



LE PRODUIT VIGOUSSE

Les coulisses d'une rédaction

Dossier pédagogique

Présentation de l'exposition

Dans une période très agitée pour les médias, marquée par des licenciements, des fermetures de journaux, des attaques contre le service public et la mainmise toujours plus forte de la finance sur la direction des rédactions, *Vigousse* a eu envie de réagir avec une exposition ludique, humoristique, instructive et engagée. Pour évoquer un journal, les éditeurs ont de plus en plus souvent recours au terme « produit ». Les prenant au mot, l'équipe du petit satirique romand vous fait pénétrer dans ses coulisses (imaginaires) : une usine dans laquelle les gags, les dessins et les articles sont fabriqués de manière industrielle. Le but est de démontrer par l'absurde qu'un journal n'est pas équivalent à un plat surgelé, une voiture ou un slip. Loin d'être un produit, un journal est un acteur indispensable du débat démocratique. L'exposition interroge ainsi l'état actuel du marché des médias et ouvre la discussion sur son rôle dans la société.

Forme de l'exposition et plan

Le parcours numéroté invite le visiteur à découvrir les différentes étapes de fabrication d'un journal satirique dans l'usine *Vigousse*. Sur chaque planche figure un dessin original de Vincent assorti d'un texte ironique qui, sous couvert d'autoglorification, brocarde les aberrations de la presse actuelle.

On y présente pêle-mêle les dessinateurs (en batterie) réalisant des gags à la chaîne, les trieurs de gags qui éliminent les blagues faiblardes et les testeurs robotisés.

On montre comment l'information qui pénètre dans l'usine *Vigousse* est remodelée pour devenir du contenu satirique. On entre aussi dans la tête des dessinateurs pour comprendre comment naissent leurs idées. En guise de conclusion, l'exposition propose une sélection de dessins terminés et jugés propres à la consommation.

L'exposition en 10 tableaux

Infos et questions

1. Le produit Vigousse

Né le 4 décembre 2009 sous l'impulsion conjointe de Thierry Barrigue, Patrick Nordmann et Laurent Flutsch, *Vigousse* paraît une fois par semaine, le vendredi. Refusant d'être comme les autres, l'hebdomadaire se veut « *un cauchemar pour le politiquement correct, le mensonge, l'arrogance, la propagande, la fatuité, la cuisterie et la bêtise...* » (dixit Thierry Barrigue, fondateur, dans son premier édito).

La rédaction en chef a été reprise en 2016 par Stéphane Babey, journaliste. Mais rassurez-vous, Thierry Barrigue n'est jamais loin !

360 numéros plus tard, le petit satirique compte plus de 6000 abonnés et ne désespère pas d'atteindre le million !

Suggestions de questions :

- Qu'est-ce qu'un journal satirique ? Qu'est-ce qui le différencie d'un autre journal ?
- Connaissez-vous d'autres titres comparables à Vigousse ?

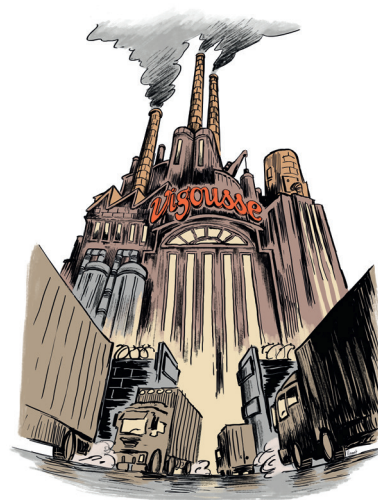
2. L'usine Vigousse

La rédaction de *Vigousse* se situe à Lausanne dans des locaux légèrement plus exigus que l'usine décrite ici (environ 100 m²...).

L'équipe rédactionnelle est composée de six personnalités aux talents multiples qui ont un point en commun : elles aiment l'humour et n'ont pas peur de faire des vagues. Il y a également quelques personnes qui s'occupent de la partie administrative, des abonnements, de la mise en page, de la correction, tandis qu'une quinzaine de dessinateurs travaillent à distance.

Suggestions de questions :

- A quoi ressemble une journée type à la rédaction ?
- Combien de temps faut-il pour faire un journal de 16 pages ?



3. Le choix des sujets

Le choix des sujets, et donc du contenu du journal, est discuté au sein de la rédaction. Chaque lundi midi, les collaborateurs du titre se mettent à table et échangent leurs idées. En fonction de l'actualité de la semaine et des grands événements, certains sujets sont retenus. Il faut ensuite décider de leur traitement (plus ou moins humoristique, axé sur l'enquête ou au contraire sur le pur commentaire, etc.), de leur longueur et de leur mise en forme (avec ou sans dessin). Les anecdotes et les faits moins marquants sont traités sous forme de brèves.

Suggestions de questions :

- Y a-t-il des conflits à la rédaction quant au choix des sujets ?
- Doit-on éviter d'écrire sur certaines choses pour ne pas fâcher des gens ?
- Un annonceur publicitaire peut-il dicter son contenu ?
- Quelles sont les formes d'écriture particulières que permet un journal satirique ?

