

Publictionnaire

Dictionnaire encyclopédique et critique des Publics

Public du stand up

Ruggero Druetta

Référence électronique

Ruggero Druetta, Public du stand up. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 21 juin 2021. Accès : <http://publictionnaire.humanum.fr/notice/public-du-stand-up/>

Le Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics est un dictionnaire collaboratif en ligne sous la responsabilité du Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine) ayant pour ambition de clarifier la terminologie et le profit heuristique des concepts relatifs à la notion de public et aux méthodes d'analyse des publics pour en proposer une cartographie critique et encyclopédique.

Accès : <http://publictionnaire.humanum.fr>

Cette notice est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification 3.0 France. Pour voir une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-ncnd/3.0/fr/> ou écrivez à Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



Public du stand up

L'étude du public des spectacles de théâtre est généralement réalisée selon deux approches dominantes et complémentaires : une première approche, socio-anthropologique, s'intéresse aux pratiques culturelles au sein d'une société et utilise des enquêtes fondées sur des questionnaires ainsi que des instruments statistiques (voir, à titre d'exemple, Gourdon, 1982, 1991 ; Cibois, 2008 ; Hattingh, 2018). Dans cette approche, le public est envisagé en tant que segment de la société formé de personnes choisissant de se rendre à tel ou tel type de spectacle. Sont alors pris en compte des attributs tels que la scolarité, le niveau de revenus, etc., à partir desquels les chercheurs essaient d'établir des corrélations avec ce type de pratique. Une seconde approche, psychologique-esthétique, s'intéresse aux réactions de l'individu et du collectif avant, pendant et après le spectacle. Dans ce cas, la panoplie des outils d'enquête associe le procédé du questionnaire à celui de l'entretien et inclut souvent l'analyse des réactions corporelles face aux divers épisodes du spectacle, réalisée à travers l'enregistrement vidéo des spectateurs et de certains paramètres, tels les mouvements oculaires, le rire, etc. On peut distinguer ces deux orientations par les termes anglais *audience* (études socio-anthropologiques) et *reception* (études psychologiques) (Sauter, 2000, 2002), et articuler leur complémentarité autour de l'opposition extérieur (*audience*) – intérieur (*reception*).

Dans le cas du *stand up*, le public se voit pourvu d'un rôle dynamique dans le spectacle. Il ne s'agit pas seulement de briser ponctuellement le quatrième mur entre la scène et la salle, comme cela arrive de temps en temps dans toute forme de théâtre, dans le but de réinitialiser et de démultiplier les formes de communication à travers l'exhibition de l'artifice théâtral : il s'agit plutôt de faire de l'interaction bidirectionnelle entre le comédien et le public une caractéristique définitoire du genre et l'une des conditions fondamentales de la réussite du spectacle. Par conséquent, la prise en compte de ce rôle original dans la description du public de *stand up* nécessite une approche spécifique, à côté des deux précédemment évoquées, de type communicatif-interactionnel. C'est le point de vue adopté ici, qui vise à caractériser plus spécifiquement le public à partir de la place et des rôles que l'humoriste lui assigne au cours du spectacle, à travers les ressources discursives et interactives offertes par la langue. Ce dispositif a pour effet de transformer une foule hétérogène et disparate d'individus venus dans un même endroit pour assister à un spectacle sur lequel ils peuvent disposer ou non d'informations préalables et/ou d'attentes spécifiques (public sociologique « réel ») en collectif unitaire, quoiqu'éphémère, sa durée ne dépassant pas celle du spectacle. Grâce à cette reconfiguration, le public est ainsi susceptible de devenir l'interlocuteur de l'humoriste en tant qu'individu collectif (Descombes, 2001 ; Druetta, 2020) et non en tant que simple collection d'individus. Il faut donc que le comédien agisse de telle sorte que le public sociologique réel (les *récepteurs* concrets) se coule de manière consentie dans le rôle du public « modèle » pour lequel le spectacle a été conçu (les *destinataires* de l'approche communicative). La notion de public « modèle » est la transposition au théâtre de la notion de « lecteur modèle » avancée par Umberto Eco (1932-2016 ; 1985). Il s'agit du public considéré en tant qu'instance hypothétique de réception projetée par l'artiste au moment de l'élaboration de son texte. Celui-ci élabore un destinataire idéal, doté des connaissances encyclopédiques nécessaires au bon décodage de ses histoires et allusions, et il lui attribue

des réactions plus ou moins conventionnelles (et en tout cas souhaitées) à chacune de ses « vannes » (terme consacré dans la profession), de manière à obtenir l'effet humoristique recherché (De Iulio, 2020).

Nous allons donc nous intéresser plus particulièrement à trois aspects du dispositif global de communication du *stand up* qui contribuent à la mise en place et à la gestion du public en tant que collectif éphémère : d'abord, sa disponibilité à accepter le rôle qui lui est assigné ; ensuite, la fonction du rire (constant dans le *stand up*, au point d'en être une caractéristique définitoire), ses conditions (l'« alliance dionysiaque » souscrite implicitement entre l'humoriste et le public) et ses finalités (mise en confiance des spectateurs, gestion de leur accord concernant les mécanismes comiques mobilisés) ; enfin, les outils linguistiques destinés à gérer le dispositif interactionnel, autour des trois pôles de la locution (qui parle et au nom de qui ?), de l'allocution (à qui s'adresse-t-il ?) et de la délocution (de qui parle-t-il pour faire rire et comment ?).

