



HAL
open science

Spectacles d'humour anglophones à Paris : diversité et légitimité de la discipline artistique dans les médiacultures françaises

Emily Savard

► **To cite this version:**

Emily Savard. Spectacles d'humour anglophones à Paris : diversité et légitimité de la discipline artistique dans les médiacultures françaises. Sciences de l'information et de la communication. 2023. dumas-04356041

HAL Id: dumas-04356041

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04356041>

Submitted on 20 Dec 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Management et culture

Option : Management et cultures créatives

Spectacles d'humour anglophones à Paris

Diversité et légitimité de la discipline artistique dans les médiacultures françaises

Responsable de la mention information et communication
Professeur Pascal Froissart

Tuteur universitaire : Thierry Devars

Nom, prénom : SAVARD Emily

Promotion : 2022-2023

Soutenu le : 20/09/2023

Mention du mémoire : Bien

Remerciements

Je tiens à remercier dans un premier temps mon tuteur académique Thierry Devars ainsi que ma tutrice professionnelle Laurence Feral. Je suis infiniment reconnaissante pour leur patience et leur bienveillance à mon égard. Leur exigence a enrichi ma démarche pour cette étude ainsi que ma rigueur intellectuelle.

Je souhaite également remercier Rossana Di Vincenzo, Elena Gabrielle, Jonathan Duffy et Dragos qui ont eu la gentillesse de me consacrer du temps afin de répondre à mes questions et d'échanger avec moi. Leurs perspectives se sont avérées fondamentales dans ce travail de recherche. Je les remercie également pour leurs productions artistiques, qui m'ont inspirée dans cette réflexion sur l'humour interculturel.

Je voudrais remercier mes camarades et professeurs du CELSA, au contact desquels j'ai assimilé de nombreuses connaissances utiles à ma réflexion.

Un grand merci à mes collègues d'AXA IM, et en particulier à ma manageuse Hélène Caillet ainsi que ma camarade alumni Silvia Trask. Leur gentillesse et leur soutien m'ont permis de préparer cet écrit dans les meilleures conditions possibles.

Merci à ma famille et à mes amis pour m'avoir accompagnée dans des *comedy clubs* et des spectacles d'humour anglophones. Particulièrement ma mère, qui se prête au jeu malgré son incompréhension de la langue anglaise. Merci pour leur patience et leur tolérance vis-à-vis de la quantité astronomique de TikTok d'humour que je leur envoie au quotidien. Rassurez-vous, suite à ce rendu, je réduirai la cadence.

Merci aussi à Clémence Patelli qui a su m'apporter un soutien psychologique parfois nécessaire.

Pour terminer, merci à Bo Burnham de m'avoir accompagnée musicalement tout au long de la rédaction de ce mémoire.

Table des matières

Introduction.....	5
a) <i>La discipline de l'humour en France</i>	5
b) <i>L'arrivée du stand-up à l'américaine en France et sa démocratisation</i>	8
c) <i>Diffusion du stand-up anglo-saxon dans le monde</i>	9
d) <i>L'Étude des spectacles humoristiques anglophones en France</i>	10
e) <i>Corpus</i>	12
f) <i>Méthodologie</i>	13
g) <i>Problématique</i>	13
I. La pratique du spectacle d'humour en France s'est approprié le format anglo-saxon du <i>stand-up</i>	15
1) La pratique du spectacle d'humour en France est marquée par son héritage théâtral et se distingue du modèle étasunien.....	15
a) <i>Stand-up, un modèle étasunien</i>	15
b) <i>Le one-(wo)man show, une adaptation française</i>	17
c) <i>L'intermittence du spectacle, une spécificité française</i>	19
2) Le métier d'humoriste en France est transmédiagénique mais se distingue de la figure américaine du « <i>comedian</i> ».....	20
a) <i>Le comedy club à la française</i>	21
b) <i>Comedian, un métier sérialisé</i>	22
c) <i>Créateur de contenu, la place de l'humoriste dans le « village global »</i>	24
3) Une scène de l'humour anglo-saxonne s'est développée en parallèle des spectacles d'humour en français	26
a) <i>Les premiers comedy clubs anglophones à Paris</i>	26
b) <i>Live Nation, l'exportation des têtes d'affiche de l'humour américain et français</i>	28
c) <i>Paul Taylor et la démocratisation du spectacle bilingue</i>	30
II. Les spectacles comiques anglophones permettent la confrontation des cultures de l'humour en France	33
1) L'interaction avec le public multiculturel enrichit le contenu discursif du spectacle scénique	34
a) <i>Les codes du spectacle de stand-up à la française</i>	34
b) <i>Les rituels des spectacles scéniques d'humour anglophones</i>	35
c) <i>Crowd work, l'arbre qui cache la forêt</i>	37
2) Les stéréotypes sur les identités nationales sont des outils dans la co-construction des spectacles scéniques d'humour anglophone en France	39
a) <i>L'humoriste anglophone, une persona stéréotypée</i>	39
b) <i>Des outils de promotion stéréotypés</i>	40
c) <i>Des stratégies de communication différentes selon le lieu culturel</i>	43

3) L'emploi de ces stéréotypes culturels remplit une fonction sociale dans l'espace du spectacle scénique anglophone en France.....	44
a) <i>Thèmes universels</i>	44
b) <i>Regards exogènes sur la société française</i>	46
c) <i>Une identification aux stéréotypes bienvenue</i>	47
III. Le dispositif du spectacle d'humour anglophone démocratise l'accès au contenu et à l'altérité	51
1) Le format permet à l'humoriste anglophone d'apprendre de son public.....	51
a) <i>Le dispositif permet d'évaluer l'efficacité comique du discours</i>	51
b) <i>La scène, un AB Testing pour identifier l'humour des différents pays</i>	53
c) <i>Les réseaux sociaux, un laboratoire d'expérience</i>	54
2) <i>Standardisation et démocratisation du format anglo-saxon</i>	56
a) <i>Le standard audiovisuel anglo-saxon</i>	56
b) <i>Un dispositif démocratisé et accessible à tous</i>	58
c) <i>L'individualisme du modèle américain</i>	60
3) <i>La persona de l'humoriste transcende le divertissement culturel</i>	62
a) <i>Métaréflexion sur la comédie</i>	62
b) <i>Représentation occidentale de l'artiste</i>	64
c) <i>Le rôle des spectacles d'humour anglophones dans la société française</i>	67
Conclusion.....	71
BIBLIOGRAPHIE.....	76
ANNEXES.....	89
Résumé du Mémoire.....	136

Introduction

a) *La discipline de l'humour en France*

Dans l'ouvrage *Remarques mêlées*, de Ludwig Wittgenstein, on peut lire que l'humour est une « Weltanschauung », c'est-à-dire une manière de voir le monde¹. L'étymologie du terme « humour » en lui-même met en lumière des échanges entre la France et le Royaume-Uni. Le mot dérive du français « humeur » en lien avec la théorie des humeurs et provient de la traduction anglaise du terme "humor"². En 1762, Voltaire écrit que les Britanniques sont les seuls à avoir un mot pour décrire cet état d'esprit qui se joue des règles au point de rire de soi-même. Dans la littérature³, il est mentionné comme l'un des premiers en France à parler de l'humour :

« Ils [les Anglais] ont un terme pour signifier cette plaisanterie, ce vrai comique, cette gaîté, cette urbanité, ces saillies qui échappent à un homme sans qu'il s'en doute ; et ils rendent cette idée par le mot humeur, humour, qu'ils prononcent yumor, et ils croient qu'ils ont seuls cette humeur, que les autres nations n'ont point de terme pour exprimer ce caractère d'esprit ; cependant, c'est un ancien mot de notre langue employé en ce sens dans plusieurs comédies de Corneille. »⁴

L'action de définir ce terme est par ailleurs complexe et peut s'opérer au travers de diverses approches (sociologique, philosophique, littéraire, psychologique...). Dans la revue *Vie sociale*, volume 2 (2010), Brigitte Bouquet et Jacques Riffault proposent des caractéristiques qui montrent la place et le rôle possible de l'humour dans l'action sociale. Parmi ces caractéristiques, on retrouve le fait que l'humour émane d'une subjectivité qui requiert la connivence entre partenaires. L'humour est également défini comme « une attitude existentielle qui implique de savoir rire de soi-même ». Dans le contexte des spectacles d'humour, cette capacité à rire de soi et la connivence entre l'humoriste et les spectateurs sont primordiaux.

Dans le contexte français, il est par ailleurs difficile d'établir les caractéristiques d'un humour hexagonal. Il faut attendre 1878 pour que l'Académie introduise l'adjectif « humoristique » dans la langue française⁵. Dans les dictionnaires français contemporains, le terme « humour » est illustré par des exemples tels que « l'humour britannique » ou « l'humour noir ». Les adjectifs qui accompagnent le terme permettent de catégoriser des types d'humour auxquels sont associés des mécanismes comiques. L'humour noir se définit par exemple par la transformation de situations macabres, dramatiques en une vision prêtant à rire pour amorcer, derrière, une

¹ Ludwig WITTGENSTEIN, *Remarques mêlées*, Paris, Flammarion, 2002.

² Bouquet, Brigitte, et Jacques Riffault. « L'humour dans les diverses formes du rire », *Vie sociale*, vol. 2, no. 2, 2010, pp. 13-22.

³ *Revue des deux mondes, L'humour français à l'époque des nouveaux « agélastes »*, Jacques de Saint Victor, consulté le 17 septembre 2023, 04/10/2019, [lien](#).

⁴ Bernard Gendrel, Patrick Moran, Fabula, *Humour: panorama de la notion*, consulté le 12 septembre 2023, [lien](#).

⁵ *Revue des deux mondes, L'humour français à l'époque des nouveaux « agélastes »*, Jacques de Saint Victor, consulté le 16 septembre 2023, 04/10/2019, [lien](#).

réflexion de fond⁶. Dans un article du Monde paru en 2008⁷, cette catégorie humoristique est également évoquée comme une tradition française. Pourtant, on ne considère pas ce type d'humour comme spécifiquement français.

En effet, l'humour noir est également une composante de l'humour dit britannique par exemple. Franck Evrard, professeur de lettres et essayiste, considère que l'humour anglais « lorgne du côté du macabre et de l'humour noir »⁸. Il décrit son mécanisme comme un jeu « ambiguë sur l'inadéquation du ton et du contenu, la discordance entre l'air sérieux et l'énormité du propos »⁹.

Sur des sites d'apprentissage de la langue française¹⁰, on peut trouver des définitions de « l'humour français » comme étant un peu noir, un peu ironique, un peu moqueur. L'esprit français a été profondément marqué par le ton fier de la cour de Louis XIV qui n'autorise aucun aveu de faiblesse, aucune autodérision. La République, en s'affirmant à partir de 1879, a su s'approprier un rire gaulois, celui des caricaturistes et des chansonniers, en sortant de « l'ordre moral¹¹ ». Cet aspect subversif de l'humour français se retrouve également au travers de la figure du bouffon. Ce dernier est le vecteur d'une dérision, qui vise explicitement le pouvoir, et celui qui l'incarne. Il a le droit de se moquer de tout sans risque ; tout autre que lui serait sévèrement châtié. Il est lié au carnavalesque - au renversement/rétablissement des rôles sociaux - que Mikhaïl Bakhtine désigne comme un « monde à l'envers » où, dans le grotesque et la subversion, le peuple expérimente la libération des contraintes quotidiennes.¹²

En 2023, cet emploi du trait d'esprit et des joutes verbales peut se retrouver par exemple dans les *matches* d'improvisation qui rencontrent un grand succès en France. La pratique du Match d'improvisation est créée en 1977 au Québec (Gravel et Leduc). L'improvisation, si elle est pour le théâtre une source fondamentale, est devenue depuis peu de temps une pratique artistique à part entière¹³. Des ligues d'improvisation voient le jour tandis que la discipline cherche à se crédibiliser. En 2022, une troupe de théâtre d'improvisation parisienne a par exemple rempli le nombre de représentations requis¹⁴ pour se présenter aux récompenses des Molières. L'institution n'a toutefois pas comptabilisé leur participation.

De manière similaire, le *stand-up* cherche à se crédibiliser en tant que discipline artistique en France. Ce type de spectacles comiques se distingue du *one-(wo)man show*, aussi appelé seul en scène, solo ou spectacle en solo

⁶ TV5 MONDE, *Dictionnaire*, consulté le 27/08/2023, [lien](#).

⁷ SERY Macha, Le Monde, *L'humour noir revient sur scène*, consulté le 22/08/2023, [lien](#).

⁸ EVRARD Franck, L'éléphant, *Le « nonsense », cet humour tellement british*, [lien](#).

⁹ Franck Evrard donne l'exemple de Shakespeare le définit l'humour anglais dans Henri IV comme « a jest with a sad brow », « une plaisanterie au triste front », tandis que Thomas de Quincey évoque « une vieille habitude de plaisanter dans la douleur ».

¹⁰ FRANCAIS AUTHENTIQUE, *L'humour français : comment apprendre en riant*, [lien](#).

¹¹ Revue des deux mondes, *L'humour français à l'époque des nouveaux « agélastes »*, Jacques de Saint Victor, 04/10/2019, [lien](#).

¹² Danièle Sallenave, Académie Française, *Le bouffon*, consulté le 12 septembre 2023, 01/02/2018, [lien](#).

¹³ IMPRO FRANCE, *La maison de l'impro, L'improvisation en France*, section "A propos", consulté le 21/08/2023, [lien](#).

¹⁴ Pour les spectacles d'Humour (one-man show) : avoir totalisé 8 000 entrées payantes entre le 1er janvier et 31 décembre 2023, dans une salle parisienne de plus de 200 places.

en France¹⁵. Il s'agit d'un modèle de spectacle comique importé des Etats-Unis dans les années 2006. Son dispositif scénique est marqué par le discours à la première personne de l'humoriste et l'interaction qu'il entretient avec le public. Le *one-(wo)man show*, à l'inverse, n'implique pas nécessairement d'échanges avec les spectateurs.

En France, les spectacles en solo mettent en lumière une diversité de pratiques scéniques comme la parodie musicale (GiedRé, Frédéric Fromet) ou la conférence performance (Alex Vizorek). Au milieu des années 2000, Gad Elmaleh et Florence Foresti étaient notamment réputés pour leur humour de caractère et les personnages qu'ils incarnaient. Gad Elmaleh jouait des saynètes (*sketchs*) dans lesquelles il racontait ses altercations avec le personnage du « blond » en vacances. Florence Foresti, quant à elle, alternait entre divers personnages dans l'émission *On a tout essayé* (présentée par Laurent Ruquier), allant de Madame de la Coquille (la femme catholique conservatrice) à Dominique Pipeau (la femme politique).

En 2022, cette pratique du comique de caractère est notamment reconnue à un niveau institutionnel grâce au Molière remporté par Laura Felpin dans la catégorie « Humour » avec son spectacle *Ça passe*. De même, certains humoristes tels que Baptiste Lecaplain sont réputés pour leur capacité à improviser ou jouer des personnages sur scène comme lorsqu'il interprète « Guy, l'hémophile » ou encore le « Clitoris » avec Marina Rollman et Roman Freyssinet lors du festival de Montreux en 2019.

Cette pratique avait notamment été mise en avant au fil des quatre saisons de l'émission de divertissement *On ne Demande qu'à en Rire* (abrégée ONDAR), produite par Laurent Ruquier et Catherine Barma entre 2010 et 2014. Sous forme de compétition, les candidats devaient préparer un *sketch* sur un thème imposé. L'émission quotidienne, qui visait à découvrir les nouveaux talents de l'humour français, favorisait la pratique du « *sketch* », c'est-à-dire de courtes scènes, comiques et enlevées, pour un petit nombre d'acteurs¹⁶. Il s'agit d'une caractéristique que l'on retrouve dans les *one-(wo)man show*. En cela, l'émission se distingue du *Jamel Comedy Club*, l'autre émission de télévision phare de l'humour français, qui a fait découvrir de nombreux talents depuis sa première diffusion en clair sur la chaîne Canal Plus en 2006.

Tandis que l'émission de Laurent Ruquier s'est arrêtée en 2014, celle de Jamel Debbouze a continué et est encore diffusée sur Canal Plus. La longévité de l'émission peut s'expliquer par sa forme et sa diversité. Les courts passages des artistes permettent de garder une dynamique et proposent au téléspectateur différents points de vue sur la société française. Malgré leurs types de comédies variés, les candidats de ONDAR devaient respecter un thème imposé. Or, il n'était pas toujours simple de jouer avec les termes du thème et de surprendre le public ainsi que les juges lors de son passage. L'autre explication concernant la longévité de l'émission de Jamel Debbouze pourrait également tenir du fait que l'émission a permis la création d'un lieu culturel : Le *Jamel Comedy Club*.

¹⁵ Journal officiel du 22/09/2000, France Terme, définition du « spectacle solo », [lien](#) sur le site du Ministère de la Culture (France). Les termes *one-man show* (en) , *stand-up* (en) et *stand-up comedy* y sont mentionnés en tant qu'équivalent étranger.

¹⁶ Définition du dictionnaire Le Robert en ligne, consulté le 10 août 2023, [lien](#).

b) L'arrivée du stand-up à l'américaine en France et sa démocratisation

En France, la discipline du *stand-up* est popularisée par la création de l'émission *Le Jamel Comedy Club* en 2006. Le programme français est une adaptation française de l'émission américaine *Def Comedy Jam* de la chaîne payante HBO. Dans son étude de cas sur l'émission télévisée *Jamel Comedy Club*, Laurent Béru explique que le *stand-up* fut et est notamment porté par des comédiens de la minorité afro-américaine – de Richard Pryor et Bill Cosby à Chris Rock et Dave Chappelle en passant par Eddie Murphy et Martin Lawrence. Ces derniers se moqu(ai)ent des travers et des stéréotypes ethnoraciaux construits par la société euro-américaine, mais aussi des malheurs historiques de la communauté noire¹⁷.

Avant la création de l'émission par Jamel Debbouze, les Français n'ont pas vraiment accès à des spectacles de *stand-up*. La circulation de cassette VHS et les voyages aux Etats-Unis représentaient le moyen principal d'être en contact avec ce genre comique¹⁸. La démocratisation du format à la fois pour les publics et les humoristes se fait avec l'arrivée de Netflix en France. En 2014, Netflix publiait un communiqué de presse dans lequel la plateforme américaine annonçait son exportation en France ainsi qu'un catalogue composé de séries et films « français, hollywoodiens, internationaux »¹⁹. En 2020, la structure inaugurait l'ouverture de son premier bureau en France²⁰. La diffusion des spectacles de *stand-up* en France anglophones a alors été démocratisée par l'accès à la plateforme américaine.

Dans une *interview* publiée par le journal français *Télérama*, l'humoriste américain Sebastian Marx qualifie les Etats-Unis de « Mecque » du *stand-up*²¹. De plus, dans les représentations populaires de ce genre humoristique, les références d'une cave, d'un tabouret et d'un microphone sont souvent convoquées en référence aux *comedy clubs* new-yorkais réputés tels que le *Comedy Cellar*. Le mot « stand-up » lui-même est associé avec les noms de Jerry Seinfeld, Chris Rock, Dave Chappelle ou encore Ricky Gervais dans les films et séries ainsi que dans les *Late Show* américains ou dans les discours-même des humoristes. Cela tient de la pluralité de représentations des *stand-uppers* anglo-saxons dans la culture populaire issue de la mondialisation et de séries à grand succès telles que la version britannique de *The Office* (Ricky Gervais) ou *Seinfeld* (Jerry Seinfeld).

De cette manière, la culture américaine a eu une grande influence sur la diffusion des représentations - et par conséquent le format - du *stand-up*. Pourtant, l'humour américain n'est pas nécessairement compatible avec tous les types d'humour. En guise d'exemple, la série télévisée *Emily in Paris* (Netflix) met en lumière le choc culturel issu de l'emploi du second degré dans la culture française et l'incompréhension que cela suscite auprès des Américains. D'autres exemples similaires se retrouvent dans de nombreuses productions audiovisuelles

¹⁷ BÉRU Laurent, « Des codes pour rire. Le cas de l'émission télévisée *Jamel Comedy Club* », *Communication & langages*, 2009/1 (N° 159), p. 43-55. DOI : 10.4074/S0336150009001045. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2009-1-page-43.htm>

¹⁸ Annexe n°5 : Entretien avec Rossana Di Vincenzo, le 10 juin 2023.

