

IMAGE DE L'HUMORISTE DANS UNE INTERVIEW RADIOPHONIQUE : CAS DE REDOUANE BOUGHERABA SUR FUN RADIO

Mustapha AMOUZE
amouze.mustapha@gmail.com
Lahcen OUASMI
louasmi@gmail.com
Université Hassan II de Casablanca (Maroc)

Résumé

Notre recherche s'articule autour d'une analyse discursive d'une interview avec l'humoriste Redouane Bougheraba dans le cadre de la promotion de son nouveau spectacle. Nous analyserons les procédés de l'humour entre les partenaires (le journaliste et l'humoriste). De plus, nous cernerons les images que transmet l'interviewé en utilisant l'humour comme procédé. Notre travail est subdivisé en trois parties : la première se rapporte à la définition du concept de l'humour, la deuxième aborde les caractères de l'interview et la troisième présente les résultats de la recherche.

Abstract

IMAGE OF THE COMEDIAN IN A RADIO INTERVIEW: THE CASE OF REDOUANE BOUGHERABA AT FUN RADIO

Our research relies on the analysis of an interview with a comedian as part of the advertising of his new show. We analyse the humour procedures as displayed between partners (the journalist and the comedian). We also seek to identify the images transmitted by the interviewee using humour as an instrument. Our work is divided into three parts: the first describes the difficulty of defining the concept of *humour*. The second deals with the characters of the interview, and the third presents the results of the research.

Mots-clés : *humour, analyse du discours, interview, image*

Key words: *humour, discourse analysis, interview, image*

Introduction

L'acte humoristique est une composante essentielle de la communication entre les individus quel que soit le contexte, familial, amical ou même professionnel. De plus, il traite une multitude de thèmes divers et inclut ce qui est social, culturel, politique, religieux, etc. Ce mode d'expression paraît au début très facile à repérer et

à définir, mais en réalité c'est un concept complexe au niveau de la production et de la réception. D'ailleurs, l'humour assure deux fonctions complètement opposées : soit faire passer un message d'une manière ludique, soit critiquer quelque chose d'une manière qui pourrait paraître ou devenir agressive.

L'humour a toujours une visée pragmatique ; non seulement il a recours à l'imagination quant aux outils linguistiques utilisés, mais aussi il interpelle une imagination sans limites aux niveaux culturel, linguistique et intellectuel.

Malgré le grand nombre des études et des approches traitant l'humour, il est à noter que de nouvelles pistes de recherche apparaissent puisqu'elles ne sont pas encore exploitées. L'humour prend plusieurs formes et c'est pourquoi nous voulons l'analyser d'un point de vue linguistique pour relever et analyser ses mécanismes. Ainsi, nous procéderons à l'analyse des procédés qui structurent l'acte humoristique. À cet effet, nous nous posons la question problématique suivante : Quels sont les procédés linguistiques de l'humour et leurs fonctions dans une interview avec un humoriste ?

Nous tenterons à travers notre article d'apporter des réponses en nous appuyant sur l'hypothèse suivante : l'occurrence de l'humour a d'abord un rapport avec les sujets humoristiques, le destinataire, la cible, l'objectif (ou la visée) et la création d'un monde fictif. Quant aux outils linguistiques, nous pourrions retrouver une transgression des règles de la langue ainsi que le recours aux divers moyens stylistiques pour produire un effet humoristique.

Le corpus qui fera l'objet de notre analyse sera basé sur des énoncés variés extraits d'une interview avec un comédien et humoriste franco-algérien sur un poste de radio belge (DJE sur Fun Radio)¹.

1. L'Humour comme notion générique

Dans cette partie de notre article, nous rapporterons des considérations d'ordre général sur l'humour, ensuite nous prendrons deux définitions comme référence pour aborder les caractéristiques de l'humour.

Linguistes, littéraires, sociologues ou psychologues se sont tous heurtés à des difficultés pour définir l'humour. D'ailleurs, Louis Cazamian a même donné à l'un de ses articles l'intitulé suivant : « Pourquoi nous ne pouvons définir l'humour² ». Quant à Maurice Dekobra, il pose la question et répond lui-même : « Qu'est-ce que l'humour ? Problème plus angoissant que celui de la gravitation universelle ! Le carré de l'hypoténuse des critiques littéraires !³ »

Donc, c'est un concept insaisissable qui se soustrait à la définition. Tous les auteurs issus de différentes disciplines s'accordent à dire qu'« on ne peut définir l'humour ». Ainsi, pour Daniel Royot :

¹ La vidéo du corpus est consultable depuis le lien YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=apm5J6FDeGw>.