Dispositif de communication et disponibilité du public

Il a été montré depuis longtemps que le circuit de communication mis en place lors du spectacle théâtral est différent de la communication ordinaire et présente un emboîtement multiple d'instances énonciatives, aussi bien du côté du pôle émetteur que du pôle récepteur. Comme dans toute production artistique littéraire de fiction, la communication repose sur un texte élaboré par un auteur à destination d'un public, mais à travers la création d'une communication fictionnelle représentée, comportant un nombre variable de personnages dialoguant entre eux dans l'espace de la fiction. Il y a, à ce stade, un premier emboîtement de deux niveaux de communication, qui se complique ultérieurement du fait du dédoublement entre l'auteur en tant qu'être du monde (locuteur-?), en tant que locuteur à l'origine du texte (locuteur-L) et en tant qu'énonciateur doté d'un point de vue sur ce qu'il écrit (Ducrot, 1984). Parallèlement, le public est lui aussi une entité hypothétique, dotée d'attributs particuliers imaginés par l'auteur ; par conséquent, celui-ci s'adresse à un public modèle (destinataire), qui ne correspond pas forcément au public réel et concret qui lira le texte ou assistera au spectacle (récepteur). Tous ces éléments composent un feuilleté à l'épaisseur variable, dont des auteurs tels que Mikhaïl Bakhtine (1895-1975), Gérard Genette (1930-2018), Oswald Ducrot, Alain Rabatel – pour n'en citer que quelques-uns – ont rendu compte de manière remarquable à travers la notion de *polyphonie*. Cet emboîtement d'instances énonciatives est ensuite compliqué, dans la communication théâtrale, par la présence des acteurs se coulant dans la peau des personnages, d'une part, et d'un aspect institutionnel (correspondant aux instances responsables du choix de l'œuvre à représenter et de la manière de la mettre en scène : salle de théâtre, compagnie, metteur en scène) d'autre part. La communication fondamentale auteur-public s'enrichit donc de la communication entre les acteurs réels (ainsi qu'entre les personnages qu'ils interprètent) et de la communication entre les responsables de la salle de spectacle et leurs clients, entre le metteur en scène, la compagnie et les spectateurs, ce qui aboutit à une multiplication assez complexe des emboîtements communicatifs (voir en particulier Kerbrat-Orecchioni, 1984, Dufiet, Petitjean, 2013, et Vieites, 2016).

Or, par rapport aux différents dispositifs communicatifs observés par Manuel Francisco Vieites (2016), à savoir la communication *dramatique* (personnage-personnage), *scénique* (acteur-acteur), *théâtrale* (se subdivisant en deux composantes : communication *esthétique*, d'une part, entre compagnie et spectateur, et communication *sociologique*, d'autre part, entre

théâtre et public), le spectacle de *stand up* opère une superposition de ces différents niveaux, qui ne s'annulent pas pour autant, sur les mêmes personnes. Côté émetteur, l'humoriste, qui est à l'origine de son texte et qui évolue seul, dans un décor dépouillé (se réduisant, dans sa version la plus répandue, à un tabouret haut et un micro), cumule en lui les quatre fonctions d'émetteur auctorial et théâtral (dans sa composante esthétique, du moins), de locuteur actorial (scénique) et de personnage (dramatique), tandis que, côté destinataire, le public arrive au spectacle en tant que composante théâtrale (esthétique et sociologique) avant de subir une métamorphose, imposée par la règle du genre, qui prévoit pour lui des rôles supplémentaires, dramatiques et scéniques. Il revient par conséquent à l'acteur de solliciter non seulement un consensus, mais une véritable attitude coopérative de la part du spectateur, afin de le transformer, de surcroît, en personnage qui joue une performance mettant en œuvre des rôles distincts, ainsi qu'en acteur-partenaire, qui lui donne la réplique et à qui il donne la réplique pour mener à bien la représentation.

Cette superposition de niveaux, à l'intérieur du dispositif énonciatif, entraîne cependant quelques difficultés spécifiques, qui peuvent déterminer un filtre affectif compliquant, pour le public, l'acceptation de ce triple rôle inhabituel. Celles-ci concernent le texte, le format et le contexte du spectacle dans lequel la performance prend place, ainsi que la notoriété de l'humoriste. Tout d'abord, le texte est totalement inconnu du public, à la différence de ce qui se passe généralement pour le théâtre (notamment le théâtre de répertoire et à l'exception sans doute des spectacles d'improvisation) : dans le *stand up*, les connaissances préalables concernent tout au plus la microstructure du texte, qui est fixe et qui permet donc au public de reconnaître le genre et de suivre le fil de la performance. En effet, le texte est constitué d'une succession de micro-épisodes (narrations et commentaires sur l'actualité ou des événements de la vie ordinaire) ponctués et conclus par des « vannes » (selon la structure *headline-punchline*), avec ou sans fil conducteur, dont l'ordre peut varier d'une représentation à l'autre ou subir des suppressions et adaptations de plusieurs sortes. Le format du spectacle, ensuite, est assez variable, car le *stand up* peut aller d'une formule relativement institutionnalisée (*one man show*, spectacle collectif organisé réunissant plusieurs *stand-uppeurs* avec un présentateur assurant la transition entre les différentes performances) jusqu'à des formats moins formalisés, comme lors de soirées thématiques dans des bars ou des clubs, où l'on laisse des espaces d'improvisation libre à des *stand-uppeurs* occasionnels. Le contexte physique dans lequel le spectacle se déroule comporte lui aussi des différences : il peut s'agir d'un théâtre traditionnel, marquant la séparation entre la scène et la salle, avec des volumes et des places clairement séparées, ou alors d'un bar, d'un café-concert, d'une salle polyvalente dans lesquels se déroulent d'autres activités en même temps que le spectacle lui-même et où les spectateurs ne viennent pas uniquement, voire pas du tout en raison du spectacle qui s'y déroule, ce qui représente un élément supplémentaire d'hétérogénéité dans le public. L'humoriste, enfin, peut être un personnage médiatique, très connu même par un public qui ne fréquente pas habituellement les salles de spectacle, ou être un parfait inconnu, au sujet duquel le public ne dispose pas d'éléments préalables permettant d'orienter l'accueil de sa performance. Ces différents facteurs (grande variabilité des éléments contextuels de la représentation et ignorance relative concernant les contenus du spectacle et son auteur-protagoniste) peuvent affecter l'*ethos* préalable (Amossy, 2010) de l'artiste et les attentes concernant son spectacle, en termes d'attributs positifs permettant d'accueillir favorablement sa performance mais aussi de garantir un niveau suffisant de confiance et de connivence pour que le public adhère à ce dispositif énonciatif si particulier et accepte de devenir le partenaire temporaire de l'artiste.