¹⁹ ASSELOT Céline, France Info, *L'arrivée de Netflix en France, "ce n'est que la première escarmouche"*, consulté le 17/07/2023, [lien](#).

²⁰ NETFLIX, *Netflix inaugure son siège à Paris et accroît ses investissements en France*, 17/01/2020, [lien](#).

²¹ DI VINCENZO Rossana, *Télérama*, *"Le stand-up en anglais, ce n'est pas une idée folle, c'est une petite révolution !"*, consulté le 03/03/2023, [lien](#).

vendus sous leur forme originale (Ted Lasso) ou *via* un contrat de *remake* dans différents pays (Dix Pourcent). L'humoriste français Gad Elmaleh a par exemple dû s'adapter à cette différence culturelle lors de sa tournée des *comedy clubs* aux Etats-Unis²².

Or, ces représentations lient la forme artistique au champ des médias de masse et de la culture populaire en France. A l'inverse, le théâtre et l'opéra sont considérés comme des formes artistiques nobles et légitimes. Cette hiérarchisation du *stand-up* se reflète notamment dans les lieux dédiés à cette pratique artistique en France (café-théâtre, clubs, bars, *comedy clubs*). Toutefois, cela est en train d'évoluer à mesure que la discipline se crédibilise auprès d'institutions du spectacle vivant telles que la cérémonie des Molières. L'évolution de son rôle social depuis les années 2006 participe également de cette crédibilisation.

Enfin, le concept de « médiacultures » établi par Éric Maigret et Éric Macé est une invitation à dépasser la rupture schizophrénique contemporaine entre communication de masse (avec minuscule) et Culture (avec majuscule). Selon Éric Macé, les objets médiaculturels peuvent en effet rouvrir des espaces de réflexivité et de déboîtement sur les sociétés, notamment concernant le traitement des stéréotypes²³. Dans leurs travaux, ils s'appuient sur une analyse des cultures et non pas de la culture. Ils souhaitent ainsi dépasser la distinction faite en France entre les médias (vulgaires) d'un côté et la culture (légitime) de l'autre. Et cette question de la légitimité dans l'espace public s'applique également à la figure de l'humoriste.

c) Diffusion du stand-up anglo-saxon dans le monde

Aux États-Unis, il a fallu des générations de comiques pour transformer le *stand-up* en la forme d'art mi-observationnelle, mi-confessionnelle qu'il est aujourd'hui²⁴. Dans le monde, cette discipline de l'humour existe sous plusieurs formes. En effet, bien que les États-Unis aient manifestement exercé une grande influence sur le genre, on retrouve des spécificités dans chaque pays. Certaines sources évoquent même que la pratique du *stand-up* aurait une origine dans l'Angleterre du XVIII^e siècle, tandis que l'émergence de la radio aurait fait prospérer la discipline aux États-Unis au cours du XX^e siècle²⁵. On peut toutefois se demander si cette historiographie du *stand-up comedy* n'est pas ethnocentrée sur les pratiques de l'humour dans la culture occidentale.

En effet, des formes similaires de spectacle vivant existent depuis l'époque de la dynastie Ming en Chine (1368 - 1644). Le *xiangsheng* (diatribe) et le *xiaopin* (*sketchs*) sont des formes d'art traditionnelles dans lesquelles des humoristes montent sur scène, généralement par deux, et s'efforcent de faire rire le public à l'aide de jeux de

²² LEARNLIGHT, *À chaque pays son sens de l'humour ! 9 exemples*, 17/01/2022, consulté le 17/06/2023, [lien](#).

²³ MACÉ, Éric. *Les médiacultures et la francité* In : *Cultural Studies : Genèse, objets, traductions* [en ligne]. Paris : Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2010 (généré le 18 septembre 2023).

²⁴ VICTORIA KIM, Los Angeles Times, *A Korean American stand-up comic walks into a bar in Korea. Hilarity ensues — or so he hopes*, FEB. 19, 2020, [lien](#).

²⁵ HE QI, China Daily, *Stand-up comedy hits new heights*, consulté le 28/07/2023, 18/02/2022, [lien](#).

mots et de poésie. Le *stand-up* était longtemps connu à tort sous le nom de tuokouxiu (traduction chinoise de *talk-show*)²⁶.

Au Japon, l'équivalent le plus proche du modèle du *stand-up* américain est la pratique du « manzai ». Comme en Chine, il s'agit d'une performance au cours de laquelle deux artistes dialoguent entre eux. Le premier est un homme à l'allure sérieuse (le « tsukkomi ») tandis que le second joue une personne stupide (le « boke »). Cette posture de « jouer un personnage » s'éloigne donc de la pratique étatsunienne de la comédie sous forme de « stand-up » qui se veut sincère et authentique. Traditionnellement, le « boke » jouera un long discours qui traîne en longueur alors que le « tsukkomi » fera des commentaires secs et désobligeants sur leur stupidité, allant jusqu'à gifler l'autre personnage²⁷. L'humour physique est en effet une composante essentielle de l'humour au Japon comme le démontrent certaines émissions de télévision très populaires dans lesquelles les candidats doivent tester leur résistance à la douleur.

En cela, les personnages de « manzai » se rapprochent d'autres topoï de la comédie comme les personnages de la Commedia dell'arte dans le théâtre italien ou encore les duos comiques aux personnalités antagonistes dans les films comiques popularisés par les Etats-Unis (Jackie Chan et Will Smith). En revanche, l'autre forme de comédie traditionnelle au Japon s'éloigne de ces codes. En effet, le « rakugo » est un style très ancien de comédie, pratiqué par un conteur qui se présente seul sur une petite scène et s'agenouille devant un public et raconte une histoire comique. Les seuls accessoires utilisés sont un éventail et un petit tablier. De plus, cette forme de comédie se pratique traditionnellement dans un théâtre²⁸.

Enfin, dans plusieurs pays tels que la Corée du Sud ou l'Inde, le genre comique du *stand-up* se développe depuis quelques années seulement²⁹. Depuis la crise sanitaire du Covid notamment, des *comedy clubs* bourgeonnent dans les capitales. En Inde, néanmoins, les publics sont majoritairement intéressés par les performances d'humoristes déjà célèbres et non par la discipline en elle-même³⁰. En cela, ils se distinguent des Français qui fréquentent les nombreux *comedy clubs* de la capitale pour la discipline artistique et non les têtes d'affiches.

d) *L'Étude des spectacles humoristiques anglophones en France*

Le genre comique du *stand-up* se développe et se crédibilise dans beaucoup de pays depuis le début de la décennie. Les ouvrages académiques sur ce processus sont néanmoins peu nombreux. Ainsi, la majorité de mes sources sont des articles de presse (française et internationale) ou des témoignages d'humoristes anglophones sur leurs sites professionnels. Similairement, les ouvrages sur la discipline du *stand-up* n'étaient disponibles

²⁶ Jianna Liu, China Daily, com.cn, Stand-up has legs in China, consulté le 28/07/2023, 05/10/2022, [lien](#).

²⁷ Nick Baker and Anna Whitfeld, Late Night Live, ABC RN, What is Japanese humour and why is it so misunderstood?, consulté le 30/07/2023, 01/09/2022, [lien](#).

²⁸ DAN HACKETT, Inside Japan, HUMOUR IN JAPAN: EMBRACING THE SILLY, THE SMART, AND THE SURREAL..., consulté le 30/07/2023, [lien](#).

²⁹ VICTORIA KIM, Los Angeles Times, A Korean American stand-up comic walks into a bar in Korea. Hilarity ensues — or so he hopes, FEB. 19, 2020, [lien](#).

³⁰ Deutsche Welle, The Hindustan Times, Why stand-up comedy is gaining popularity in India, consulté le 03/08/2023, 29/12/2021, [lien](#).

qu'en anglais pour la plupart. Des traductions de ces citations sont disponibles dans mon développement tandis que les citations originales se trouvent en notes de bas de page.

Le *stand-up* en tant que performance artistique à part entière en France n'a donné lieu à des recherches académiques conséquentes que depuis les années quatre-vingt-dix. Le champ académique de la recherche sur la comédie, l'humour et le rire m'a toutefois fourni des éléments d'analyse sur cette pratique héritée des Etats-Unis. Les nombreux articles de la rubrique humour du journal français Télérama ont largement contribué à me fournir une photographie de l'évolution de la scène comique anglophone en France. Cette ressource reste toutefois assez centrée sur Paris et les productions culturelles franciliennes et demande un travail de mise en perspective à l'échelle nationale.

De plus, mon mémoire de recherche étudie les formes récentes du spectacle anglophone en France. Ces formes ne se limitent pas au *stand-up*. L'étude des spectacles scéniques et des objets communicationnels diffusés par les humoristes anglophones en ligne a été d'un grand secours dans mon analyse. La question des échanges culturels entre la France et les Etats-Unis m'a également amenée à consulter diverses ressources en ligne. Les ouvrages académiques que j'ai pu trouver portaient majoritairement sur la question de l'apprentissage de la langue. Dans mon cas, les ouvrages sur la circulation des contenus de divertissement humoristiques entre ces deux pays étaient assez peu nombreux. Pour cette raison, j'ai fait le choix d'étudier les spectacles scéniques anglophones en France de manière transdisciplinaire. Pour ce faire, je me suis appuyée à la fois sur des ouvrages et articles académiques ainsi que sur des travaux de recherche français de niveau master sur les questions d'interculturalité, de stéréotypes et de performance humoristique.

Enfin, j'ai eu accès à de nombreux articles universitaires sur les questions d'interculturel et sur le rôle du *stand-up* dans le changement social. Dans l'un de ces articles, Anna Kawalec (Faculté de Philosophie, John Paul II Catholic, Université de Lublin, Pologne) revient sur les travaux qui nous précèdent dans cette discipline en les catégorisant. Ainsi, elle identifie des récits théoriques existants sur la discipline du *stand-up* qui se concentrent sur sa caractéristique constitutive d'interactivité (Rutter, 1997³¹), le monde universel de son public (Mintz, 1985³²), ou les sentiments et les attentes comiques des destinataires (Douglas, 1999³³ ; Myers, 2011³⁴), en examinant les facteurs génétiques du *stand-up*. Ces facteurs étant mis en évidence par la confrontation de certains traits de la culture occidentale avec des éléments d'autres cultures (Douglas, 1999³⁵ ; Koziski, 1984³⁶ ;

³¹ Rutter, J. 1997. "Stand-up as Interaction: Performance and Audience in Comedy Venues." Phd. University of Salford. <http://usir.salford.ac.uk/id/eprint/14688/>

³² Mintz, L. E. 1985. "Standup Comedy as Social and Cultural Mediation." *American Quarterly* 37 (1): 71–80.

³³ Douglas, M. 1999. "Joke." In *Implicit Meanings: Selected Essays in Anthropology*, 146–164. 2nd ed. London: Routledge.

³⁴ Myers, L. 2011. "'It's about Expecting the Unexpected': Live Stand-up Comedy from the Audiences' Perspective." *Participations: Journal of Audience and Reception Studies* 8 (2): 165–188.

³⁵ Douglas, M. 1999. "Joke." In *Implicit Meanings: Selected Essays in Anthropology*, 146–164. 2nd ed. London: Routledge.

³⁶ Koziski, S. 1984. "The Standup Comedian as Anthropologist: Intentional Culture Critic." *The Journal of Popular Culture* 18 (2): 57–76.

Chindoy Chindoy, 2020³⁷), et trouvés dans la réflexion théorique sur les genres de la comédie et de la tragédie selon elle.

Dans sa démarche, elle explore les relations qui apparaissent sur la toile de fond de contrastes culturels. Elle se met en opposition avec l'approche interculturelle des caractéristiques techniques du genre comique telles qu'elles sont réalisées dans des aires culturelles comparables (Gilmudnova et al., 2016³⁸), ou à celles mises en œuvre par des aires culturelles non occidentales et examinées dans le cadre d'une analyse interculturelle (Morris, 2010³⁹).

De mon côté, ma démarche tend à suivre et mélanger ces théories préexistantes. Je m'intéresse en effet dans ce mémoire à la fois à l'interactivité comme ADN du stand-up anglophone en France mais également aux attentes des publics alimentées par les médiacultures françaises. Enfin, dans mon approche, je cherche à identifier l'apport culturel que permet le dispositif du spectacle d'humour anglophone en France.

e) Corpus

Mon corpus se compose d'impressions-écrans datées entre août 2022 et août 2023 des comptes Facebook et Instagram, des chaînes YouTube et Tik Tok ainsi que des sites internet des humoristes anglophones qui jouent à Paris et des *comedy clubs* anglophones parisiens. Malgré plusieurs tentatives, je n'ai pas pu échanger avec les employés des plateformes de streaming anglo-saxonnes (Netflix et Amazon) ou avec ceux des boîtes de production (Radical production, Chaud Heaux Productions, LiveNation) qui gèrent la communication et la promotion de beaucoup de spectacles scéniques anglophones à Paris.

Pour les objets hors-ligne, j'ai scanné les *flyers* de Jono Duffy (humoriste australien), Sarah Donnelly (humoriste américaine) et Julie Collas (humoriste parisienne) ainsi que celui du *comedy club Mic in Progress* (La Pomme d'Eve, bar/club parisien). J'ai récupéré les prospectus après avoir assisté aux différents spectacles à Paris.

Afin d'étudier les performances scéniques, j'ai mené des observations-participantes lors d'un spectacle de Daniel Sloss au Bataclan le 27 janvier à 20h30, lors des spectacles d'Elena Gabrielle les 3 et 4 mars à 21h au Théâtre Bo (dont la première partie était Sarah Donnelly), lors d'une soirée de *stand-up* (Inglorious Comedy Club) le 11 avril à 20h30 au Grand Point-Virgule, lors du spectacle de Jono Duffy au Théâtre Bo le 1er juillet à 21h30 ainsi que lors du *comedy club Mic in Progress* le 10 juin à 18h30 à la Pomme d'Eve (bar/club parisien). Chaque fois, j'ai échangé avec des membres du public dans la file d'attente avant et après la fin du spectacle. De même, j'ai rédigé des notes à chaud avant et après les spectacles. Le récit complet du soir du 4 mars est disponible en annexe.

³⁷ Chindoy Chindoy, J. A. 2020. A Decolonial Philosophy of Indigenous Colombia: Time, Beauty, and Spirit in Kamëntšá Culture. (forthcoming in June). London, New York: Rowman & Littlefield Publishers.

³⁸ Gilmudnova, A. R., E. I. Biktemirova, M. K.-M. Goulkanyan, and O. Nikolaeva. 2016. "Cross-Cultural Study of American and British Stand-Up." *Man in India* 96 (7): 2133–2144.

³⁹ Morris, A. 2010. "Native American Stand-Up Comedy: Epideictic Strategies in the Contact Zone." *Rethoric Review* 30 (1): 37–53.

À la suite de ce travail d'enquête, j'ai mené quatre entretiens semi-directifs avec des journalistes et humoristes : Rossana Di Vincenzo (journaliste pour la rubrique « Humour » de Télérama), Elena Gabrielle (humoriste d'origine australienne ayant vécu à Bordeaux et résidant à Berlin), Jono Duffy (humoriste d'origine australienne, ayant vécu en Islande et résidant à Paris) et Dragos (humoriste roumain, qui a commencé sa carrière à Singapour et qui performe désormais en Europe). J'ai rédigé des guides d'entretien spécifiques à chaque humoriste pour leur poser les questions auxquelles je pensais qu'ils auraient les réponses et pour orienter la discussion sur mes thèmes de recherches : leur carrière internationale, leurs publics, l'influence des réseaux sociaux et des plateformes de *streaming* ainsi que leur approche vis-à-vis des différentes cultures.

f) Méthodologie

Ma démarche d'analyse se nourrit d'une consommation de spectacles d'humour francophone et anglophone depuis de nombreuses années. Lors de mes observations-participantes, j'ai toutefois conscientisé ma posture de spectatrice et mon appartenance au collectif du public. J'ai conscience de ce biais que j'ai tâché d'exclure de mes analyses dans cette étude.

Le cadre théorique que je pose est hétérogène et emprunte des éléments d'analyse de diverses disciplines des sciences humaines (ethnologie, anthropologie, linguistique, sociologie). Cette étude a pour objectif de confronter ces diverses démarches afin d'analyser les enjeux culturels de mon objet d'étude. Néanmoins, je ne mets pas de côté l'aspect marchand de ce dernier. Mes entretiens semi-directifs ont mis en lumière la dimension économique du spectacle anglophone en France. Comme mentionné, il s'agit d'une pratique en pleine expansion et je n'oublie pas les enjeux marchands qui influent sur le dispositif étudié.

Mon étude repose principalement sur une analyse de contenu. Cela m'a semblé la méthode la plus adéquate pour étudier la circulation des représentations et des productions entre la France et les Etats-Unis. Mes lectures académiques ont également contribué à comparer cette dynamique avec la diffusion du spectacle anglophone sur le modèle du stand-up dans d'autres pays. Néanmoins, mon objet d'étude reste les spectacles d'humour anglophones à Paris.

g) Problématique

Ce travail de recherche a débuté par le constat que les spectacles scéniques anglophones se jouaient majoritairement à guichets fermés. Or, les Français ne sont pas réputés pour leur pratique de l'anglais. Pour autant, ils ne peuvent pas y échapper dans le dispositif de ces événements culturels qui n'incluent que rarement du sur-titrage. Cela m'a amenée à consulter l'ouvrage dirigé par Alain Vaillant, *L'Empire du Rire*, dans lequel ce dernier déclare la chose suivante : « pour qu'une culture du rire soit exportable, il faut que ses codes soient

reconnaissables et décryptables par tout public. L'effet comique exige une réaction immédiate et sans effort d'interprétation »⁴⁰.

Ainsi, au cours de cette étude, nous allons nous questionner sur cette compréhension des codes du spectacle anglophone en France. Cela nous mène à nous poser la question suivante :

Dans quelle mesure le format anglo-saxon du spectacle d'humour légitime la figure de l'humoriste dans les médiacultures françaises ?

Afin de répondre à cette problématique, voici trois hypothèses qui abordent chacun de ces thèmes :

- 1) La consommation de spectacles scéniques anglophones à Paris se limite aux expatriés et aux français qui ont vécu à l'étranger
- 2) Les stéréotypes culturels sur la France constituent le ressort principal de l'interaction entre l'humoriste anglophone et son public
- 3) La production de contenus humoristiques anglophones est ethnocentrée

Dans un premier temps, nous analyserons l'importation du modèle étasunien du *stand-up* en France ainsi que la distinction entre le statut de l'humoriste français et celui du *comedian* américain dans la société et leur fonction dans le « Village Global » (Marshall McLuhan). Dans un deuxième temps, nous établirons les stéréotypes culturels ainsi que les codes du spectacle scénique anglophone qui permettent leur diffusion et leur interprétation immédiate par les publics en France. Enfin, nous étudierons les espaces d'expérimentations offerts à l'humoriste par les dispositifs anglophones et leur apport dans la métaréflexion sur le rôle de cette discipline artistique dans la société française.

⁴⁰ Letourneux Matthieu, VAILLANT Alain (dir.), *L'empire du rire. XIXe – XXIe siècle*, Paris, CNRS, 2021, p. 59, ISBN : 9782271125262.

I. La pratique du spectacle d'humour en France s'est approprié le format anglo-saxon du *stand-up*

Le spectacle d'humour en France peut prendre plusieurs formes (*stand-up*, *one-(wo)man show*, improvisation, seul(e) en scène etc.). Le Ministère de la Culture les regroupe sous l'étiquette "humour", une sous-catégorie du théâtre dans la liste des arts du spectacle vivant. Ces spectacles sont des performances qui peuvent se tenir dans une pluralité d'espaces (café-théâtres, bars, salles de spectacle, *comedy clubs* etc.). En France, les deux formes les plus médiatisées restent le *one-(wo)man show* et le spectacle de *stand-up*. Ce dernier est une forme construite sur le modèle étatsunien. Pourtant, les deux disciplines se présentent sous des noms anglophones. Ainsi, on peut se demander dans quelle proportion les publics des spectacles scéniques anglophones à Paris sont composés d'expatriés.

