

Les Guignols

Archétypes et satire à portée universelle

Introduction

Les Guignols repartent sur de nouvelles orientations. Il s'agit désormais d'élaborer et de mettre en œuvre un concept susceptible d'être décliné à l'international et potentiellement dans d'autres formats.

L'enjeu est de mobiliser la nouvelle équipe d'auteurs autour de la production d'une émission de flux dont la philosophie générale se trouve ici explicitée, de manière à renforcer et à conquérir les éléments de notoriété qui permettront, à terme, différentes déclinaisons.

A cet effet, le présent document pourra servir de **guide** pratique pour la nouvelle équipe d'auteurs, de manière à baliser un travail collectif orienté par une même ambition : **amplifier** la réussite et la réputation d'un programme dont le savoir-faire éprouvé a permis la cristallisation d'un style, **élargir** la portée satirique des Guignols en accentuant plus particulièrement **la dimension archétypale des marionnettes qui constitue originellement et par destination leur raison d'être.**

*

1. Renforcement de la dimension archétypique des marionnettes et construction d'histoires.

Une marionnette incarnant, sous la singularité de son costume, un trait psychologique, un type d'homme ou un comportement social universellement identifiables est spontanément perçue comme une « figure archétypique ». **L'universalité du caractère suscite une reconnaissance immédiate.**

En outre, la confrontation scénarisée de marionnettes emblématiques permet de traduire, en un langage commun, **les mécanismes fondamentaux qui structurent l'histoire globale de l'humanité.** Comme l'indique Joseph Campbell, « *sous la diversité du costume, la mythologie est toujours la même* ».

Ainsi, plus les marionnettes des Guignols seront archétypiques, plus elles seront susceptibles d'être identifiées par un public mondial comme des **héros des temps modernes appartenant à l'inconscient collectif.**

*

Dans cette optique, la volonté d'accentuer la dimension universelle des marionnettes destinées à animer la nouvelle cohorte des Guignols semble impliquer le remplacement progressif de certaines marionnettes certes bien ancrées dans l'actualité franco-française mais qui porteraient des marques archétypiques trop diffuses.

Deux critères primordiaux permettent d'évaluer le potentiel d'une marionnette :

- sa **capacité à incarner un caractère intemporel** ;
- sa **capacité à susciter une reconnaissance universelle**.

Le croisement de ces deux critères permet de **défendre en priorité le choix de marionnettes portant les traits de personnalités à forte notoriété internationale et qui incarneraient en même temps un type humain universel**.

En ce sens, il faut noter que **l'hypermédiatisation** est elle-même bien souvent l'effet d'une mise en scène caricaturale de comportements immédiatement reconnus comme emblématiques. Comme en atteste le classement établi par le magazine Forbes, les personnalités les plus médiatisées du moment apparaissent en même temps comme des caricatures d'elles-mêmes et comme des archétypes d'impudence, pour reprendre à La Bruyère un terme aujourd'hui synonyme d'exhibitionnisme vulgaire.

Ainsi, **la satire des people** appartient sans conteste au registre naturel des Guignols plus précisément conçus comme une satire des mœurs les plus absurdes de l'époque.

Tout personnage public dont la médiatisation tient principalement au fait qu'il est déjà perçu comme **une marionnette appartenant au cirque people international**, possède donc un quasi droit d'entrée aux Guignols.

Tel est le cas, par exemple, de **Kim Kardashian**, de **Justin Bieber** ou de **Miley Cyrus**, figures incarnant aux yeux du monde entier l'exhibitionnisme sans gêne, personnalités dont la vie réelle constitue en elle-même un symbole universel et la vie médiatique un symptôme de notre temps.

Cependant, la satire de la *peopolisation* du monde ne saurait constituer le tout d'un programme résolument soucieux d'opérer **une critique plus ample de la vanité des modes** et de plusieurs évolutions sociétales en cours pour en exploiter le ressort comique.

*

Au-delà de la sélection obligée de quelques grandes figures archétypiques de la planète *people*, il conviendra donc de déterminer le choix des marionnettes intronisées selon **3 axes méthodologiques possibles** :

- Soit, partant de l'existence médiatique effective d'une personnalité « *guignolisable* », simplifier, accentuer et modéliser son caractère de manière à élever la marionnette au rang d'incarnation emblématique, voire de figure mythique.
- Soit, partant de la définition préalable d'un archétype universel, chercher la personnalité déjà existante susceptible d'en être l'incarnation la plus éloquente. Et dans cette perspective, il semble relativement indifférent que la marionnette porte les traits d'un personnage local ou international dès lors que l'archétype est immédiatement lisible pour un public non local.
- Soit, partant de la définition d'un archétype universel et intemporel, créer de toutes pièces une marionnette qui pourrait porter les traits d'un acteur ayant incarné des personnages emblématiques d'un type humain (Jean-Pierre Bacri en râleur, Hugh Laurie en misanthrope, Bourvil en benêt ou Dwayne Johnson représentant « The rock » surpuissant). Cette dernière piste, moins structurante que les deux premières, pourra être testée à la marge, avec la vigilance et les précautions qu'impose le respect du lexique fondamental des Guignols.