4. La chaîne

Après le briefing (réunion d'équipe du lundi), les journalistes travaillent sur leurs sujets. L'open space est idéal pour discuter et échanger des idées. Ecrire est avant tout un travail humain, la vie de la rédaction est faite de silences, de discussions et d'engueulades. C'est aussi un travail d'équipe, car plusieurs personnes interviennent sur chaque texte ou dessin (relecture, correction, mise en scène, etc.).

Suggestions de questions :

- *Pourrait-on laisser à des robots le soin de faire Vigousse ?*
- *Faire plus et mieux avec moins de moyens : est-ce réaliste ?*

5. La cage créative

Chaque lundi après-midi le rédacteur en chef soumet par mail les idées retenues lors du briefing aux dessinateurs. Ils conçoivent à distance des croquis qu'ils transmettent ensuite à la rédaction. De leur côté, dans les bureaux de la rédaction romande, les rédacteurs écrivent leurs textes et se relisent entre eux. C'est une phase qui peut être douloureuse, car l'humour et la satire demandent beaucoup d'efforts.

Suggestions de questions :

- *Comment naissent les idées ?*
- *Peut-on tout dessiner ?*
- *Est-ce que le syndrome de la page blanche existe ?*



6. Le tri des déchets

C'est l'étape du choix des croquis et des dessins destinés à illustrer les articles. On regarde ce qui colle le mieux au texte, on évite les dessins pas drôles ou ceux qui pourraient être mal compris. Juste avant le bouclage, il faut également choisir les dessins d'actualité, en essayant de varier les thèmes et les angles. Choisir un bon dessin nécessite à la fois de l'audace et du tact.

Suggestions de questions :

- *Doit-on jeter à la poubelle beaucoup de matériel ?*
- *Quels sont les critères de choix des dessins ?*



7. La mise en conformité

Tous les textes sont relus. D'abord pour voir si l'idée trouvée le lundi est correctement traitée, ensuite, pour éviter des erreurs ou des inexactitudes. On préfère éviter des procès, qui peuvent coûter cher au journal ! Quelquefois, il faut modifier l'angle d'un texte, notamment si l'actualité a évolué durant la semaine.

Il y a également des échanges entre les dessinateurs et la rédaction afin d'améliorer certains dessins, de modifier les textes, etc.

Malgré tout le soin apporté lors de cette étape, il arrive que certaines erreurs subsistent. Un correcteur relit le journal de A à Z, avant de l'envoyer à l'imprimerie. Cela afin d'éviter les bêtes fautes d'orthographe.

Suggestions de questions :

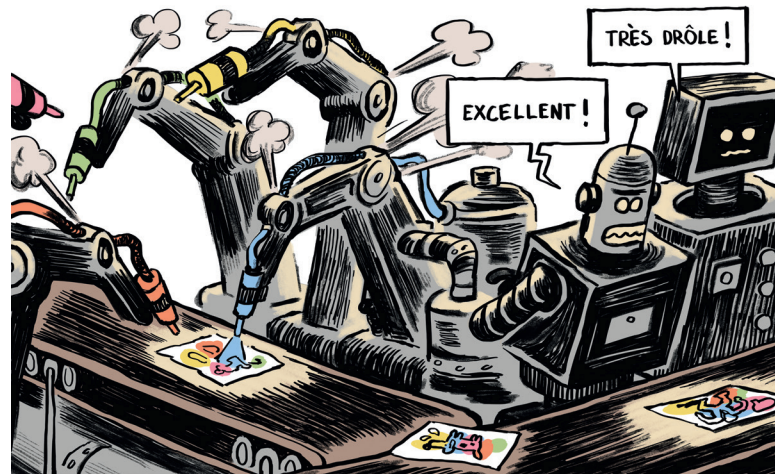
- *Tous les journaux ont-ils des correcteurs ?*
- *Peut-on quand même faire ce métier si l'on est nul en orthographe ?*
- *Jusqu'où peut-on aller dans la provocation ?*

8. Le coloriage

Vigousse accorde aux dessins de presse un soin particulier. Les dessinateurs se chargent eux-mêmes de finaliser leurs croquis en y ajoutant une ou plusieurs touches de couleur. L'impression du journal se fait en quadrichromie.

Suggestions de questions :

- Quelles sont les différentes techniques pour colorier un dessin ?
- Vigousse publie-t-il aussi des dessins en noir et blanc ou est-ce trop moche ?



9. Le contrôle qualité

Une fois rêvé, pensé, rédigé, dessiné, relu et corrigé, le journal est envoyé à l'imprimerie. Les derniers contrôles de qualité sont faits sur place, le mercredi. Les rotatives sont activées assez tôt pour la parution du vendredi. Il n'y a en revanche pas vraiment moyen de tester les gags avant de les publier, comme nous l'imaginons ici avec des robots. Ce sont les lecteurs qui nous signaleront ensuite s'ils ont aimé ou pas.

Suggestions de questions :

- Comment le journal est-il envoyé à l'imprimerie ?
- Comment faire pour savoir si un gag est bon ?

10. Le produit fini

Le journal est vendu en kiosque au prix de quatre francs dès le vendredi matin. Les abonnés reçoivent leur exemplaire directement à la maison. Chaque été, la rédaction part en vacances et prépare un numéro spécial pour les mois de juillet et d'août.

Suggestions de questions :

- Recevez-vous des réactions des lecteurs ?
- Qui sont vos concurrents ?

