p. 21).

Dans les intentions, la note de Dutilleul souligne que « *ce projet de documentaire-fiction vise à secouer les téléspectateurs* ». Pour y parvenir, il suggère de recourir « *à la fiction associée à des images documentaires, des archives, des paroles détournées de leur sens initial (...) avec un scénario qui nous projette de façon abrupte, subjective et effrontée au soir d'un référendum qui prend tout le monde à contre-pied* » (BBB, p. 22).

Le scénario projeté à ce stade de la conception est celui de la tenue d'un référendum sur l'avenir du pays qui, contre toute attente, validerait la séparation institutionnelle entre Flandre et Wallonie. « *L'annonce du résultat imprévu faite en direct au JT crée la stupéfaction de la Belgique toute entière* » (BBB, p. 23).

Sur la forme de l'émission envisagée, Dutilleul précise : « *Il s'agira d'un journal télévisé spécial que l'on diffuse sur l'antenne pendant ou après le JT normal du soir. Une émission comme si on y était, comme si l'actualité se déroulait devant nos yeux, prenant le téléspectateur au dépourvu, le scotchant devant son téléviseur* ». (BBB, p. 23). Celle-ci serait

constituée « *soit par des interviews déjà existantes et détournées de leur sens premier, soit réalisées avec le concours et la complicité d'hommes politiques, de journalistes, de représentants de la société civile, voire de comédiens ainsi que d'images filmées par nos soins ou d'archives pouvant être également détournées de leur contexte initial* ». (BBB, p. 24)

### **Février-juin 2005 :**

#### **Première phase d'exploration du sujet**

Il s'agit d'une phase d'assez longue durée car, au-delà de la nécessité ressentie par l'auteur de se documenter très en profondeur sur le sujet, une incertitude lourde plane sur la réalisation du projet, « *puisque les fonds sont toujours manquants* » (BBB, p. 252).

Plus d'une vingtaine d'entretiens avec des personnalités expertes de la question du séparatisme sont menés par l'auteur et son assistante durant cette première phase exploratoire. Plusieurs universitaires sont longuement interrogés ainsi que des membres influents du monde économique et de la société civile et quelques personnalités du monde politique.

L'objectif de l'auteur est « *de se forger une opinion* » sur la question séparatiste « *pour dessiner les lignes de force du scénario* » (BBB, p. 27). « *Je manque cruellement d'informations sur les causes, enjeux du problème et ses conséquences. Je m'y suis attelé durant des mois* » (BBB, p. 27).

Cette première phase d'entretiens préalable servira aussi à identifier des intervenants possibles dans le cadre de l'émission. Ainsi, certaines personnes rencontrées sont, sous le sceau de la confidentialité, avisées du projet. « *Je leur demande une stricte confidentialité comme à tous mes futurs interlocuteurs, l'impact et le succès du projet en dépendent. (...) Ils ont du mal à croire que la hiérarchie de la RTBF me laissera aller jusqu'au bout* ». (BBB, p.28).

De ces premières discussions, Dutilleul déduit que le seul scénario crédible en cas d'éclatement de la Belgique serait celui « *d'une décision unilatérale de la Flandre de prendre son indépendance* » (BBB, p. 29). « *Je suis de plus en plus tenté de privilégier le scénario d'une sécession car il recèle tous les ingrédients d'un formidable thriller et met le mieux en lumière toutes les difficultés parfois surréalistes qui surgiront en cas d'indépendance de la Flandre* ». (BBB, p. 203).

Mais devant le caractère très sensible de l'opération envisagée, la direction de la RTBF, sans fermer la porte, tarde à s'engager pleinement dans sa mise en œuvre effective. L'auteur restant attaché à la réalisation de l'émission *Tout ça*, il voit son travail d'enquête plusieurs fois interrompu sur des périodes d'environ deux mois. Ainsi, la série d'entretiens sera suspendue durant l'été 2005 (reportage à Kinshasa et au Katanga) et à l'automne de la même année (montage d'une émission sur les élections au Congo).

### **Mai-septembre 2005 :**

#### **Premiers tournages.**

Durant la première phase d'exploration du sujet, Philippe Dutilleul obtiendra à plusieurs reprises l'autorisation de la chaîne pour procéder au tournage de certains événements susceptibles d'illustrer l'émission au travers de courts reportages.

« *Le premier reportage, qu'on m'autorise à faire, se déroule à Zemst le 20 mai 2005 où le bourgmestre local, Louis Van Roost, reçoit ses collègues bourgmestres du Brabant flamand pour décider d'une riposte au blocage du symbolique dossier BHV. (...) Je focalise mes images sur cette ambiance tendue de conspirateurs très légalistes prêts à enfreindre la loi pour arriver à leur objectif de voir scinder l'Arrondissement administratif et judiciaire.* » (BBB, p. 247).

