

# Fonctionnement et fonction de l'ironie dans un type de presse particulier : la presse satirique. Etude de cas.

Elena Siminiciuc

Université Babeş-Bolyai, Cluj-Napoca

## I. Introduction

Dans cet article nous nous proposons d'illustrer à partir d'un corpus constitué par le journal satirique français *Le Canard enchaîné* (dorénavant CE), en quoi résident quelques-unes des spécificités de l'ironie telle qu'elle apparaît dans la presse satirique. Le choix d'un certain type de discours, le discours journalistique, et d'un certain type de presse, la presse satirique, a été influencé entre autres par le nombre assez réduit d'études portant sur la façon dont l'ironie se manifeste dans le discours satirique en général. Si l'ironie fait de la satire un de ses lieux privilégiés de manifestation, il convient de rappeler, à l'instar de P. Schoentjes (2001), que toute ironie n'est pas satirique, de même que toute satire n'est pas ironique. À la présence assez discrète et rare de l'ironie dans la presse d'information s'oppose une ironie protéiforme, omniprésente dans la presse satirique. Une des principales explications de l'emploi différent qu'on en fait dans les deux types de presse réside dans leurs visées respectives: visée informative dans un cas, visée satirique dans l'autre.

Nous avons jugé important de présenter dans la première partie de cet article en quoi consiste la distinction proposée par S. Duval et M. Martinez (2000) entre le mode et le genre satirique. Elle nous permettra de mieux cerner dans la deuxième partie les rapports qui s'établissent entre l'ironie et quelques genres journalistiques, dont certains sont traditionnellement associés au mode discursif « événement rapporté » : la revue de presse et d'autres, au mode discursif « événement commenté » : l'éditorial et le dessin de presse. (P. Charaudeau : 2005)

## II. Genre ou mode satirique ?

La recherche historique effectuée par S. Duval et M. Martinez (2000) sur la satire les amène à attribuer à Juvénal, poète satirique latin de la fin du Ier siècle - début du IIe siècle, les premières réflexions sur la possibilité d'une superposition du genre et du mode satirique. Les origines de cette réflexion sont à chercher dans les significations différentes du mot satire lorsqu'il est employé au singulier ou au pluriel.

« Le pluriel *saturae* réfère à l'ensemble des poèmes considérés comme autant de satires qui chacune se définit par les règles propres au genre. En revanche, quand il recourt au singulier, Juvénal envisage de façon plus générale le mode d'écriture satirique. Ainsi dans le célèbre vers 'difficile est saturam non scribere' ('il est difficile de ne pas écrire de satires'), la traduction habituelle qui remplace le singulier par le pluriel fausse légèrement la perspective en substituant le genre (des satires) au mode (de la satire). Même si genre et mode sont intimement liés, Juvénal témoigne d'une rare conscience de leur différence. Cette distinction connaîtra l'oubli pendant des siècles jusqu'à ce que la question se repose dans la critique anglo-saxonne moderne, amenée à s'interroger sur des œuvres relevant non du genre mais du mode satirique. » (S. Duval et M. Martinez, 2000 : 180)

Ce ne sera que beaucoup plus tard, au début du XXe siècle que l'épineuse question sera abordée de nouveau par des écrivains, des dramaturges ou des poètes anglo-américains confrontés à une grande

hétérogénéité de formes de discours échappant à une définition unitaire et impossibles à réunir dans une/ plusieurs catégorie(s) générique(s) en raison de l'impossibilité d'établir des critères formels de classement.

Après avoir retracé l'évolution de la satire S. Duval et M. Martinez procèdent à une définition du *mode satirique* comme « processus communicationnel mettant en jeu plusieurs paramètres. ». Il s'agit plus précisément de trois actants : la cible, le satiriste et le destinataire.

La définition de la satire donnée par M. Angenot (1982.37) se dégage, quant à elle, à la suite d'une typologie qu'il établit entre plusieurs formes de discours agoniques, discours qu'il sous-classe dans la grande classe des discours enthymématiques.