Dans ce travail méthodique, **la tradition des moralistes et satiristes français peut constituer une source d'inspiration très fructueuse.**

Les œuvres de La Fontaine, Molière, La Bruyère, La Rochefoucault, Saint-Simon, par exemple, offrent en abondance des **exemples de caractères emblématiques de comportements humains universels à partir desquels il serait possible de construire des scénarii ou de structurer les relations entre les marionnettes.**

La lecture de La Fontaine, en particulier, nous invite à mettre en exergue des **duos pertinents** de manière à bâtir des histoires à l'intérieur desquelles les marionnettes évoluent.

La dynamique narrative, en effet, est un élément primordial qui permet d'arracher les grands types humains associés au caractère statique et à la monotonie du stéréotype. Pour que l'archétype fonctionne, il a toujours besoin d'un contrepoint, ce qui le met en valeur ou permet des retournements de situation (maître/esclave, flatteur/flatté), voire des effets d'apprentissage (lâche/courageux). **L'intérêt du public** est d'autant plus soutenu que l'archétype se révèle au gré de ses aventures, quitte à connaître des mutations et des métamorphoses.

Les duos classiques dans les fables de La Fontaine proposent des formes de confrontations et de rencontres dont le ressort comique et dramatique reste exploitable, au regard notamment de l'actualité mondiale.

Ainsi, **sur le plan politique international**, *la mouche du coche*, persuadée d'organiser le cours des choses quand elle ne fait que suivre le mouvement d'une puissance supérieure peut être figurée aussi bien par Hollande suivant Merkel, que par l'Europe suivant les États-Unis, ou par la Politique suivant la Finance... Le coche d'aujourd'hui peut se transformer en mouche de demain, dans un jeu de pouvoir et d'illusion qui caractérise notre âge médiatique.

*

Pour répondre à une visée nettement plus sociétale de la caricature, il pourrait s'avérer pertinent d'emprunter au fabuliste des caractères intemporels et des situations exemplaires, pour créer quelques marionnettes emblématiques de notre époque.

A titre d'exemple, *Le renard et les raisins* met en exergue ce trait psychologique aujourd'hui répandu qui consiste à *faire de nécessité vertu* et qui s'incarne désormais dans la figure emblématique d'un personnage tentant d'échapper au diktat de l'économie marchande (double inversé du consommateur frénétique), Mac Gyver du quotidien, apologiste du système D pratiquant en toutes circonstances la moindre dépense (exact contre-point du **parvenu** incarné notamment par un Donald Trump).

Cet homme de tous les jours, **emblème d'une classe moyenne sous contrainte, tentant d'échapper à la réalité de sa condition en valorisant de nouveaux usages** (co-voiturage, échange de domicile, promotion des biens de seconde main ...) est désormais une figure majeure de la société occidentale.

Cependant, **l'archétype de celui qui fait de nécessité vertu**, qui se livre à l'apologie du rien alors qu'il commence à manquer de tout, qui devient adepte de la non-consommation ou du recyclage, et qui brandit comme un choix moral ce qui n'est qu'une contrainte matérielle, est encore fort peu exploité dans sa dimension caricaturale et tragi-comique.

Les nouveaux *habitus*, liés notamment à l'économie circulaire, sont encore très peu tournés en dérision. Au contraire, l'idéologie dominante paraît justifier le sacrifice, la sobriété et la pratique du partage pour tous ceux qui manquent des moyens de faire autrement. Or, la satire n'est drôle et vraiment coriace qu'à la condition de **s'attaquer aux modes et aux mœurs encensées** et généralement prescrites par des leaders d'opinion universellement identifiables.

Dans cette perspective, ces **leaders de luttes vertueuses**, comme Noémie Klein (*no logo*), entrés en résistance contre la société consumériste, constituent les **figures emblématiques de combats archétypaux**, ceux du bien contre le mal, du petit contre le puissant, dont la caricature pourrait être poussée davantage.

Le chat et le vieux rat (la méfiance est mère de la sûreté) met également en scène des personnages encore trop peu utilisés dans les programmes satiriques. Et pourtant, la généralisation de la suspicion (on n'a jamais marché sur la lune, les attentats du 11 septembre n'ont jamais eu lieu, les médias nous manipulent...) traduit, de manière pathologique, une tendance archétypique qui traverse en profondeur la psyché contemporaine.