Durant l'année 2005, au moins trois autres reportages sur des activistes belgicains, flamands et wallons sont également tournés par l'assistante de Dutilleul (BBB, pp. 254-256). Comme

« *il n'existe pas de devis officiel de production* », Dutilleul est « *obligé de travailler avec une équipe extérieure à la RTBF* » notamment pour filmer un rassemblement mi-sportif, mi-politique symbolique de la montée du nationalisme flamand en début septembre 2005 (BBB, pp. 256-257).

La première série de tournages s'arrête là car le contrat de la collaboratrice de Dutilleul est en attente de renouvellement et qu'aucune décision significative d'engagement financier pour la production n'a encore été prise. (BBB, pp. 259-260).

### **Septembre 2005 :**

#### **Nouvelle note d'intention et synopsis condensé envoyé à la RTBF.**

Devant les pressions exercées par le producteur de Dutilleul, la RTBF demande une nouvelle note plus détaillée pour évaluer la pertinence du projet lors du Comité de direction de la chaîne du 15 septembre. Dans ce document, l'auteur insiste sur les raisons qui le poussent à croire que la poussée de fièvre séparatiste est réelle du côté flamand. Il détaille et précise le contenu et la forme du projet de documentaire. L'idée de donner au documentaire-fiction la forme d'un JT est présentée comme « *évidente pour des raisons de moyens (...), mais aussi d'efficacité et de crédibilité du sujet* » (BBB, p. 260). L'émission racontera la première heure de la fin de la Belgique. « *Le recours à quelques journalistes et correspondants maison connus et utilisés en situation réelle crédibiliseront le récit de cette soirée* ». « *Le JT et le film documentaire sont deux produits que nous maîtrisons bien. Nous y ajouterons une touche de fiction pour façonner un film original qui devrait être l'un des événements télévisuels de la prochaine saison de la RTBF* » (BBB, p. 261). « *Optimiste* », Dutilleul prévoit en effet à cette époque une diffusion en mai ou début juin 2006. Pour couper court à la critique qui suppose que les téléspectateurs zapperont sur les chaînes concurrentes, l'auteur de la note insiste sur le dispositif prévu : « *Mon producteur et moi maintenons que le dispositif choisi, à savoir une diffusion en direct après un JT de 19 h 30 raccourci à cause de l'événement, donc vers 19 h 45, provoquera un choc dans l'opinion et que (...) les gens resteront attachés à l'événement. Des spectateurs supplémentaires devraient même s'y ajouter en cours d'émission* ». (BBB, p. 261)

### **Décembre 2005-janvier 2006 :**

#### **Première phase d'écriture du script.**

Philippe Dutilleul commence fin 2005 « *l'écriture du script de BBB, scène par scène dialoguée comme une pièce de théâtre sauf qu'en l'occurrence il s'agit d'un documentaire-fiction pour la télévision.* » (BBB, p. 262).

Au cours de ces deux mois, l'auteur va écrire une cinquantaine de scènes dialoguées. « *C'est un brouillon, un repère qu'il faudra épurer. De toute façon, l'ensemble est trop long au niveau du minutage* » (BBB, p. 265). Les trois premières scènes écrites à l'époque et présentées dans le livre (BBB, pp. 262-265) ont certes un peu évolué par la suite et jusqu'à leur enregistrement, mais elles soulignent d'ores et déjà l'état très avancé du synopsis. A la même période, Dutilleul déclare qu'il a commencé à faire « *le choix des sujets de reportages qui seront traités dans l'édition spéciale du JT, des personnes interrogées, des participants qui joueront leur propre rôle* » (BBB, p. 265). Dans son esprit, il envisage trois grands types de reportages : « *des reportages classiques qui expliqueront comment et pourquoi on en est arrivé à ce scénario de partition de la Belgique, il y aura des images et des sujets fictionnels qui illustreront les événements censés se dérouler ce soir-là, enfin il y aura des séquences expliquant les conséquences de cette partition.* » (BBB, p. 246)

## **Mars 2006-Juin 2006 :**

### **Complément d'enquête et poursuite du « repérage » de personnalités.**

Au printemps 2006, et même si l'incertitude plane toujours sur la réalisation effective du projet, l'auteur reprend le cours de ses rencontres avec des personnalités.

Au total, et en intégrant la première phase de rendez-vous du printemps 2005, c'est plus d'une quarantaine de rencontres – sans tenir compte de « *contacts plus informels, plus officieux* » (BBB, p. 234) – avec des personnalités sur la question du séparatisme qui sont menées par l'auteur et son assistante. Par prudence certainement, Philippe Dutilleul omet volontairement lors de la rédaction du livre d'évoquer ses rencontres avec certains extrémistes flamands, tel Filip Dewinter (dont la participation active à l'émission sera ensuite reconnue). Dutilleul profite de cette étape plus avancée dans le projet pour solliciter (toujours sous le sceau de la confidentialité) la participation de nouvelles personnalités à l'émission. Il mentionne dans BBB l'accord de certains, tait vraisemblablement celui d'autres personnes, mais ne signale explicitement aucun refus.