1) La pratique du spectacle d'humour en France est marquée par son héritage théâtral et se distingue du modèle étatsunien



Emmy winner Rachel Brosnahan as Midge Maisel, *The Marvelous Mrs. Maisel* (season 2 promo), Amazon Prime Video

a) *Stand-up*, un modèle étatsunien

Le *stand-up* est l'une des formes du spectacle d'humour les plus mondialisées. D'origine anglo-saxonne, ce modèle est un standard reconnaissable par sa forme. Il s'agit du modèle dominant dont les codes scénographiques sont devenus l'archétype du spectacle d'humour : une personne seule sur scène, s'adressant à un public avec un microphone. Dans sa forme, le *stand-up* nécessite peu de moyens techniques. Pour Ian Brodie, cela participe à sa diffusion et à son succès. Le faible coût du spectacle de *stand-up* explique sa démocratisation à l'instar du football ou de la presse écrite au XIX^{ème} siècle.

Ainsi, contrairement aux performances de théâtre ou d'opéra, les performances de *stand-up* sont accessibles au plus grand nombre, pour les membres du public aussi bien que pour les humoristes. Il s'agit d'une forme culturelle populaire au sens premier du terme. Selon Ian Brodie (Cape Breton University), cette dimension scénographique épurée est également ce qui distingue ce modèle des autres formes de comédies orales :

« Bien que le stand-up comédie[3] puisse être l'héritier d'une variété de traditions vernaculaires et de produits de la culture populaire, c'est un média qui ne peut exister sans les avancées technologiques. Bien que le stand-up comédie s'inspire d'un certain nombre de caractéristiques (voir entre autres Fulton 2004 ; Koziski 1984 ; Mintz [1985] 1995 ; Price 1998), ce qui le distingue dans son ensemble des autres formes de comédie verbale, et d'où l'on peut déduire ses origines, c'est l'utilisation avancée du microphone. »⁴¹

Ainsi, l'usage accru du microphone est une part essentielle du modèle anglo-saxon du *stand-up*. En France, l'utilisation d'un microphone avec le pied de micro semble constituer une des caractéristiques du *stand-up* à la française. Jono Duffy, humoriste australien vivant en France, qualifie l'usage de ces accessoires par les humoristes français comme un "micro à la Madonna" dont les artistes ne semblent pas pouvoir se passer. Cette comparaison est utile puisqu'elle permet de visualiser le statut que le microphone confère à l'humoriste. Cet outil permet d'amplifier la voix mais il est également le symbole qui souligne le statut de l'humoriste.

En effet, la présence sur scène de l'humoriste n'est pas un symbole suffisamment fort pour conférer à son discours le statut de performance artistique⁴². Comme mentionné, la performance de *stand-up* peut se faire dans une pluralité de lieux de la vie quotidienne (café-théâtre, bars, rues) aussi bien que dans des institutions dédiées à cette performance (théâtres, salles de spectacles, *comedy clubs*, festivals). L'espace scénique ne met que peu de distance (physique et symbolique) entre la personne qui performe et son public. Au Théâtre Bo (République, Paris), les personnes assises au premier rang ont littéralement les pieds sur scène.

De surcroît, la performance de *stand-up* prend la forme d'une conversation entre l'humoriste et les membres du public. La forme met l'humoriste au même niveau que les membres du public. Ian Brodie (Cape Breton University) définit cette interaction comme suit :

« Je pars du principe que l'une des caractéristiques de la comédie stand-up, et l'une des marques de fabrique du stand-up en tant que genre performatif, est qu'elle tend à être fondée sur l'illusion de l'intimité (Narváez 2001), sur le mépris de la distanciation de la scène. »⁴³

Cette théorie est intéressante car elle souligne que la distance induite par l'espace scénique est supprimée par la forme du *stand-up*. Dans un même théâtre, une pièce de théâtre et un spectacle d'humour n'auront pas la même distance symbolique avec les membres du public assis dans les mêmes sièges. Ce phénomène s'explique en partie par les normes qui encadrent les différentes performances. Au théâtre comme à l'opéra, les applaudissements des spectateurs respectent des normes implicites. Le découpage de la performance en actes présupposent des moments définis où les applaudissements sont attendus. Cela permet de ne pas déranger la performance en plein milieu d'un acte.

⁴¹ Citation en anglais : "While stand-up comedy may be the inheritor of a variety of vernacular traditions and products of popular culture, it is a medium that cannot exist without technological advances. Though stand-up comedy draws on a number of features (see inter alia Fulton 2004; Koziski 1984; Mintz [1985] 1995; Price 1998), what distinguishes it as a whole from other forms of verbal comedy, and where one can deduce its origins, is the advanced use of the microphone."

⁴² Contrairement au lieu muséal qui confère aux objets qui s'y trouvent le statut de patrimoine culturel.

⁴³ Citation en anglais : My premise is that one of the characteristics of stand-up comedy, and one of the hallmarks of stand-up as a performative genre, is how it tends to be predicated on the illusion of intimacy (Narváez 2001), a disregard for the distancing of the stage

Durant les spectacles d'humour, les moments dédiés aux applaudissements ne sont pas aussi clairement définis. Cela est en partie dû au fait que l'humour regorge de codes implicites que les spectateurs doivent décoder. La performance ne comporte pas d'éléments scéniques explicites tels que le lever ou le baisser de rideaux. Aucune musique n'accompagne la performance si ce n'est au début pour annoncer l'arrivée de l'humoriste. Les spectateurs doivent décoder les messages du discours de l'humoriste et y répondre de manière appropriée (par des applaudissements, des rires, des exclamations choquées par exemple).

Dans le cadre des séries comiques américaines filmées en présence d'un public (*sitcoms*), des encarts et des chauffeurs de salles indiquent les moments et les réactions attendus en fonction des scènes de la série. Toutefois, ces dispositifs ne garantissent pas la nature et le volume des rires. Les réactions des spectateurs ne peuvent qu'être spontanées et sont donc dures à prédire. Ils remplissent néanmoins une fonction fondamentale : le *feedback*. Ian Brodie décrit ce phénomène comme suit :

« Cet événement est avant tout communicatif. Il y a au moins un « codeur » (le performeur) et au moins un « décodeur » (le public) entre lesquels il y a une communication directe, de personne à personne, et la communication se fait par le biais d'un message codé - utilisant des codes linguistiques, paralinguistiques et kinésiques - transmis par des canaux audio et visuels, qui génèrent des réponses perceptuelles continues interprétées par le performeur et le public comme un retour d'information. »⁴⁴

Ce schéma de pensée de la communication fait écho aux travaux de Shannon et Weaver. Il souligne également la nature du message codé : linguistique, paralinguistique et cinématique. On peut ainsi se demander quelle est la part linguistique dans ce message codé ainsi que l'importance du fonds de ce discours humoristique par rapport à la forme du *stand-up* anglo-saxon.

b) *Le one-(wo)man show, une adaptation française*

Comme mentionné, il existe différentes formes de spectacles comiques en France. Bien que le modèle du *stand-up* constitue l'archétype du spectacle d'humour, d'autres formats co-existent tels que le *one-(wo)man show*, aussi appelé seul en scène, solo ou spectacle en solo⁴⁵. Leurs formes ne sont pas très éloignées. Le dictionnaire du Larousse les définit comme un « spectacle de variétés où l'artiste est seul sur scène ». Cette définition manque toutefois de précision sur la nature de la performance et pourrait s'appliquer à d'autres spectacles de variétés tels que le cabaret ou le spectacle de magie⁴⁶.

⁴⁴ Citation en anglais : "This event is, first of all, communicative. There is at least one "encoder" (performer) and at least one "decoder" (audience member) between whom there is direct, person-to-person communication, and communication happens through a coded message—using linguistic, paralinguistic, and kinesic codes—transmitted through audio and visual channels, which generate continuous perceptual responses interpreted by performer and audience as feedback."

⁴⁵ Journal officiel du 22/09/2000, France Terme, définition du « spectacle solo », [lien](#) sur le site du Ministère de la Culture (France). Les termes *one-man show* (en) , *stand-up* (en) et *stand-up comedy* y sont mentionnés en tant qu'équivalent étranger.

⁴⁶ Ce type de spectacle (*solo performance*) se décline sous de nombreuses formes : créations autobiographiques, numéros comiques, adaptations de romans, vaudeville, poésie, musique et danse. Bonney, Jo; Anthology (1 February 1999). "preface xiii". In Jo Bonney (ed.). *Extreme Exposure: An Anthology of Solo Performance Texts from the Twentieth Century* (1st ed.). Theatre Communications Group; 1st edition. p. 450. ISBN 1-55936-155-7. Retrieved 28 December 2008.

La dimension de l'artiste seul sur scène semble également inexacte lorsque l'on pense à des duos ou trios comiques tels que Les Inconnus, Les Bodin's, les Chevaliers du Fiel, Chevallier et Laspalès ou encore Eric et Ramzy. Depuis 2014, Jérémy Ferrari organise par exemple un gala d'humour (*Les duos impossibles de Ferrari*) qui réunit des duos inédits d'humoristes. Par définition, la performance consiste davantage en une suite *sketchs* (de scènes comiques scriptées) qui ont été répétés et qui peuvent nécessiter des accessoires. Les humoristes jouent la plupart du temps des personnages dans le cadre de ces duos comiques. Comme pour le *manzai* (Japon) ou les personnages de la *Commedia dell'arte* (Italie), le contraste entre la personnalité des deux personnages constitue le principal ressort comique dans la majorité des cas. Les personnages de ces duos ou trios comiques sont en général très caricaturaux. Les Vamps par exemple, composé de Dominique de Lacoste et Nicole Avezard, incarnent, grimées, deux vieilles dames habillées en ménagères des années 1950.

Dans le cadre de ces duos ou trios comiques, les humoristes ont donc davantage recours à des accessoires et des dispositifs scénographiques pour incarner leurs personnages caricaturaux. Ils peuvent parfois sortir de ce personnage dans la cadre d'un oubli de texte ou d'un fou rire. En anglais, l'expression correspondante serait "*to break character*". Néanmoins, le spectacle repose sur l'interaction entre ces personnages ainsi que sur des mécanismes théâtraux de la comédie (comique de situation, de langage, de gestes, de répétition) et particulièrement le comique de caractère⁴⁷.

La forme du *stand-up*, à l'inverse, tend vers une spontanéité et une authenticité du propos de l'humoriste. Son discours dans sa forme comme dans son fond doit refléter une individualité. Contrairement à d'autres formes artistiques telles que l'opéra, le *stand-up* brise non seulement les murs de l'espace scénique mais également le quatrième mur. Ian Brodie définit ce phénomène comme suit :

« Les microphones ne suffisent pas à créer une intimité entre l'artiste et le public. Le public doit aussi savoir quelque chose sur l'artiste, le situer dans leur propre cadre. [...] L'humoriste doit entrelacer les éléments comiques de ses numéros avec des déclarations ou des témoignages d'expériences personnelles qui lui permettent de partager un noyau de préceptes fondamentaux avec son public. »⁴⁸

Selon Rossana Di Vincenzo, journaliste pour la rubrique « Humour » de Télérama, « le *stand-up* c'est parler de soi à la première personne en cassant le quatrième mur ». Elle considère ainsi que, dans une certaine mesure, on peut qualifier les spectacles de Guy Bedos et de Coluche de *stand-up*. Lors de notre entretien, elle établit toutefois une distinction entre cette forme de *stand-up* et « le *stand-up* à l'américaine qui s'est popularisé en France dans les années 2006/2008 ». Pour elle, un changement s'est opéré avec la création du Jamel Comedy Club. Cette nouvelle forme s'est ensuite développée au fil des ans. L'arrivée de Blanche Gardin en 2006 au Jamel

⁴⁷ Certains personnages incarnent un type jusqu'à la caricature. Le caractère comique s'observe également dans certains stéréotypes issus de la *commedia dell'arte*. Bouquet, Brigitte, et Jacques Riffault. « L'humour dans les diverses formes du rire », *Vie sociale*, vol. 2, no. 2, 2010, pp. 13-22.

⁴⁸ Citation en anglais : "Microphones alone cannot bring intimacy between performer and audience. The audience must also know something about the performer, locating her within their own framework. [...] The comedian must interweave the comic bits in her routines with declarative statements or testimonial personal experience narratives which squarely locate her as sharing a core of fundamental precepts with her audience."

Comedy Club puis sur la scène de l'humour française a grandement contribué à la popularisation et la crédibilisation de la discipline selon elle.

Or, le style de Blanche Gardin est atypique en comparaison du modèle étasunien. Lors de ces spectacles, elle ne fait quasiment pas d'interaction avec le public. Selon Rossana Di Vincenzo, « quand on pense au *stand-up*, on pense à Blanche Gardin parce qu'en plus c'est la figure *number One*. Elle a eu deux Molières, tout le monde l'adore ».

Les standards du *stand-up* en France sont donc différents du modèle étasunien. L'interaction avec le public n'est pas aussi primordiale que dans le contexte des spectacles d'humour aux Etats-Unis. Cela peut s'expliquer par l'héritage théâtrale du spectacle de variétés ainsi que par l'intégration des normes du spectacle en France (applaudissements, bruits). De plus, la culture française semble valoriser l'observation plutôt que la participation. On peut l'observer au travers de la différence d'organisation dans une salle de classe française et américaine par exemple. Les Américains valorisent la prise de parole des élèves tandis que les Français valorisent davantage la prise de parole de la figure d'autorité (ici l'enseignant).

Du point de vue de Rossana Di Vincenzo, « en France, le *stand-up* arrive *via* le théâtre et le *one-man-show*. Alors que le *stand-up* aux États-Unis est vraiment une discipline à part entière ». De cette manière, on peut considérer que le spectacle comique français est une appropriation du modèle étasunien. Dès lors, en France, de l'avis de Rossana Di Vincenzo, on peut considérer « qu'à partir du moment où on interpelle un peu le public, si on fait de l'interaction avec le public, c'est du *stand-up*. Par contre, s'il y a le quatrième mur, qu'on ne parle pas du tout au public, dans ce cas on va dire que c'est du *one-man show* ». Néanmoins, elle nuance son propos en soulignant que les formes sont en train de bouger.

c) *L'intermittence du spectacle, une spécificité française*

En France, la forme artistique du *stand-up* diffère du modèle américain au niveau administratif également. Ce statut influe sur la représentation de l'humoriste dans la société française. La figure de « l'intermittent du spectacle » est en effet ambivalente en France. D'une part, elle est associée avec les employés du secteur culturel et le capital financier et culturel (Bourdieu) qui accompagne ce secteur. D'autre part, le terme est employé par les intermittents du spectacle eux-mêmes pour dénoncer leurs rémunérations et leurs conditions de vie. C'est ce que fait régulièrement l'humoriste français Aymeric Lompret sur France Inter.

En 2003, cette ambivalence est mise en lumière par les prises de parole des hommes et femmes politique sur ce statut dans les médiacultures françaises. C'est par exemple ce qu'illustre Brigitte Tijou dans la revue *Vacarme*⁴⁹ :

« On se souvient de Christian Perret, alors ministre du budget, déclarant à la télévision : « Je trouve honteux que des gens gagnent 50000 F d'Assedic par mois ! » Ses conseillers avaient oublié de lui signaler que les montants sont plafonnés. Mais l'image de l'intermittent est restée figée : c'est « un

⁴⁹ TIJOU Brigitte, « Intermittents. trop nombreux pour être honnêtes », *Vacarme*, 2003/2 (n° 23), p. 59-59. DOI: 10.3917/vaca.023.0059. URL : <https://www.cairn.info/revue-vacarme-2003-2-page-59.htm>

privilegié » et son statut génère « des abus ». Et le mythe de la star de cinéma cumulant cachets exorbitants et Assedic est toujours vivace. »

Depuis 2003, le nombre des intermittents du spectacle ne cesse de croître. En 2017, on compte ainsi 122 500 intermittents du spectacle indemnisés, contre 114 400 en 2015⁵⁰. Dans leur étude statistique parue en 2020, Sabina Issehnane et Wided Merchaoui rappellent également que « l'intermittence du spectacle ne constitue pas un statut juridique, mais un régime de protection sociale qui peut donner droit à une indemnisation du chômage avec des conditions d'ouverture de droits spécifiques inscrites dans les annexes 8 et 10 du régime d'assurance chômage. » Il s'agit ainsi d'une indemnisation, ce qui associe la figure de « l'intermittent du spectacle » en France au débat sur les allocations chômage.

Lors de notre entretien, Jono Duffy souligne la difficulté que rencontre les humoristes anglophones pour que leurs performances soient rentables en France. Il considère ainsi que la France est le pays le plus difficile en termes de rémunération des stand-uppers. Selon lui, cette protection sociale a été initialement conçue pour protéger les acteurs et les employés des théâtres. Selon lui, le format anglo-saxon du *stand-up* ne correspond néanmoins pas à cette organisation sociale. Raison pour laquelle sa mère et son fiancé ont dû créer une association afin de l'employer⁵¹.

L'incompatibilité entre le modèle économique du format anglo-saxon et les infrastructures françaises est néanmoins de moins en moins pertinente. Selon Rossana Di Vincenzo, si par le passé les humoristes aspiraient à s'entraîner dans les *comedy clubs* pour créer un spectacle d'une heure dans le but d'être au bout du compte programmés régulièrement dans une salle, les nouvelles générations de l'humour ne réfléchissent pas ainsi :

« Aujourd'hui, c'est presque plus important pour les jeunes humoristes d'avoir un *Netflix Special* ou un *Amazon Prime Special*. C'est devenu la chose ultime à avoir pour avoir réussi sa carrière ».

La médiagenie du métier d'humoriste l'émancipe ainsi des considérations administratives dans la société française. Son statut symbolique dans la société d'un point de vue professionnel reste néanmoins lié à la catégorie d'intermittent du spectacle. De même, son association au secteur culturel se prolonge au travers du mythe du « métier-passion », à l'instar des artistes dans le domaine des jeux vidéo. Et cette association impacte la symbolique de la figure de l'humoriste, français comme étranger, en France.

2) Le métier d'humoriste en France est transmédiagénique mais se distingue de la figure américaine du « *comedian* »

Aux Etats-Unis, le métier de « *comedian* » est davantage valorisé. Sa nature est intrinsèquement liée à l'écriture et aux médias. En France, à l'inverse, un humoriste évolue plus difficilement d'un média à l'autre. Une

⁵⁰ ISSEHNANE Sabina, MERCHAOUI Wided, « Trajectoires des intermittents du spectacle indemnisés », Culture chiffres, 2020/4 (n° 4), p. 1-36. DOI : 10.3917/culc.204.0001. URL : <https://www.cairn.info/revue-culture-chiffres-2020-4-page-1.htm>

⁵¹ Entretien avec Jono Duffy, annexe n°8.

catégorisation semble s'opérer entre les différents métiers : acteurs au théâtre ou au cinéma, humoristes, comédiens, chroniqueurs radiophoniques ou à la télévision. Le métier d'humoriste en lui-même est difficile à définir en français. On peut se demander dans quelle mesure cette catégorisation participe à la définition du rôle de l'intermittent du spectacle d'humour dans la société française.

a) *Le comedy club à la française*

Le premier *comedy club* a ouvert en 2006 à Paris. Dans son article intitulé « *Comment le Jamel Comedy Club a imposé le stand-up en France* », Rossana Di Vincenzo le définit comme « une scène calquée sur le modèle américain de la Def Jam de Russell Simmons, entièrement dévolue au stand-up, discipline encore peu connue en France ». Lors de notre entretien, elle rappelle qu'en 2006 Jamel et Kader Aoun décident de créer une émission au départ. Cette dernière, diffusée sur Canal Plus, rencontre un grand succès, ce qui leur permet d'ouvrir un lieu deux ans plus tard.

