

Le discours humoristique, espace de représentation et d'altérité

BELOUADI Khadidja Ghizlene
Université Oran 2 Mohamed Ben Ahmed

Abstract

The modern society is exposed to a transformation due to a cultural clash .Which raises and requires the ALTERITY issue ,a notion arousing an interest in arts, means of communication as well as linguistics. Our analysis is particularly interested, in how Alterity is addressed in the dialogical, interactive character of the humorous speech, and the "one-man show. The latter often emerges from a social phenomenon as performed by the Comedian Gad El Maleh in his show about social representations " the other one is me ".

We attempt to demonstrate how stereotypes turn out to be a fundamental concept in the construction of a freed and open-minded individual and how he allows to set the identity / otherness correlation.

Key words :

Humorous speech- Social representations -The other - Habitus-Interaction- Deictics

Résumé

La société moderne assiste à des mutations dues aux confrontations de différentes cultures. Ce qui pose et impose la question de l'altérité. Une notion qui suscite l'intérêt des arts, des moyens de communication ainsi que la linguistique.

Notre analyse s'intéresse au caractère dialogique, interactif du discours humoristique, le « one man show », dans son exploitation de la question de l'altérité. Cette dernière émerge souvent d'un phénomène social que l'humoriste Gad El Maleh expose dans son spectacle « l'autre c'est moi » ; celui des représentations sociales. Nous tenterons de démontrer comment les stéréotypes s'avèrent être un concept fondamental dans la construction d'un individu libéré et ouvert aux autres et comment permet-il de dessiner les corrélations identité/altérité.

Mots clés : discours humoristique- représentation sociales -l'autre- habitus-interaction-déictiques.

Introduction

Le discours humoristique est un discours spécifique qui convoque des formes figées et fait appel à des schémas et à des représentations, ce qui touche tant la langue que le discours.

C'est par le biais d'un processus de saisie simultanée de ces deux matériaux que se caractérise le discours humoristique. Le sujet énonciateur produit un discours double fait de stéréotypes langagiers (qui peuvent bien sûr eux-mêmes contenir des stéréotypes socioculturels) que l'énonciataire doit saisir en même temps que leur déformation.

À la différence de l'ironie, qui relève d'un travail paradigmatique où un signifié appelle son opposé, la déformation propre à l'humour réside dans le bouleversement de la logique des enchaînements syntagmatiques, tant discursifs que narratifs, bouleversement perceptible par la saisie simultanée à la fois de la langue et du discours. En effet, selon certains linguistes, le discours humoristique renverse les schémas comme il renverse les valeurs. Le sujet énonciateur se signalant par son discours risque ainsi d'être lui-même renversé, son identité devient tributaire de la cohérence des formes discursives et syntaxiques.

C'est par l'humour que les humoristes subvertissent ces schémas et ces stéréotypes, en transformant en avantage ce qui pouvait auparavant apparaître comme handicap: l'entre-deux langues et l'entre -deux cultures. Leur humour est lié, entre autres, à des phénomènes d'interférences langagières et culturelles.

Actuellement, la linguistique n'échappe pas au contexte épistémologique d'interdisciplinarité, d'effacement des frontières traditionnelles, voire de jonction de certaines disciplines sociales et humaines.

Dans cet article, nous nous proposons de répondre à certaines questions, notamment :

- Comment des humoristes parviennent-ils à impliquer le public en moyennant toutes les composantes du discours humoristique en faisant éclater barrières, tabous et préjugés aussi bien sur le plan linguistique que culturel pour arriver non seulement à s'intégrer socialement, mais aussi à construire des ponts solides entre les deux rives de la Méditerranée ?

A cette première question viennent s'ajouter d'autres questionnements, à savoir :

-Comment les systèmes de représentations sociales jouent **sur et avec** la différenciation, la comparaison de deux objets discursifs distincts ?

- Comment ce discours peut-il devenir un vecteur d'empathie sociale ?

Pour répondre à ces questionnements, nous avons opéré à partir d'un corpus de séquences sélectionnées d'un spectacle disponible sur DVD ; le spectacle « l'autre c'est moi » de Gad El Maleh (2005), l'humoriste français d'origine maghrébine.

Le choix de ce corpus est loin d'être anodin, il est justifié par la thématique **de l'altérité** qu'il convoque et qu'il présente de manière très explicite à travers une structure binaire où **l'autre** et **le soi** font l'objet du discours.

Notre analyse s'intéresse au caractère dialogique, interactif du discours humoristique (le one man show) dans son exploitation de la question de l'altérité ; sujet d'actualité dans la société occidentale ; intérêt relatif à l'émergence du phénomène de racisme et de xénophobie résultats de confrontation de deux civilisations. C'est cette rencontre qui pose le problème de l'attitude envers l'autre, l'étranger, l'inconnu et son acceptation.