Du côté du comédien aussi, l'implication active du public concret dans un texte élaboré à destination d'un public modèle est pour le moins ambivalente, car elle présente à la fois des avantages et une prise de risques considérable. D'une part, cela constitue une grande richesse, puisque la composition à chaque fois inédite et unique du public concret est ce qui permet la modification du show, son adaptation et son renouvellement. Ceci contribue à produire non pas une énième reprise du même spectacle, mais une véritable expérience théâtrale, qui donne l'impression d'avoir été cousue sur mesure sur les attentes et le vécu particuliers des personnes qui le composent. D'autre part, cependant, le choc entre public modèle et public concret est source d'anxiété et d'incertitude pour l'artiste, parce qu'il ignore la composition réelle de l'assistance et les éventuelles réactions inattendues de celle-ci qui pourraient compromettre la réussite de sa performance, en dépit du fait que, normalement, il peut compter sur son acceptation des rôles qui lui sont proposés.

Malgré ces difficultés, la dynamique public modèle – public concret présente aussi au moins deux avantages de taille : premièrement, celle-ci entraîne par ricochet une forme d'*idéatisation du public*, c'est-à-dire sa valorisation. Même sans connaître ses spectateurs, l'acteur leur manifeste en quelque sorte de l'estime, puisque ses choix textuels prouvent qu'il les considère comme réceptifs, connivents, spirituels et intelligents, car capables de comprendre son humour, souvent fondé sur des contenus implicites, et nécessitant donc une certaine réflexion. Cette « estime » suscite une réaction positive en termes d'*ethos* et bénéficie donc en retour à l'artiste aussi. Deuxièmement, cela comporte une simplification de la tâche pour les deux partenaires, grâce à la stéréotypisation des comportements attendus de la part du public. Les réactions sollicitées sont en effet fort schématiques et dépourvues de nuances : l'humoriste invite à adhérer à son point de vue et à aimer ou détester tel ou tel objet de son discours, à applaudir ou à huer, ce qui ne nécessite aucune expertise de la part de l'auditoire et, du fait de la simplicité d'exécution, s'avère immédiatement satisfaisant, donc euphorisant, pour ceux qui sont appelés à le réaliser. Par ailleurs, pour le comédien également, le recours à une palette réduite d'actions à susciter contribue à une gestion plus aisée de la salle.

Dans un spectacle au rythme si rapide, c'est surtout la phase initiale qui s'avère cruciale, tant du point de vue fonctionnel que du point de vue perlocutoire. En effet, d'une part il faut unifier un ensemble de gens dont l'intérêt n'est pas acquis en un individu collectif agissant de façon unitaire et synchronisée et répondant aux sollicitations de l'artiste de façon conforme au script du spectacle, en tant que partenaire dramatique et scénique. Il s'agit de la dimension fonctionnelle du déroulement du spectacle présent, qui vise à instaurer la règle du jeu et à éviter tout malentendu qui risquerait de compromettre le bon déroulement de la performance. D'autre part, il faut faire en sorte que ce public prenne du plaisir à agir de cette manière inhabituelle, qu'il soit disposé favorablement vis-à-vis de l'artiste, afin d'obtenir son adhésion connivente et son admiration. Cette deuxième dimension est de type perlocutoire et constitue la condition du succès durable du spectacle et de l'artiste. Pendant ces premiers instants, le comédien et le public se scrutent réciproquement : l'humoriste doit se montrer sympathique et bienveillant, il doit aussi faire preuve d'« estime » vis-à-vis des gens qui sont venus l'écouter et montrer qu'il partage avec eux un certain nombre de valeurs ; les spectateurs, quant à eux, doivent fournir le *feedback* espéré pour permettre à la performance de démarrer véritablement. La gestion de la phase initiale revêt une importance telle qu'elle a progressivement abouti à une véritable ritualisation comportant des étapes fixes, si bien qu'il

a été possible d'en élaborer des modélisations, comme l'a fait Jason Rutter (1997, 2000), dont nous reprenons ici la liste des étapes. La performance de l'humoriste peut commencer directement par son entrée en scène ou être précédée par une séquence de préparation assurée par un présentateur chargé d'assurer la transition entre les différents artistes. Lorsqu'il y a un présentateur, celui-ci se charge des cinq premières étapes : la contextualisation (mention de l'origine du comédien et de ses succès antérieurs), le cadrage de la réponse (suggestion de la manière appropriée de l'accueillir), son évaluation (toujours positive), la demande d'applaudissements, le dévoilement de l'identité (présentation proprement dite). Les applaudissements du public représentent la sixième étape venant clôturer cette séquence. C'est à ce moment qu'entre en scène l'humoriste, dont l'ouverture comporte également cinq étapes : les salutations, les commentaires sur le cadre du spectacle et, éventuellement, sur lui-même (métacommentaires), la requête d'accomplir une action, la réponse du public et, si celle-ci est positive, le début du spectacle proprement dit avec la première blague.

La routinisation des phases initiales confirme une fois de plus l'aspect codé et construit du spectacle, malgré son apparence faussement spontanée, et permet d'observer la progression dans la fédération du public et l'obtention de son consentement : le présentateur doit « chauffer » le public afin de créer un horizon d'attente positif autour de l'acteur et de son spectacle avant même d'en dévoiler l'identité, qui arrive toujours à la fin des autres étapes ; lorsque l'humoriste entre en scène, il doit vite évaluer le niveau de réponse du public, le corriger éventuellement et s'assurer que celui-ci est disposé à accepter la répartition des rôles. Cette opération est accomplie simplement à travers la première étape, celle des salutations, qui entraînent une réaction apportant tous ces renseignements, qu'il s'agira éventuellement d'améliorer à travers la répétition avec ou sans variation des salutations, afin de solliciter une réponse plus satisfaisante. Les commentaires sur la salle, la ville, le public et le comédien lui-même (deuxième étape) sont l'occasion de manifester des signes de considération réciproque et de créer un territoire commun de valeurs positives, explicitées ou simplement suggérées par l'artiste, qui parvient ainsi à mettre en confiance, voire à « flatter » son public. Enfin, la demande d'action collective (troisième et quatrième étapes) est destinée à instituer le public en tant que collectif, tout en vérifiant son niveau de cohésion, et à lui permettre de se percevoir lui-même en tant que tel, puisque chacun constate que les autres sont en train d'accomplir la même action que lui.