Ainsi, on observe que l'espace a été pensé pour un média audiovisuel et non comme un lieu culturel. L'agencement est conçu de manière que les téléspectateurs puissent se projeter dans cet espace culturel. À l'écran, les plans de la caméra alternent entre les humoristes sur scène et les invités accoudés au comptoir du bar. Leurs réactions sont autant une performance que celles du public ou des humoristes sur scène. La notion de performance a été introduite par Erving Goffman en 1959 dans son livre *The Presentation of Self in Everyday Life*⁵². Le décor et les éléments du *comedy club* sont également pensés comme un panoptique tel que défini par Foucault. La scène est le point de convergence du regard du public, des invités et des téléspectateurs.

Dans son article, Rossana Di Vincenzo décrit le lieu comme « une salle *cosy* de cent vingt places à peine, à la déco mi-baroque, mi-Brooklyn ». Cette description rappelle les codes des *comedy clubs* américains les plus connus comme le *Comedy Cellar* à New-York. La journaliste utilise même des termes anglophones difficiles à traduire en français tels que « *cosy* » ou « *Brooklyn* ». De cette manière, l'émission utilise les codes scéniques des *comedy clubs* américains pour s'inscrire en héritier de cette tradition américaine du *stand-up comedy*.

L'objectif du lieu pourtant n'est pas le même. Fondé en 1982 et situé dans Greenwich Village, le *Comedy Cellar* est un *comedy club* où se produisent de nombreux humoristes new-yorkais de renom. Il a été fondé par Bill Grundfest, qui était alors *stand-upper*, et qui est aujourd'hui scénariste et producteur de télévision. Le *Jamel Comedy Club*, à l'inverse, a été fondé afin de faire émerger de nouveaux talents et pour imposer le *stand-up* comme une discipline artistique à part entière⁵³. De cette manière, la performance du lieu culturel n'est pas la même entre les deux lieux. Jean-Michel Joyeau, directeur du *Jamel Comedy Club* depuis ses débuts, déclare ainsi :

« Jamel a créé le Comedy Club à la française et surtout l'idée de bande, une troupe de douze jeunes humoristes, inconnus au départ, ça n'existait nulle part ailleurs ! Il a véritablement créé une mini Comédie-Française du stand-up ».

⁵² DE TORO, Fernando. « Chapitre 4. Performance : quelle performance ? », André Helbo éd., Performance et savoirs. De Boeck Supérieur, 2011, pp. 65-102.

⁵³ Entretien avec Rossana Di Vincenzo

A nouveau, on retrouve l'opposition entre l'héritage théâtral français et la discipline artistique du *stand-up* en France. Cette dernière a eu recours à des figures médiatiques telles que Jamel Debbouze pour se développer et se populariser en France, à l'inverse du théâtre qui s'appuie sur des institutions préexistantes. La discipline du *stand-up* peut pourtant exister dans les lieux dédiés au théâtre. Néanmoins, cette discipline artistique a eu besoin de se créer ses propres espaces physiques et symboliques afin de se légitimer en France. Alain « Papy » Degois, metteur en scène, pape de l'improvisation en France et découvreur de Jamel avec le Déclat Théâtre, explique ainsi dans l'article :

« A cette époque, l'humour était encore quelque chose de très parisien, lié à l'économie du théâtre classique, du seul-en-scène et du one-man-show, c'était soit Fernand Raynaud, soit Philippe Caubère. Avec le Jamel Comedy Club et l'avènement du stand-up, il devient d'un seul coup populaire. Les stand-uppers du JCC ont apporté une nouvelle façon de s'emparer de la langue, en créant de nouvelles images, plus modernes et qui parlent d'actualité. Ils nous parlent de la rue, de ce qu'ils vivent. Ils sont le miroir de la société ».

L'émission originelle du *Jamel Comedy Club* a ainsi permis de crédibiliser la discipline mais également de la rendre populaire. Tournée en public au Réservoir (Paris 11e), l'émission est également diffusée en clair les samedis sur Canal Plus dès juillet 2006. L'accès à l'émission est donc étendu à toute personne en possession d'une télévision en 2006 grâce à la TNT.

Les attentes des publics diffèrent néanmoins entre la France et les Etats-Unis. Dans le cas du *Jamel Comedy Club*, la récurrence des humoristes crée une attente similaire à celle produite par la diffusion hebdomadaire des épisodes d'une série télévisée. Les blagues de l'humoriste évoluent d'un passage à l'autre. Concernant le *Comedy Cellar*, les membres du public paient spécifiquement pour entendre les blagues les plus connues de l'humoriste américain très connu qu'ils ont déjà entendues à la radio ou à la télévision.

b) *Comedian, un métier sérialisé*

La représentation médiatique de la figure du *comedian* américain et de l'humoriste français est également très différente. En effet, aux Etats-Unis, les *comedians* participent à la fois à des projets pour la télévision, le cinéma, les *comedy clubs* ou leurs propres tournées. Ils représentent par exemple la majorité des auteurs (ou plumes) pour les émissions d'informations américaines appelées les *Late Show*.

Ainsi, le rôle du *comedian* comporte à la fois une composante écrite et une composante liée à la performance physique (tant sur scène qu'à la télévision ou au cinéma). L'oralité et le travail d'écriture représentent deux aspects de ce métier contrairement à l'équivalent français pour lequel les auteurs ne sont pas forcément ceux qui performant. Ainsi, certains humoristes en France citent de plus en plus leurs co-auteurs à la fin de leur performance qu'elle soit scénique, radiophonique ou télévisuelle. Sur France Inter, Fanny Ruwet remercie régulièrement son co-auteur tout en évoquant le processus de sélection des blagues.

Régulièrement, dans leurs prises de parole, les humoristes français utilisent la dimension méta-textuelle pour évoquer leur processus de créations et la manière dont ils créent leur performance humoristique. Pierre

Thevenoux, dans l'émission Zoom Zoom Zen sur France Inter, parle régulièrement du fait qu'il n'a pas préparé le texte de sa chronique ou qu'il l'a fait au dernier moment. Cette verbalisation des mécanismes de construction de la performance à laquelle on est en train d'assister comporte une dimension métatextuelle. Cela ajoute à l'illusion de spontanéité. Cette dernière est par ailleurs impactée par le débit de la voix du texte lu et par le format de la radio filmée dont les vidéos sont diffusées sur la chaîne YouTube de France Inter.

Ce phénomène se retrouve également au cœur du dispositif métatextuel des séries basées sur des *comedians*. La série télévisée *Seinfeld* par exemple, créée par Larry David et Jerry Seinfeld et diffusée sur NBC de 1989 à 1998, met en scène Seinfeld dans une version fictive de lui-même. Les premiers épisodes sont entrecoupés de moments de *stand-up* du personnage fictif Jerry Seinfeld. Cela participe à la notoriété des *comedians* aux Etats-Unis. De la même manière, certains *comedians* sont connus à la fois pour leurs spectacles d'humour mais également pour leurs rôles au cinéma comme cela peut être le cas pour Eddie Murphy ou Chris Rock. Ainsi, on assiste à une *peopolisation*⁵⁴ de la figure du *comedian* aux Etats-Unis.

Similairement, l'émission *Saturday Night Live* (souvent abrégée *SNL*) qui est diffusée en fin de soirée à la télévision américaine mélange à la fois des *comedians*, des acteurs du cinéma ou de la télévision ainsi que des musiciens célèbres. Diffusée pour la première fois en 1975, l'émission est animée par une célébrité, qui prononce généralement le monologue d'ouverture et joue des *sketchs* avec la troupe de *comedians*, ainsi que par la prestation d'un invité musical qui participe ou non aux *sketchs*. Un épisode se termine systématiquement par l'entrée en scène d'un *comedian* qui sort de son personnage pour proclamer « En direct de New York, c'est samedi soir ». La notoriété des invités est néanmoins mise en lumière au cours des épisodes ce qui les distingue de la troupe d'humoristes en charge des *sketchs*. L'invité n'a pas le même statut que les membres de la troupe. Pourtant, certains invités jouent parfois dans les mêmes films ou séries que les membres de la troupe. En général, ils occupent néanmoins des rôles principaux tandis que les humoristes jouent des rôles secondaires. Cela illustre le fait que la distinction entre acteur et humoriste existe également aux Etats-Unis.

De plus, la figure de l'humoriste en France est peu représentée dans les œuvres de fiction contrairement à celle de l'acteur (*Casting, Dix pour cent*). Aux Etats-Unis, même lorsqu'elle est représentée, la production inclut rarement des humoristes au *casting*. La série américaine *The Marvelous Mrs. Maisel* diffusée sur Amazon Prime Video depuis mars 2017 ne médiatise pas une *comedian* dans le rôle principal. Le programme met en scène Miriam "Midge" Maisel, une femme au foyer new-yorkaise qui se découvre un talent pour le *stand-up* et poursuit une carrière dans ce domaine. Cette dernière est incarnée par Rachel Brosnahan, actrice et productrice américaine notamment connue pour son rôle dans le *thriller* politique *House of Cards*. De même, en France, la plateforme de streaming anglo-saxonne Netflix a diffusé la série *Drôle* en 2022. La série montre des jeunes comédiens qui essaient de se faire une place dans le milieu du *stand-up* parisien⁵⁵. Pourtant, les acteurs de la

⁵⁴ Plus généralement, la peopolisation semble se caractériser par une propension à « fictionnaliser » la vie publique. Dakhliya, Jamil. « Introduction », *Mythologie de la peopolisation*. sous la direction de Dakhliya Jamil. Le Cavalier Bleu, 2010, pp. 5-12.

⁵⁵ IMDB, *Drôle*, série télévisée, Netflix, 2022, [lien](#).

série ne sont pas humoristes eux-mêmes⁵⁶. A l'inverse, la série *Inside Jamel Comedy Club* diffusée en 2009 avait été créée et interprétée par la troupe du *Jamel Comedy Club*. Toutefois, cette série n'a pas connu de grand succès⁵⁷.

c) *Créateur de contenu, la place de l'humoriste dans le « village global »*

Les figures du *comedian* et de l'humoriste français se retrouvent au travers de différents médias audiovisuels entre le cinéma, la télévision et la radio, que ce soit en France aussi bien qu'aux Etats-Unis. Certains humoristes y font référence dans leurs spectacles d'humour. Cela crée de l'intertextualité lorsqu'ils font référence à leurs passages dans les médias ou à ceux de leurs pairs. Jack Whitehall par exemple, humoriste britannique, fait référence à sa performance dans le film *Clifford the Big Red Dog* dans le passage ci-dessous de son dernier spectacle *Settle Down* :

« Je suis leur petit secret [Marlborough College]. Ils mentionnent toujours qu'Emma Watson, Kate Middleton, Tom Hiddleston et Robert Pattinson ont fréquenté cette école. Sur la liste des anciens élèves, je figure à la toute fin. Un article a été publié récemment qui me mentionnait. Apparemment, de la pronographie enfantine a été découverte sur l'ordinateur portable d'un de leurs professeurs. Le titre était le suivant : "L'université secouée par un nouveau scandale sexuel à l'école du comédien Jack Whitehall". Ils ont mis une photo de moi dans le film Clifford le grand chien rouge et un dessin d'un autre ancien élève lors d'un récent procès pour abus sexuel. On aurait dit que je suivais Clifford alors qu'il sortait lui-même du procès ! »⁵⁸

Leurs productions scéniques (*sketchs*, spectacles d'humour) font rarement l'objet d'intertextualité. Ces performances ne sont accessibles que par l'expérience *in situ*. En effet, suite à mes observations-participantes, j'ai constaté que la performance d'un humoriste n'est jamais la même. Dans le cadre des deux passages d'Elena Gabrielle à Paris (les 3 et 4 mars 2023), j'ai assisté à deux performances. Le spectacle était joué dans le cadre d'une tournée internationale. Les deux soirs, la performance prenait place au Théâtre Bo (République, Paris) à vingt-une heures trente pour le prix de vingt-cinq euros. Bien que le texte préparé fût sensiblement le même, les moments d'interaction n'étaient pas placés au même moment dans le spectacle.

De même, les membres du public n'étaient pas les mêmes d'un soir à l'autre (excepté ma personne). Les membres du public du vendredi soir était composé de davantage de français et interagissaient moins avec l'humoriste. Le samedi 4 mars, en revanche, les membres du public se sont montrés volontaires pour participer à la performance et échanger sur leur vie sentimentale, leur nationalité ainsi que leur vie quotidienne à Paris.

⁵⁶ ETCHEBERRY Lisa, Télé-loisirs, *Drôle (Netflix) : qui sont les acteurs de la nouvelle série de Fanny Herrero, la créatrice de Dix pour cent ?*, 18/03/2022, [lien](#).

⁵⁷ DI VINCENZO Rossana, Télérama, *"Inside Jamel Comedy Club", de Blanche Gardin et Fabrice Eboué : histoire d'une série barrée devenue culte*, 20/03/2022, [lien](#).

⁵⁸ Citation en anglais : "I am their dirty little secret [Marlborough College]. They always mention that Emma Watson, Kate Middleton, Tom Hiddleston and Robert Pattinson attended the school. On the alumni's list I am at the very end. An article was published recently that mentioned me. Apparently, child pornography was discovered on the laptop of one of their teachers. The headline read "College rocked by new sex scandal at comedian Jack Whitehall's school". They bloody put a picture of me from the movie Clifford the Big Red Dog and a drawing from another alumni at a recent trial for sexual abuse. It seemed as if I was following Clifford as he was exiting the trial himself!"

Cela a poussé Elena Gabrielle à modifier les moments d'interaction et à les changer de places dans son spectacle d'une heure. Ainsi, la performance du spectacle d'humour est difficilement reproductible. Des éléments extérieurs tels que la régie, les événements autour du théâtre de même que les réactions du public influent sur la performance de l'humoriste. Ce dernier n'a pas de contrôle intégral sur sa production.

En revanche, la production de contenu sur le web ou sur les réseaux sociaux redonne ce contrôle à l'humoriste. En effet, les humoristes de toute nationalité diffusent énormément de contenus d'humour au format numérique. Les *comedy clubs* se créent de plus en plus d'identité graphique et visuelle sur les réseaux sociaux à l'aide d'une charte graphique qui harmonise les passages des différents humoristes. Les *hashtags* permettent alors une intertextualité⁵⁹ entre les contenus de l'humoriste et ceux du *comedy club* dans lequel sa performance a été enregistrée.

Dans le cas des contenus vidéos ou audios publiés sur les chaînes personnelles tant en France qu'aux Etats-Unis (sur Facebook, YouTube, Instagram ou encore Tik Tok), l'humoriste choisit quels éléments il souhaite diffuser à ses publics. Comme le souligne Elena Gabrielle, humoriste australienne, lors de notre entretien, il s'agit dès lors d'un travail de curation pour choisir le moment le plus susceptible de « devenir viral ». Elle mentionne ainsi que certains humoristes choisissent parfois de mettre des passages moins réussis afin de s'attirer la haine des internautes et de remonter ainsi dans le classement de l'algorithme. De son côté, Elena Gabrielle republie parfois des passages qui ont bien fonctionné par le passé sur les réseaux sociaux et sur le web afin de les faire remonter dans le classement de l'algorithme.

D'après Elena Gabrielle, il s'agit avant tout de tester des choses. Comme sur scène, elle apprend des réactions de son public et adapte son contenu pour correspondre à leurs besoins. Elle modifie régulièrement le format, la durée et les canaux utilisés afin d'observer la réaction de son public. En cela, sa production numérique utilise les techniques de l'*AB testing* emprunté au marketing⁶⁰. Cela semble fonctionner puisque les membres du public interrogés les soirs du 3 et 4 mars 2023 ont entendu parler de son spectacle par divers canaux : Sujay l'a connu via le contenu vidéo sur YouTube d'un *comedy club* australien et une jeune femme macédonienne s'est vu suggérer les vidéos d'Elena Gabrielle sur YouTube après avoir visionner des vidéos de Taylor Tomlinson (humoriste américaine).

Dans une certaine mesure, les humoristes français et les *comedians* américains se rejoignent sur leurs pratiques numériques. Bien que les canaux principalement utilisés par leurs publics diffèrent fortement d'un pays à l'autre, les humoristes de toute nationalité doivent diffuser du contenu sur le web et les réseaux sociaux afin d'atteindre leur public. Lors de notre entretien, Jono Duffy (humoriste australien) s'en amuse en disant qu'il n'aime pas faire sa promotion en dehors de la scène :

⁵⁹ Souchier, Emmanuël, Étienne Candel, et Gustavo Gomez-Mejia. *Le numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse*, avec la collaboration de Jeanne-Perrier Valérie. Armand Colin, 2019.

⁶⁰ Similairement aux expériences menées dans la discipline des Sciences et Vie de la Terre, différentes hypothèses sont menées en changeant une variable pour déduire une connaissance sur l'environnement en fonction des résultats associés à la variable modifiée dans l'environnement.

« Je poste le moins possible. Ce n'est pas vrai. Vous n'existez pas si vous ne postez pas. »⁶¹

De fait, au cours de sa carrière, Jono Duffy a dû s'adapter aux habitudes de consommation des australiens, islandais et français en termes de contenu humoristique. En Islande, il confie que le public potentiel en salle est si réduit qu'il a élaboré six spectacles différents en sept ans. Ce rythme soutenu s'explique par le fait que son public était souvent composé des mêmes personnes. Or, l'élément de surprise joue une part importante dans les spectacles d'humour. Il rectifie toutefois son propos en précisant qu'une de ses blagues était devenu virale en Islande et qu'un membre du public l'avait déjà alpagué à ce sujet en disant :

« Je suis venue avec ma grand-mère aujourd'hui. Allez-vous faire la blague de l'étagère ? »⁶²

Cela souligne l'importance du contenu diffusé sur les réseaux sociaux. Cette personne avait manifestement partagé la vidéo avec la blague en question sur les réseaux sociaux avant d'emmener sa grand-mère voire l'humoriste jouer son spectacle sur scène. Cela crée de la proximité entre l'humoriste et son public qui parfois découvre le contenu humoristique sur les réseaux sociaux et souhaite se l'approprier en assistant au spectacle en présentiel. Jono Duffy ajoute que bien que cela gâche l'effet de surprise de ses blagues, cela crée une certaine connivence entre les membres du public. Ainsi, il voyait régulièrement des spectateurs se donner des coups de coudes au moment de sa blague sur les étagères (que je détaillerai plus tard dans ma réflexion).

En somme, la pratique des réseaux sociaux est singulièrement la même pour les humoristes français et les *comedians* américains. Cela tient principalement des habitudes de consommation des publics dans le « village global » décrit par McLuhan⁶³.

3) Une scène de l'humour anglo-saxonne s'est développée en parallèle des spectacles d'humour en français

Comme nous l'avons vu, le métier d'humoriste en France et les lieux de l'humour se sont approprié les modèles étasuniens et les ont adaptés afin que des disciplines artistiques telles que le *stand-up* se popularise et se crédibilise en France. Toutefois, nous avons jusque-là étudié le contraste entre les productions en France et celles aux Etats-Unis. Ainsi, on peut se demander ce qu'il en est des productions d'humoristes anglo-saxons (américains, britanniques ou australiens) qui s'exportent en France.

a) *Les premiers comedy clubs anglophones à Paris*

Avant même la démocratisation des spectacles d'humour anglophones sur internet, des humoristes anglo-saxons exportaient déjà leur spectacle et venaient tester leurs blagues auprès des publics français (notamment à Paris).

⁶¹ Citation en anglais : "I post as little as possible. Well, it is not true. You don't exist if you don't post".

⁶² Citation en anglais : "I came with my grandmother today. Will you do the shelf joke?"

⁶³ « Les médias et le village planétaire », Francis Balle éd., Les médias. Presses Universitaires de France, 2014, pp. 105-116.

Selon Rossana Di Vincenzo, le pionnier en la matière, c'est l'humoriste britannique Eddie Izzard. Dès les années quatre-vingt-dix, il venait déjà se tester et jouer en français lors de ses représentations à Paris en 1997, puis en 2011, 2013 et 2015⁶⁴. Bien que britannique, il joue son spectacle en français. Tout au long de sa carrière, il a en effet défendu un « humour universel ». Il déclare notamment en *interview* qu'il s'est donné pour mission de « faire rire la terre entière » en jouant ses spectacles dans toutes les langues (en anglais, français, allemand, espagnol, en russe, chinois et arabe à ce jour).