² Article paru en 1906 dans la *Revue Germanique*.

³ Cité par Alfred Sauvy *Aux sources de l'humour*, Editions Odile Jacob, 1988, page 29.

Nombreux sont les travaux qui, malgré leur vaste érudition se terminent sur un constat d'échec. Le phénomène échappe à l'analyse tant l'élément subjectif est prépondérant. Au mieux, on découvre des composantes qui ne rendent pas compte du processus dans son ensemble. (Royot, 1980: 11).

La chose dont on est sûr par rapport à l'humour c'est que plusieurs chercheurs ont échoué lorsqu'ils ont voulu définir l'humour vu la complexité du phénomène parce qu'il prend plusieurs formes. Malgré cet échec et la difficulté de définir ce concept, nous allons présenter tout de même quelques définitions qui convergent avec l'objet de notre étude.

Dans son *Dictionnaire de poésie et de rhétorique*, Morier (1981) fournit une définition pertinente par rapport à d'autres. Pour ce chercheur, l'humour est :

L'expression d'un état d'esprit calme, posé, qui tout en voyant les insuffisances d'un caractère, d'une situation, d'un monde où règnent l'anomalie, le non-sens, l'irrationnel et l'injustice, s'en accommode avec une bonhomie résignée et souriante, persuadé qu'un gain de folie est dans l'ordre des choses ; il garde une sympathie sous-jacente pour la vivacité, l'inattendu et le piquant que l'absurde mêle à l'évènement. Il feint donc de trouver normal l'anormal. Il soutient paradoxalement, avec un sérieux apparent et tranquille que les situations aberrantes qu'il décrit n'ont rien que de très naturel. Il fait semblant d'approuver les écarts, de les justifier à l'occasion. Sa peinture, discrètement exagérée ou légèrement en retrait sur les points irrationnels, fait entrevoir un antimonde utopique, qui serait le monde de l'ordre de l'intelligence. (Morier, 1981: 582)

D'après la définition de Morier (1981), nous pouvons relever une variété de traits définissant l'humour et permettant de broser sa structure. En premier lieu, nous allons procéder à une classification du vocabulaire caractérisant l'humour dans l'extrait pour pouvoir l'identifier et le délimiter sémantiquement.

La particularité de la définition de Morier (1981) c'est qu'elle comble le problème que nous avons déjà soulevé en rapport avec l'insuffisance des définitions de l'humour dans d'autres dictionnaires. D'ailleurs, l'auteur énumère et donne des explications de la plupart des traits pour éviter la confusion avec les notions voisines. Ces traits s'organisent dans les quatre listes⁴ ci-dessous :

- Liste (1) : caractère, situation, évènement, monde.
- Liste (2) : insuffisance, anomalie, non-sens, irrationnel, injustice, piquant, inattendu, antimonde.
- Liste (3) : s'en accommoder avec bonhomie, approuver les écarts, les justifier, trouver normal l'anormal.
- Liste (4) : souriante, sympathie.

D'après la liste (1), Morier donne à l'énoncé humoristique une identité claire et précise. Dans cette liste, il met l'accent sur le monde qui nous entoure, les

⁴ Listes élaborées par Abdelhakim Ammadi dans sa thèse de doctorat soutenue en 2023 : *Les aspects formels et linguistiques de l'humour verbal dans les (multi)médias marocains Approche linguistico-pragmatique*, FLSH Dhar El Mahraz, Fès.