Le rire, enjeu et condition du stand up : l'« alliance dionysiaque »

L'une des caractéristiques les plus manifestes du *stand up* est sa nature comique : sa réussite se mesure d'ailleurs aux rires du public. Néanmoins, ses fonctions sont bien plus variées. À un niveau plus profond, le rire constitue tout autant une condition et un régulateur du spectacle (si le rire s'arrête, il faut vite le raviver, sinon le spectacle s'interrompt et échoue) qu'un signal phatique paraverbal de communion euphorique. Celui-ci permet aux membres du public de manifester qu'ils sont présents et qu'ils adhèrent toujours à la relation établie avec l'artiste et au script qu'il est en train de déployer. Enfin, le rire est pourvu d'une fonction rythmique importante soulignant le tempo du spectacle, car il surgit à intervalles réguliers, en alternance avec d'autres manifestations sonores, dont les applaudissements constituent peut-être la forme la mieux codifiée.

Donc le rire constitue un enjeu important du spectacle et, puisqu'il s'agit d'un comportement pourvu par le public en tant que modalité d'interaction spécifique avec l'humoriste et avec les autres membres du public (et pas seulement d'une réaction à une action comique), cela

mérite qu'on approfondisse sa relation avec l'expérience collective et ses conditions de félicité lors du spectacle. Un détour du côté des études socio-anthropologiques nous fournit quelques éléments d'explication. En effet, les observations menées sur les spectateurs montrent que le rire n'apparaît pas seulement au moment de la blague ou de la chute, mais de façon beaucoup plus constante et indépendamment de celle-ci (Morrison, 1940). Provine (2003) a quantifié le caractère éminemment social du rire, en fixant le rapport entre rire solitaire et rire collectif à six fois à l'avantage du second. En effet, il est facile de constater que les spectateurs rient plus fréquemment et plus abondamment dans une salle de spectacle que devant leur écran, lorsqu'un spectacle de *stand up* est rediffusé à la télévision. Nous remarquerons également que la nature sociale de ce comportement est démontrée, entre autres choses, par le fait que certains spectateurs rient même s'ils n'ont pas compris la chute de la blague, juste pour rester dans la communion avec les autres et ne pas s'isoler en agissant à contretemps, quitte à demander l'explication à leur voisin. Dès lors, dans une certaine mesure, le rire apparaît comme une obligation sociale à laquelle il faut se conformer : il s'agit, en tout cas, d'une action socialement codifiée, autorisée, encouragée, voire prescrite, dans un tel type de spectacle, que le spectateur accepte d'accomplir lorsqu'il décide de se rendre dans une salle qui propose du *stand up*.

Une autre clé de lecture ouvrant à la compréhension du rituel du spectacle comique et du *stand up* est représentée par les études sur les « alliances cathartiques » ou « alliances à plaisanterie » (Griaule, 1948 ; Sissao, 2002), formes ritualisées de moqueries entre groupes ethniques ou familiaux visant à prévenir les conflits dans certains pays africains. Ce que l'on observe, à travers ces comportements codifiés, c'est la mise en place d'une sorte de pacte mutuellement consenti pour pratiquer des comportements qui, dans les conditions ordinaires, seraient considérés comme menaçants pour la *face* (Goffman, 1971 ; Brown, Levinson, 1987) de l'autre, dans une sorte de sas de sécurité ludique permettant de dissoudre les conflits de manière symbolique et de préserver ainsi l'harmonie du groupe. C'est exactement ce qui se passe lors de ces spectacles humoristiques, expériences (néanmoins très codifiées) de suspension des normes sociales pour lesquelles on peut également évoquer les rites d'inversion (Augé, 1978) ou rites « carnavalesques » (Bakhtine, 1965), brisant momentanément les interdits de la société, ses règles et son ordre. En effet, les participants à un spectacle de *stand up* souscrivent à ce que nous proposons d'appeler, en paraphrasant Griaule, « alliance dionysiaque », puisqu'il s'agit d'une situation se déroulant dans le cadre ritualisé du théâtre, comme c'était le cas lors des fêtes dionysiaques de l'Antiquité, consistant en une suspension provisoire et ritualisée de certains interdits et bienséances, pendant lesquels il est possible de se moquer des autres et de soi-même, se faire « vanner », c'est-à-dire « insulter » sans réagir en réclamant une sanction, mais au contraire en acceptant de rire de soi. Or, le caractère ritualisé de cette expérience est lié, en grande partie, au « cadre », à savoir, d'une part, l'endroit spécifique (la salle de spectacle) dans lequel l'événement a lieu et, d'autre part, la mise en place de « cérémonies » de préparation pour s'y rendre (l'achat des places, l'entrée dans la salle, etc.). Mais, une fois dans la salle, il reste cependant encore une forme de méfiance avant d'adhérer complètement à cette « alliance dionysiaque », une crainte de la part du public qui, lors du spectacle, va être amené à se « lâcher », tout en abandonnant, provisoirement, le sérieux de sa vie ordinaire. Ceci comporte, évidemment, une certaine forme de pudeur à surmonter, car on montre une facette de soi qui n'est pas forcément correspondante à l'*ethos* habituel qu'on manifeste en société. On prend des risques en se dévoilant, mais plus encore en acceptant de lâcher prise, de perdre le contrôle de soi. La fonction cathartique du théâtre prend ici des allures dionysiaques, qui représentent un

véritable danger pour le spectateur : on comprend dès lors sa réticence à se laisser aller. Donc le travail de l'acteur consiste, une fois de plus, non seulement à entraîner le public dans cette forme de *catharsis* si particulière, mais également à le rassurer, à lui montrer que c'est sans conséquences, qu'il doit être en confiance, que tout le monde est bienveillant et qu'il peut alors souscrire sans crainte à cette « alliance dionysiaque ». Ce sont les phases initiales de la performance, précédemment évoquées, qui sont destinées à sceller définitivement ce pacte, ce qui en explique par conséquent le caractère crucial et l'importance de la dimension allocutive, visant à maximiser l'implication du public dans l'action théâtrale.