Lors de notre entretien, Elena Gabrielle (humoriste australienne), confie vouloir suivre le même chemin. Ayant joué dans plus de soixante-sept pays à ce jour, elle a vécu en Australie, en Allemagne et en France. Toutefois, elle souligne l'importance de la maîtrise de la langue, notamment lors des moments d'interaction avec le public. Les subtilités linguistiques telles que les expressions idiomatiques et les références historiques ou culturelles semblent avoir une contribution importante à l'humour d'un pays. Cela semble confirmer l'importance de l'identification à l'humoriste.

Dans une *interview* avec Télérama, Yacine Belhousse, humoriste adepte de l'absurde comme Eddie Izzard (son ami et mentor britannique), dont il fait régulièrement les premières parties en France, explique néanmoins la démarche de ce dernier :

« Selon lui, 80 % des sujets sont abordables à partir du moment où il n'y a pas de références nationales et que la chute de la blague n'est pas en lien avec la culture d'un pays. Il n'y a pas un humour français, anglais ou espagnol, il y a juste des trucs qui font rire les gens. Eddie était vraiment précurseur. C'est le premier à avoir fait des DVD sous-titrés dans une quarantaine de langues. Il n'a pas d'ego mal placé ; il se fout de remplir des stades ! C'est quelqu'un de très optimiste, qui aime prendre des risques. Un rassembleur qui veut avant tout que les gens se parlent ! »

Cela suppose un ensemble de valeurs universelles auxquelles peuvent s'identifier les membres du public en dépit de leur identité nationale. De plus, la traduction des blagues au travers des sous-titrages dans diverses langues pose la question de la reproductibilité de l'humour.

A Paris, au début des années 2000, des humoristes anglo-saxons ont également choisi le parti-pris de faire leurs spectacles en anglais. Selon Rossana Di Vincenzo, Sebastian Marx était l'un des premiers à se risquer à l'exercice. D'origine américaine (New-York), il habite en France et est marié avec une Française. Depuis plus de dix ans, il joue à la fois en français et en anglais à Paris et en France. En 2012, il crée la *New York Comedy Night* au SoGymnase. Un an plus tard, Robert Hoehn (acteur et scénariste américain) crée la *French Fried Comedy* au Paname Art Café. Ouvert en 2008, ce « comedy cellar à la française »⁶⁵ est né sous l'impulsion de Karim Kachour (manager) aidé de Kader Aoun (à la programmation).

De cette manière, ces soirées anglophones sont nées sous l'impulsion d'humoristes anglo-saxons expatriés en France. Ces événements se sont ajoutés à la programmation de salles de spectacles françaises (le SoGymnase et

⁶⁴ DI VINCENZO Rossana, Télérama, *Eddie Izzard, stand-upper travesti et star mondiale de l'humour absurde*, 12/01/2018, réservé aux abonnés du journal.

⁶⁵ DI VINCENZO Rossana, Télérama, *Une soirée au Paname Art Café, le petit laboratoire du rire parisien*, 15/05/2016, [lien](#).

le Paname Art Café). Aucun lieu dédié au *stand-up* anglophone ne voit pourtant le jour. Des événements sont organisés pour diffuser du *stand-up* en langue étrangère auprès des publics parisiens (en espagnol avec le *BuenaRisa Comedy Club* et en allemand également).

Le *Barbès Comedy club* (ouvert en octobre 2019 et fermé en 2022), lorsque Shirley Souagnon était encore en charge de la programmation, organisait des soirées anglophones ainsi que des soirs hispanophone, arabophone et en wolof. Pourtant, le site du *comedy club* indiquait que l'objectif de ce « lieu dédié à l'humour » était « d'accompagner l'essor du *stand-up* français »⁶⁶. L'histoire et le multiculturalisme du quartier de Barbès peuvent en partie expliquer l'importance de ces scènes ouvertes en langue étrangère dans ce *comedy club*.

La Scène Barbès conserve toutefois un plateau 100% anglophone le dimanche : le « Coucou Comedy ». Selon Thomas Escaffre, directeur du lieu, cela correspond à ce que les gens veulent consommer :

« Il en faut pour tout le monde, puisqu'on s'est rendu compte que la demande était élevée. Paris est une ville avec une grande communauté anglophone et non francophone, donc c'est indispensable de proposer ce genre de plateau ».⁶⁷

De cette manière, il semble que les plateaux anglophones deviennent un argument marketing et que les communautés anglophone et non francophone constituent désormais un segment que les directeurs de lieux dédiés à l'humour ne souhaitent pas s'aliéner.

A l'inverse, les premiers *comedy clubs* anglophones parisiens avaient vocation à fournir une scène et un micro aux humoristes expatriés à Paris qui ne maîtrisaient pas la langue française. Un changement semble s'être opéré dans l'usage qui est fait de ces *comedy clubs* anglophones à Paris.

Cela s'observe par ailleurs dans les publics qui fréquentent ces soirées. Selon Rossana Di Vincenzo, les scènes ouvertes anglophones organisées par Sebastian Marx visaient un public d'anglophones initialement. Néanmoins, des humoristes, ainsi qu'un public français qui parlaient anglais, s'y sont de plus en plus intéressés.

b) *Live Nation, l'exportation des têtes d'affiche de l'humour américain et français*

Le succès des spectacles d'humour anglophones en France ne semble pas si grand au vu du fait qu'aucun lieu dédié à l'humour anglophone n'existe dans le pays. On peut néanmoins se demander si cela tient au nombre réduit d'humoristes qui se produisent sur scène en anglais ou à la faible demande des publics pour des spectacles d'humour en anglais. De cette manière, il est intéressant d'étudier les spectacles d'humour anglophones qui ne prennent pas place dans un *comedy club*.

Durant notre entretien, Rossana Di Vincenzo souligne l'impact du spectacle de Louis C.K. en 2016 lorsqu'il s'est produit à guichets fermés à l'Olympia. Selon elle, cela a vraiment fait comprendre aux programmeurs et aux

⁶⁶ Le Spot du Rire, *La Scène Barbès (ex-Barbès Comedy Club)*

⁶⁷ Ville de Paris, *Découvrez La Scène Barbès, le comedy club en vogue à Paris, 27/02/2023, [lien](#).*

producteurs de spectacles d'humour qu'il y avait un filon à tirer et qu'il y avait un public. Présente lors de l'événement, elle se souvient de l'absence de sur-titrage pendant le spectacle.

Désormais, la plupart des spectacles anglophones de têtes d'affiche se passent de sur-titrage. Lors de mon observation-participante au spectacle de Daniel Sloss, humoriste écossais qui se décrit lui-même comme « trésor national », au Bataclan le 27 janvier 2023, aucun sur-titrage n'était proposé. Ce choix scénique s'explique peut-être par le type de public qui assiste à ces spectacles. De fait, ces spectacles se vendent généralement à guichets fermés et les places partent très vite. On peut donc supposer que les membres du public sont des *fans* de l'humoriste. Le spectacle auquel j'ai assisté avait par exemple été ajouté par l'humoriste au vu de la demande et de la vitesse à laquelle les places pour la date du 28 janvier s'étaient vendues. En 2023, les deux cent soixante dates de la tournée mondiale de l'humoriste américain Matt Rife (*Problematic Tour*), se sont vendues à guichets fermés sur trois continents en quarante-huit heures seulement. Soit six cent mille tickets vendus en deux jours.

On peut donc supposer que les membres du public sont en majorité des *fans*. Cette hypothèse semble confirmée par le prix des places. En effet, les places pour le spectacle de Matt Rife étaient comprises entre trente-quatre et cinquante euros. Quant au spectacle de Daniel Sloss, les places étaient vendues à quarante euros. Les places pour le spectacle de Louis C.K. à l'Olympia en 2016 (deux heures en anglais) se sont également écoulées en vingt minutes avec des prix avoisinant les cent euros. Similairement, une date avait été ajoutée pour les personnes qui n'avaient pas réussi à se connecter à temps.

Dans le cas du spectacle de Louis C.K., toutefois, le public était majoritairement composé d'humoristes venus observer ce Rossana Di Vincenzo qualifie de « *masterclass* de l'humour ». Selon elle, il s'agissait donc d'un public de professionnels et de *fans* inconditionnels de l'artiste. A cela elle oppose le succès des spectacles d'humoristes américains tels que Dave Chappelle, qui se produit désormais régulièrement à l'Apollo Théâtre ou à l'Olympia (Paris) à guichets fermés malgré l'absence de sur-titrage et des places à cent cinquante euros. Elle observe ainsi une évolution dans la consommation des spectacles anglophones et les dispositifs scéniques requis. Tandis que le spectacle de Louis C.K. ne comporte pas beaucoup d'expressions idiomatiques, le spectacle de Dave Chappelle s'appuie sur l'usage de l'argot afro-américain. Pourtant, aucun des deux spectacles ne proposent de sur-titrage.

De la même manière, le spectacle de Daniel Sloss (humoriste écossais) au Bataclan ne présentait aucune forme de traduction. Or, lors de cette observation-participante, ma mère qui ne parle pas anglais était présente. L'absence de sur-titrage n'était pas gênante du fait de l'usage limité d'expressions idiomatiques dans le discours de Daniel Sloss. De surcroît, cet humoriste à la carrière internationale semble adapter l'intensité de son accent écossais en fonction du pays dans lequel il se produit. L'élément le plus important dans l'expérience de spectatrice de ma mère était néanmoins la connaissance des *sketchs* en amont *via* les réseaux sociaux ou les plateformes de streaming anglo-saxonnes telles que Netflix. En revanche, elle n'était pas préparée pour la première partie de Kai Humphries, originaire de Newcastle. Pour être tout à fait honnête, moi non plus.

Ainsi, l'efficacité du dispositif mis en place dans les salles de spectacles et théâtres parisiens tels que l'Olympia ou le Bataclan réside principalement dans le choix de l'humoriste et la consommation de son contenu qui est

fait par sa communauté de *fans* en amont. Mes entretiens spontanés avec des membres du public au Bataclan le 27 janvier 2023 m'ont toutefois confortée dans l'idée que cette communauté de *fans* est également prescriptive du dispositif.

En effet, avant le début du spectacle, Marie (parisienne de vingt-six ans) me confiait qu'elle ne connaissait pas l'humoriste. Son amie lui avait payé une place pour assister au spectacle ce soir-là. De fait, le spectacle d'humour est habituellement un produit culturel qui ne se consomme pas seul. Pour preuve, les humoristes réagissent régulièrement par la surprise lors des interactions avec le public dans le cas où l'un des membres du public est venu seul. Cela souligne l'aspect paradoxal de se retrouver seul dans un collectif (le public).

Or, cette consommation en groupe renforce probablement l'intérêt des promoteurs tels que Live Nation pour des spectacles d'humoristes connus. Leur objectif est marchand et non pas culturel. Lors de notre entretien, Rossana Di Vincenzo souligne que c'est souvent Live Nation qui fait venir les grands humoristes étrangers - principalement Américains - en France. Selon elle, le pôle humour de Live Nation s'est beaucoup développé ces dernières années parce que le *stand-up* a pris de l'ampleur en France. Pour cette raison, les gens ont envie d'aller voir des spectacles même si c'est en version originale non sur-titrée. Elle explique ainsi que Live Nation a repris une partie du catalogue de Olympia Prod, anciennement filiale de Vivendi qui a fermé à cause du Covid-19. Les artistes qui étaient chez Olympia Prod ont alors décidé soit de rester avec Émilie Quindinis (programmatrice sous Olympia Prod qui est partie en indépendante), soit de rejoindre Live Nation, ce que les humoristes les plus connus ont quasiment tous fait.

Néanmoins, elle considère que Live Nation n'est pas un promoteur d'humour mais un promoteur de spectacles. Elle poursuit en expliquant :

« La considération qu'il peut y avoir sur la spécificité-même de cette discipline, elle n'est pas respectée. C'est pour ça qu'ils ne prennent d'ailleurs que des têtes d'affiche, parce qu'ils font très peu ou pas de développement. Ils ne vont pas prendre un jeune ou une jeune humoriste qui commence et le faire grandir. Ils prennent les gens très connus. »

Cela semble confirmer que l'efficacité du dispositif scénique repose sur la notoriété de l'humoriste et la consommation préalable de ses contenus par sa communauté de *fans*. Contrairement aux *comedy clubs* anglophones, il s'agit de publics qui consomment régulièrement les contenus d'un même artiste. On peut toutefois se demander si l'on retrouve ces mêmes publics dans les *comedy clubs*.

c) *Paul Taylor et la démocratisation du spectacle bilingue*

Les publics des spectacles d'humour anglophones sont composés à la fois d'expatriés et de français qui parlent anglais. Cela limite les spectateurs français potentiels à la tranche de la population qui a appris l'anglais. Selon une étude de l'IFOP parue en 2021⁶⁸, un peu plus d'un quart des Français déclarent comprendre et parler l'anglais (28%), soit une progression de 10 points en 15 ans. Le niveau de compréhension et de capacité à parler

⁶⁸ IFOP en partenariat avec *Le Point*, *Les Français et leur rapport à la langue anglaise*, parue le 12/02/2021, [lien](#).

anglais sont toutefois des auto-évaluations subjectives. D'autant plus que l'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 2 032 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, mais pas de l'entièreté des Français.

Dans une *interview* donnée au journal Télérama, Sebastian Marx, humoriste américain installé en France, décrit cette évolution de la société française :

« En six ans, j'ai vu les choses évoluer. Beaucoup d'humoristes s'essaient à l'anglais ; le public parle mieux la langue ; il y a un véritable intérêt grâce à Internet, et surtout à l'arrivée de Netflix ».

Selon l'étude de l'IFOP, un aspect générationnel s'observe également dans les pratiques culturelles en rapport avec la langue anglaise. Les résultats mettent en lumière que 66% des 18-24 ans déclarent regarder des séries ou des films en anglais contre seulement 22% des personnes âgées de 65 ans et plus. Or, comme nous venons de le voir, la connaissance préalable des *sketchs* d'un humoriste participe à la popularité de la vente de billets pour les spectacles anglophones. On peut donc supposer que ce phénomène générationnel impacte la consommation de spectacles scéniques anglophones en France.

De plus, on peut supposer que cet aspect générationnel est renforcé par la fracture numérique qui existe en France. Ainsi, une étude publiée le 22 juin 2023⁶⁹ par l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) révèle que « 15% de la population est en situation d'illectronisme⁷⁰ en 2021 ». De ce fait, cette tranche de la population n'a accès aux contenus humoristiques que par le biais des salles de spectacles et des médias traditionnels (télévision et radio notamment). Ce pourcentage de la population française peut donc difficilement consommer les contenus de ces humoristes anglophones en amont. En effet, ces derniers sont rarement représentés dans les médias traditionnels français. La stratégie de promotion des spectacles de Louis C.K., Dave Chappelle et Daniel Sloss exclut donc ces parties de la population française. Le dispositif scénique du spectacle anglophone présuppose une maîtrise minimum de l'anglais ou la maîtrise des contenus de l'humoriste. Il paraît toutefois difficile de maîtriser les contenus de l'humoriste anglophone par ces canaux si on ne parle pas anglais, dans la mesure où les médias traditionnels ne proposent pas nécessairement de sous-titrages.

Cette conditionnalité du spectacle anglophone est toutefois remise en question par les spectacles de Paul Taylor. Humoriste britannique, il vit en France et est marié à une Française (ce qui semble être un fil rouge dans la communauté d'humoristes expatriés et des membres de leurs publics comme nous le verrons plus tard). En 2013, il se lance dans le *stand-up* et joue à la fois en français et en anglais. A l'instar de Sebastian Marx, il propose des traductions dans le contenu même de son discours humoristique, sans pour autant tout traduire. Cela s'observe nettement dans ces moments d'interaction avec le public en présentiel. Au cours du mois d'août 2023, il a ainsi publié une vidéo sur ses chaînes Instagram et Tik Tok la fonction didactique de son discours :

« - You're going to Evanescence concert tomorrow? [...] You came for them et moi c'était juste. Je suis l'amuse-bouche de Evanescence.

⁶⁹ Vie publique, Fracture numérique : l'illectronisme concerne plus de 15% de la population en 2021, 27/06/2023, [lien](#).

⁷⁰ Une personne en situation d'illectronisme ne dispose pas des compétences numériques de base ou ne se sert pas d'internet.

- Ils font ta première partie, intervient une spectatrice française.
- C'est..C'est...Moi je suis la première partie ? s'étonne Paul Taylor (sous-titré en anglais dans la vidéo).
- Non bah eux ! le répand la spectatrice.
- Eux ? Eux c'est la première partie de moi ? Bah non, vu que c'est demain. Tu comprends l'anglais ? Non... it's tomorrow right ? s'enquit-il auprès de la spectatrice espagnole. C'était demain. A la base c'était une bonne blague hein. High five. C'était une bonne blague mais on va la réécrire ensemble »⁷¹.

Bien qu'il ne propose pas de sur-titrage lors des spectacles en présentiel, l'efficacité de son discours repose sur le fait qu'il soit compréhensible auprès de ces publics anglophones et non-anglophones. Pour se faire, il s'exprime à la fois en anglais et en français. Dans cet extrait vidéo, il est intéressant de constater que les sous-titres alternent entre l'anglais et le français. En comparaison, les vidéos publiées par Sebastian Marx en *shorts* sur son compte YouTube, ainsi que sur son compte Tik Tok et en publications sur ses comptes Instagram et Facebook, affichent les sous-titres dans les deux langues dans des couleurs différentes.

Ce bilinguisme se retrouve dans tous les contenus diffusés sur les chaînes des deux humoristes sur le web et semble trouver son public. En 2016, la vidéo produite par Paul Taylor *La Bise* fait cinq millions de vues sur la chaîne YouTube de Robert Hoehn, *French Fried TV*. Dans ce format court, Paul Taylor pointe la stupidité de la bise en France. Il s'agit d'une adaptation de l'un des *sketchs* qu'il joue sur scène. Grâce au succès de cette vidéo, il lance par la suite l'émission au format court de *What the Fuck France* sur Canal Plus (créé par Paul Taylor et Robert Hoehn). En parallèle, cette même année, il débute les premières représentations de son spectacle *#Franglais* au SoGymnase⁷².

De cette manière, le spectacle scénique bilingue est représenté dans les médias traditionnels français. Ce contenu humoristique conserve ce bilinguisme à travers ses différents formats. Le dispositif bilingue des sous-titres sur l'ensemble des productions vidéo renforce cette volonté de s'adresser à un public qui comprend les deux langues. Ce choix éditorial explique peut-être en partie le succès de Paul Taylor en France. Lors de notre entretien, Rossana Di Vincenzo évoque également le fait que Paul Taylor a été favorisé par rapport à Sébastien Marx - du moins dans les médias traditionnels - du fait de son absence d'accent britannique lorsqu'il parle français.

Ayant vécu en France jusqu'à ses neuf ans, Paul Taylor ne pâtit pas de cette spécificité française. Il s'en amuse même dans l'un de ses *sketchs* les plus médiatisés :

« Moi quand je parle en français je n'ai pas d'accent. Du coup on ne pense pas que je suis un Britannique qui parle super bien français. On pense que je suis français, mais con ».

⁷¹ Vidéo publiée le sur le compte Tik Tok et en Reels sur le compte Instagram de Paul Taylor (@ptcomedy) le 17/08/2023.

⁷² Paul Taylor se lance dans le stand-up en 2013. Connu en France pour ses séries télévisées sur Canal+, *What the Fuck France*, *What's Up France ?* et *Stereotrip*, il fait ses débuts sur scène dans son spectacle *#Franglais* (2016-2019). Son deuxième spectacle, *So British* (ou presque), s'est joué d'octobre 2019 à juin 2022. Son troisième spectacle, *Bisoubye x*, est prévu pour janvier 2023.

En 2020, la proposition de loi sur la discrimination par l'accent a été adoptée par 98 voix contre 3 avec le soutien du gouvernement à l'Assemblée nationale. La glottophobie⁷³ est donc un élément qui peut discriminer les humoristes dans les médias traditionnels français.