« *Je reconnais m'être piqué au jeu des extrapolations puisque je travaille sur un scénario de documentaire-fiction et que toutes les éventualités sont permises pourvue qu'elles restent crédibles même teintées de surréalisme et d'analyses politiquement incorrectes* » (BBB, p. 234). « *J'essaie de dégager quelques dossiers chauds de la séparation, qui seront immanquablement au centre d'une négociation entre frères ennemis...* » (BBB, p. 267).

Ces entretiens serviront notamment à étayer les sujets documentaires sur les conséquences pratiques d'une scission du Royaume dans les affaires courantes.

« *Je dispose des éléments fondateurs de mon scénario. Je dois maintenant les intégrer dans une histoire qui tienne la route et le téléspectateur en haleine...* » (BBB, p. 243).

## **Été 2006 :**

### **Rédaction du scénario définitif et montage des premières séquences.**

Après ce nouveau travail d'exploration et l'expression d'un intérêt plus affirmé pour le projet chez les dirigeants de la RTBF, l'auteur décide donc d'engager l'écriture du scénario définitif de l'émission. « *J'ai rédigé le scénario définitif du documentaire-fiction avant d'entamer la dernière ligne droite des tournages, du montage et la confection définitive des séquences.* » (BBB, p. 457). « *J'ai passé une partie de la période estivale à monter les premières séquences que ma collaboratrice et moi avons tournées les mois précédents et en... 2005. (...) Nous avons assemblé quelques séquences sur la base d'images d'archives ma foi crédibles, elles semblaient tenir la route. En tout, cela fait une vingtaine de minutes montées qui préfigurent ce que sera le film une fois terminé.* » (BBB, pp. 460-461)

Parmi ces séquences figure notamment celle réalisée en mai-juin 2006 dans un restaurant italien d'Anvers où se retrouvent régulièrement des figures historiques et actuelles du nationalisme flamand. « *Pour filmer cet événement exceptionnel – un scoop me lâche un participant car beaucoup des personnes présentes se détestent cordialement – nous avons mis les moyens avec deux équipes de tournage qui captent in extenso les déclarations de cette avant-garde de la droite et de l'extrême droite flamande.* » (BBB, p. 461) « *Les quelques personnes à la RTBF qui ont visionné cette séquence sont impressionnées autant par le panel qu'a filmé notre caméra que par les propos tenus.* » (BBB, p. 462)

Redoutant les effets possibles que pourraient avoir la diffusion de certaines séquences, Dutilleul décide, après consultation de plusieurs spécialistes du sujet, de ne pas évoquer les possibles répercussions boursières qu'entraînerait une scission de la Belgique. (BBB, p. 471)

Pour le reste, « *l'équipe continue de rechercher activement des images d'archives qu'on pourra utiliser pour illustrer la partie purement fiction du documentaire.* » (BBB, p. 472).

## **Septembre 2006 :**

### **Production du synopsis définitif.**

Le synopsis de onze pages, rédigé par l'auteur et tel qu'il figure dans le livre *BBB* (pp. 472-483), est, dans son déroulé, très semblable au résultat final de la production de l'émission. Certes le découpage et l'ordre des séquences (notamment des reportages) n'apparaissent pas clairement, mais les grandes lignes de l'intrigue sont clairement posées. Au doute préalable concernant la nouvelle de la sécession jusqu'aux confirmations successives, de l'inquiétude suscitée aux premières tensions qui se font jour dans la population après un calme provisoire, du parachutage de GI's près du siège de la RTBF jusqu'à la confirmation finale du fait qu'il s'agit là d'une fiction, les principaux cadres du récit sont là. On note toutefois que les noms des experts et surtout des hommes politiques supposés intervenir durant l'émission ne sont pas mentionnés dans le synopsis ; par souci de confidentialité certainement, mais sans doute aussi parce que la liste définitive n'est pas encore arrêtée. Pour la première fois dans les différents documents présentés dans le livre, figure en revanche une liste d'artistes et de sportifs belges susceptibles de participer à l'émission. Si certains noms (*BBB*, p. 479) correspondent à des intervenants qui seront effectivement présents dans l'émission, d'autres, comme ceux d'Arno, Merckx, Van Himst, ne participeront pas au résultat final. D'autre part, l'idée d'interrompre la diffusion de « Questions à la Une » pour lancer abruptement le faux JT n'est pas signalée dans ce synopsis : l'idée n'est pas le fait de Dutilleul et elle ne sera prise que quelques semaines plus tard lorsque l'émission entrera dans la dernière ligne droite. « *Il faut faire preuve d'imagination pour amener ce soir-là le public sur une émission non annoncée... et pour cause. Il est décidé que « Questions à la Une », dont le succès ne se dément pas, constituera l'appât idéal pour notre programme dans la presse... Un thème particulièrement aguichant en rapport avec notre sujet sera choisi et annoncé comme tel dans le grand public.* » (*BBB*, p. 506)