À côté de l'aspect social du rire et de son importance pour le public du *stand up*, il convient de montrer l'importance du collectif et de l'« alliance dionysiaque » dans la sélection de certaines cibles humoristiques, qui seraient considérées comme inappropriées dans d'autres situations. Nous ne faisons pas référence aux mécanismes du comique, tels qu'analysés classiquement à partir de Freud et de Bergson (ce qui n'aurait pas d'intérêt dans le contexte de cette notice), mais à la structure abstraite de la communication humoristique. Celle-ci a été analysée, entre autres chercheurs, par Patrick Charaudeau (2006, 2011) autour de trois pôles : un *émetteur* adressant une blague à un *destinataire* à propos d'une *cible* humoristique dont le comportement est ridiculisé en raison de sa difformité par rapport à un référentiel commun (P. Charaudeau parle plus précisément de *topique*, qui désigne dans son approche ce à propos de quoi s'exerce l'acte humoristique, en soulignant le caractère doxal de cette norme de référence). Plus spécifiquement, la cible humoristique peut se situer à l'extérieur des membres de l'interaction théâtrale (humoriste et public) – ce qui correspond au cas de figure le plus fréquent et le moins problématique, car non menaçant pour la face des participants à l'échange – ou alors s'identifier avec l'un de ces deux pôles, ce qui présente davantage de risques de dévalorisation voire d'offense, lorsque la cible coïncide avec le public ou l'un de ses membres. Ce cas de figure est néanmoins très répandu dans le *stand up* et, par ailleurs, il ne faut pas croire que la cible externe soit totalement dépourvue d'aléas : en effet, s'il n'y a pas de menace directe pour la face des participants à l'échange, il y a quand même un danger lié aux sujets sensibles, qui peuvent choquer une partie ou la totalité des spectateurs.

Suivant que la cible est externe ou interne à la relation interlocutive, on aura alors trois configurations différentes :

- la sanction sociale (cible externe par rapport aux interactants) : c'est le rire contre une situation, une personne ou un groupe ne partageant pas le référentiel commun des interactants. Il s'agit du mécanisme de la dérision, de la ridiculisation adressée à l'exogroupe, qui se fonde sur le partage réel ou supposé, de la part de l'endogroupe, d'une norme morale commune qui permet de stigmatiser les autres. Cette forme de ridicule confine à la raillerie et, de ce fait, risque parfois d'attirer les critiques sur l'humoriste, dont le public se désolidarise alors, ce qui marque la rupture de l'« alliance dionysiaque » et du collectif endogroupal. Cependant, en vertu de cette alliance, l'humoriste s'autorise très souvent à « pousser le bouchon » assez loin, à être politiquement incorrect, irrévérent vis-à-vis de sujets religieux, ou à se risquer à des représentations racistes ou misogynes. Le régime énonciatif de l'« alliance dionysiaque » encourage, sans pourtant la garantir tout le temps, la suspension du sérieux des propos tenus en faveur du second degré ;
- le dédoublement du masque comique (cible interne incarnée par le locuteur-humoriste) : parfois c'est l'artiste qui s'offre en pâture, à travers des attitudes corporelles ou la déformation de sa voix, des imitations et des jeux de mots qui suscitent le rire. C'est

l'attitude carnavalesque par excellence : si on rit toujours « grâce à » l'artiste et à ses textes, on rit dans ce cas également « de » l'artiste ou, plus précisément, de son personnage. Poussée à son extrême, cette attitude peut basculer dans les pitreries, à savoir un comique qui est une fin en soi et qui ne suscite pas la réflexion. Pourtant, cet humorisme, lorsqu'il mobilise des savoir-faire spécifiques (habileté linguistique dans les calembours, l'imitation, la parodie, habileté corporelle dans les acrobaties, etc.), suscite l'admiration du public pour les « prouesses » du comédien, ce qui renforce son *ethos* ;

- la désignation d'une victime (cible interne choisie parmi les membres du public) : ce type de comique, qui est assez spécifique au *stand up*, est rendu possible par la connivence du public avec le comédien. Celui-ci saisit le prétexte d'un rire intempestif ou d'un visage choisi au hasard pour sélectionner une cible unique (ou un sous-groupe de spectateurs) au sein du public pour s'en moquer et solliciter le reste du public à s'en moquer avec lui. Cela s'apparente au mécanisme de la sanction sociale et semble alors en contradiction avec la bienveillance supposée du comédien et l'exigence de considérer le public comme un collectif homogène, mais c'est bien ici le mécanisme de l'« alliance dionysiaque » qui est en jeu : une règle subversive mais partagée qui rassure les participants quant au caractère inoffensif du procédé. Du point de vue du dispositif communicatif, cette stratégie instaure une dynamique tripolaire au sein de la relation interlocutive, ce qui permet d'introduire un élément de variation dans le dispositif fondamentalement unidirectionnel du sketch, tandis que, du point de vue de la construction de la confiance et du collectif, cette stratégie aboutit à fondre le bipolarisme « je-vous » de la relation acteur-public en un « nous » s'opposant à un « il », relation inattendue et véritable coup de force pragmatique, puisque le public en vient à partager la même place énonciative que l'humoriste et que, implicitement, il va adopter, le temps de la moquerie, son point de vue sur la réalité. Toute méfiance et toute barrière affective vont donc instantanément être balayées par une sorte de communion moqueuse qui se met en place. La victime, pour sa part, est traitée avec suffisamment de marques de bienveillance et de fictionnalité pour ne pas se sentir offensée. Elle accepte de jouer le jeu et généralement elle est honorée d'avoir été choisie comme partenaire d'un jeu scénique qui la valorise au moment même où elle est tournée en dérision. Ce procédé a pour effet d'instaurer une relation supplémentaire « je-tu » à « nous » entre la victime et le comédien, une alliance scénique et dramatique instantanée alternant avec l'autre « nous » représenté par l'association des moqueurs (humoriste-public). Par ailleurs, l'atteinte portée à la victime est souvent aussitôt réparée par une séquence d'autodérision ou le choix d'une autre victime, montrant qu'il s'agit là de participer à un jeu collectif dans le but de s'amuser ensemble.