Pour M. Angenot, les acteurs du drame agonique sont « la vérité, l'énonciateur et son adversaire » et ce qui distingue la polémique du pamphlet et de la satire réside dans les rapports que chacun de ces trois actants entretient avec les deux autres et dans la relation du locuteur avec la vérité. Ainsi, le polémiste Défend la vérité, mais en même temps il est contraint d'admettre la position de son adversaire qui défend l'erreur. La vérité et l'erreur se trouvent donc sur un pied d'égalité avant que le locuteur-énonciateur ne fasse triompher la première.

Le satiriste est, quant à lui, le seul défenseur de la vérité alors que son adversaire est porteur d'une vision du monde à l'envers. Le pamphlétaire enfin est le détenteur d'une vérité qui paraît paradoxale et que personne ne partage.

Autant S. Duval et M. Martinez que M. Angenot ont saisi de par leur définition du mode satirique et, respectivement, du discours agonique la très forte ressemblance avec ce que U. Windisch (1987) appelle « le discours conflictuel ». La présence d'une cible clairement identifiée en tant que telle ou bien d'un adversaire dont le locuteur va reprendre les paroles à l'intérieur de son discours afin de le disqualifier, ne laisse aucun doute sur une des caractéristiques essentielles du mode satirique, notamment son intentionnalité. C'est effectivement là la fonction pragmatique du mode satirique qui est de dénoncer tout ce qui contrevient à la norme tout en « creusant l'écart entre apparence et réalité ». (S. Duval et M. Martinez, 2000 : 184)

Malgré les points communs qui rapprochent les auteurs mentionnés, il y a une différence d'approche au niveau des paramètres impliqués par la définition du mode satirique. Ainsi, S. Duval et M. Martinez distinguent *la cible* de la satire de son *destinataire*, alors que M. Angenot exclut de son schéma le destinataire et fait apparaître à sa place *la vérité*. La différence d'approche est évidente car si M. Angenot se place par la notion de vérité dans une perspective cognitive, allant au-delà du monde textuel, Duval et Martinez préfèrent rester à l'intérieur des limites du texte.

La perspective adoptée dans ce travail est intra et intertextuelle. En effet, la notion de vérité pose problème en ce qu'elle dépasse les limites du texte pour aller dans l'extra-textuel. Nous préférons la notion de compétence encyclopédique empruntée à C. Kerbrat-Orecchioni (1998), parce qu'elle présente l'avantage pour le destinataire de la satire de s'en tenir au monde textuel. Afin de bien saisir l'intention du satiriste, le destinataire n'a pas besoin d'aller chercher 'la vérité' au-delà du texte, mais il puise dans sa compétence encyclopédique l'ensemble des connaissances nécessaires à son décryptage. Certes, la satire de même que son procédé préféré, l'ironie, ne se laissent pas facilement décryptées, en ce sens qu'elles choisissent leur public-destinataire et que celui-ci n'est pas à confondre avec la cible directement visée par le satiriste. De ce point de vue, nous adhérons à la définition du mode satirique proposée par S. Duval et M. Martinez. Les trois acteurs

de la satire en tant que processus communicationnel sont pour nous aussi le satiriste, la cible et le destinataire qui est appelé à mobiliser toute une série de connaissances (linguistiques, culturelles, politiques, idéologiques etc.) afin de bien saisir l'intention du locuteur- satiriste.

Échappant à toute tentative de canonisation de sa mise en forme discursive à cause de l'impossibilité d'établir les critères formels définissant les genres qui se trouveraient sous son autorité, la satire ne sera dorénavant envisagée qu'en tant que mode satirique.

### III. Presse satirique et discours satiriques

Nous proposons la définition suivante de la presse satirique, définition qui se dégage de la comparaison avec la presse d'information. Afin d'illustrer nos propos nous avons principalement utilisé comme corpus le journal CE, journal qui paraît en France depuis 1905 et qui se sous-intitule « journal satirique ».