La terminaison du programme, dans sa partie fiction, paraît également ne pas être décidée. La confirmation envisagée à ce stade pour signifier qu'il s'agit d'une fiction est certainement apparue trop peu explicite aux yeux de la chaîne, même si l'auteur a prévu de donner de nombreux signaux de l'invraisemblance du récit tout au long de l'émission. En septembre, l'auteur n'envisageait qu'un simple « *générique de fin (...), suivi d'un bêtisier des différents tournages qui laissent clairement apparaître aux téléspectateurs qu'il s'agit d'une fiction* ». (*BBB*, p. 483).

## **Octobre-novembre 2006 :**

### **Derniers préparatifs et réglages de l'émission.**

Philippe Dutilleul procède alors aux derniers ajustements de son scénario en effectuant de nouveaux entretiens et surtout en retournant visiter certaines des personnalités déjà sollicitées pour les convaincre de participer à l'opération. « *L'école du repérage de « Striptease » m'a enseigné que les rencontres régulières, les échanges de vue poussés avec les personnes contactées sont le gage du succès, de leur acceptation d'être filmées, de leur naturel et de leur engagement devant la caméra. J'ai donc consciemment repris mon bâton de pèlerin pour préparer les séquences dans lesquelles des personnalités du monde politique, économique ou culturel jouent leur propre rôle dans mon scénario de politique-fiction. Je leur explique un à un le contenu de l'histoire (...) et le rôle qu'ils sont censés jouer ce soir-là sans évidemment dicter leur position de fond si ce scénario devait un jour se réaliser.* » (*BBB*, p. 501) « *Je suis obligé d'élargir mon spectre d'invités afin d'équilibrer les prises de positions sur les dossiers chauds de la séparation, en particulier Bruxelles* ». (*BBB*, p. 502)

De fait, lorsqu'on compare les noms des personnalités mentionnées dans le livre *BBB* (dont l'écriture a été bouclée début novembre 2006) comme ayant accepté de participer à l'émission et le « casting » final de celle-ci, très peu de différences sont notables. Il est vrai qu'à la



rentrée 2006, le rythme de préparation de l'émission s'est considérablement accéléré, le cercle des personnes impliquées dans l'émission et ses dispositifs connexes s'est fortement élargi et que les réunions entre les responsables de la production et les dirigeants de la RTBF se sont multipliées. Les doutes et les craintes de la chaîne quant à la nature inédite et peut-être trop transgressive de l'émission et sur le moment opportun de sa programmation sont également forts. Les principaux journalistes du JT sont alors contactés pour interpréter leur propre rôle. Si quatre d'entre eux acceptent, d'autres – comme Johanne Montay – refusent en opposant des principes déontologiques (CDIA, p. 100). Philippe Dutilleul n'évoque guère dans le livre *BBB* ces nombreux et très animés débats qui surviennent en interne au sein de la chaîne, vraisemblablement pour ne pas offrir, au moment de la parution de celui-ci, l'image d'une chaîne divisée face aux critiques qui ne manqueront pas de s'exprimer après la diffusion de l'émission. Il préfère mettre l'accent sur l'incertitude qui pèse sur l'émission et les pressions extérieures qui pèsent sur les dirigeants de la chaîne. « *La Direction de la RTBF va-t-elle jouer le jeu jusqu'au bout sans céder à des pressions politiques ou à une peur panique par rapport aux répercussions possibles de l'émission sur l'ensemble des téléspectateurs, de certains excités voire sur une partie du personnel politique ?* » (BBB, p. 500) « *Je vis ces moments avec beaucoup de tension d'autant qu'un facteur plus politique rentre également en jeu, le résultat des élections communales de 2006 et le risque de voir les élections législatives prévues au printemps 2007 précipitées, mettant le projet en difficulté temporelle. Il a été convenu de le diffuser, suite aux atermoiements de départ, à la mi-décembre 2006 ou à la mi-janvier 2007 (date de repli).* » (BBB, p. 501)

En revanche, un certain nombre d'acteurs de l'opération, et Philippe Dutilleul lui-même dans son second ouvrage (*Chronique d'une imposture assumée*), reviendront a posteriori sur ces moments difficiles et les ajustements de dernières minutes qui lui sont imposés.