situations et les évènements de la vie quotidienne, le caractère ainsi que le comportement qui deviennent tous des cibles à attaquer par l'humour. Donc, on peut déduire que l'acte humoristique peut avoir différentes cibles de différentes formes et dans tous les contextes de la vie. La deuxième liste nous décrit la cible de l'humour et pourquoi elle l'est devenue. Alors, ce qui est censé être normal, ne l'est pas. Il y a humour là où il y a une anomalie ou un écart. Aussi, l'énoncé humoristique désigne comme cible le monde, ou une partie du monde, qui est jugée irrationnelle et même parfois absurde. On peut dire alors que l'humour traite avec désaccord l'ordre inhabituel des choses. C'est pourquoi l'humour a un autre monde à part qui lui est propre et n'a aucun rapport avec le monde conventionnel. Dans la troisième liste, Morier essaie de donner un sens à ce monde dérégulé et irrationnel en donnant une explication afin qu'il devienne rationnel en basculant du mode sérieux au mode ludique. Enfin, quant à la quatrième liste, elle met en relief un certain éloignement du sérieux, en trouvant refuge derrière le monde de l'humour ou reine la sympathie et le sourire. En d'autres termes, la solution proposée contre ces anomalies, cette absurdité et cette irrationalité du monde réel est la sympathie et le sourire qui sont sous forme d'une échappatoire et non une solution définitive.

Bref, Morier souligne trois ingrédients dans les énoncés humoristiques : la présence d'un dysfonctionnement ou d'une anomalie, une solution ludique et le renversement de situation en sourire et sympathie. La conception de Morier nous permettra de mieux cerner la notion de l'humour.

Nous verrons maintenant le concept de l'humour selon C. Kerbrat-Orecchioni (2013), qui focalise sa définition sur le côté pragmatique de la notion. Pour ce chercheur :

L'humour est défini par sa visée pragmatique : il s'agit d'amuser en rendant la réalité « plaisante », par des moyens discursifs non précisés mais dont on peut supposer qu'ils sont extrêmement divers. (Kerbrat-Orecchioni, 2013)

Dans cette définition, la présence de l'humour est confirmée lorsqu'on détecte son effet ou son résultat. En effet, il s'agit de prendre comme cible la réalité sociale amère pour la rendre amusante. Pour atteindre cet objectif, on a besoin d'outils linguistiques que l'on ne peut ni classer et ni préciser, mais l'auteur suppose que ces moyens sont trop nombreux et qu'on ne peut aucunement cerner. Nous remarquons qu'elle a mis l'accent sur la finalité et le résultat du concept et elle n'a pas apporté des précisions mais elle a avancé qu'une supposition. Or, elle complète avec une autre définition dans le même article ; « l'humour pourrait se définir : une gaîté gratuite, n'engageant rien, mise là pour le seul plaisir de la plaisanterie. »⁵. Donc, pour la linguiste, l'humour est conditionné par la présence d'une joie et d'un plaisir transformant un monde réel où ces valeurs émotionnelles n'existent pas. Enfin, nous déduisons qu'Orecchioni s'est focalisée sur un seul aspect qui est le résultat ou l'effet de l'énoncé humoristique qui est le plaisir et le rire.

⁵ *Ibid.*

Nous clôturons notre analyse définitoire de l'humour par l'article de Charaudeau (2011). Pour lui, l'humour est une notion générique qui englobe d'autres catégories ludiques. Il s'interroge et répond avec plus de précision et y englobe une majorité des caractéristiques et explications abordées dans les précédentes définitions : « Quelle serait donc la définition d'humour comme notion générique ? J'emploie le terme « humour » pour désigner une stratégie discursive qui consiste à :

- s'affronter au langage, se libérer de ses contraintes, qu'il s'agisse des règles linguistiques (morphologie et syntaxe) ou des normes d'usage (emplois réglés par des conventions sociales en situation), ce qui donne lieu à des jeux de mots ou de pensées ;
- construire une vision décalée et métamorphosée d'un monde qui s'impose toujours à l'être vivant de façon normée, qui est le résultat d'un consensus social et culturel quant aux croyances auxquelles il adhère ;
- demander à un certain interlocuteur (individu ou auditoire) de partager ce jeu sur le langage et le monde, d'entrer dans cette connivence de "jouer ensemble", mais un jouer qui engage l'individu à devenir autre, l'instant de l'acte humoristique, ce qui permet de dire que l'acte humoristique n'est jamais gratuit. Au total, l'humour correspond toujours à une visée ludique, mais à celle-ci peuvent s'adjoindre d'autres visées plus critiques, voire agressive, qui engage le sujet humoriste et son interlocuteur à partager un engagement bien plus profond. En tout cas, il s'agit toujours d'un partage de liberté, du fait que l'acte humoristique est tourné, à la fois, vers le monde, dans le désir de le mettre en cause, et vers l'autre, dans le désir de le rendre complice. (Charaudeau, 2011 : 9-43)

Dans l'extrait de l'article de Charaudeau (2011), on relève trois niveaux d'analyse : linguistique (moyens), lieux (monde réel et monde fictif) et visée.