En somme, les humoristes qui présentent leurs spectacles devant des publics français - anglophones ou non - ont assimilé les références du spectacle de *stand-up* américain. L'importation de la discipline du *stand-up* ainsi que des *comedy clubs* a favorisé un renouveau de la scène comique française. Cette discipline a ensuite été popularisée et crédibilisée par des personnalités publiques françaises telles que Jamel Debbouze. Grâce à la démocratisation des outils numériques, la discipline s'est ensuite diffusée dans la population française. Cela a permis l'adoption de nouvelles célébrités importées de l'espace public américain. La consommation de contenus en accès libres sur YouTube puis Netflix a également permis la diffusion et l'acculturation à des contenus humoristiques anglophones. Des communautés de *fans* français ont ainsi pu se former sur les réseaux sociaux et le web 3.0. Ce succès populaire s'est ensuite transformé en succès marchand pour des promoteurs de spectacles et de divertissement tels que Live Nation, Amazon Prime et Netflix. Néanmoins, peut-on parler de succès culturel ?

II. Les spectacles comiques anglophones permettent la confrontation des cultures de l'humour en France

La démocratisation des spectacles scéniques de *stand-up* en France a facilité l'accès aux contenus comiques anglophones. Le contenu discursif s'adresse à toutes les générations. Ainsi, il est difficile d'établir un profil type du spectateur d'humour en France. Selon Rossana Di Vincenzo, en 2023, on trouve autant d'humoristes que de publics. La popularisation du *stand-up* a popularisé l'engouement pour la discipline et non pas uniquement pour les « performeurs » de cette discipline. Les mêmes publics peuvent consommer l'humour féministe de Marina Rollman (humoriste suisse) comme l'humour plus graveleux d'Alex Vizorek (humoriste belge). Dès lors, il est intéressant d'étudier la typologie de ces publics de spectacles scéniques anglophones à Paris, ainsi que les canaux et les stratégies de communication qui sont employés pour leur parler.

⁷³ Le terme « glottophobie » désigne les discriminations à prétexte linguistique et inclut le processus de stigmatisation qui conduit à ces discriminations. Blanchet, Philippe. « Glottophobie », *Langage et société*, vol. , no. HS1, 2021, pp. 155-159.

1) L'interaction avec le public multiculturel enrichit le contenu discursif du spectacle scénique



Le Paname Art Café (Paris), LP/Frédéric Dugit

a) *Les codes du spectacle de stand-up à la française*

Dans les topoï des spectacles d'humour aussi bien anglophones que non-anglophones, les stéréotypes sur les publics parisiens sont nombreux. Les publics des spectacles d'humour dans les salles parisiennes sont souvent dépeints comme des publics difficiles qui ne sourient pas ou peu.

En échangeant avec Laura, trente ans, cette dernière me confie qu'elle est consommatrice de spectacles scéniques d'humour mais qu'elle n'aime pas participer et interagir avec les humoristes, quelle que soit la langue utilisée au cours de l'interaction.

Lors de mes observations participantes, je remarque également que les spectateurs français évitent à tout prix de s'asseoir au premier rang. En effet, dans les codes du spectacle scénique d'humour et en particulier dans le cadre du stand-up, les personnes assises au premier rang sont davantage sollicitées par l'humoriste. Les interactions se font souvent entre l'artiste et le premier rang, que les personnes se portent volontaires pour participer au spectacle ou non. Certains humoristes français tels que Redouane Bougherada sont identifiés par les consommateurs de contenus comiques sur le web pour leur habitude de se moquer - de vanner - des personnes assises au premier rang. Ces humoristes captent en vidéo ces moments d'interaction avec le public et les diffusent sur les réseaux sociaux. Les vidéos sont généralement éditées de manière à devenir virales grâce aux différents signes passeurs (partages, *likes*, enregistrements etc.). Les humoristes verbalisent également cette pratique dans leurs discours :

« Vous savez le premier rang, je vais vous niquer vos mères. C'est la règle. Je suis pas là pour rigoler », déclare Redouane Bougherada dans sa vidéo du 6 août 2023 publiée sur son compte Instagram et diffusée le lendemain sur son compte Tik Tok.

Toutefois, cette pratique s'appuie sur la réticence des Français à participer au spectacle scénique. Ils consomment les spectacles d'humour dans l'anonymat et préfèrent se fondre dans le collectif. Cette préférence semble également se retrouver dans les codes du système éducatif français. En effet, comme mentionné précédemment, le dispositif de l'enseignement en France valorise le discours de la figure d'autorité (le professeur) et non celle des étudiants. Dans l'enseignement aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, à l'inverse, la

participation des étudiants est au centre du dispositif éducatif et les séances de cours s'organisent autour de la prise de parole des élèves.

Or, quand on observe les spectacles d'humour anglophones à Paris, on ne retrouve pas de discours sur cette pratique de vanner le premier rang. Les membres du public - dans un *comedy club* ou non - interagissent volontiers avec l'humoriste sur scène. Lors de l'événement *Mic in Progress* (English Standup Comedy in Paris) auquel j'ai pu assister à La Pomme d'Eve (bar/club situé dans le quartier Latin), les passages entre les humoristes venus tester leurs blagues étaient entrecoupés au bout de trente minutes par un *quiz* qui faisait intervenir l'ensemble du public. Les membres du public qui répondaient correctement aux questions étaient récompensés par des *Chocobons*.

Au cours de ce *quiz*, des membres du public sont montés sur la scène pour parler dans leur langue maternelle dans le microphone afin que l'audience détermine quel était l'accent le plus *sexy*. De cette manière, un Polonais, un Portugais et une jeune femme Espagnole sont montés sur scène tandis qu'un jeune homme Egyptien a choisi de rester assis sur sa chaise au premier rang pour s'adresser au public en arabe. L'inversion entre le rôle d'émetteur et de récepteur du discours était ainsi plus facilement acceptée par certaines cultures que d'autres. Dans une réflexion sur le carnavalesque, on peut se demander si ce volontarisme pour monter sur scène ou non et passer d'un rôle à l'autre peut être en lien avec la distance hiérarchique de la culture nationale des membres du public.

Enfin, comme dans de nombreux *comedy clubs* et dû à la précarisation du métier d'humoriste, l'accès aux performances scéniques était conditionné par l'achat d'une « consommation ». Ici, pour assister aux passages des différents humoristes composés d'amateurs et de professionnels, il fallait payer un verre au bar. Cela encourage ainsi à rémunérer le lieu dans une démarche marchande mais également à consommer de l'alcool. Or, il peut arriver que des membres du public soient alcoolisés. Toutefois, ce comportement reste une anomalie dans les codes du spectacle d'humour. Dans les vidéos éditées puis diffusées sur le web, les humoristes mettent parfois en lumière ces comportements du public lors de leurs spectacles. Sur son compte Tik Tok, l'humoriste américain Matt Rife diffuse régulièrement des vidéos dans lesquelles il interagit avec un membre alcoolisé de son public. Ces vidéos mettent souvent en lumière l'aspect disruptif de ces interventions. L'humoriste et les autres membres du public se positionnent alors en antagonisme avec ces individus. Bien que le spectacle scénique prenne place dans des lieux de consommation d'alcool (bar, cafés-théâtres, clubs, *comedy clubs*), ce comportement perturbe le dispositif scénique et la nature de l'interaction entre l'humoriste et son public.

Ainsi, les membres du public peuvent s'inscrire dans le respect de ces codes du spectacle scénique d'humour anglophone. Or, en les respectant, ils s'identifient à cette culture du spectacle d'humour anglo-saxon.

b) Les rituels des spectacles scéniques d'humour anglophones

Tous les spectacles d'humour anglophones présentent des éléments récurrents. Ainsi, on observe qu'au début du spectacle l'humoriste demande la nationalité des membres du public.

Dans le cas du spectacle *Dirty 2.0* d'Elena Gabrielle à Paris en mars 2023, cette question précède des sessions de questions avec le public présent dans le théâtre de soixante-dix places. L'humoriste australienne demande aux quelques personnes qui ont répondu leur nationalité, leur situation sentimentale et la raison pour laquelle ils sont à Paris. A plusieurs reprises, des personnes anglo-saxonnes évoquent leur mariage avec des Français et le fait qu'elles habitent en France depuis de nombreuses années. Elena Gabrielle leur demande ensuite si elles parlent français et la réponse est invariable : non. Cette réponse permet alors à l'humoriste d'entamer une anecdote sur son apprentissage du français qui fait partie du texte scripté de son spectacle.

Au cours de ce dernier, Elena Gabrielle interpelle régulièrement le collectif du public pour s'enquérir de leurs expériences personnelles avec des personnes de différentes nationalités. En effet, son spectacle est une narration de ses expériences sentimentales avec des hommes de diverses nationalités. Lorsqu'elle évoque son ex-petit-ami français, elle demande par exemple au public présent au Théâtre Bo s'ils ont réussi à se faire des amis à Paris. Les membres du public hésitent mais semblent prêts à répondre par l'affirmative lorsqu'elle ajoute :

« Si vous avez couché avec eux, cela ne compte pas ». ⁷⁴

Cette interaction introduite au sein de la narration renforce l'impression de participer à une conversation et réduit l'aspect figé et scripté du discours de l'humoriste. Elle offre également aux membres du public l'opportunité de participer activement à la construction du rire. Les anecdotes du public deviennent une partie de la narration et remplissent un rôle comique.

Dans le cas des spectacles scéniques de Paul Taylor, la question de la nationalité des membres du public remplit une fonction différente. Contrairement à Elena Gabrielle qui s'enquiert des anecdotes sentimentales des membres de son public, l'humoriste britannique met en lumière la culture nationale des personnes avec lesquelles il échange. Ainsi, au début de ses spectacles scéniques, il demande les nationalités autres que la France qui sont présentes dans la salle. Il s'enquiert ensuite des prénoms des personnes qui répondent. Dans les vidéos éditées qu'il diffuse régulièrement sur son compte Tik Tok et en *Reels* sur son compte Instagram, on retrouve souvent une interaction basée sur le modèle suivant :

« D'où venez-vous ? D'Espagne. Et quel est votre nom ? Sandra. Evidemment. » ⁷⁵

Cette structure se décline ensuite au fil des spectacles scéniques et on peut retrouver sur ses productions digitales les extraits suivants :

« - The people who are not from France, which countries are you from? Let's hear them.

- Fucking England! What is your name, England? [...] Fiona, of course it is. Where are you from in the UK ? [...] Nottingham. Waouh les français, Nottingham, vous connaissez ?

- What other countries? America, what is your name? [...] Jerome. [...] So your parents are French? Ah bah t'es français alors. Ah il se la raconte pas mal Jérôme. C'est pour ça que t'as essayé avec Jerome.

⁷⁴ Citation en anglais : "If you've slept with them it doesn't count"

⁷⁵ Citation en anglais : "Where are you from? Spain. And what is your name? Sandra. Of course it is".

Ouais c'est Jérôme hein, on va se fermer tout de suite notre gueule et on va redescendre sur Terre, non (rire). [...] You fell in love with a French man. French man, what is your name? Benoit, eh bien bien sûr. Et tu viens d'où Benoit ? »⁷⁶.

De surcroît, Paul Taylor ne réagit pas de la même manière en fonction des identités nationales qui lui sont criées. La mention du Royaume-Uni, son pays d'origine, lui fait systématiquement répéter "England! Fucking England". Il demande ensuite le lieu de résidence de la personne au Royaume-Uni. En général, il s'agit d'une référence connue principalement des Britanniques dans le public. Cela crée une connivence et accentue les signes de sa britannité.

Le comique issu des réponses des membres du public est également révélateur d'un humour situé. Dans l'un des extraits vidéos diffusés par Paul Taylor sur ses réseaux sociaux⁷⁷, un jeune homme s'identifie comme non-français par ses applaudissements. Il répond ensuite aux questions de Paul Taylor en disant qu'il s'appelle Piotr et qu'il est breton-polonais. Raison pour laquelle il regarde intensément la bière de Paul Taylor comme il le formule auprès de l'humoriste. Dans cette situation, le membre du public se charge de créer la situation comique en s'identifiant comme non-français. Toutefois, pour comprendre l'élément comique de son intervention, il faut connaître l'histoire de la relation entre la culture régionale bretonne et la culture nationale française. Ce qui est le cas de l'humoriste qui s'exclame : « donc les non-français. Ok, je comprends où on va avec ça. Super, high five breton ». Dans son discours, Paul Taylor n'explique pas les ressorts comiques de la blague. Pour accéder au rire, cela suppose donc des connaissances préalables sur la culture française à un niveau linguistique comme historique.

L'interaction avec l'humoriste dans un contexte de spectacle scénique multiculturel offre donc la possibilité de coconstruire le rire du public grâce à un humour qui repose sur des connaissances multiculturelles.

c) Crowd work, l'arbre qui cache la forêt

Ces interventions du public dans le dispositif scénique sont médiagéniques par essence. Elles recréent l'illusion d'assister en présentiel au discours de l'humoriste, ce qui renforce le dispositif médiatique notamment sur les réseaux sociaux. Ainsi, la majorité des formats courts diffusés par les humoristes sur le web sont des moments dits de "crowd working". De même, les humoristes choisissent d'éditer des passages de leur représentation scénique dans lesquels on peut voir un membre du public interrompre leur discours scripté ou se faire vanner.

Cela participe au réalisme de la performance de l'humoriste. Néanmoins, la multiplication de ces vidéos médiagéniques génère également un format quant aux contenus de spectacles scéniques anglophones. Les spectateurs de ces vidéos sur le web sont habitués à ce format et l'associent au format du spectacle scénique anglophone. Comme dans le cas d'un syllogisme, le visionnage de ces vidéos crée des attentes quant au format des spectacles en présentiel. Dans une *story* publiée le 29 août 2023 sur le compte Instagram de Live Nation aux

⁷⁶ Vidéo Instagram publiée le 20/07/2023.

⁷⁷ Vidéo Instagram publiée le 24/08/2023

Etats-Unis (@livenationcomedy)⁷⁸, Matt Rife mentionne ce phénomène sur scène lorsque son spectacle est interrompu par une *fan* manifestation consommatrice de ses vidéos en ligne :

« Un membre du public crie : « interaction avec le public »

- Non, ce n'est pas comme ça que ça marche. Mais je vous remercie. J'apprécie. Si vous voulez écrire le spectacle pour moi, vous pouvez le faire. Ce n'est pas comme ça que ça marche. Et c'est un commentaire très amusant : les gens qui viennent au spectacle pensent que parce qu'ils voient les moments d'interaction en ligne, c'est vraiment tout ce qu'est le spectacle. C'est faux ! C'est une toute petite partie. Et je n'ai jamais vraiment eu l'occasion de l'expliquer sur scène. La raison... Je ne m'énerve pas vraiment à ce sujet, sauf si vous continuez à le faire. Parce que pour beaucoup de personnes je suis leur première expérience avec un spectacle d'humour. En fait, ça m'intrigue. Qui ici n'a jamais assisté à un spectacle d'humour ? (Applaudissements). Vous voyez. Vous voyez, beaucoup de gens n'ont aucune idée de comment ça marche, alors la raison pour laquelle je poste des trucs sur les moments d'échange, c'est parce que vous venez me voir, n'est-ce pas ? Et comment fonctionne l'humour, c'est que pendant un an - parfois deux ou trois ans - vous travaillez à la construction d'un spectacle d'une heure, d'accord ? Mais quand on fait ça, ça prend beaucoup de temps. Imaginez donc que je poste les mêmes blagues que celles que vous venez de voir. Vous seriez assez énervés de voir exactement la même chose [...] »⁷⁹

Les vidéos diffusées par l'humoriste en ligne créent une connaissance et des attentes quant à son spectacle scénique. La régularité dans le format utilisé participe probablement à la médiagenie de ce dernier. Un spectacle d'humour anglophone à l'inverse - comme vu précédemment - est unique et évolue malgré ses éléments scriptés. L'humoriste coconstruit le rire avec son public et s'adapte aux cultures nationales en présence.

Or, cette vidéo a été publiée dans le cadre des « leçons » publiées sur le compte Instagram de Live Nation Comedy (US) dans le cadre de la promotion de la tournée mondiale de Matt Rife. Ces formats courts viennent entrecoupées en publications et en *story* les contenus promotionnels pour les tournées des humoristes (majoritairement aux Etats-Unis). Les artistes représentés sont tous très connus du grand public américain et des amateurs des spectacles d'humour anglo-saxons.

On peut donc se demander si ce phénomène d'acculturation aux éléments de *crowd working* de l'humoriste sont particulièrement forte vis-à-vis de représentations scéniques d'humoristes très médiatisés ; ou si ce phénomène est révélateur d'une acculturation aux humoristes anglo-saxons en général dans le cadre de la mondialisation.

⁷⁸ Cette vidéo fait suite à un *post* concernant la tournée américaine du spectacle de Dave Chappelle.

⁷⁹ Citation en anglais : A member of the audience shouting: "crowd work"

- No, it's actually not how it works. Thank you though. I appreciate it. You want to write the show for me, you can do it. Not how it works. And this is super funny comment thing that people who come to the show, they think that because they see crowd work online that that's really all the show is. Wrong ! It's a very small portion. And I've actually never really had the chance to explain this on stage. The reason...I don't really get annoyed about that unless you keep doing it. Because I'm a lot of person like first experience at a comedy show. I actually generally cares. Who here has never been to a comedy show before? (cheering). See. You see a lot of people have no idea how it works so the reason I post crowd work stuff is because you're coming to see me right? And how comedy works is you , for a year - sometimes two three years - you work on building an hour long set of material , right? But when you do this, it takes so long to do that. So imagine I posted some of the same jokes you already just see. You would be pretty pissed off to see the exact same thing [...]"

2) Les stéréotypes sur les identités nationales sont des outils dans la co-construction des spectacles scéniques d'humour anglophone en France

Les stéréotypes, de même que les préjugés, sont souvent perçus négativement. Considérées comme préconçues à une expérience directe, ces deux notions accompagnent souvent des phénomènes sociaux tels que l'antisémitisme, le racisme ou l'homophobie par exemple. Dans le Robert, un stéréotype se définit comme une opinion toute faite réduisant les particularités⁸⁰. L'entrée de ce dictionnaire français précise encore cette définition, en ajoutant que les stéréotypes culturels sont des préjugés répandus sur une ou des cultures. On peut alors se demander dans quelle mesure les spectacles scéniques d'humour adressent ces stéréotypes culturels ?

a) *L'humoriste anglophone, une persona stéréotypée*

Lors des spectacles scéniques anglophones à Paris, on peut observer que les humoristes arborent des costumes et utilisent des accessoires spécifiques. Ces éléments fonctionnent comme des signes de leur identité nationale.

Dans les vidéos qu'il diffuse sur le web, Paul Taylor apparaît toujours avec une pinte bière près de lui. Dans l'extrait diffusé en août 2023 sur sa chaîne Instagram, la pinte de bière est mentionnée lors d'une interaction avec un membre du public. Le jeune homme breton qui s'identifie comme non-français - mentionné plus tôt dans cette étude - évoque l'origine de son prénom (Piotr). Il s'identifie comme breton-polonais et explique que pour cette raison, il regarde intensément la pinte de bière exposée sur scène. La pinte de bière symbolise alors l'alcoolisme réputé des bretons et des Polonais. Or, il s'agit d'un préjugé sur ces cultures mais également d'un ressort comique préétabli dans le monde de l'humour. D'autres humoristes, de même que des écrits et des expressions populaires ont pérennisé la fonction comique associée avec ce préjugé. L'intertextualité de cette blague est performative et infuse du comique dans une réalité sociale peu amusante : l'alcoolisme.

