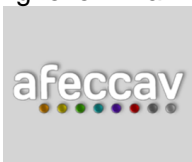


VOUS ÊTES ICI : [ACCUEIL](#) > [ACTIVITÉS](#) > [PUBLICATIONS](#) > **ARTICLES**

Tweets et humour : le cas du Gorafi par, Laurence Leveueur

LE 2 MAI 2017

Revue Mise au point- Cahiers de l'association française des enseignants chercheurs en cinéma et audiovisuel (Afeccav), n°9, mis en ligne le 2 mai 2017



En mai 2012, au moment de la campagne présidentielle française, est né un site d'information humoristique sur le modèle de The Onion et intitulé Le Gorafi. D'abord simple fil de discussion sur Twitter, Le Gorafi s'est transformé en blog, puis en site Web, et de 2014 à juin 2015, il s'est décliné sous la forme d'une pastille humoristique dans Le Grand Journal de Canal+. La plupart des articles du site Web, largement relayés sur les réseaux socio-numériques, commentent les faits d'actualité, réels ou imaginaires, de façon décalée, en reprenant et détournant non seulement la plupart des codes de la presse, mais aussi ceux du Web. Incarné à la télévision par Pablo Mira, Le Gorafi présente une chronique décalée qui parodie les journaux télévisés d'information en continu. À ce titre, il offre un exemple remarquable d'humour qui se déploie sur différents supports et dont il s'agira ici d'analyser la circulation. Nous souhaiterions en particulier nous concentrer sur les brèves diffusées par l'équipe du Gorafi sur Facebook et Twitter, ainsi que sur les commentaires qu'elles génèrent, et nous demander si ces dispositifs obligent à développer des formes humoristiques particulières.

[Lire l'article](#)