L'auteur souligne un aspect rebelle dans l'énoncé humoristique. On ne peut pas parler d'humour sans enfreindre les règles et les contraintes. Donc, la liberté est une condition importante pour pouvoir sortir de l'écriture conventionnelle. C'est la raison pour laquelle Charaudeau (2011) fait une analogie entre les mécanismes qui produisent de l'humour et ceux qui produisent de la poésie. En effet, on se détache de toutes les contraintes pour créer ses propres règles. Donc, l'humour, comme la poésie, se défait de ces contraintes linguistiques pour révéler un autre monde possible afin de mettre en cause la normalité du monde. Ce dernier est écarté pour que l'humour construise un monde virtuel décalé de toute réalité. L'humour devient un acte libérateur de tout sentiment de malaise créé par les contraintes et les fatalités qui règnent dans la société. Ce voyage d'un monde à un autre est le gage d'une certaine imagination et de l'intelligence entre émetteur et récepteur de l'humour. Autrement dit, l'auteur de l'acte humoristique est doté d'une imagination qui lui permet de créer ses propres règles linguistiques et son propre monde où il expose ses propres lois, et l'interlocuteur, en appréciant ces deux créations, fait preuve également de partage.

Enfin, Charaudeau (2011) clôture la définition avec les visées de l'humour. Il en cite trois : ludique, critique et agressive. C'est là que réside la particularité de

la vision de Charaudeau ; selon lui, l'humour est une stratégie discursive qu'il classe en tant que notion générique. Il s'agit alors d'une façon de produire un effet pragmatique de connivence entre l'émetteur et le récepteur de l'énoncé humoristique. Charaudeau préfère dire *acte humoristique* au lieu d'*humour* pour l'élever au statut de notion générique.

Pour récapituler, nous pouvons dire que la définition proposée par Charaudeau (2011) comporte plus de traits définitionnels que les autres définitions. En plus, nous avons remarqué que toutes les définitions se complètent même si parfois nous constatons qu'elles divergent sur quelques traits. L'acte de l'humour, en tant que notion générique, impose la nécessité de transgresser temporairement les normes et les règles conventionnelles du monde réel. Alors, il y a un écart entre ce qui existe et ce qui est fictif. En outre, la notion d'humour vise à : se libérer des normes et des connaissances instaurées au préalable par le monde réel, susciter le rire et parfois critiquer.

2. De la conversation à l'interview radiophonique

2.1. Intervieweur et interviewé

Rappelons d'abord que l'interview fait partie du domaine du journalisme. C'est une conversation guidée entre un l'intervieweur et l'interviewé qui jouent des rôles qui leur sont attribués conventionnellement. Le premier est toujours le journaliste, alors que le deuxième pourrait être chanteur, artiste, footballeur ou expert dans un domaine précis. Dans notre cas, il s'agit d'un humoriste franco-marocain qui vient au Maroc pour des raisons professionnelles.

Kerbrat-Orecchioni (2005) donne plus de précisions sur ce genre de discours. Selon elle :

Les critères à prendre en compte pour déterminer le degré d'interactivité d'un discours quelconque sont donc d'abord la nature des participations mutuelles, et quand on a affaire à une véritable alternance des tours de parole, le rythme de cette alternance (en relation avec la longueur des tours), et a répartition des prises de parole (plus ou moins équilibrée : on peut par exemple opposer sur cette base la conversation « du tac au tac » à l'interview. (Kerbrat-Orecchioni, 2005 : 21)

Pour elle, une interview, à la différence d'une conversation normale, la répartition, l'équilibre et le rythme de parole ne sont pas les mêmes chez les deux participants. Donc, l'interview est un cas spécial de la conversation qui est une activité langagière basique dans toutes les sociétés.

Comme déjà cité, les rôles des partenaires dans l'interview sont bien définis et précis. Mais, il existe d'autres éléments marquant le trait spécifique de ce type de discours. En effet, Maingueneau (2021) précise :

Au niveau des rôles de base, il implique un triangle élémentaire : un individu connu est mis en relation avec un public par l'entremise d'un médiateur censé participer

des deux mondes qu'il doit mettre en contact : celui de l'homme ou de la femme avec qui il s'entretient, et celui du public. (Maingueneau, 2021)

L'auteur ajoute, en plus de l'invité connu (célébrité), qu'il y a un public qui est mis en relation avec l'invité par un intermédiaire (le journaliste). Ce dernier facilite le passage de l'information et crée une liaison entre les deux mondes en interaction : l'interviewé et le public. En d'autres termes, le journaliste est le porte-parole d'une tranche sociale, il doit poser des questions et aborder des thèmes qui touchent ce public.