Ces différents mécanismes de sélection de la cible ne seraient pas possibles en l'absence d'un collectif allié du comédien et agissant de conserve avec lui, ce qui nous ramène au point fondamental de la disponibilité du public, qu'il s'agit d'appivoiser et de séduire pour le fédérer provisoirement autour d'un référentiel et d'un but communs. Le processus d'identification collective mis en place par le rire opère par un double mouvement d'inclusion communiant (agir à l'unisson, pour les mêmes raisons et en fonction d'une vision du monde provisoirement partagée) et d'exclusion railleuse (le rire et les huées lancées, sur l'instigation du comédien, contre certaines cibles). C'est en s'entendant rire, huer ou applaudir à l'unisson avec les autres que le spectateur s'aperçoit qu'il est, dans une certaine mesure, comme les autres et en communion avec les autres, qu'il n'en est pas menacé mais qu'il peut se sentir en confiance, protégé qu'il est, pendant une durée et dans un espace strictement délimités, par une norme partagée (l'« alliance dionysiaque », justement), à laquelle tout le monde a souscrit.

Locution, allocution, délocution : les figurations du public

Le marquage du territoire du comédien en tant que locuteur et du public en tant que porteur des différents rôles qui lui reviennent en vertu de ce type de communication théâtrale (récepteur et destinataire théâtral, partenaire dramatique et scénique) passe par l'utilisation du système pronominal selon les deux modalités de l'interlocution, synthétisée par le couple pronominal « je-tu » (chaque allocutaire pouvant se muer en locuteur, comme lorsque le public est sollicité à donner un *feedback* à l'artiste) et de la délocution, représentée par le pronom « il » (le « délocuté », c'est-à-dire celui dont on parle, s'identifiant ici à la cible humoristique, Benveniste, 1966). Ce système est compliqué, d'une part, par la relation dissymétrique entre l'acteur et le public, dont le rôle et les possibilités d'interaction sont délimités à la fois par les règles du genre et par les décisions ponctuelles de l'acteur, et, d'autre part, par le caractère pluriel du public, ce qui permet d'alterner entre singulier et collectif et de jouer sur l'inclusion éventuelle du « vous » du public et du « je » du meneur de jeu dans un « nous » inclusif, aboutissant à un régime énonciatif particulier, où l'humoriste parle au nom du public tout autant qu'en son nom propre. Nous retrouvons là ce que Benveniste appelle le *cadre figuratif* de l'énonciation, c'est-à-dire « l'accentuation de la relation discursive au partenaire » (1974 : 85).

Selon que le « vous » du public est incorporé ou non dans le « je » du locuteur, on peut distinguer deux régimes énonciatifs à l'œuvre dans le spectacle de *stand-up* : le régime du JE et le régime du NOUS, dans lesquels les trois pôles de la structure de communication humoristique abordée plus haut reçoivent un codage linguistique en termes de *locuteur* (qui parle et au nom de qui ?), d'*allocutaire* (à qui s'adresse-t-il ? à une collection d'individus, à un collectif ou à une alternance des deux ?) et de *délocuté* (de qui parle-t-il ? quelle est la cible humoristique ?) Ce pôle du délocuté permet de différencier les trois cibles humoristiques abordées précédemment : le « je » correspond à l'autodérision, dans une forme de dédoublement entre le « je » du locuteur et le « je » du masque comique, le « ils » qui n'alterne pas avec un allocutif (« tu » / « vous ») correspond à l'exogroupe de la sanction sociale et le « il(s) » alternant avec un allocutif (« tu » / « vous ») correspond enfin au cas de figure de la désignation d'une victime. Étant donné notre focalisation sur le public, c'est autour des positions assignées à celui-ci (y compris la position de *délocuté*), ainsi que de la relation humoriste-public dans les différents régimes, que nous allons nous concentrer, plutôt que sur la délocution concernant la cible externe, dont les enjeux pour la gestion du public sont moins immédiats.

Régime du JE

- Pôle du locuteur : JE. Le pronom « je » désigne ici le locuteur-humoriste, qui se présente comme parlant à titre personnel et en son nom uniquement. C'est le régime énonciatif prédominant, la première personne du singulier donnant l'illusion que locuteur mondain (locuteur ?) et dramatique (locuteur L) coïncident. En réalité, on sait très bien que l'être du monde ne correspond pas forcément à l'identité manifestée discursivement, que le farceur des planches est un masque textuel qui va rester à la loge une fois le spectacle terminé. Symétriquement, dans son interaction avec les spectateurs, l'humoriste leur applique ce même principe, faisant coïncider les statuts multiples d'allocutaires-destinataires théâtraux de son texte, de partenaires dramatiques dans l'accomplissement de l'acte scénique et de récepteurs mondains participant à une pratique culturelle collective, venant au spectacle

seuls ou en compagnie et dotés d'attributs sociologiques et psychologiques variés en termes de goûts, d'intérêts, de dispositions pour l'humour, le rire, la socialité.