A cet égard, **le ressort comique des théories du complot** demande à être exploité à la hauteur des croyances qu'elles suscitent.

Plutôt que de prendre pour cible ce qui fait désormais l'objet d'une défiance généralisée et d'attaquer des formes d'autorité à présent désacralisées (politiques,

scientifiques, intellectuelles...), les Guignols pourraient mettre en scène la figure emblématique de la suspicion que constitue parfois de manière caricaturale la sentinelle citoyenne, nouvel acteur du débat public convoqué sur différents plateaux pour questionner **les experts dont la parole est décrédibilisée**.

Une marionnette sentinelle citoyenne qu'on n'arrive jamais à mettre en confiance pourrait être construite à cet effet.

Le paranoïaque a certes souvent raison, comme le relève Freud, mais le fait de se méfier de tout le rend ridicule. Un comportement rationnel (se méfier des pièges tendus) systématisé devient un comportement fou qui peut être hilarant et efficacement exploitable dans la nouvelle formule des Guignols.

*

Encore faut-il souligner qu'il ne s'agira pas de copier La Fontaine ou d'imiter La Bruyère mais de **percevoir comment des comportements sociaux universels et intemporels s'incarnent dans des figures très actuelles**.

La satire des mœurs et des modes du moment, telles qu'elles se répandent en Occident et dans sa sphère d'influence, peut conquérir une audience élargie dès lors que les **traits humains** (avidité, lâcheté par exemple), les **comportements sociaux** (l'exhibition de soi –selfie, réseaux sociaux- ou l'impudence décrite par La Bruyère) ou les **types de personnages** visés (le parvenu, le jeune rebelle ou récalcitrant) sauront s'incarner dans des marionnettes universellement identifiables.

La sociologie contemporaine a ainsi déterminé des types de comportements plus universels que locaux, caractérisant notamment telle ou telle génération de manière globale. A titre d'exemple, **la génération Y (why)**, objet d'études internationales, constitue une constante transfrontalière dans le monde occidental.

Le type de jeune appartenant à cette génération, par ses réticences à souscrire aux règles ordinaires de la vie sociale et de l'organisation du travail, fait écho à **l'archétype intemporel du jeune à la recherche de gratifications immédiates**, personnage qui traverse les siècles, sous différents visages et dans différentes situations, dès lors notamment qu'il ne saisit pas spontanément que « le travail est un trésor » (*Le laboureur et ses enfants*, La Fontaine).

De toute évidence, cet objet d'étude psycho-sociologique attend de passer à la moulinette d'une caricature décapante, d'autant que **le jeunisme constitue un travers archétypique de notre temps**.

Super-héros du monde du travail, **les Y-men (why men)** pourraient avoir leur marionnette et leur chef de cohorte (sous les traits par exemple de Kev Adams), s'interrogeant sur le sens de tout à tout propos, indolent et revendicatif à la fois, toujours retenus dans leur engagement, par un « défaut de courage » (La Bruyère) masqué par un questionnement existentiel ininterrompu.

De même, « *les délicats qui sont toujours malheureux car rien ne saurait les satisfaire* » (La Fontaine) s'incarnent désormais dans **la figure archétypique de**

l'individu obsédé par le bien-être et en quête de la sérénité parfaite, qui fait appel à des coachs (figures modernes du directeur de conscience ou du tuteur) dans toutes les circonstances de la vie pour trouver sa voie.

La création d'une marionnette « coach » sous les traits par exemple du professeur de sport de la série Glee (Sue Sylvester), universellement connu pour ses survêtements Adidas, pourrait donner lieu à la construction de scénarii décalés : l'austérité apprenant la souplesse et la décontraction (Merkel en séance de yoga ou de stretching), la décontraction faisant l'apprentissage de la réactivité (Hollande entraîné au squash), sous la houlette d'un coach à l'énergie mêlée de sadisme.

Dans la même optique, les prescripteurs de goût dont la fatuité a si souvent été raillée par les moralistes sont désormais incarnés par des figures emblématiques que sont, par exemple, Anna Wintour ou Karl Lagerfeld que l'on pourrait placer en situation de conseiller sur son apparence voire de relooker tel ou tel grand de ce monde.

Les Youtubers les plus prisés chez les jeunes eux-aussi (Enjoy Phoenix, Bethany Mota) dont le succès surpasse la platitude de leurs conseils ont sans doute également une place possible dans l'arène des Guignols qui cibleraient ainsi les fausses valeurs incarnées par ces jeunes prescripteurs qui ont désormais leur cour de followers et leurs fans. La mise en situation de ces marionnettes inédites, à travers des situations décalées et par le biais notamment de confrontations intergénérationnelles (Bethany Mota et Hillary Clinton, ou Enjoy Phoenix et *maman*), pourrait inspirer nombre de scénarii au tranchant satirique.