2.2. Caractéristiques de l'interview :

Nous avons déjà précisé que l'interview est un cas spécial de la conversation. Cette différence réside dans le degré d'interactivité entre les deux participants, leurs statuts et le contexte (surtout le lieu de l'interview). Cependant, il existe des caractéristiques qui englobent la conversation et l'interview et plusieurs types similaires. Kerbrat-Orecchioni (1990) les résume comme suit : « *immédiat* », « *familier* » (*spontané, improvisé, ... et décontracté ses composantes n'est fixée à l'avance*)⁶, « *gratuit* » et « *non-finalisé* »⁷ et « *égalitaire* »⁸. (Kerbrat-Orecchioni, 1990: 114-115)

L'auteure a précisé quatre caractères qui concernent l'interview, mais deux de ces caractères marquent la différence entre les deux types. En premier lieu, le journaliste doit poser des questions à chaud et l'interviewé doit répondre immédiatement. Aussi, l'un doit être en face de l'autre (lieu commun). En deuxième lieu, le journaliste prépare les questions pour l'invité, alors que dans le cas de la conversation, il s'agit d'une production spontanée et improvisée. En troisième lieu, l'interview a toujours une finalité, alors que dans le cadre d'une conversation, on peut converser sans aucun objectif. Enfin, les deux partenaires sont égaux dans le plateau dans le sens où chacun d'eux a des droits et des devoirs. Ainsi, chacun d'eux joue un rôle précis dans l'interview.

2.3. L'interview et l'analyse du discours

Nous venons d'aborder les caractères d'une interview en mettant l'accent sur sa particularité en rapport avec la conversation. Comme le précise Maingueneau :

[...] la conversation est l'un des modes de manifestation – même s'il est sans nul doute largement dominant d'un point de vue quantitatif – de l'interactivité foncière du discours. (Maingueneau, 2021)

⁶ Précision dans l'œuvre de Goodwin 1981, *Conversational organisation : interaction between Speakers and hearers*.

⁷ « L'interview n'est pas gratuit et a une finalité, la conversation est coupée de tout but instrumental » (Ervin Goffman, 1975).

⁸ Les deux partenaires sont égaux puisqu'ils ont tous les deux des droits et des devoirs dans le cadre de l'interview.

Par cet extrait, l'auteur souligne l'importance de l'interactivité dans la conversation en tant que discours. Mais, la question que l'on se pose est la suivante : comment pourrions-nous l'analyser ? Nous avons adopté l'approche expliquée par Diaz (2007) lors d'un entretien⁹ avec Ruth Amossy et Dominique Maingueneau :

En premier lieu, sur le plan théorique, Diaz (2007) distingue trois niveaux de l'auteur : l'auteur réel, l'auteur textuel et l'écrivain imaginaire. Dans le cadre de notre recherche, nous allons chercher ces trois niveaux dans l'interview que nous analyserons dans la partie suivante. Nous supposons qu'il existe alors trois humoristes : personnalité réelle de l'humoriste et que nous ne voyons pas dans ses sketches ou spectacle, une personnalité tel qu'on a l'habitude de la voir dans ses shows, et finalement une personnalité telle qu'elle se présente elle-même. (Diaz, 2007)

L'auteur précise un point qui nous sera utile pour pouvoir détecter les trois niveaux précédemment cités. En effet, il fait la différence entre deux instances : « *l'image préconstruite et l'éthos d'énonciation et les médiations entre les deux* »¹⁰. Si on transpose ce cadre empirique sur le corpus de notre recherche, on devra chercher alors les indices linguistiques, dans le cadre de l'humour, afin de cerner la fonction de ces indices.

Dans la partie suivante, nous allons aborder quelques procédés linguistiques ainsi que leurs fonctions dans la mesure où ces procédés contribuent à broser des images¹¹ de l'humoriste véhiculées dans l'interview, objet de notre analyse.