- Pôle de l'allocutaire/1 : VOUS collectif. C'est ce pronom qui constitue la forme principale d'adresse, la plus fréquente. Or, ce « vous » est multiforme, car il est composé de personnes qui ne se connaissent pas, pour la plupart, et qui ne sont pas amalgamées. Le but de l'artiste de *stand up* est de les fédérer en un collectif éphémère en se basant sur ce qui les unit : l'intérêt pour le spectacle, l'artiste, le fait de s'être déplacés pour assister au spectacle et de partager le même espace. Comme on l'a vu, les phases initiales sont consacrées à ce travail d'unification, afin que l'interlocuteur scénique de l'humoriste agisse comme un seul homme. Pendant la séquence interactive initiale des salutations, l'humoriste s'adresse au public désigné non pas (ou pas seulement) à travers l'allocutif « vous », mais bien à travers une métonymie faisant référence à la salle de spectacle ou à la ville où l'acteur se produit (« Bonsoir Paris ! » ; « Salut La Cigale ! »), suivie éventuellement de questions phatiques, où le « vous » commence à apparaître (formes conventionnelles de politesse : « Ça va ? » ; « Vous allez bien ? » ; « Vous êtes chauds ? »). Le *feedback* positif (réponse chorale) manifeste l'adhésion du public à ce rôle et informe l'artiste sur le niveau d'amalgame atteint. Si le *feedback* n'est pas satisfaisant, cette séquence d'ouverture peut être réitérée, et l'artiste peut aussi se lancer dans une critique vis-à-vis d'un public pas très démonstratif (« Je ne vous ai pas entendus ! »), ce qui peut introduire une première « vanne ». À partir de ce moment, l'artiste remercie le public à travers des compliments adressés à la salle (« Le Havre, vous êtes magnifiques ! »). C'est à partir de cet échange initial que le « vous » s'installe définitivement comme allocutaire principal du comédien. Le consentement à cette unification provisoire, coextensive à la durée du spectacle, autorise la poursuite de la performance.
- Pôle de l'allocutaire/2 : TU/VOUS générique. Parfois, l'acteur s'adresse à un « tu » générique, qui pourtant crée l'illusion d'un contact direct : ce « tu », chaque spectateur peut se l'appliquer. Le discours théâtral est ainsi *adressé* à chaque spectateur, ce qui en augmente l'implication et l'effet de connivence, de communion jubilatoire avec l'artiste, qui demeure l'une des conditions du rire et, à ce titre, l'un des aspects essentiels de ce type de spectacle. L'illusion d'une superposition entre le « tu » du monologue théâtral et le « tu » du destinataire de ce spectacle crée un sentiment très fort d'empathie.
- Pôle du délocuté : IL alternant avec l'allocutif TU/VOUS singulier. Sous le régime du JE, la troisième personne renvoie au mécanisme de la désignation d'une victime, présenté précédemment : l'artiste choisit un spectateur dans la salle, qui devient provisoirement la cible de ses « vannes » et de la dérision du groupe. Le « tu » sélectionné par l'artiste est donc extrait du « vous » collectif du public et devient pour celui-ci un « il » : l'acteur parle de lui alternativement à la deuxième (allocutaire-partenaire) et à la troisième personne (délocuté, objet de discours) et l'exhibe au bénéfice du rire des autres. Lors de cette séquence, il ne faut pas oublier non plus que le « tu » auquel s'adresse le comédien ne correspond pas à une interaction ordinaire mais à un *script* théâtral, planifié ou improvisé : en effet, ce qui se passe entre les deux interlocuteurs (comédien et victime) ne constitue pas un dialogue banal suspendant le spectacle et oubliant provisoirement le reste du public. Par une stratégie de double énonciation, cette interaction avec la victime est au contraire délibérément adressée au reste du public en tant que séquence du show lui-même. Tout accède au statut d'exhibition dans ce genre de spectacle, pour autant que les différents événements qui se succèdent puissent tomber sous le contrôle de l'artiste qui parvient à leur donner du sens. Ce n'est que lorsque l'artiste ne parvient pas à contrôler l'imprévu en le résorbant dans une improvisation maîtrisée qu'il y a échec de la séquence, voire du spectacle.

Régime du NOUS

L'humoriste s'associe au public et parle ici au nom de tous : il « force », à travers ce « nous », sa légitimité à agir en porte-parole autorisé d'un collectif auquel la présupposition confère une réalité par défaut.

- Pôle du locuteur : NOUS/ON. Parfois, lors du spectacle, le *stand-uppeur* utilise ce pluriel inclusif, ce qui traduit linguistiquement – ou, plus exactement, force discursivement – la communion artiste-public. Au bout de quelques « vannes », l'artiste peut passer au « nous », ce qui constitue un coup de force pragmatique. En effet, à partir de ce moment, chaque affirmation de l'artiste à la première personne du pluriel présuppose l'adhésion du public, alors que des divergences d'opinion sont toujours possibles. Par ce coup de force, il crée l'illusion d'une communion complète ente l'artiste et le public. Ceci renforce l'adhésion du public à l'« alliance dionysiaque » posée par le spectacle (à moins que l'artiste n'emploie ce « nous » à propos de sujets très clivants).
- Pôle de l'allocutaire : NOUS/ON *vs* TU/VOUS. Dans le régime énonciatif du « nous », on peut avoir l'annulation de l'allocutaire (résorbé dans le « nous » inclusif du locuteur, ce qui est pourtant assez rare) ou, plus fréquemment, les deux typologies d'allocutaires signalées pour le régime du « je » (à savoir « vous » collectif ou « tu » / « vous » générique). Le maintien de ces formes allocutives rappelle le caractère provisoire et fictif du « nous », la communion mise en scène par ce pronom ne parvenant pas à effacer totalement l'altérité fondamentale de la relation dissymétrique entre l'humoriste-locuteur autorisé et le public, cantonné – malgré son importance fonctionnelle pour la performance – à un rôle subalterne de locuteur auxiliaire et marginal, agissant presque exclusivement à la demande de l'humoriste.
- Pôle du délocuté : ILS alternant avec l'allocutif VOUS pluriel. C'est le cas complémentaire du IL alternant avec l'allocutif TU/VOUS singulier utilisé dans le régime du JE, qui se produit lorsque l'artiste répartit l'assistance en plusieurs sous-groupes (par exemple, en fonction de la position des sièges) et leur demande d'accomplir une action, ce qui entraîne une alternance entre allocution (« vous ») et délocution (« ils ») pour s'adresser à l'un ou à l'autre groupe. Ce procédé constitue un ressort comique supplémentaire : la réalisation de l'action commence par un rire de gêne du public face à une tâche à accomplir devant d'autres personnes et se mue en rire de satisfaction ou de dérision face à la performance accomplie et au commentaire (critique ou élogieux) de l'acteur reconfiguré en maître de cérémonie, faisant passer instantanément et de façon réitérée chaque spectateur de la position d'allocutaire connivent à celle de délocuté tourné en dérision.