La presse satirique est un type particulier de presse en tant qu'elle s'oppose à la presse d'information de par sa visée communicative dominante qui est une visée satirique, correctrice des mœurs, des vices d'une société, de ses institutions, de ses représentants politiques etc. et qui réunit l'ensemble des productions écrites présentant les caractéristiques du mode satirique invoquées par S. Duval et M. Martinez (2002)

Nous avons emprunté à ces auteurs la notion de mode satirique, notion qui nous paraît à l'état actuel de notre recherche la plus pertinente à rendre compte du fonctionnement de certaines productions<sup>1</sup> journalistiques de la presse satirique.

Lorsque la visée satirique sera matérialisée sous une forme discursive particulière qui empruntera les caractéristiques formelles de tel ou tel genre journalistique, nous parlerons de *discours satirique*. A notre avis, il n'y a pas d'incompatibilité entre un discours satirique et un genre journalistique, mais une complémentarité justifiée par le caractère purement fonctionnel du premier et les critères souvent formels du second. Si certains critères formels recensés par les manuels de journalisme (mise en page, dimensions de l'article, signature individuelle ou collective de l'article) permettent l'identification générique de l'article en question, le critère de la visée communicative permet l'attribution d'une deuxième étiquette au même article, étiquette qui se justifie par l'appartenance de l'article au mode satirique.

Il nous semble que la double étiquette générique éditorial-pamphlet, caricature-parodie, journal-parodie, dessin de presse-parodie serait plus appropriée pour les articles journalistiques paraissant dans la presse satirique et qui n'ont pas fait jusqu'à présent l'objet de recherches approfondies de la part des spécialistes en sciences de la communication et des médias ou des linguistes.

### IV. L'ironie dans la presse satirique. Etude de cas.

Le choix du corpus a été dicté par le critère thématique et générique. Nous avons choisi dans la presse un sujet d'actualité, notamment le contrat première embauche (CPE) et toute la polémique déclenchée dans la presse satirique française autour de ce sujet. L'affaire du CPE remonte à l'année 2006 et l'initiative du CPE appartient au Premier ministre en fonction à l'époque, Dominique de Villepin.

L'intérêt croissant que le CPE avait suscité à l'époque auprès des journalistes et des médias explique l'apparition de bon nombre d'articles traitant de la position de différents organes de presse à ce sujet. Nous

avons pu puiser dans la presse satirique beaucoup d'articles appartenant à divers genres journalistiques et nous avons fait le constat d'une préférence des journalistes pour les articles relevant du mode discursif « événement commenté » : il s'agit d'éditoriaux, de chroniques, de caricatures, de billets d'humeur ou d'articles de commentaires.

Sans reprendre le débat autour des genres journalistiques qui permettent l'emploi de l'ironie, nous faisons le constat du rapport qui s'établit entre l'emploi de l'ironie dans un type particulier de presse, notamment la presse satirique et la visée communicative sous-jacente à ce type de presse : visée corrective. De ce premier constat découle un autre, celui du rapport étroit entre l'ironie et le mode discursif privilégié de la presse satirique, notamment « l'événement commenté » si on reprend la terminologie proposée par P. Charaudeau (2005).

#### IV.1. Traits définitoires du genre information médiatique

P. Charaudeau définit le genre information médiatique comme « le résultat du croisement de quatre traits définitoires : le type d'*instance énonciative*, le type de *mode discursif*, le type de *contenu* et le type de *dispositif*. (2005 : 172)

Dans la typologie de base des genres journalistiques qu'il propose, P. Charaudeau prend en considération deux grands critères : les modes discursifs de traitement de l'information, placés sur un axe horizontal (« événement rapporté », « événement commenté », « événement provoqué ») et les principaux types d'instance énonciative (instance à « origine externe », instance à « origine interne »), auxquels il superpose un degré d'engagement (+/-), le tout placé sur un axe vertical. (2005 : 173-174)

Du point de vue de ces quatre paramètres définitionnels, le corpus que nous avons choisi d'analyser présente une certaine homogénéité.