3. Procédés de l'humour dans le corpus

3.1. Analogie et moyens offensifs

Tout au long de l'interview, l'humour recourt aux figures rhétoriques pour faire rire. Parfois ces figures d'analogie ont uniquement un rôle ludique, mais la plupart du temps elles ne le sont pas. Prenons le premier exemple :

- (1) Journaliste : tu es de Marseille.
Redouane : ...Marseille comme Astérix et Obélix, un petit village distant ...01:10

Par cette comparaison, l'humoriste souligne la particularité de sa ville natale. Il la compare avec un petit village, alors que c'est une grande métropole considérée comme la deuxième grande ville de France. Donc, l'interviewé crée un décalage entre la réalité et l'imaginaire. Notons que dans cet exemple, la comparaison n'est pas offensive.

⁹ Autour des « scénographies auctoriales » : entretien avec José- Luis Diaz, auteur de *L'écrivain imaginaire* (2007).

¹⁰ *Ibid*, page 166.

¹¹ « L'image » ici veut dire l'éthos de l'humoriste au service de l'argumentation dans l'interview. Il s'agit d'une présence dans une émission pour convaincre l'audience d'une manière ludique par l'humour.

Cependant, lorsqu'il parle de sa vie à Paris, où il réside, il brosse sa vie métaphoriquement :

- (2) Journaliste : mais, tu vis à Paris, c'est pas un peu péché qu'un marseillais... ?
- Redouane : en fait, je vis à Londres, et je fais des allers-retours en Eurostar, je suis en suspens, je suis suspendu, je ne touche pas le sol, je mets les semelles exprès pour ne pas toucher le sol parisien ... je touche pas les gens, je parle de loin le langage des signes... 01:15

Ces deux répliques font allusion au conflit entre les supporters de l'équipe de football marseillaise et ceux de l'équipe Paris Saint-Germain. Pour esquiver la question du journaliste, l'humoriste décrit une vie qui n'a aucun rapport avec la réalité. Il se décrit en tant qu'étranger qui n'a aucun contact avec le sol de Paris ni avec ses habitants. Aussi, il appuie cela par sa distanciation communicationnelle puisqu'il s'est pris pour un sourd.

Là encore, on assiste à la création de situations imaginaires dans le but d'esquiver la question du journaliste qui aborde implicitement le conflit entre les deux villes.

Dans l'exemple suivant, l'humoriste va faire une contre-attaque suite à une comparaison faite par le journaliste critiquant son site internet :

- (3) Journaliste : ... j'ai été voir dans ton site, il ressemblait plus au Zara ou H&M qu'à un site d'humoriste classique...
Redouane : WAW ! C'est vrai ! Ça t'a plu ou pas ? Tu devrais prendre un pull vu comme tu es habillé ... » 03:15

L'humoriste adopte l'idée que la meilleure façon pour se défendre et d'attaquer. C'est ce qu'il fait ; face à la critique caricaturale de son site internet (le journaliste l'ayant comparé aux sites de marques de vêtements de mode, il adresse aussitôt à son tour des critiques sur la façon dont celui-ci est vêtu. Il continue son attaque avec un autre procédé ; il discrédite le journaliste en feignant de le prendre pour un technicien au lieu d'un journaliste. Un autre exemple qui illustre l'attaque ironique et prend le journaliste pour cible est lorsque l'humoriste lui dit « *tu es maigre, mange un peu* ».

Juste après, le journaliste riposte du tac au tac et se met à critiquer le pull de la marque Lacoste de Redouane en disant :

- (4) Journaliste : ... attends, montre le tien, là, parce ça fait le malin ?
Redouane : Regarde le crocodile. Regarde comme il est gros. Le Crocodile est plus gros que toi, Frérot. » 05:02

Il contre-attaque encore une fois avec une comparaison entre le signe de la marque et le journaliste lui-même. C'est donc un bras de fer entre les deux partenaires de l'interview ; l'un provoque et l'autre rétorque d'une manière plus

provocatrice afin de gagner son image véhiculée pendant ses shows ; le concept principal de ses shows consiste à interagir avec le premier rang de ses spectateurs.

Enfin, Redouane a recours à plusieurs reprises aux insultes comme procédé humoristique et il ose même insulter le journaliste lorsque celui-ci lui demande de faire la même chose que dans un spectacle réel (prendre les journalistes comme spectateurs) :

(5) Journaliste : ...justement en parlant de clash, je voulais te demander puisque tu es le roi de l'impro un peu, est-ce que ça te dirait de te mettre en situation de spectacle et nous, on est le public, et voilà, tu travailles sur nous...