Au bout du compte, on peut affirmer que la variété des moyens linguistiques et discursifs, mis en œuvre par l'humoriste afin de multiplier les rôles du public dans l'interaction humoristique, est en même temps la manifestation d'une attention constante à la « figuration » du public, tant au sens de Goffman (*face work*, c'est-à-dire ménagement du territoire et du narcissisme du public) que de Benveniste (manière de représenter la relation discursive avec le partenaire, donc de la mettre en scène) : dans le spectacle, on parle *au* public (pôle allocutaire), on fait parler *le* public, en lui donnant la parole et en parlant en son nom (pôle locuteur) et on parle *du* public (pôle délocuté).

Au terme de cette analyse, le statut spécifique du public dans le spectacle de *stand up* apparaît à la fois comme celui de partenaire du comédien et de ressort dramatique et scénique de l'action. Celui-ci offre en effet des sujets d'improvisation et de répartie permettant une actualisation constante, représentation après représentation. Si le *stand up* est très exigeant en

termes de collaboration explicite de la part du public, le bon *stand uppeur* est, quant à lui, un acteur conscient de ce feuilleté énonciatif afin de pouvoir l'exploiter au mieux. Il possède surtout un sens très fort du public grâce auquel il parvient à le fédérer autour des valeurs qu'il met en avant et à véritablement en faire son allié et pas seulement son témoin et son destinataire, comme c'est le cas avec la comédie ou le monologue théâtral.

Bibliographie

- Amossy R., 2010, *La Présentation de soi. Ethos et identité verbale*, Paris, Presses universitaires de France.
- Augé M., 1978, « Quand les signes s'inversent », *Communication*, 28 (1), pp. 55-67.
- Bakhtine M., 1965, *L'Œuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen Âge et sous la Renaissance*, trad. du russe par A. Robel, Paris, Gallimard, 1970.
- Benveniste É., 1966, « Structure des relations de personne dans le verbe », pp. 225-236, in : *Problèmes de linguistique générale*, tome 1, Paris, Gallimard.
- Benveniste É., 1974, « L'appareil formel de l'énonciation », pp. 79-88 in : *Problèmes de linguistique générale*, tome 2, Paris, Gallimard.
- Brown P., Levinson S. C., 1987, *Politeness: Some Universals in Language Usage*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Charaudeau P., 2006, « Des catégories pour l'humour ? », *Questions de communication*, 10, pp. 19-41.
- Charaudeau P., 2011, « Des catégories pour l'humour. Précisions, rectifications, compléments », pp. 9-43, in : Vivero Garcia M. D., dir., *Humour et crises sociales. Regards croisés France-Espagne*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Cibois P., 2008, « Les publics du théâtre contemporain », *Communications*, 83, pp. 37-46.
- De Iulio S., 2020, « Lecteur Modèle », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 7 mai 2020. Accès : <http://publictionnaire.humanum.fr/notice/lecteur-modele/>.
- Descombes V., 2001, « Les individus collectifs », *Revue du MAUSS*, 18, pp. 305-337.
- Druetta R., 2020, « La parodie : un genre discursif révélateur de l'imbrication identité singulière-identité collective », pp. 71-90, in : Paissa P., Koren R., eds, *Du singulier au collectif : construction(s) discursive(s) de l'identité collective dans les débats publics*, Limoges, Lambert-Lucas.
- Ducrot O., 1984, *Le Dire et le dit*, Paris, Éd. de Minuit.
- Dufiet J.-P., Petitjean A., 2013, *Approches linguistiques du texte dramatique*, Paris, Garnier.
- Eco U., 1985, *Lector in fabula : la cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milan, Bompiani.
- Goffman E., 1971, *La Mise en scène de la vie quotidienne 2. Les relations en public*, trad. de l'anglais par A. Kihm, Paris, Éd. de Minuit, 1973.

- Gourdon A.-M., 1982, *Théâtre, public, perception*, Paris, CNRS Éd.
- Gourdon A.-M., 1991, *Les Publics des grandes salles polyvalentes*, Paris, CNRS Éd.
- Griaule M., 1948, « L'alliance cathartique », *Africa*, 18 (4), pp. 242-258.
- Hattingh C., 2018, « Motives for attending live stand-up comedy: an audience's perspective », *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7 (2), 16. Accès : https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_16_vol_7_2_2018.pdf.
- Kerbrat-Orecchioni C., 1984, « Pour une approche pragmatique du dialogue théâtral », *Pratiques. Linguistique, littérature, didactique*, 41, pp. 46-62.
- Morrison J., 1940, « A Note Concerning Investigations on the Constancy of Audience Laughter », *Sociometry*, 3 (2), pp. 179-185. Accès : <https://doi.org/10.2307/2785441>.
- Provine R., 2003, *Le Rire, sa vie, son œuvre*, Paris, R. Laffont.
- Rutter J., 1997, *Stand-up as interaction: Performance and audience in comedy venues*, thèse (PhD) en sociologie, Université de Salford, Angleterre.
- Rutter J., 2000, « The stand-up introduction sequence: Comparing comedy compères », *Journal of Pragmatics*, 32 (4), pp. 463-483. Accès : [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(99\)00059-4](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(99)00059-4).
- Sauter W., 2000, *The Theatrical Event: dynamics of performance and reception*, Iowa City, University of Iowa Press.
- Sauter W., 2002, « Who reacts when, how and upon what: From audience surveys to the theatrical event », *Contemporary Theatre Review*, 12 (3), pp. 115-129. Accès : <https://doi.org/10.1080/10486800208568686>.
- Sissao A. J., 2002, *Alliances et parentés à plaisanterie au Burkina Faso : mécanismes de fonctionnement et avenir*, Ouagadougou, Sankofa & Gurli.
- Vieites M. F., 2016, « Teatro y comunicación. Un enfoque teórico », *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 25, pp. 1153-1178. Accès : <https://doi.org/10.5944/signa.vol25.2016.16954>.