Plusieurs personnes dans la chaîne suggéreront à quelques semaines de la diffusion d'abandonner l'idée d'une réalisation en direct et proposeront un enregistrement anticipé de l'émission. Un temps étudiée, cette modification (qui ne plaît pas à Philippe Dutilleul) est finalement rejetée : « *Vu le côté très risqué de la démarche, mieux valait être présent en chair et en os pour faire face à d'éventuels dérapages.* » (CDIA, p. 15)

Par ailleurs, Yves Bigot, arrivé en avril 2006 à la tête de la toute nouvelle Direction de l'antenne de la RTBF, va, en découvrant le projet, s'inquiéter des risques juridiques encourus. « *A t-on le droit de faire cela ? Ce à quoi on m'a répondu : oui, on a le droit de faire cela car, contrairement à la France où je sais qu'il existe un délit de fausses nouvelles, celui-ci n'a pas cours en Belgique* » (Propos de Bigot rapportés par Dutilleul dans CDIA, p. 22). Jean-Paul Philippot, patron de la RTBF, et Yves Bigot vont insister cependant pour « *qu'on indique un certain nombre de codes qui nous permettent d'être juridiquement et réglementairement inattaquables. D'où le panneau 'Ceci n'est peut-être pas une fiction' avant le démarrage de l'émission. D'où le logo 'Tout ça ne nous rendra pas le Congo' en permanence dans l'image* ». (Bigot rapporté par Dutilleul, CDIA, p. 22) « *On a beaucoup travaillé sur la maquette, on l'a modifiée. L'équipe de production de l'émission souhaitait qu'elle soit le plus possible dans le réel. Nous souhaitions avoir un maximum d'indications claires dès le début. Cela ne s'est pas avéré suffisant* », confirme Philippot. (Propos rapportés par Dutilleul dans CDIA, p. 22)

Le patron de la RTBF « *s'est personnellement impliqué dans le projet (...) et dans les dernières semaines précédant l'antenne, pour l'encadrer, pour amortir et prévoir autant que possible les réactions* ». (CDIA, p. 21) « *Un dispositif élaboré avait été mis en place pour rassurer les téléspectateurs déstabilisés* » (CDIA, p.21) ; « *il fallait pouvoir répondre aux téléspectateurs avec un call center, avec des répondants téléphoniques, avec un staff de personnes à la rédaction pour rassurer les gens. Il fallait être prêt à réagir au moindre événement que ce soit en télévision ou en radio.* » (CDIA, p. 21)

Par ailleurs, la Direction des programmes de la chaîne demande à ce qu'un débat télévisuel pluraliste soit organisé à la suite du faux-JT. Suggéré par l'auteur dans sa première note d'intention dès août 2005, l'idée d'un débat suivant le programme avait semble-t-il disparu. « *J'ai demandé qu'aussitôt après l'émission, on organise un débat avec un panel varié de personnalités de manière à ne pas laisser le téléspectateur sous l'effet éventuellement anxigène et très interpellant du contenu de l'émission.* » (Propos d'Yves Bigot rapportés dans *CDIA*, p. 22) Si, dans les programmes télévisés rendus publics par la chaîne, l'émission « *Bye-bye Belgium* » n'était évidemment pas annoncée, le débat qui suivait – tout comme « *Questions à la Une* » – l'était et permettait si nécessaire d'attirer davantage encore l'attention des téléspectateurs sur la question du devenir de la Belgique. « *Dernier élément du dispositif mis en place, le débat après l'émission qui rassembla quelques personnalités politiques représentatives (...) du conflit communautaire et des protagonistes de l'émission. Pierre Marlet et Olivier Maroy le préparèrent en collaboration avec moi, sur la base d'un sondage IPSOS, initié par la RTBF et l'équipe de l'émission historique « Moi, Belgique ». » (CDIA, p. 68). « Olivier Maroy (...) ne fut informé du dispositif que deux semaines avant la date d'antenne. » (CDIA, p. 68).*

Au total, et au-delà du « documentaire-fiction » conçu et réalisé par Philippe Dutilleul, c'est tout un dispositif complexe, vertical et horizontal, qui est mis en place durant les trois mois précédant la diffusion.