Au début de sa carrière en 2016, Paul Taylor n'exposait pas de pinte de bière à ses côtés sur scène. En revanche, il s'exprimait sur scène avec un fort accent anglais. Pourtant, ayant grandi en France jusqu'à l'âge de neuf ans, il n'a pas d'accent britannique lorsqu'il parle en français. C'est d'ailleurs ce qu'il révèle au cours de l'un de ses *sketchs* en 2016. Au milieu de sa performance, il supprimait complètement son accent britannique en parlant français. Cela générait un effet de surprise auprès des publics qui avait intégré au cours de la performance qu'il avait un accent. Il s'agissait d'un signe de sa britannité⁸¹. Ainsi, le message ne véhiculait pas la culture véritablement Britannique mais correspondait plutôt à l'image que les Français ont des Britanniques. Le fait de l'afficher puis de le faire disparaître participe à mettre en lumière un stéréotype du britannique qui parle en français.

⁸⁰ Définitions du Robert (Dico en ligne), consulté le 29/08/2023, [lien](#).

⁸¹ Rhétorique de l'image - Roland Barthes - 1964

http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1027

Dans ses performances scéniques au Royaume-Uni, l'humoriste Marcel Lucont adopte la même stratégie. En effet, il joue son spectacle en anglais et s'exprime avec un fort accent français. Sur scène, il se présente toujours en costume, un verre de vin rouge toujours à la main. Or, cet accessoire ne présente aucun intérêt scénique si ce n'est celui de signifier la culture nationale de l'humoriste. Mais pour être décodés par les membres du public, ces signes doivent correspondre à des opinions répandues sur la culture française. Raison pour laquelle Marcel Lucont adopte les codes des préjugés britanniques sur la culture française. Ces signes sont en effet subjectifs. La plupart correspondent aux signes diffusés par les productions anglo-saxonnes au fil des siècles. Notamment les signes diffusés au siècle dernier par les comédies américaines comme cela a pu être le cas pour le personnage de Pépé le Putois dans les *Looney Tunes*.

De plus, Marcel Lucont joue des stéréotypes sur la culture française dans son discours scripté et ses interactions avec les membres du public. Il garde toujours une fois rauque à l'accent français prononcé tandis qu'il parle tout près du microphone ou nonchalamment assis sur une chaise. Sur son site web, il se décrit comme suit :

« Ce flâneur, raconteur et bon-vivant, plusieurs fois récompensé, fait actuellement le tour du monde pour charmer les femmes et insulter les imbéciles. Son stand-up pince-sans-rire, sa poésie sensuelle de renommée mondiale et ses chansons paillardes ont remporté un franc succès dans toute l'Europe, l'Australie et l'Amérique, et il a amélioré de nombreuses émissions télévisées en cours de route ».⁸²

Le nom Marcel Lucont, en lui-même, est une onomastique et un signe de l'identité nationale de l'humoriste. De même, Paul Taylor renvoie à des codes anglo-saxons bien qu'on ne puisse identifier spécifiquement qu'il s'agit d'un britannique. De ce point de vue, les noms des humoristes anglo-saxons (Elena Gabrielle, Jono Duffy, Daniel Sloss) sont tous des signes de leur appartenance à la culture anglo-saxonne auxquels renvoient également les codes du spectacle de *stand-up*. Par contraste, le nom de scène de l'humoriste Dragos (@dragoscomedy) le distancie de cette culture anglo-saxonne sans pour autant l'identifier comme un humoriste roumain.

Dans le cadre du dispositif scénique, l'humoriste anglophone choisit donc d'afficher ces signes d'une culture nationale. Comme le souligne Rossana Di Vincenzo, les signes de cette altérité culturelle ne sont pas toujours choisis. De son point de vue, les contenus de Paul Taylor ont eu plus de succès auprès des médias traditionnels français (Canal Plus) du fait de l'absence d'accent lorsqu'il parle en français, contrairement à ceux de Sebastian Marx. Ce signe linguistique peut également signifier une authenticité que recherche le public français qui consomme du *stand-up*.

b) Des outils de promotion stéréotypés

Ces signes de l'altérité culturelle de l'humoriste se retrouvent également sur les contenus marketing faisant la promotion de ces spectacles scéniques. Les contraintes du format flyer (dimension 105 x 148 mm) renforce le

⁸² Citation en anglais : "This multi-award-deserving flâneur, raconteur and bon-viveur is currently touring the world, charming women and insulting the stupid. His deadpan stand-up, world-class sex poetry and bawdy chansons have been a huge hit all over Europe, Australasia and America and he has improved many a TV show along the way".

dilemme d'un flyer pour un spectacle d'humour : comment donner envie sans pour autant saturer le prospect d'informations.

Dans cette perspective, les *flyers* que j'ai pu collecter répondent tous aux codes du *flyer* de spectacle de *stand-up* anglophone à Paris. Sur le recto, l'humoriste figure au premier plan. Le titre du spectacle scénique est affiché dans une large police facilement lisible. Il est écrit en anglais : "I hate Paris" (Jono Duffy), "The Only American in Paris" (Sarah Donnelly), "Oh my God She's Parisian!" (Julie Collas). Au bas du *flyer* figure le bandeau promotionnel du Théâtre Bo comprenant le logo, la charte graphique du théâtre (bleu et blanc) ainsi que les coordonnées du lieu. Le recto du *flyer* de Sarah Donnelly mentionne également la société de production du spectacle (Chaud Heaux Production) tandis que celui de Jono Duffy affiche la mention "A stand up comedy show by Jono Duffy". Le recto du *flyer* de ce dernier met également en avant les prix remportés lors du festival international Fringe de Reykjavík (Islande) : "artist favourite", "audience choice" et "oustanding performance" en 2020.

Les rectos des flyers de ces trois spectacles mettent en avant des signes de la culture française. Le fond du *flyer* de Sarah Donnelly représente des photographies d'identité qu'elle a prises d'elle-même, superposées avec des photographies d'elle-même avec un drapeau américain. Le *flyer* du spectacle "I Hate Paris" de Jono Duffy le représente les sourcils froncés devant la Tour Eiffel. Julie Collas, quant à elle, est montrée au premier plan sur le recto de son flyer, un béret sur la tête, une baguette de pain dans la main droite et un bichon dans la main gauche. Sur la photographie, elle fait la moue et porte un tee-shirt sur lequel figure la phrase : "Putain ! She's Parisian". La mention "new show" apparaît également au-dessous du titre du spectacle ainsi que la mention "a one-woman show 100% in english by a real parisian!" sur la partie droite du prospectus.

A l'inverse, le verso des *flyers* est beaucoup plus fourni. Le synopsis du spectacle est rédigé en anglais sur cette partie du *flyer*. Des éléments de biographies se mêlent largement à la description du thème du spectacle. Tous trois présentent des QR codes menant vers une page internet pour effectuer la réservation. Le *flyer* de Julie Collas affiche également les coordonnées du théâtre Bo et le numéro pour réserver un billet en anglais. Le prix du spectacle - à partir de dix-neuf euros - est affiché contrairement aux deux autres *flyers*. Le *flyer* de Jono Duffy est également le seul à mentionner les dates de ses représentations contrairement aux deux autres. Cela est probablement dû au fait qu'il joue son spectacle sur un nombre réduit de dates.

Au bas des *flyers* de Jono Duffy et Julie Collas figure également l'adresse de leur site internet. Les identifiants de leurs réseaux sociaux apparaissent également sur les *flyers* de Julie Collas et Sarah Donnelly.

De plus, Julie Collas fait figurer les logos de ses partenaires en charge de la vente de billets (certification excellence sur TripAdvisor, Get Your Guide, Viator, BilletReduc, FNAC etc.). La partie basse du verso du *flyer* de Sarah Donnelly fait figurer les avis qu'elle a reçus sur BilletReduc. Le *flyer* de Julie Collas, à l'inverse, met en avant les critiques qu'elle a reçues dans les médias traditionnels (le JDD, France 24, Berliner Zeitung, Le Parisien).

Il est intéressant de voir que sur son *flyer*, Sarah Donnelly (humoriste américaine qui vit en France) a choisi de préciser : « Attention ! This one hour of stand-up comedy is 100% in American." Cette distinction entre les

mentions “in english” et “in american” participe de la création du personnage stéréotypé de l’humoriste américaine.

Le synopsis du spectacle de Jono Duffy est le suivant :

« Comédie stand-up en anglais. Jono Duffy est un humoriste australien primé qui a vécu quelque temps en Islande. Sa vie a complètement changé lorsqu’il a rencontré un Français et s’est installé à Paris, une ville qu’il considère comme sa maison mais qu’il n’aime pas forcément. Pour son premier spectacle solo à Paris, Jono partagera son point de vue sur ce que c’est que de déménager dans la ville la plus romantique du monde quand on n’est pas si romantique que ça et que le monde est en feu, sur ce que c’est que d’être en couple avec un Français et sur les raisons pour lesquelles il semble détester Paris à ce point. Vous l’avez peut-être déjà vu se moquer des Français sur Tik Tok ou faire une petite apparition dans l’un des nombreux clubs de comédie de la ville, mais c’est l’occasion de le voir faire son truc en solo. »⁸³

Au cours de notre entretien et lors de son spectacle, il avoue ne pas aimer se marketer. Son fiancé est en charge de sa communication. Or, dans ce *flyer*, on remarque l’importance des récompenses obtenues lors d’institutions du rire comme le festival international Fringe de Reykjavík. Le synopsis parvient également à mettre en lumière l’activité professionnelle à Paris du comique qui diffuse son discours humoristique à la fois sur Tik Tok et dans les *comedy clubs*.

Le synopsis du spectacle de Sarah Donnelly est le suivant :

« Sarah Donnelly est de retour avec son nouveau spectacle d’une heure : La seule Américaine à Paris. Résidente parisienne de longue date, Sarah Donnelly sait tout et a tout fait, pour que vous n’ayez pas à le faire ! Apprenez de ses erreurs, faux pas et faux amis en tant qu’Américaine dans la ville des lumières, de l’amour et de la merde. Sarah, c’est si Emily à Paris avait une personnalité, faisait ses courses chez Zara, et devait vraiment visiter la préfecture. Passez une heure à apprendre et à rire de son expérience en tant que seule Américaine à Paris. »⁸⁴

Ce synopsis utilise les codes de la culture dite populaire et du divertissement anglo-saxon mondialisé (Emily in Paris sur Netflix) pour sérialiser sa vie qu’elle raconte sous forme d’anecdotes (épisodes) lors de son spectacle. Il inclut également des références culturelles françaises telles que Zara. On peut supposer que ce *flyer* s’adresse aux publics français et internationaux. La mention “The Only American in Paris” fonctionne également comme une *catchphrase* sur l’ensemble du *flyer* (synopsis, titre etc.).

Le synopsis du spectacle de Julie Collas est le suivant :

⁸³ Citation en anglais : “Stand-up Comedy in english. Jono Duffy is an award-winning stand up comedian from Australia who spent some time living in Iceland. His life completely changed when he met a French guy and moved to Paris, a city he has come to call home but doesn’t necessarily love. In his first solo show in Paris, Jono will share his take on what it’s like to move to the most romantic city in the world when you’re not that romantic and the world is on fire, what it’s like to be in a relationship with a French person and why exactly he seems to hate Paris so much. You may have seen him making fun of the French on TikTok or doing a small spot at one of the many comedy clubs around the city but this is your chance to see him do his thing solo.”

⁸⁴ Citation en anglais : “Sarah Donnelly is BACK with her new one hour show: The Only American in Paris. Long-time Parisian resident, Sarah Donnelly knows it all and has done it all, so you don’t have to! Learn from her mistakes, faux pas, and faux amis as an American in city of lights, love, and merde. Sarah is if Emily in Paris had a personality, shopped at Zara, and actually had to visit the prefecture. Spend one hour learning and laughing at her experience as The Only American in Paris.”

« Les Parisiens, il vaut mieux les voir dans un spectacle que dans la vraie vie ! Le nouveau spectacle de Julie Collas - une vraie parisienne - explore cette question philosophique : qui sont les Parisiens ? Après 25 000 spectateurs pour son premier spectacle, Julie change tout avec un spectacle en anglais qui mêle loufoquerie, chant, mime, punchlines et improvisation avec un public français et étranger qui en redemande. Installez-vous confortablement et attachez vos ceintures ! »⁸⁵

La formulation de ce synopsis semble plus professionnelle afin d'atteindre des objectifs marchands. La mention des vingt-cinq mille spectateurs, la mention des publics français et internationaux, la répétition du nom complet de l'humoriste et la description des techniques comiques utilisées pendant le spectacle renforce la dimension marchande de ce *flyer*. La dernière phrase sonne également comme une invitation marketing au voyage. On remarque également que ce *flyer* renvoie davantage aux codes du spectacle d'humour français, notamment au travers de la mention de l'improvisation, du chant, des critiques dans les médias français et de la mention « one woman-show » au recto.

c) *Des stratégies de communication différentes selon le lieu culturel*

A l'inverse, les *flyers* des *comedy clubs* anglophones à Paris - ainsi que leur communication digitale - ne mettent pas en avant les biographies des humoristes ou leurs noms. Bien que les *flyers* pour des spectacles anglophones conservent leur fonction de donner envie de venir au spectacle, l'argument marketing n'est pas le même.

En effet, le recto du *flyer* distribué à la fin des événements de *stand-up* anglophone organisés à La Pomme d'Ève (bar/club parisien) promeut le concept du *comedy club* anglophone à Paris.

On remarque que le graphisme de ce *flyer* est inspiré du modèle étasunien du *comedy club*. La police utilisée pour le texte imite des néons. Le fond représente un mur de briques comme dans la représentation traditionnelle du *comedy club* new-yorkais. L'ensemble du texte est en anglais et le logo d'un microphone trône au haut du *flyer*. La référence au microphone est par ailleurs utilisée dans le titre ("Mic in Progress") et constitue une blague par rapport à l'expression "Work in progress". Cela souligne que ces événements permettent aux humoristes de tester leurs blagues/sketchs devant un public différent chaque soir. Dans un article publié sur le site web de la ville de Paris⁸⁶, un humoriste qui s'apprête à monter sur la scène du *comedy club* La Scène Barbès dans la catégorie « Nouvelle Vague », explique la fonction des *comedy clubs* à Paris : « Je passe mes journées dans les différents *comedy clubs* de la capitale. C'est notre outil de travail. »

Le recto du *flyer* présente deux QR codes qui permettent de réserver un ticket ou de suivre leur compte Instagram. Entre les deux QR codes, on repère un logo en néon qui représente une poignée de main en forme de cœur. Les mots "MIP Community" figurent aux côtés de ce logo. L'adresse de leur site internet ainsi que le détail de leurs comptes Instagram et Facebook sont également affichés dans un bandeau au bas du *flyer*.

⁸⁵ Citation en anglais : "Parisians, it is better to see them in a show than in real life! The new show by Julie Collas -a true Parisian - explores this philosophical question: who are the Parisians? After 25,000 spectators for her first show, Julie changes everything with a show in English that mixes zaniness, singing, mime, punch lines and improvisation with a French and foreign audience eager for more. Sit back and fasten your seatbelts!"

⁸⁶ Ville de Paris, *Découvrez La Scène Barbès, le comedy club en vogue à Paris*, 27/02/2023, [lien](#).

L'emplacement de ces coordonnées de même que l'égalité entre les deux QR codes montrent que l'action de rejoindre leur communauté numérique est aussi sollicitée que celle de payer un billet.

En effet, le recto du *flyer* fournit les informations suivantes : "Mic in Progress. English Comedy club in Paris. Thursdays and Saturdays. Open Mic Show and special comedy nights." Aucun lieu ou plage horaire ne sont fournis. Le fait que ces prospectus soient distribués à la fin du *comedy show* en question laisse penser que l'objectif est de fidéliser les publics qui viennent assister au spectacle scénique. De surcroît, la réservation d'un billet est plus optionnelle qu'obligatoire. L'accès au *comedy show* n'est pas conditionné par la possession d'un billet. Une pancarte à l'entrée du bar⁸⁷ sert également d'invitation visuelle à venir assister au *comedy show*. Il est toutefois recommandé de commander une boisson au bar et l'équipe du bar passe régulièrement demander aux membres du public s'ils souhaitent consommer quelque chose.

Au dos du *flyer*, les mentions "Mic in Progress" et "English comedy club in Paris" sont réitérées. Au bas de ces titres figurent ensuite une liste de phrases utiles dans la langue française et leurs traductions, encadrées par un pictogramme de la tour Eiffel. On retrouve alors la dimension humoristique et pédagogique du *comedy club* anglophone à Paris. Pour donner un exemple, l'une des phrases utiles est la suivante : « Voilà : there you are = I told you so ».

Contrairement aux *flyers* pour les spectacles scéniques d'humour anglophone, ceux des *comedy clubs* anglophones à Paris mettent en avant le *clash* culturel entre les Français et les personnes qui vivent en France. Les stéréotypes culturels sont moins absents de ce *flyer*. Ils sont remplacés par des représentations stéréotypées du *comedy club* étasunien. De plus, les phrases utiles en français introduisent le comique issu de la confrontation entre plusieurs cultures en France. Comique que les publics retrouvent lors des performances d'humoristes anglophones lors des événements du *comedy club* "Mic in Progress".

3) L'emploi de ces stéréotypes culturels remplit une fonction sociale dans l'espace du spectacle scénique anglophone en France

Les spectacles scéniques anglophones à Paris sont un bon exemple de lieux culturels qui deviennent des espaces sociaux. Le dispositif de ces événements permet en effet aux publics de former une communauté du rire qui transcende les stéréotypes culturels.

a) *Thèmes universels*

Les spectacles scéniques font l'objet de plusieurs représentations. Avant de commencer ces représentations, l'humoriste aura généralement testé les différents *sketchs* de son spectacle sur scène devant des publics différents, souvent grâce au dispositif du *comedy club*. Certains passages auront également été diffusés sur le

⁸⁷ Annexes

web dans des vidéos au format court dans le même objectif. Toutefois, comme nous l'avons vu, cela crée une attente ou une impression de payer pour quelque chose que l'on a déjà entendu gratuitement.

Comme nous l'avons vu avec les différents *flyers*, le thème du spectacle est généralement l'angle principal de la communication des humoristes. Ce thème se décline sur les éléments de communication *print* et digitaux. Dans son *press kit*, Elena Gabrielle met à disposition des promoteurs et des programmeurs des vidéos dont les intitulés renvoient à l'univers du Dating⁸⁸ qu'elle développe dans son discours scénique. Ainsi, ces extraits sont intitulés "Dating Therapy", "Standards", "Fuckboy kinda love" et "come inside". Lors de ses représentations, elle conte en effet au public sa vie romantique avec des hommes de différentes nationalités. Elle se définit comme une conteuse d'histoires et échange avec le public sur leur expérience des stéréotypes culturels dans une relation amoureuse. Sans connaissance préalable sur les divers stéréotypes culturels, les membres du public peuvent toutefois rire des situations amoureuses qu'elle dépeint.

De cette manière, bien que le comique des situations qu'elle raconte naît de la confrontation de son identité australienne avec les identités nationales des personnes qu'elle fréquente, l'élément auquel les membres du public s'identifient en premier reste le topos des histoires d'amour désastreuses.

De même, bien que ce thème s'appuie davantage sur les stéréotypes culturels, l'expatriation est un topos qui est repris par la majorité des spectacles scéniques anglophones. A travers ses récits de *dating*, Elena Gabrielle évoque également ses voyages et le fait qu'elle ait joué dans soixante-sept pays. Eddie Izzard, fervent défenseur d'un humour universel, avait joué dans quarante-cinq pays au moment de la rédaction de l'article de Télérama en 2018. Daniel Sloss, au moment du covid-19, était resté confiné plusieurs semaines dans un hôtel en Australie, ce qu'il documentait sur ses réseaux sociaux. Des *fans* étaient même venus lui déposer du ravitaillement (alcool, gâteaux etc.) à l'accueil pour le soutenir dans son confinement. Or, tous ces voyages impliquent de quitter son pays et fournissent par-là même l'expérience de l'expatriation qu'ils évoquent dans leurs spectacles. C'est d'autant plus vrai pour Elena Gabrielle qui s'est vraiment expatriée en vivant plusieurs années en Allemagne et en France.