Cependant, accepter l'autre ce n'est pas seulement s'abstenir de juger ses différences, c'est aussi et surtout, aller à sa rencontre dans un processus communicatif spécifique.

Les stéréotypes, phénomène social

L'un des premiers points que nous avons relevé est celui des stéréotypes, ces représentations toutes faites à l'aide desquelles, chacun filtre la réalité ambiante.

« Le stéréotype apparaît avant tout comme un instrument de catégorisation qui permet de distinguer commodément un nous d'un ils. Dans ce processus, le groupe acquiert une physionomie spécifique qui le différencie des autres. » (Amossy, Herschberg, 1997, p45).

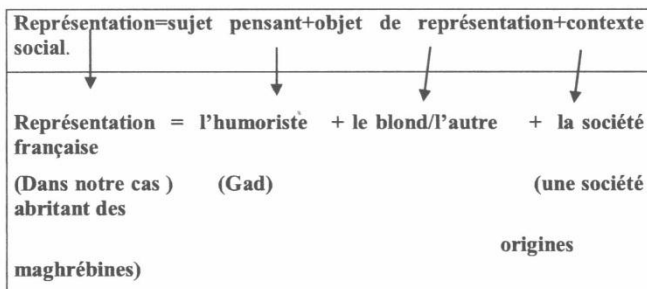
Le stéréotype longtemps perçu comme concept suscitant le dénigrement et la marginalisation, s'avère être un concept fondamental de part son aspect relationnel avec la société dans laquelle l'individu ou le groupe se situe, permettant ainsi de comprendre le fonctionnement de cet individu : sa relation avec le monde , sa relation avec ses actions , sa relation avec lui-même.

Dans ce sens **MOSCOVICI (qui est psychologue)** parle de représentation sociales nées de l'interaction individuelle et/ou collective. Selon lui, seules les interactions comptent parce qu'elles permettent de comprendre les changements sociaux et individuels.

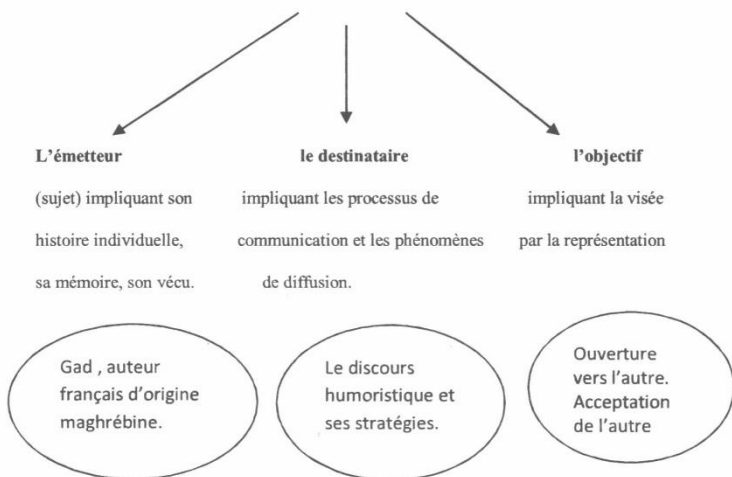
En effet, tout objet peut avoir une, voire plusieurs représentations qui dépendent de l'appartenance sociale et culturelle ainsi que des mécanismes cognitifs spécifiques à groupe.

Ces représentations forment un modèle d'interprétation de la réalité.

Schématisé comme suit :



Ce qui suppose que la représentation peut être étudiée selon :



L'habitus dichotomisé

Les représentations sont le produit de l'esprit humain, agissant sur son environnement et permettant de régler sa conduite dans la société

C'est un ensemble de croyances résultant d'images mentales sur n'importe quel groupe de personnes. Autrement dit c'est une généralisation simplifiée appliquée à un groupe entier de personnes (en termes de **comportements ou d'habitudes**) .

C'est justement la notion de « **l'habitus** » qu'on tente de mettre en évidence dans notre étude. : notion popularisée par le sociologue Pierre Bourdieu et qui désigne en sociologie, la manière d'être, l'ensemble des habitudes ou de comportements acquis par un individu.

Ayant lui-même une culture maghrébine, de religion juive s'intégrant dans une société française, Gad incarne l'individu qui fusionne avec l'autre, accepte l'autre dans un jeu d'interculturalité. Gad el Maleh vise par son discours et ses systèmes de représentations un changement dans la perception de « l'autre ».