Ainsi, l'instance énonciative dans le cas de tous les articles choisis est représentée par des journalistes membres de l'équipe rédactionnelle du *CE*. Il s'agit donc d'une instance énonciative interne à l'organe d'information et dont les marques sont présentes dans le texte (déictiques de la première personne du singulier ou du pluriel). Cette présence très marquée et fréquente de la première personne rend compte du type de mode discursif de l'événement médiatique en question. Il s'agit dans tous les cas soumis à l'analyse d'un événement commenté, notamment des débats et des prises de position qui ont été suscités par le CPE, événement d'actualité de la politique nationale française.

Quant au quatrième paramètre définitionnel, le type de dispositif, il fait référence au support médiatique qui a servi à la publication des articles de notre corpus. Il s'agit d'un type particulier de presse écrite, notamment la presse satirique représentée par le journal *CE*.

En effet, la plupart des manuels de journalisme (M. Coman : 2005, Y. Agnès : 2002, J.-L. Martin-Lagardette : 2003) s'accordent à classer les genres journalistiques mentionnés dans la grande classe des articles de commentaire. Dans cette classe, l'engagement énonciatif et la marge de liberté du locuteur sont beaucoup plus élevés que dans un article informatif. Il y a dans les articles de commentaire une dose de subjectivité qui découle de la nature même du genre journalistique. Dans un article de commentaire en particulier et dans la presse satirique en général, il y a un présupposé, notamment celui de la connaissance que

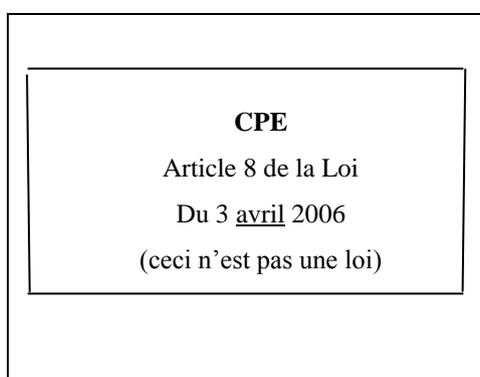
le lecteur du journal a de l'événement politique commenté. « Il s'agit moins d'informer que d'utiliser un fait pour atteindre un but précis. » (J.-L : Martin-Lagardette, 2003 : 100)

\*

Dans ce qui suit nous allons illustrer à travers quelques articles tirés exclusivement de la presse satirique comment l'ironie y fait sentir sa présence, quels sont les procédés susceptibles d'expliquer son fonctionnement et quel est le rapport qu'elle établit avec certains genres journalistiques comme l'éditorial ou la revue de presse.

#### IV.2. L'ironie dans les dessins de presse

### SURREALISME



Pancho (CE, No 4458, 5.04.2006, p.1)

Nous sommes en présence d'un dessin de presse qui se caractérise par l'enchevêtrement de deux systèmes sémiotiques différents : le verbal et l'iconique. Le dessin représente le cadre d'un tableau qui porte le titre « *surréalisme* ». À la place d'une image ou d'un dessin, sur la toile apparaît un petit texte : en gras, comme un sous-titre, trône l'abréviation sous laquelle est désormais connu le CPE et, en dessous, une spécification à valeur d'affirmation : « article 8 de la Loi du 3 avril 2006 ». En dessous de cette spécification, entre parenthèses, on lit une négation polémique : « *ceci n'est pas une loi* ». Afin de mieux comprendre le dessin, il faudrait que le lecteur soit capable d'attribuer la paternité du CPE à une instance et la paternité de l'énoncé « *ceci n'est pas une loi* » à une autre instance énonciative. L'ironie agit à deux niveaux : d'un côté, elle naît de la contradiction entre une négation polémique et l'affirmation sous-jacente. Les indices de l'ironie dans ce cas sont de nature verbale. De l'autre côté, nous sommes en présence d'une contradiction qui s'établit entre un indice verbal, le titre du dessin de presse et un indice iconique : le cadre d'un tableau.