Dans *Chronique d'une imposture annoncée*, Dutilleul donne aussi des précisions sur la manière dont l'émission parvint à maintenir un certain secret en dépit des réticences d'une partie de la chaîne : « *Pour ne pas être éventé à l'intérieur et à l'extérieur de la RTBF, pour égayer les esprits curieux, le projet prit un nom de code fantaisiste, 'Carine et Rebecca', qui fait référence à deux très jeunes chanteuses aujourd'hui complètement oubliées. J'avais compris que pour être reçu cinq sur cinq, pour passer le mur épais de la banalisation de l'information et de la relative indolence du public, il fallait ménager un formidable effet de surprise, frapper au cœur des imaginations... En d'autres termes, le programme ne devait pas être annoncé, une idée qui ne fut pas facile à défendre et à faire accepter par la hiérarchie de la RTBF et la cellule communication.* » (CDIA, p. 56)

## **Décembre 2006 :**

### **Affinement du dispositif communicationnel.**

En dépit de tous ces préparatifs minutieux, l'incertitude quant à la réalisation finale et à la diffusion du programme va demeurer pratiquement jusqu'au tout dernier moment. Outre le risque de voir surgir un grand événement d'actualité obligeant à déprogrammer l'opération à la dernière minute, la direction de la chaîne, inquiète des répercussions possibles de l'émission, s'était donné la possibilité de statuer sur le sort du programme jusqu'à l'avant-veille de la date prévue pour sa mise à l'antenne. « *Deux jours auparavant, il y a eu la lecture à haute et intelligible voix des textes du présentateur du JT, François De Brigode, et le visionnage de toutes les séquences composant l'émission spéciale devant un aréopage composé des principaux responsables de l'information et de la direction de la RTBF, y compris le staff juridique. Tous découvrent le produit final dans son intégralité. (...) Le feu vert est définitivement octroyé par le directeur d'antenne satisfait de ce qu'il vient de voir et d'entendre.* » (CDIA, p. 71).

### **Éléments de synthèse sur l'opération donnés par l'auteur.**

Dans *CDIA*, Philippe Dutilleul revient sur les moyens financiers (relativement limités) mis en œuvre pour la réalisation de l'émission. Les chiffres donnés par l'auteur ne semblent couvrir que la production de l'émission et ne pas tenir compte du coût des dispositifs connexes mis en place pour l'ensemble de l'opération.

*« Les moyens financiers relativement limités (un budget total de 170 000 euros avec une petite partie en cash, somme globale raisonnable et assez modique) m'ont forcé à faire preuve d'imagination et à recourir à des images d'archives pour illustrer certaines situations censées se passer le soir de l'indépendance de la Flandre. (...) Dans la foulée et en partie pour les mêmes raisons, il devint évident qu'on ne recourrait pas à des acteurs, professionnels ou amateurs, à des reconstitutions, à de la pure fiction mais qu'on utiliserait les moyens disponibles, plus traditionnels et bien maîtrisés à la RTBF pour fabriquer ce documentaire fictionnel. Par déduction, j'optai pour le choix formel d'un journal télévisé (...), facile à mettre sur pied d'un point de vue technique, avec le recours aux moyens du direct si nécessaire. »* (*CDIA*, p. 56)

En auteur-concepteur, mais aussi en professionnel de la télévision, Philippe Dutilleul insiste sur la dialectique « création-contraintes » pour expliquer (sans véritablement le blâmer) le long et parfois sinueux processus qui a conduit au résultat final.

*« Petit à petit se confectonna, au gré des circonstances, séquence après séquence, la conduite de ce JT très spécial qui constitua le corps du documentaire-fiction, lui-même très particulier. Ce produit télévisuel ne ressemblerait à aucun autre, serait inclassable, ne rentrerait dans aucune typologie habituelle. »* (*CDIA*, p. 57)

*« J'ai mélangé à dessein ces deux genres que je trouve complémentaires, deux écritures (celle du reportage classique en tant que journaliste, celle de la fiction en tant que scénariste) parce qu'il était impossible d'atteindre l'objectif fixé (viser une large audience et ouvrir un débat sur le problème communautaire belge) en jouant uniquement la carte journalistique. Dans cette optique, le journal télévisé constituait l'outil providentiel, le cadre idéal. »* (*CDIA*, p. 96)

Pour qualifier ce processus, l'auteur parle également d' « option inédite, à la fois volontaire et dictée par les faits » (*CDIA*, p. 57) et fait même mine de s'interroger sur sa part réelle d'auctorialité sur le produit final : *« Jusqu'à quel point le côté 'bricolé', voire parfois contradictoire, de certains éléments fut-il le fruit d'un acte volontaire ? la question doit se poser. Surtout si l'on sait que la période totale de préparation de l'œuvre s'est étalée sur deux ans. »* (*CDIA*, p. 62)

**ANNEXE N° 14**

**Séquençage de l'émission « De Grote Donor Show »  
diffusée sur BNN le 28 mai 2006**

(Données recueillies et compilées par nos soins)

Séquençage reconstitué par nos soins de l'émission « De Grote Donor Show » diffusée sur BNN le 28 mai 2006.