Dans notre corpus, c'est la manière d'être du « blond », personnage principal décrit par l'humoriste qui dresse un parallèle entre ce personnage et sa personne. Il est porte parole d'une catégorie sociale spécifique ; celle de « l'arabe » appartenant à la classe « moyenne » avec tous ses traits d'habitus qui le caractérisent : (*bonne volonté, qui veut évoluer mais qui a peu d'aisance*). Le personnage auquel il réfère et se réfère : « le blond » représente des traits d'habitus de la classe supérieure (*aisance assurance, distinction*). Cette comparaison transparaît à différents niveaux : économique, culturel, comportemental, physiologique et dans différentes situations de la vie.

Là, je reprends quelques extraits du sketch qui illustrent la manière dont l'humoriste tente d'identifier et de s'identifier à ce personnage :

Il te fout la honte internationale : Super skieur ! (...) genre toi t'as pas décollé...

(...) « Il skie trop bien ! »

Avec des lunettes coooooomme ça... que si toi tu les mets, on dirait une mouche.

Lui ça lui va, il est beau gosse avec.

Tu remontes :

- t'as le bonnet il t'arrive jusqu'ici

- le col-roulé comme ça qui te serre

- le nez qui coule...

-Le blond son nez il coule pas lui...

-Y'a pas... je crois que les blonds ça coule vers le haut le nez...

T'as vu le blond quand il mange un sandwich ?

- La mayonnaise elle ne sort pas.

Il s'agit bien là d'une **dichotomie (le blond / l'arabe)** qui permet d'installer la notion du stéréotype défini comme

« *Le stéréotype est construit par effet de contraste en accentuant des différences entre le groupe social concerné et les autres (...)* »,

Ces deux éléments constitutifs sont bien mis en évidence dans notre corpus par le biais d'embrayeurs (pronoms personnels « **il** » ou « **lui** » désignant le blond et « **tu** » ou « **toi** » parfois « **moi** » référant à « l'arabe » et/ou à l'individu « ordinaire » qui peut tout à fait faire partie du public. C'est d'ailleurs une des stratégies de l'humoriste pour impliquer son public.

Dans l'extrait analysé nous avons noté que l'humoriste se met dans la peau du « blond » faisant du **code verbal et du code non verbal des outils discursifs au service de sa visée et de son idéologie. En effet, le code verbal se laisse percevoir dans :** (assurance de la prise de parole, voix grave mais tout en étant décontracté) et le **code para verbal :** (démarche, posture, le dos bien droit, expressions du visage, gestuelle..).

Gad expose le stéréotype du « blond » : *cultivé (bon niveau de connaissances), en bonne santé, bien dans sa peau, riche ...* par opposition au personnage de « l'arabe » de classe moyenne limité économiquement.

Les extraits relevés précédemment schématisent cette représentation sociale de « l'arabe » : élément constituant des micros-sociétés en occident par opposition au « blond » l'individu occidental (européen) de souche, perçu comme supérieur.

Cette représentation « dichotomisante » devant le français comme outil de compétitivité, de performance permet de faire aboutir le système de représentations déclenché par le processus discursif engagé par l'humoriste, en fonction de sa visée, de ses attentes et des attentes de son public.

Les traits d'habitus	Le Blond	L'arabe / L'homme ordinaire
Aisance	+	-
Assurance	+	-
Entretien physique	+	-
Connaissances universelles	+	-
Distinction	+	-
habileté	+	-
Maitrise de situations	+	-

Aspect interactionnel du discours humoristique

Un autre aspect qui nous semble pertinent et indissociable de notre objet d'étude, celui de l'**approche interactionnelle et interculturelle** mise en place par l'humoriste pour réussir son acte. Cette forme de regards croisés sur deux sociétés, deux individus, deux espaces géographiquement, politiquement et économiquement opposés permet une diversité des conceptions, des visées et donne naissance à des stéréotypes et des clichés que l'humoriste tente de dénoncer à travers l'autodérision et l'humour.

Il arrive ainsi à accrocher son public par sa force et sa visée illocutoire, sa présence sur scène où il se donne à fond : il mime, danse, chante, joue de la musique assurant un rapport de connivence avec son public grâce à une série de procédés notamment celui de l'**interrogation partielle** comme lorsqu'il demande au public :

« je rentre, qui je trouve ? » et il répond : « le blond ».

Ou quand il dit :

«vous savez d'où j'ai acheté cette chaise ? » Et le public répond : IKEA.

Ou encore lorsqu'il demande a à son public :

« Le mec qui mangeait le sandwich c'était qui a votre avis ?

« Il est ou ton sac il t'a donné un sac ou il t'a pas donné ? »

Les embrayeurs dans l'interaction humoristiques

L'humoriste fait agir et réagir son public en l'interpellant de manière directe par le biais des déictiques pronoms personnels :

Dans « l'autre c'est moi » l'autre peut être tout le monde et n'importe qui, le locuteur-narrateur passe du cas particulier vers la généralisation impliquant aussi l'allocutaire par l'usage du « tutoiement », comme signe d'intimité :

Extraits

T'as remarqué que quand t'es débutant tu penses toujours que la pente elle est trop en descente ?