Redouane : j'ai l'impression que vous voulez voir le spectacle gratuitement bande de bâtards, vas-y fais le ton spectacle là, va te faire enculer frérot...» 10:00

Les insultes sont un moyen offensif dans le cadre de l'humour, mais on verra après qu'il se permet d'insulter l'autre seulement pour renverser la situation en sa faveur.

On peut déduire qu'à travers ces moyens discursifs (analogie, insultes et autres moyens), l'humoriste met en avant une image d'orateur qui sait parfaitement manipuler les situations face à un journaliste provocateur.

Nous verrons dans la partie suivante les outils dont il se sert pour faire la publicité et la promotion de son spectacle.

3.2. Marketing et promotion

Dès le début de l'émission (la première minute), il précise qu'il est là pour la promotion de son spectacle et de son prochain film. Mais, parfois il le fait d'une manière implicite ; « *les places, elles sont, on est complet dès six mois en avance...* » 06:16. Dans cet énoncé, il décrit la vente des billets qui se fait rapidement. Donc, c'est un message publicitaire pour inciter ces spectateurs à acheter vite des billets.

Ensuite, il décrit au passage son nouveau film albi.com avec Gad El Maleh par une répétition de l'adverbe « *très* » dans le but d'amplifier la qualité humoristique d'une scène « *une scène très très marrante* » 02:42. Là encore, c'est une publicité pour le film, mais il n'en dit pas plus pour garder le suspense.

Aussi, en partant de sa marque de vêtement, il répond ironiquement au journaliste :

(6) Redouane : les gens sont contents, on retrouve les géniques qui sont Allez-Paf et Poupouna Harvard [...] et ça cartonne, ça se passe super bien...

Journaliste : ...mais j'ai bien kiffé moi... en vrai ...

Redouane : C'est quoi ta taille ? S ou XS ?...» 10:00

Ici, l'humoriste, crée une taille à l'intention du journaliste, qui n'existe pas réellement dans les tailles standards. D'une manière ludique et fluide, il fait la promotion de sa marque de vêtement.

Enfin, pour pouvoir parler de son concept, il répond aux journalistes avec une redondance de l'adverbe de négation « *jamais* » :

- (7) Journaliste : ... tu vas parfois un peu trash... faut pas se mentir
 Redouane : on n'a jamais blessé une personne,
 Journaliste : Est-ce que tu as déjà eu un gars qui a mal réagi ?
 Redouane : jamais, y a jamais une personne qui s'est levée qui est partie du spectacle,
 y a jamais une personne ... » 06:00

La répétition de la négation dans la dernière réplique de l'humoriste n'est pas contingente. Au contraire, c'est une allusion à visée publicitaire à son spectacle (le public vient au spectacle et reste jusqu'à la fin, en prenant plaisir à interagir avec l'humoriste).

Enfin, on voit ces divers moyens humoristiques que l'artiste utilise lorsqu'il met une autre casquette, celle d'un commercial qui veut convaincre un spectateur belge en lui faisant découvrir un concept spécial.

3.3. Le sérieux et l'humour dans l'interview

Le ton sérieux est de mise lorsqu'il s'agit d'une situation dans laquelle il y a un risque. Prenons l'exemple de l'insulte du journaliste dans les deux répliques ci-dessous :

- (8) Journaliste : ... il y a surtout pas de fils de pute qui sont sortis ...
 Redouane : ...je ne dis jamais de fils de pute le premier soir comme ça à des inconnus. Il faut que tu présentes ta mère... » 07:08

Quand il s'agit de rire, l'humoriste se permet d'insulter ses spectateurs dans ses shows, mais il saisit l'occasion et prend la défense de son public. D'un ton sérieux, il corrige le journaliste pour ne plus franchir cette ligne rouge.

Lui, lorsqu'il parle des spectateurs qui atterrissent dans ses spectacles, sans être au courant de son concept du premier rang, il les critique mais pas avec trop d'agressivité en ayant recours à une réfutation montrant ainsi le respect « *ils ne comprennent pas, mais c'est une belle expérience à vivre* » 06:41 ; c'est une autre image qu'il veut véhiculer, d'un artiste qui sait parfaitement quand il peut se permettre d'insulter son public et quand il ne faut pas le faire.