Temps	Durée	Thème	Genre	Éléments intéressants
Première partie				
0'00	0'16	Introduction de Patrick Lodiers, présentateur de l'émission ; en plateau.	Présentation dans le studio sans public.	« Aujourd'hui est un jour très important dans l'histoire de la télévision, parce que ce soir quelque chose va se produire et ceci n'est pas passé inaperçu au sein de notre gouvernement, notre pays et à l'étranger »
0'16	0'40	Clip montrant les réactions à l'étranger.	Montage de séquences de télévisions étrangères.	
0'56	1'14	Voix-off puis entrée en scène de Patrick Lodiers, présentation rapide du principe de l'émission.	Présentation de l'émission en public.	« Ce soir nous allons rendre heureux un malade du rein avec un autre rein » ; « trois candidats ont la possibilité ... » ; « ce programme a été pratiquement interdit par notre gouvernement ».
2'10	1'36	Reportage hommage à Bart de Graaff.	Reportage, images d'archives.	
3'46	1'29	Exposé rapide de Lodiers sur la pénurie de don.	Présentation en plateau.	A 4'30, premier appel pour le formulaire.
5'15	0'35	Enoncé des règles du show.		Trois candidats ...
5'50	2'40	Reportage sur Lisa, soit-disant atteinte d'une tumeur en phase terminale.		

8'30	3'10	Entrée de Lisa sur le plateau puis interview par Lodièrs.	Interview.	Standing ovation pour Lisa.
11'40	0'50	Entrée du notaire et de l'huissier.	Scène de plateau.	
12'30	1'30	Scandale de la pénurie de dons aux Pays-Bas.	Reportages.	
14'00	1'30	Appel au SMS, formulaires.		
15'30	5'40	Présentation des candidats, dilemme du choix.	Reportage.	
21'10	0'50	Retour plateau.		Applaudissements.
22'00	1'00	Entrée en scène de la première candidate (Esther-Claire).		
23'00	1'00	Entrée en scène du deuxième candidat (Vincent).		
24'00	1'00	Entrée en scène de la troisième candidate (Charlotte).		
25'00	1'50	Système de vote pour les candidats par SMS.		
26'50	3'38	Portrait d'Esther-Claire.		
30'28	7'02	Retour plateau sur Esther-Claire, interview par Lodièrs, dialogue Lodièrs – Lisa et questions aux candidats.	Scène de plateau.	
37'30		Fin de la première partie.		
Seconde partie				
0'00	1'10	Suite des questions aux candidats puis échanges avec Lisa.		
1'10	1'10	Retour aux votes par SMS.		

2'20	2'35	Portrait vidéo de Vincent.	Reportage.	
4'55	2'12	Retour plateau : interview de Vincent par Lodiens.	Interview.	
7'07	3'28	Reportage sur Charlotte.	Reportage.	
10'35	2'10	Retour plateau, interview de Charlotte.	Interview.	
12'45	1'05	Retour de Lisa sur Charlotte.		
13'50	0'55	Reportage sur le compagnon d'Esther-Claire et sa sœur.		
14'45	1'06	Retour Esher-Claire.		
15'51	1'01	Reportage sur le père de Vincent et son amie.		
16'52	1'08	Retour sur Vincent.		
18'00	1'04	Reportage sur la mère de Charlotte et sa sœur.		
19'04	0'56	Retour plateau Charlotte.		
20'00	2'00	Lisa sur les trois candidats, avec vote provisoire des téléspectateurs par SMS.		
22'00	2'00	Lodiens : question de Lisa aux candidats.		Esther-Claire sur goûts en télévision ; Vincent sur le caractère ; Charlotte.
24'00	0'30	Dernier appel à vote SMS.		
24'30	0'30	Première plaidoirie de Esther-Claire à Lisa.		30 secondes avec décompte sur écran ; Lisa est assise et Esther-Claire debout.
25'30	0'30	Deuxième plaidoirie (Vincent)		

26'03	0'30	Troisième plaidoirie (Charlotte).		
27'00	3'00	Résultat du vote par SMS; Lisa parle.		31% pour EC et V ; 38% pour C ; commentaire : « très serré ».
30'00	2'12	Moment du premier choix.		
32'12	0'28	Elimination de EC par Lisa.		« EC je suis désolée » ; Lodiers demande une réaction à EC : « je m'y attendais ».
32'40	0'15	Applaudissements pour EC.		
32'55	0'38	Annnonce du choix imminent entre V et C et montée en tension.		Lodiers : « l'heure de vérité à présent » ; « l'un d'entre-vous va prolonger sa vie d'une probabilité de 23 ans » ; « je suis très nerveux ce soir et vous deux sans doute bien plus que moi encore ».
33'33	0'10	Retour sur Lisa.		- êtes vous sûre de votre choix ? - oui, même si c'est dur
33'43	0'45	Lodiers dramatise l'enjeu et fait encore monter la pression sur fond de musique stressante en fin de séquence.		« Pouvez-vous annoncer lequel aura une transplantation dans le mois qui vient ? » ; « Lisa, les hollandais veulent savoir qui aura le rein ».
34'28	0'11	Réponse de Lisa.		« La personne qui aura mon rein est quelqu'un qui m'a réellement touché ce soir et cette personne est ... »