Dans ce travail de mise en pièces des impostures et des ridicules de l'époque, une marionnette hyper caustique pourrait efficacement intervenir, sous les traits d'un intellectuel désabusé, s'exprimant avec cette acuité mordante qui manque aujourd'hui cruellement à la cohorte des complaisants qui peuplent l'espace médiatique (*De la complaisance*, La Bruyère).

A cet égard, la puissance archétypique d'une personnalité comme Michel Houellebecq, synthèse détonante du cynique (Diogène), du misanthrope (Alceste) et du pessimiste (Schopenhauer), pourrait inspirer la création d'une marionnette incarnant les traits intemporels des personnages précédents.

2. Satire des mœurs contemporaines et fable du monde

C'est bien le projet de la grande tradition moraliste qui vaut ici d'être poursuivi par les Guignols pour conquérir un public davantage intéressé par la satire des habitudes absurdes que par les considérations anecdotiques de la politique franco-française.

Comme le signalait déjà La Bruyère, les mœurs du siècle ne sont pas celles d'un seul pays ou d'une seule époque, mais celle de l'homme en général. Il s'agit donc toujours de dégager par delà les traits particuliers les caractères éternels, « de dévoiler l'homme dans sa nature universelle ».

Le ton de la satire qui est celui des « Caractères » reste donc bien celui des Guignols, émission fidèle à son style. L'ambition renouvelée du programme suppose cependant de renouer davantage avec le projet de « *corriger les mœurs par le rire* » cher à Molière. Notre époque, en effet, tient ses **précieuses ridicules**, ses **malades imaginaires** et ses **bourgeois gentilshommes** guignolisés et guignolisables.

Elle a ses *diseurs de rien* qu'évoquait La Bruyère dans son chapitre sur **l'impertinence** : chroniqueurs patentés qui parlent à tout propos pour ne rien dire et qui devraient facilement trouver leur marionnette.

La satire de l'impudence (de ceux qui ne rougiraient de rien) développée par l'auteur des Caractères renvoie désormais à celle de la peoplisation du monde, marquée par le triomphe de la malséance, cible intemporelle des moralistes.

Quand La Bruyère tourne en dérision *le débit des nouvelles*, les Guignols caricaturent **les errances de l'info en continu**.

C'est dans cette filiation que s'inscrit le projet de transformation des Guignols.

3. Le local et l'universel

La fidélité à la tradition des moralistes français n'implique en aucun cas l'enfermement des Guignols dans un tropisme franco-français.

A contrario, la conquête d'une audience internationale ne suppose pas l'aseptisation ou l'affadissement du programme auprès du public français.

Le pari qui peut être fait est d'approfondir et de **consolider un style qui est le nôtre (une french touch) pour atteindre un public international**. La structuration archétypique d'un programme conçu comme une satire globale d'habitus partagés et de tics universels devrait être l'élément décisif de ce succès.

La reprise via Daily Motion des meilleurs morceaux et la **viralité du Net** devraient, en outre, favoriser l'internationalisation progressive de la réputation des Guignols. Une **stratégie digitale adaptée** devrait être également conçue à cet effet :

Toutefois, c'est bien un **succès national** qu'il s'agit d'abord de bâtir, même si ce succès a vocation à **préparer**, en raison des transformations opérées, **toutes les déclinaisons possibles à l'international d'un concept adapté à cette ambition**.

Conclusion

Dans ce cadre, les créatifs des Guignols devront bien entendu affiner encore le tableau de caractères, inventer des situations et imaginer les lieux symboliques où évoluent les marionnettes. Il s'agira plus particulièrement de trouver les clefs narratives permettant d'intégrer les nouvelles figures emblématiques de notre temps dans l'arène des Guignols.

Le processus de transformation du programme, en raison notamment des contraintes spécifiques liées à la construction de nouvelles marionnettes, sera nécessairement progressif et séquencé. D'autres impératifs impliquent également l'engagement des équipes

dans une démarche graduée et maîtrisée, telle que l'indispensable sécurisation juridique de l'utilisation des personnages, en raison notamment de l'internationalisation de la diffusion. Dans cette nouvelle dynamique, travaillant collectivement au passage du simple sketch à la construction d'histoires, il apparaît souhaitable de commencer à imaginer la possibilité d'une aventure suivie, retraçant les métamorphoses de marionnettes héroïsées, de manière à préparer et à tester différents formats et différentes déclinaisons.

Alain Graf le 25 aout 2015