Le titre « *surréalisme* » contient une ambiguïté. Il peut être entendu soit comme (i) <*mouvement artistique*>, soit comme (ii) <*ce qui dépasse l'imagination, ce qui paraît complètement insensé*>. Ce qui crée l'ironie, c'est, nous semble-t-il, que ces deux acceptions comportent des implications axiologiques différentes : (ii) exprime un jugement de valeur négatif, et « fonctionne comme symptôme » que l'énonciateur adopte une ligne argumentative défavorable au référent qualifié ; tandis que (i) est axiologiquement neutre, pouvant par

cela servir à la ligne argumentative inverse. Nous sommes donc en présence d'une syllepse lexicale (« un même mot est pris en deux sens dans la même phrase », Du Marsais), d'un « double jeu énonciatif consistant à actualiser simultanément deux acceptions du même mot qui ont des potentiels argumentatifs divergents. » (A. Berrendonner, 2001-2002 : 121)

L. Hutcheon parle dans son article sur l'ironie de plusieurs types de compétences nécessaires au décodage du discours ironique : compétence linguistique, compétence générique et compétence idéologique. « Le lecteur qui ne réussit pas à saisir l'ironie (la parodie, la satire) est celui dont l'attente est d'une manière ou d'une autre insuffisante. » (1981 : 149-150)

Si on prend en considération le type de presse qui abrite ce genre de dessin, notamment la presse satirique, nous comprenons mieux pourquoi un dessin de presse fondé sur la parodie d'une peinture de Magritte y trouve sa place. En dehors de l'explication sur le caractère élitiste de cette troisième compétence impliquée dans la réception du discours ironique, nous aimerions en jouter deux autres : le type de public auquel s'adresse la presse satirique et le type de visée communicative (corrective) de ce type de presse.

« Pendant toute une période, nos lecteurs ont été un peu nos complices. Nous faisons un journal un peu ésotérique, qui s'adressait à des habitués dans un langage convenu, avec des clefs que les lecteurs comprenaient d'emblée. » (L. Martin, 2005 : 564)

La nature et la raison d'être du *Canard enchaîné* « sont précisément de dénoncer, de railler, de tourner en dérision ». (L. Martin, 2005 : 557)

#### IV.3. L'ironie dans l'éditorial

Dans ce qui suit nous nous attarderons sur un éditorial paru dans le *CE* sur la même page que le dessin précédemment analysé et intitulé *Feuille de déroute*. Dans un éditorial et encore plus dans un éditorial de la presse satirique, les prises de position de la part du journaliste signataire de l'article font la spécificité de ce genre journalistique qui est défini comme un « événement commenté » où l'engagement énonciatif du journaliste atteint son plus haut niveau (Charaudeau 2005b: 174).

En rappelant la remarque de L. Hutcheon sur la difficulté d'une analyse de l'ironie dans les textes d'une certaine longueur, nous aimerions amener en discussion la question de la tonalité ironique.

« De l'aveu général, la localisation de l'ironie dans des segments textuels plus longs que la phrase présente énormément de difficultés, ce qui fait que ce type d'étude reste difficile mais pas du tout impossible. Il y a des normes (syntaxiques, sémantiques, diégétiques) à la fois analysables et établies dans le texte lui-même qui sont en état de fournir au lecteur (à partir de leurs transgressions) les signaux d'une évaluation ironique, surtout quand ces transgressions sont répétées ou juxtaposées. À titre de mécanisme rhétorique, l'ironie fonctionne comme un de ces phénomènes linguistiques qui n'ont pas de position permanente et achevée dans la langue, mais qui au contraire tirent leur signification de l'acte de production linguistique, à savoir de l'énonciation. C'est en tant que tel que la satire et la parodie l'utilisent. » (L. Hutcheon, 1981 : 153)

Il n'est pas rare que certains auteurs de manuel de journalisme parmi lesquels Y. Agnès (2002) rangent l'ironie parmi les traits définitoires d'un certain genre journalistique. C'est notamment le cas de l'éditorial qui peut être écrit sur « un ton ironique » ou sur « un mode ironique ».