34'39	0'41	Interruption de Lodiers et appel à formulaire.		« Attendez Lisa ; je voudrais un temps mort »
35'20	0'29	Révélation de la supercherie.		Les comédiens se congratulent; le public est d'un silence total.
35'49	0'53	Applaudissements du public.		A 36'17 le public se lève.
36'42	0'05	Lodiers reprend la parole.		
36'47	0'23	EC explique pourquoi elle a participé.	Interview.	
37'10	0'10	Applaudissements.		
37'20	0'48	Explications de Vincent puis de Charlotte.		Applaudissements entre les deux.
38'08	1'37	L'animateur reprend la parole face caméra.		
39'45	0'32	Interventions d'hommes politiques.	Reportage (montage de plusieurs parties d'interview et de discours).	
40'17	1'00	Retour plateau avec le rire et l'image de Bart de Graaff.		Conclusion de l'émission.
41'17	0'16	Générique (bande qui défile en bas de l'écran).		
41'33		Fin.		

**L'ACTE CANULARESQUE MEDIATIQUE :  
DISPOSITIFS, PROCÉDES ET ENJEUX COMMUNICATIONNELS  
(EUROPE ET AMERIQUE DU NORD, 2004-2008)**

---

Cette thèse porte sur la recrudescence notable depuis une décennie de certains phénomènes singuliers de mystification mettant en jeu des dispositifs communicationnels assez élaborés, connus sous l'appellation de canulars médiatiques. Apparu au XVIII<sup>e</sup> siècle et en filiation étroite avec certaines pratiques populaires plus anciennes, l'acte canularesque associé à l'usage des médias engage la mise en oeuvre de procédés audacieux qui, au fil du temps et de l'émergence de nouveaux moyens de communication, n'ont cessé de se sophistiquer.

L'analyse d'un corpus de neuf canulars ayant recueilli d'un fort retentissement médiatique au cours de la période 2004-2008 souligne l'importance du jeu des interactions qui s'établissent entre l'auteur, sa cible et le public exposé. Elle témoigne également de la forte incidence du contexte sur la réussite de l'acte. Les transformations profondes qui traversent actuellement la société à l'échelle internationale, ainsi que les importants bouleversements qui modifient et parfois fragilisent le monde de l'information, représentent à l'évidence un terrain propice à la multiplication des canulars médiatiques. Entre la précarisation des conditions d'exercice du journalisme, la concurrence effrénée qui affecte les médias, l'attrait grandissant pour les fictions se donnant pour vraies et la recherche permanente de l'inédit et du spectaculaire, les fausses nouvelles et autres mystifications malicieuses trouvent toute raison de proliférer.

La tournure très transgressive prise par les canulars médiatiques au cours de ces dernières années a conduit récemment à la mise en place de législations plus coercitives et entraîné de la part de leurs victimes des mesures de rétorsion qui nous amènent, en dernière partie de cette thèse, à nous interroger sur le devenir incertain de l'objet et de sa pratique.

**Mots clé :** acte canularesque; action située; activisme médiatique; canular médiatique; défaillance journalistique; microsociologie; mystification.

---

**THE MEDIA HOAX PROCESS :  
LAYOUTS, MECHANISMS AND COMMUNICATION ISSUES  
(EUROPE AND NORTH-AMERICA 2004-2008)**

---

This thesis deals with the issue of a decade-long rise in the number of particular phenomena of mystification that use very elaborate communication mechanisms : the media hoaxes. Appeared in the 18th century and closely linked to ancient and popular practices, the elaborate hoax, associate with media and new technologies, implements audacious processes that became increasingly sophisticated.

The analysis of nine hoaxes cases that have benefited from a wide media echoe during the period 2004 to 2008 emphasizes the significance of interaction between the author, his target and the audience. It also testifies the context's high impact upon the success of the action. The profound transformations that go through worldwide societies and the upheavals that modify and often weaken the information world obviously represent a favourable ground for a multiplication of media hoaxes. From the erosion of conditions in journalism practices, the fierce competition which affects various media, the growing attraction for fictions as true, to the constant search for novelty and the spectacular, false information and other mischievous mystifications find every reason to proliferate.

As the transgressive course taken by media hoaxes in recent years has led to a stringent legislation and the victims' retaliations, we question the uncertain future of this research topic as a practice in the final part of the thesis.

**Key words :** elaborate hoax; media activism; media hoax; microsociology; misreporting; mystification; situated action.

---