À plusieurs reprises, il y a apparition de cette image du « vrai » Redouane ; lorsqu'il a parlé de la méthode de travail et d'improvisation, de ses origines algériennes et de sa ville natale Marseille. Non seulement cela, mais aussi on voit apparaître la même image au moment où l'intervieweur aborde un sujet sensible qui est la liberté dans ses scènes. Il avance les propos suivants :

- (9) **Redouane** : ... mais, je pense que tu peux dire les choses si bien fait, avec amour, bienveillance et qu'il n'y a pas de méchanceté derrière. » 07:59

Là encore, une réponse diplomatique avec une connotation sérieuse. C'est un sujet sensible lorsqu'on aborde les limites de la liberté d'expression. Il ne se permet pas de donner une image péjorative de son spectacle, en transmettant des valeurs telles que la liberté d'expression, mais aussi le respect de l'autre.

Enfin, nous avons constaté que l'humour pourrait être intégré dans des situations aussi bien sérieuses que ludiques.

Conclusion

Cette analyse nous a montré que l'humour prend diverses formes à l'aide de plusieurs moyens linguistiques. Nous avons pu ainsi corréler ces différents moyens discursifs, détectés dans ces énoncés humoristiques, et l'image que l'interviewé veut véhiculer, puisque l'artiste jongle dans l'interview avec plusieurs images. Nous avons noté aussi que l'intervieweur, qui devait diriger l'échange, était provocateur et abordait des thèmes sensibles, ce qui a permis à l'humoriste de mettre en œuvre toutes ses compétences d'improvisation offensives pour s'esquiver ou contre-attaquer les provocations de l'intervieweur. Après analyse de cette interview, nous pouvons affirmer que non seulement l'humour sert de moyen pour faire de la publicité pour le spectacle de l'interviewé, mais il vise aussi à véhiculer des images hétérogènes de celui-ci.

Bibliographie

1. Charaudeau, Patrick (2011), *Des catégories pour l'humour. Précisions, rectifications, compléments* in Vivero Ma.D. (dir.), *Humour et crises sociales. Regards croisés France-Espagne*, Paris: L'Harmattan.
2. Charaudeau, Patrick (2006), « Des catégories pour l'humour ? », *Revue Questions de Communication*, n°10, Nancy : Presses Universitaires de Nancy.
3. Critchley, Simon (2004), *De L'Humour*, Paris: Kimé.
4. Diaz, José-Luis (2007), *L'Écrivain imaginaire. Scénographies auctoriales à l'époque romantique*, Paris: Champion.
5. Emelina, Jean (1996), *Le comique*, Paris: SEDES.
6. Goffman, Ervin, (1975), *Les usages sociaux des handicaps*. Coll. « *Le sens commun* », Paris : Minuit.
7. Graby, Françoise (2001), *Humour et comique en publicité: Parlez-moi d'humour*, Paris: Management et Société.
8. Jardon, Denis (1995), *Du comique dans le texte littéraire*, Bruxelles : De Boeck.
9. Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2013), « *L'ironie : problèmes de frontière et étude de cas. Sarkozy face à Royal (2 mai 2007)* », dans M. D. Vivero García (dir.), *Frontières de l'humour*, Paris: L'Harmattan.
10. Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2005), *Le discours en interaction*, Paris: Armand Colin.
11. Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1990), *Les interactions verbales Tome 1*, Paris: Armand Colin.

12. Maingueneau, Dominique (2021), *Discours et analyse du discours* 2ed, Paris: Armand Colin.
13. Morier, Henri (1981), *Dictionnaire de poétique et de rhétorique*, Paris: PUF.
14. Royot, Daniel (1980), *L'humour et la culture américaine*, Paris: PUF.
15. Sauvy, Alfred (1988), *Aux sources de l'humour*, Paris : Odile Jacob.

Thèses consultées

1. Ammadi Abdelhakim (2023), *Les aspects formels et linguistiques de l'humour verbal dans les (multi)médias marocains Approche linguistico-pragmatique*, Thèse de doctorat, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines Dhar El Mahraz, Fès, Maroc.
2. Priego-Valverde Béatrice (1999), *L'humour dans les interactions conversationnelles : jeux et enjeux*, Tome 1, Thèse de doctorat, université Aix-Marseille 1 – université de Provence, Marseille, France.