Autant la satire que l'ironie ont recours à un niveau de langue familier, voire très bas et vulgaire. Voilà un autre élément qui autorise la distinction entre la presse d'information et la presse satirique. Pour illustrer notre propos nous avons choisi de présenter l'attaque d'un éditorial paru sur la « une » du *CE*.

*« La France a l'air à la ramasse. Mais observez-la de près. Elle a les jambes écartées. Elle attend qu'on la baise : ça fait trop longtemps que personne ne l'a honorée ! » En lançant cette délicate saillie, notre obstiné Premier ministre s'était quelque peu emballé. Avec son CPE à la hussarde, c'est le prince de la métaphore à la testostérone qui s'est fait prendre sauvagement à la rodomontade burnée. C'est lui qui se retrouve « à la ramasse », et subit les outrages qu'il se targuait d'infliger. Villepin qui mettait de la « couille » au coin de ses alexandrins, se voit bel et bien contraint de mettre de l'eau dans son vin. Au-delà du ridicule de cette logomachie galouzesque, c'est évidemment l'ampleur du ratage qu'il convient de relever. » (Le *CE*, 4558, 5.04. 2006)*

La citation qui ouvre l'éditorial attribuée au ministre Dominique de Villepin est écrite dans un registre de langue que le locuteur journaliste empruntera jusqu'à la fin de l'attaque afin de marquer son propre positionnement. Le ton va devenir de plus en plus incisif, voire agressif au fur et à mesure que le locuteur journaliste emploie un vocabulaire avec de très fortes connotations sexuelles tout le long du même paragraphe.

L'ironie sera de retour dans le deuxième paragraphe de l'article et le principal moyen de la mettre en scène sera l'antiphrase :

*« Un franc succès du stratège Villepin. Une grande réussite de plus à mettre à l'actif de ce régime, qui, en un an, a réussi la prouesse de trois grandes crises. Le non à la Constitution européenne, les banlieues à feu et à sang, et la bérézina du CPE. Du grand art. De l'art de plus en plus conceptuel quand il s'agit de promulguer une loi pour ne pas l'appliquer, de la suspendre sans la suspendre, puis de confier la préparation de la nouvelle à son ennemi juré. » (Le *CE*, 4558, 5.04.2006).*

Les procédés mis au service de l'ironie dans ce paragraphe sont l'antiphrase mêlée à l'exagération : « un franc succès », « une grande réussite », « du grand art », « de l'art de plus en plus conceptuel » ; l'oxymore « la prouesse de trois grandes crises » (déclencher une crise est tout sauf un acte de prouesse), « confier... à son ennemi » et la tautologie : « promulguer une loi pour ne pas l'appliquer », « suspendre sans la suspendre ».

#### IV.4. L'ironie dans la titraille

La titraille est elle-aussi porteuse des marques de l'ironie dans la presse satirique. Nous avons choisi d'analyser la une du *CE*, no 4557 du 29.03.2006. Parmi les qualités d'un bon titre, Agnès mentionne

l'adaptabilité au genre : « un bon titre donne le ton d'un article, il doit donc être adapté au style de celui-ci, au genre journalistique. » (2002 :130)

Le surtitre de la « une » (souligné) forme avec l'intertitre (écrit en gras) un énoncé incitatif qui donnera la tonalité de l'éditorial et annoncera comme une mise en abîme la principale stratégie discursive sur laquelle repose l'éditorial et la tribune de presse écrits en clé satirique.