Tu vois de quel genre de mec je veux parler ?

(...) que si toi tu les mets, on dirait une mouche.

- t'as les sourcils ils sont congelés

- t'as le bonnet il t'arrive jusqu'ici

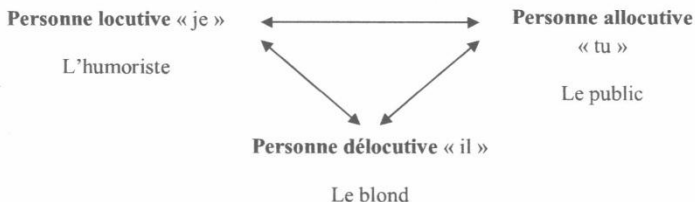
L'emploi du « tu » peut référer à chaque individu dans le public, créé une familiarité, une connivence et une implication du locutaire.

Selon E. Benveniste, l'identification du « je » est liée uniquement à l'instance du discours (acte de parole) qui le contient au moment de sa production.

Emile Benveniste en arrive à la définition précise suivante : « je » est l'individu qui énonce la présente instance de discours contenant l'instance linguistique « je ». En prenant en considération la situation d'« allocution », l'on obtient une définition symétrique pour « tu » comme l'« individu allocuté » dans la présente instance de discours contenant l'instance linguistique « tu ».

Dans le spectacle de Gad, s'ajoute à ces deux embrayeurs « je » et « tu », celui du « il ».

Nous pouvons dire que la situation de communication humoristique que nous tentons d'analyser repose sur ces trois axes qu'on peut schématiser comme suit :



Le schéma fait ressortir les éléments autour desquels s'articule la situation de communication établie par l'artiste et qui nous résume très bien que le sens dépend non seulement du couple locuteur/interlocuteur mais aussi d'un sujet de co-construction. une production de sens qui prend en compte l'autre. Ce traduit proprement le concept de l'altérité

Conclusion

En guise de conclusion nous pouvons dire que comme tout discours tendant à un

co-énonciateur qu'on cherche à faire adhérer à un univers de sens, le discours humoristique permet à son allocataire de décrypter non seulement le sens premier de l'acte humoristique (le langage comme code) mais aussi le sur-code (c'est-à-dire le deuxième sens). c'est ce qui nous permet en tant que chercheur de repérer le positionnement idéologique de l'artiste et sa volonté de défendre les valeurs de l'altérité et du respect des différences d'autrui.

L'humoriste, en nous exposant un phénomène social par le biais de stratégies discursives, notamment en utilisant des stéréotypes, brise des barrières, des tabous qui entravent l'acceptation de l'autre et interpelle le mental.

Il conduit à s'identifier, à s'imaginer ainsi qu'à réfléchir sur l'image de soi et celle de l'autre, à orienter ou à réorienter les conversations des individus sur et avec les autres.

Il en ressort de notre analyse que les stéréotypes et les représentations sont des éléments dans la construction d'un individu libéré et ouvert aux différences.

Le discours humoristique devient alors un espace privilégié pour dessiner les contours d'une pseudo- altérité.

Bibliographie :

- AMOSSY.R « La notion de stéréotype dans la réflexion contemporaine » [article] http://www.persee.fr/doc/litt_0047-4800_1989_num_73_1_1473 -BENVENISTE. E « problèmes de linguistique générale » ,2 vol, paris Gallimard, 1974.
- BERGSON, H., (1900), *Le rire*, Paris, PUF.
- CHARAUDEAU .P Centre d'analyse du discours. Université Paris 13 »les catégories de l'humour». | « Confluences Méditerranée » 2005/4 N°55 |
- CHIALI-LALAOUI. F. Z. .Université d'Oran *Le dire par l'humour (à travers une lecture de Muriel Robin)*. 2009.
- DEFAYS, JM & ROSIER, L. (1999) *Approches du discours comique*, Collection Philosophie et Langage, Liège, Margada.
- DUCROT.O « le dire et le dit », Paris, Minuit, 1984,p 112. Philosophie et Langage, Liège, Margada.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C., (1970), *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Paris, Colin. KERBRAT-ORECCHIONI, C., (1990, 1992), *Les interactions verbales*, tome I et tome II, Paris, Colin.
- MAINGUENEAU .D, « initiation aux méthodes, de l'analyse du discours », Hachette, 1979.

Ghizlene BELOUADI

Doctorante en Science du Langage

Université Oran 2

belouadi.ghizlene@yahoo.com