« *Grâce au triomphe de son CPE*

*Villepin déjà au palais de l'Enlisé* » (Le CE, no 4557, 29.03.2006)

Au-dessous du sous-titre, trône toujours en caractères gras le titre de l'éditorial : « Le monologue social » et, sur la colonne de gauche, une tribune de presse portant le titre « Le dialogue du sourd ». Le lecteur est amené à un premier balayage vertical de la « une » à saisir la contradiction argumentative entre les groupes nominaux figurant dans le surtitre : « triomphe du CPE » et « palais de l'Enlisé » et, à un deuxième balayage horizontal, la contradiction entre les titres des principaux articles « Le monologue social » et « Le dialogue du sourd ». Ces quatre groupes nominaux concentrent de par leur sémantisme même toute la contradiction argumentative sur laquelle reposeront autant l'éditorial que la revue de presse satirique de la « une ».

#### IV.5. L'ironie dans la revue de presse

Nous nous proposons d'illustrer à travers ce dernier exemple le phénomène de migration du genre journalistique revue de presse du mode discursif « événement rapporté » vers le mode discursif « événement commenté »

Selon Agnès, « la revue de presse est une collection de citations significatives d'informations et surtout de commentaires publiés dans d'autres journaux ou diffusés par des médias audiovisuels. » (2002 : 191)

La plupart des manuels de journalisme s'accordent à classer la revue de presse dans la grande classe des articles d'information.

La présence d'une revue de presse à l'intérieur de la presse satirique nous a amenée à nous interroger sur le statut de ce genre journalistique et sur son appartenance préétablie à un certain mode discursif. Suite à la remarque selon laquelle la presse satirique abrite le plus souvent des articles relevant du mode discursif « événement commenté » et qui, en plus, ne portent presque jamais une étiquette générique, nous avons formulé l'hypothèse d'un phénomène de migration d'un genre journalistique comme la revue de presse d'un mode discursif à un autre en présence de phénomènes énonciatifs comme l'ironie.

Autant l'attaque que la chute de l'article « Le dialogue du sourd » relèvent de l'engagement énonciatif de l'équipe rédactionnelle de l'article, engagement assumé par l'absence de signature de l'article. Cette absence de signature est un indice très fort de la prise en charge énonciative par l'équipe rédactionnelle de l'organe de presse en question et par là, du mode discursif dont relève l'article : l'événement commenté. Dans le cas de la revue de presse « Le dialogue du sourd », la visée informative cède la place à la visée satirique et ce changement au niveau de la visée justifie le changement de mode discursif d'un genre journalistique généralement considéré comme relevant du mode « événement rapporté ».

L'article que nous avons soumis à l'analyse porte sur l'idée de dialogue social mise en avant par Dominique de Villepin suite aux réactions de désaccord de la population à l'égard de la loi sur le CPE. Excepté les paragraphes de début et de fin, le corps de l'article est constitué d'une série de citations reprises à la presse d'information représentée par des journaux comme « La Tribune », « Le Monde », « Le Figaro économie ». Toutes ces citations se constituent en autant de preuves en faveur de l'idée de « dialogue social » promue par Dominique de Villepin. Chacune des citations est précédée d'un bref commentaire émanant de l'équipe rédactionnelle du journal et décrivant dans une accumulation progressive de lexèmes appartenant au vocabulaire médical, l'ampleur de l'obsession du Premier ministre : « une *pathologie* dont l'évolution a été frappante », « les premiers *symptômes* de la *maladie* », « l'idée fixe du Premier ministre ... *contamine* tous ses proches », « *le virus* refait surface », « le locataire de Matignon finit par *inoculer le virus* aux journaux », « le 13 décembre c'est *le pic de la maladie* ».

Comme l'a montré A. Berrendonner (2000-2001), le mélange de lexèmes relevant de terminologies spécialisées différentes (le discours politique de Dominique de Villepin et la terminologie médicale à laquelle a recours le journaliste pour caractériser le discours de Villepin) illustre clairement le positionnement du locuteur. L'idée de dialogue social tellement chère au Premier ministre devient au fil de l'article « une maladie incurable », « une vraie obsession » pour se transformer brusquement à la fin « en léger détail ».

## V. Conclusions

Nous espérons avoir montré au terme de cet article le fonctionnement de l'ironie dans la presse satirique et illustré quelques-uns des procédés qu'elle exploite. Nous avons également voulu montrer par l'analyse de divers genres journalistiques le rapport qui s'établit entre, d'un côté, l'ironie et les genres journalistiques du mode discursif « événement commenté » (éditorial, dessin de presse) et, de l'autre côté, entre l'ironie et les genres journalistiques qui relèvent traditionnellement du mode discursif « événement rapporté » (revue de presse).

La presse satirique est un lieu privilégié de manifestation de l'ironie. La plupart des articles de la presse satirique relèvent du mode discursif « événement commenté » et cela s'explique par la visée dominante satirique/ corrective de ce type de presse par opposition avec la visée dominante informative de la presse d'information.

Pourtant la presse satirique abrite des articles généralement reconnus comme appartenant au mode discursif « événement rapporté » et qui, grâce à l'intrusion du phénomène de l'ironie, changent de visée communicative et, implicitement, de mode discursif. C'est le cas de la revue de presse.

## Abréviations :

CE : Le Canard enchaîné

CPE : Contrat Première Embauche

## Références :

- Adam, J.-M. (1997) « Unités rédactionnelles et genres discursifs : cadre général pour une approche de la presse écrite », in *Pratiques*, no. 94, p. 3-18

- Agnès, Y. (2002) *Manuel de journalisme. Ecrire pour le journal*, La Découverte, Paris
- Angenot, M. (1982) *La parole pamphlétaire*, Payot, Paris
- Berrendonner, A. (1981) « De l'ironie ou de la métacommunication : l'argumentation et les normes », *Eléments de pragmatique linguistique*, Paris, Minuit, p. 173-239
- Berrendonner, A. (2000-2001) « Portrait de l'énonciateur en faux naïf », in *Semen* 15, p. 113-125
- Charaudeau, P. (2005) *Les médias et l'information*, De Boeck, Bruxelles
- Coman, M. (2005) *Manual de jurnalism*, Iași, Polirom
- De Broucker, J. (1995) *Pratique de l'information et écritures journalistiques*, Paris, Les Editions du Centre de formation et de perfectionnement des journalistes
- Ducrot, O. (1984) *Le dire et le dit*, Paris, Minuit
- Duval, S. (2000) *La satire*, Armand Colin, Paris
- Martinez, M.
- Hutcheon, L. (1981) « Ironie, satire, parodie », in *Poétique* 46, p. 140-156
- Kerbrat-Orecchioni, K. (1998) *L'implicite*, Paris, Armand Colin
- Martin, L. (2005) *Le Canard Enchaîné. Histoire d'un journal satirique 1915-2005*, Eds. Nouveau Monde, Paris
- Martin-Lagarrette, J.-L. (2003) *Le guide de l'écriture journalistique*, Paris, La Découverte
- Matei-Săvulescu, A. (2001) *Genurile preseii*, Pitești, Ed. Independența economică
- Preda, S. (2006) *Jurnalismul cultural și de opinie*, Iași, Polirom
- Schoentjes, P. (2001) *Poétique de l'ironie*, Paris, Seuil
- Sperber, D. (1978) « Les ironies comme mentions », in *Poétique*, no 36, p. 399-412
- Wilson, D.
- Windisch, U. (1987) *Le K.-O. verbal. La communication conflictuelle*, L'âge d'homme, Paris

---

<sup>i</sup> Si nous avons choisi de parler pour l'instant de 'productions journalistiques' plutôt que de genres journalistiques propres à la presse satirique c'est tout d'abord à cause de la profusion des formes discursives que ce type particulier de presse abrite souvent sous son toit.

Une deuxième raison justifiant notre choix terminologique réside dans l'absence presque générale - à l'intérieur de la presse satirique - de l'étiquette générique qui accompagne traditionnellement les articles de la presse d'information. Un troisième argument réside dans la position adoptée par les manuels de journalisme qui évitent de proposer une nomenclature des genres journalistiques propres à la presse satirique.