Jono Duffy et Sarah Donnelly évoquent quant à eux leur expatriation et le fait qu'ils vivent à Paris depuis plusieurs années. Cela résonne d'autant plus auprès de leur public parisien souvent composé d'expatriés. Bien que les membres du public ne soient pas nés dans le même pays que les humoristes, l'universalisme de l'expatriation et du mal du pays permet l'identification sans avoir recours à des références culturelles communes.

Cependant, le thème de l'expatriation n'est pas le seul facteur de cette identification à l'humoriste anglophone. En effet, au cours de notre entretien, Dragos Comedy explique qu'au début de sa carrière, son public était composé de quatre-vingts pourcent d'expatriés et de vingt pourcents de locaux. Néanmoins, selon lui, aujourd'hui l'activité devient plus locale et les statistiques se sont inversées. Similairement, lors de son spectacle

⁸⁸ Dating : les rencontres et rendez-vous amoureux.

au Bataclan, Daniel Sloss se remémore sur scène de ses premiers spectacles à Paris durant lesquels il jouait devant une quarantaine d'expatriés.

Dans le cas de Daniel Sloss, la progression fulgurante de sa carrière et son succès à l'international peuvent expliquer cette évolution. Dragos, à l'inverse, est moins connu à l'international et reste un humoriste assez local en Europe de l'Est. Il semble donc que le récit de l'expatriation des humoristes anglophones fonctionne également auprès d'audiences locales.

b) Regards exogènes sur la société française

En effet, les stéréotypes culturels sont comiques pour les publics expatriés et les locaux.

D'un côté, l'expatrié identifie une situation qui lui est familière et s'en amuse. C'est par exemple le cas lors du spectacle de Jono Duffy en mars 2023, lorsqu'il évoque les manifestations en France et se moque du fait que les français partent en manif' pour tout et n'importe quoi. Dans le contexte des grèves répétées en 2023, cela amuse le public d'expatriés qui a été confronté à cette réalité sociale française du fait de son expatriation en France.

De l'autre côté, les membres du public qui sont français s'identifient dans les anecdotes qui sont données par l'humoriste et les trouvent souvent criantes de vérité. L'exemple des grèves est amusant pour un Français qui doit admettre que les français manifestent davantage que les autres nations. L'anecdote leur offre l'opportunité de faire une introspection et d'identifier les éléments comiques de leur propre culture qu'ils avaient internalisés et banalisés. Cet effet ressort souvent des blagues basées sur un effet comique issu de la linguistique. En Islande, Jono Duffy est par exemple connu par les populations locales pour sa blague sur les étagères. Sur scène, il explique qu'au cours de son apprentissage de l'islandais il a découvert que le mot « étagère » s'écrivait d'une manière qui phonétiquement en anglais se prononcerait de la même manière que le mot « Hitler ». Il a ensuite appris que la suite de mots pour dire « rangée d'étagères » s'écrivait comme l'équivalent phonétique de « Hail Hitler ». Ainsi, les membres du public en Islande n'y avaient jamais songé car leur phonétique est différente de celle des anglo-saxons. Leur connaissance de la phonétique anglo-saxonne leur permettait néanmoins de comprendre les explications de Jono Duffy sur scène et de rire à gorges déployées à cette blague qu'ils n'avaient jamais entendue en Islande. De fait, ces publics locaux avaient internalisé la relation entre le signifiant et le signifié de ces termes islandais et n'avaient probablement jamais réfléchi à leur prononciation phonétique anglo-saxonne.

En général, les signifiés sont très internalisés dans une société car on les apprend à un très jeune âge. En France, on s'étonne parfois de l'écriture de certains mots que l'on a utilisés à l'oral depuis l'enfance. Pour moi, ce fut un choc de découvrir que le mot ch'ti dont le signifié équivaut à « en désordre » était associé au signifiant et à l'association de mots « trop-de-culs-en-l'air ». Dans un autre registre, l'un de mes amis a toujours cru que la phrase phare de l'émission Koh Lanta était : « la sentence est tirez vos câbles ». La typologie correcte de cette expression française est « la sentence est irrévocable » mais l'homophonie a ancré la première expression dans l'inconscient de mon ami.

De cette manière, les spectacles d'humour anglophones permettent une réflexion sur sa propre culture. Ces regards exogènes mettent en lumière dans le discours scénique les contradictions d'une société. Ils sont également un exutoire pour les expatriés qui n'ont pas internalisé et banalisé les coutumes et les valeurs françaises depuis l'enfance.

Durant son spectacle au Bataclan, Daniel Sloss a par exemple demandé au public quel était l'équivalent en France de l'émission de télé-réalité britannique *Love Island*. Un membre du public a répondu Les Marseillais. Daniel Sloss s'en est amusé et a demandé des explications sur le nom de l'émission. Tandis que le nom *Love Island* décrit de manière plus qu'exacte une émission dans laquelle des célibataires sont en compétition sur une île, l'humoriste ne comprenait pas pourquoi une émission similaire portait le nom des habitants d'une région de France :

« Est-ce parce qu'ils ont la réputation d'être stupides à Marseille ? Ils savent que cette émission existe ou est-ce que le reste de la France se moque d'eux à la télévision sans qu'ils le sachent ? »⁸⁹

En France, le succès d'émissions telles que *Les Ch'tis* ou *Les Marseillais* dans la culture populaire a ainsi internalisé le fait que les émissions de divertissement mettent en scène majoritairement des personnages stéréotypés de ces deux régions de France dans un contexte de compétition amoureuse. Aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, à l'inverse, les émissions de télé-réalité les plus populaires sont moins centrées sur des stéréotypes régionaux (*The Bachelor*, *Love Island*).

Le regard exogène à la culture française de l'humoriste anglophone permet de confronter la culture générale de ses publics français. Cela participe au succès de ces événements culturels comme le souligne Paul Taylor, lorsqu'il déclare au journal *Télérama* que ces shows attirent un public majoritairement français, qui vient rire du « cultural clash » :

« Les différences culturelles sont un sujet incontournable, et même si on ne parle pas que de ça, ça reste ce qui marche le mieux ».

On peut alors se demander dans quelle mesure le dispositif du spectacle anglophone est propice à cette confrontation des cultures qui peut par ailleurs générer des tensions en France, notamment dans les entreprises⁹⁰.

c) Une identification aux stéréotypes bienvenue

La différence principale en France entre les dispositifs des *comedy clubs* anglophones et des spectacles scéniques dans un lieu culturel reste l'anonymat de l'humoriste. Dans le premier cas, les membres du public se déplacent pour consommer plusieurs spectacles anglophones (au format d'un passage de dix minutes). La *line-up* (programmation) propose en général une diversité d'humoristes anglophones et donc de points de vue sur le

⁸⁹ Citation en anglais : " Is it because they're known to be stupid in Marseille? Do they know that such a show exists or is it just the rest of France making fun of them on television without them knowing?"

⁹⁰ Meier, Olivier. *Management interculturel*. Dunod, 2019

monde. Dans le second cas, les publics payent pour consommer le spectacle d'un humoriste qu'ils connaissent déjà et dont ils ont éprouvé l'humour.

Si l'on s'intéresse plus en détail au dispositif du *comedy club* anglophone à Paris, le public n'a pas d'attente sur la performance si ce n'est les codes du spectacle de *stand-up* et la diversité de la programmation. Or, les codes du *stand-up* impliquent une performance au cours de laquelle l'humoriste s'exprime directement au public, à la première personne, pour raconter des expériences personnelles et lier ces dernières avec les propres expériences des membres du public.

Dans une *interview* publiée par le journal Ecossois *The Scotsman*⁹¹, Jack Whitehall (humoriste britannique) décrit cette relation de partage d'expériences entre l'humoriste et son public :

« Vous êtes un comédien sur scène et vous avez un certain statut en raison de cette dynamique avec le public. J'aime donc décortiquer cette dynamique et m'enfoncer autant que possible, en m'auto-dénigrant, en essayant de raconter autant d'histoires que possible où je suis la cible de la plaisanterie. J'aime aussi me montrer très indiscret avec le public. Je pense que c'est un excellent moyen d'établir une connexion, de se mettre à nu, de donner un aperçu de ses pensées et de sa vie les plus intimes. »⁹²

Le discours scénique de l'humoriste se construit sous forme d'expériences personnelles et singulières. Les humoristes, anglophones comme francophones, infusent le plus de réalisme possible à ces anecdotes. Ils utilisent par exemple la formule consacrée « l'autre jour, il m'est arrivé ceci ». L'usage d'un passé proche et la nature personnelle des anecdotes racontées par le spectre du point de vue de l'humoriste imite la structure d'une conversation de la vie quotidienne.

Comme expliqué par Jack Whitehall, l'humoriste essaie de créer une connexion et d'effacer les frontières symboliques entre le public et lui-même. Or, ce *storytelling* donne une illusion de spontanéité et d'authenticité au discours scénique. Cela permet au spectateur de s'identifier au discours et de se l'approprier en y associant des expériences personnelles par exemple. Il en va de même pour les stéréotypes, qui suscitent une compréhension immédiate du spectateur et une projection de ses propres contacts avec les autres cultures pour valider ou réfuter le propos.

Lors du spectacle d'Elena Gabrielle, je me suis par exemple identifiée à ses anecdotes sur les hommes allemands, ayant vécu un an en colocation avec deux allemands. Dans mon cas, je portais un regard exogène sur la société allemande. Toutefois, pour les Allemands présents dans la salle, il s'agissait parfois d'une critique de leur culture nationale. Mais la véracité et l'authenticité de ces expériences personnelles permettent d'accepter et de s'identifier plus facilement à ces stéréotypes culturels par le prisme de l'humour.

⁹¹ CHRISTIE Janet, *The Scotsman*, *It's time for Jack Whitehall to Settle Down as he prepares to become a father and returns to Edinburgh*, 12/08/2023, [lien](#).

⁹² Citation en anglais : You're a comedian on stage and have a degree of status because of that dynamic with an audience so I like to pick that apart and drive myself down as much as possible, self-flagellating, trying to tell as many stories as possible where I'm the butt of the joke. And I like there being an element of me being really indiscreet with an audience as well. I think that's a great way of forming a connection, exposing yourself to them, giving them an insight into your innermost thoughts and life."

Or, ces stéréotypes culturels ont une fonction extrêmement importante dans le lien entre les individus d'un public. Il s'agit du liant qui rassemble des individualités et en fait un collectif qui rit des mêmes blagues.

Dans leurs recherches, James L. Hilton et William von Hippel (Department of Psychology, Ohio State University) s'intéressent notamment aux fonctions des stéréotypes dans une société et mettent en lumière les fonctions ci-dessous :

« Nous consacrons relativement peu d'attention à cette question intéressante de la raison d'être des stéréotypes. (Pour d'excellentes analyses, voir Smith 1993, Snyder & Miene 1994, Stroebe & Insko 1989). Nous pensons que la pensée stéréotypée sert généralement des objectifs multiples qui reflètent une variété de processus cognitifs et motivationnels. Parfois, par exemple, les stéréotypes apparaissent comme un moyen de simplifier les exigences imposées à la personne qui les perçoit (Bodenhausen et al 1994a,b ; Macrae et al 1994c). Les stéréotypes facilitent le traitement de l'information en permettant à la personne qui les perçoit de s'appuyer sur des connaissances déjà mémorisées à la place des informations qui lui parviennent. Les stéréotypes émergent également en réponse à des facteurs environnementaux, tels que des rôles sociaux différents (cf. Eagly 1995), des conflits de groupe (Robinson et al 1995) et des différences de pouvoir (Fiske 1993). D'autres fois, les stéréotypes apparaissent comme un moyen de justifier le statu quo (Jost & Banaji 1994, Sidanius 1993), ou en réponse à un besoin d'identité sociale (Hogg & Abrams 1988). Ainsi, lorsqu'il s'agit de savoir "pourquoi", nous pensons que la réponse se trouve le plus souvent dans la notion de fonctionnalité dépendante du contexte. En d'autres termes, les stéréotypes apparaissent dans divers contextes pour remplir des fonctions particulières rendues nécessaires par ces contextes. »⁹³

Dans le contexte d'un spectacle d'humour anglophone, l'usage des stéréotypes culturels permet de créer du lien et de coconstruire le rire. Leur compréhension immédiate favorise la circulation de références communes et le dialogue entre les cultures. Ces stéréotypes mettent également en lumière une réflexion sur les autres cultures et sur sa propre culture.

En somme, le dispositif scénique des *comedy clubs* et des spectacles d'humour anglophones permettent aux publics de s'appropriier le discours scénique. Les publics, novices ou habitués de ce dispositif, respectent généralement les codes du spectacle de *stand-up* anglophone en France. La consommation de vidéos publiées par les humoristes sur le web les acculture à ce dispositif. Néanmoins, cela crée également des attentes vis-à-vis de l'expérience dans le *comedy club* ou le lieu culturel. Ces derniers deviennent alors des lieux propices à l'engagement du public avec l'humoriste anglophone malgré les réticences de certaines cultures (high/low

⁹³ Citation en anglais : "We devote relatively little attention to this interesting question of why stereotypes exist. (For excellent reviews, see Smith 1993, Snyder & Miene 1994, Stroebe & Insko 1989.) We believe stereotypic thinking typically serves multiple purposes that reflect a variety of cognitive and motivational processes. Sometimes, for example, stereotyping emerges as a way of simplifying the demands on the perceiver (Bodenhausen et al 1994a,b; Macrae et al 1994c). Stereotypes make information processing easier by allowing the perceiver to rely on previously stored knowledge in place of incoming information. Stereotypes also emerge in response to environmental factors, such as different social roles (cf Eagly 1995), group conflicts (Robinson et al 1995), and differences in power (Fiske 1993). Other times stereotypes emerge as a way of justifying the status quo (Jost & Banaji 1994, Sidanius 1993), or in response to a need for social identity (Hogg & Abrams 1988). Thus, when it comes to the question of "why," we think the answer can most often be found in the notion of context-dependent functionality. Put simply, stereotyping emerges in various contexts to serve particular functions necessitated by those contexts."

context) à participer au dispositif scénique. L'interaction avec le public reste toutefois une partie minime du dispositif comparée à la partie scriptée. Cette dernière convoque le plus souvent des topoï de l'humour anglophone en France et permet aux publics d'identifier et de s'approprier plus rapidement le format du spectacle d'humour anglophone. Ces codes sont ensuite réutilisés dans les communications des lieux culturels et des humoristes. L'usage de stéréotypes culturels, notamment, est un code facilement reproductible et identifiable. Au cours du discours scénique, ces préjugés culturels permettent également aux membres du public de s'identifier au récit et de convoquer ses propres expériences personnelles. Cela joue un rôle important dans la cocréation du rire et la formation d'une communauté de l'humour interculturel au sein du lieu culturel en France.

III. Le dispositif du spectacle d'humour anglophone démocratise l'accès au contenu et à l'altérité

La reproductibilité et l'identification des codes du stand-up anglo-saxon mettent en lumière le format prédéterminé de ce genre comique. Cette standardisation offre l'opportunité de communiquer à grande échelle sans perdre le sens des codes de cette discipline en France. Au niveau international, toutefois, cette standardisation invisibilise la singularité des artistes et des performances scéniques. Or, on peut se demander dans quelle mesure le format proposé par les Etats-Unis est ethnocentré et si cela amoindri l'échange culturel permis par le dispositif.

1) Le format permet à l'humoriste anglophone d'apprendre de son public



“ les artistes n'inventent pas le zeitgeist, ils y répondent” - Hannah Gadsby

a) Le dispositif permet d'évaluer l'efficacité comique du discours

Comme mentionné précédemment, l'efficacité du discours de l'humoriste anglophone en France repose sur sa capacité à décrire le réel et à mettre en lumière le comique du quotidien. Dans le cas des spectacles anglophones, les humoristes décrivent des situations que les membres du public sauront identifier et qui feront écho à leur quotidien. Bien que les membres du public soient plus diversifiés que je ne le supposais dans mes hypothèses préliminaires, tous ont fait l'expérience de ce choc culturel avec lequel l'humoriste construit ses récits, ne serait-ce qu'au travers de l'apprentissage des langues.

Le discours reste néanmoins à la première personne et se construit sur des expériences personnelles de l'humoriste. Les membres du public s'identifient collectivement à ces anecdotes dans un contrat de lecture qui se veut le plus accessible possible. Lors de notre entretien, Elena Gabrielle explique par exemple qu'elle adapte ses références culturelles lors de ses spectacles pour aider le public à comprendre la blague. Elle remplace ainsi ses références à l'application de livraison Uber Eats par des références à l'application indienne Zomato lors de son dernier spectacle à New Delhi.

En revanche, elle explique ne pas changer la forme de son spectacle lors de ses différentes performances dans le monde. Selon elle, seuls dix pourcents de son contenu évolue pour s'adapter au pays dans lequel elle joue son spectacle. Dragos (@dragoscomedy), humoriste roumain, estime de son côté que son matériel (*material*) scripté ne change pas au cours de ses tournées internationales. Il souligne qu'à chaque performance, il dédie vingt-cinq minutes à l'interaction avec le public qui se base sur les membres du public dans chaque pays. Dans le même questionnaire, il reconnaît également adapter les références en fonction du pays.

Cette adaptation du discours en fonction du pays semble donc rester minime en comparaison avec le reste du texte de leurs spectacles. On peut supposer que l'interaction avec le public occupe une part encore plus importante lorsqu'ils participent à des *comedy clubs*. Ce dispositif les oblige en effet à renforcer la connexion avec les membres du public qui ne les connaissent pas nécessairement. Elena Gabrielle souligne ainsi :

« Mais si je veux me mettre au défi avec des gens qui ne savent pas qui je suis, je me lance dans un spectacle dans un club de comédie. Parce que les clubs de comédie ne sont pas là pour moi, ils sont là pour le spectacle de comédie. Ils n'ont aucune idée de qui je suis. »⁹⁴

Le dispositif leur permet également de tester des blagues. On peut dès lors formuler l'hypothèse qu'il s'agit de blagues plus universelles qu'ils souhaitent utiliser dans d'autres pays également. Le dispositif permet de tester l'efficacité du discours humoristique sur des publics différents de leur communauté de fans, plus diversifié et moins accoutumés à leur type de comédie et à leur style de comédie.

La scène est alors un espace d'expérience qui permet d'évaluer l'efficacité d'une blague ou d'un *sketch*. Le contrat de lecture du dispositif du *comedy club* offre à l'humoriste la légitimité de tester des blagues sur ce public volontaire. Les échecs et l'absence de rires sont paradoxalement attendus dans ce contrat de lecture.

A l'inverse, un spectacle solo ou la participation d'un humoriste connu dans un festival inclut une obligation performative. C'est ce que déclare Daniel Sloss, humoriste écossais de renommée internationale, lors de l'une de ses rares performances au festival Edinburgh Fringe en 2022 :

« J'ai toujours été outré par les humoristes qui ont le culot de venir au Edinburgh Fringe, la plus grande scène au monde, devant des audiences venues du monde entier, pour tester des blagues. C'est comme un politicien qui se pointe au travail sans avoir travaillé ses sujets. C'est ton putain de métier. Respecte un peu les publics et la scène sur laquelle des milliers de gens rêvent de jouer. Cela étant dit, je prépare une tournée, donc c'est exactement ce que je vais faire aujourd'hui. »

Cette dimension de « public test » était déjà signalée sur la page web du festival dédié à sa performance. Ses éléments de communication digitale et ses prises de parole sur les réseaux sociaux indiquaient clairement par ailleurs qu'il s'agissait d'un « work in progress ». Dans son discours, Daniel Sloss établit tout de même la performativité du rire ou de l'absence de rire du public ce jour-là. Ce *feedback* est désigné comme un outil de

⁹⁴ Citation en anglais : "But if I want to challenge myself with people who don't know who I am, I just go into like a set in a comedy club. Because comedy clubs, they are not there for me, they are there for the comedy show. They have no idea who I am."

travail grâce auquel il va pouvoir améliorer sa performance et la présenter devant des publics en tournée. D'autant plus que les membres du public représentent une pluralité de nationalités lors du plus grand festival d'arts de la scène au monde avec 2,2 millions de billets émis en 2022.

b) La scène, un AB Testing pour identifier l'humour des différents pays

Or, dans ce laboratoire d'expérience, l'humoriste doit prendre en compte les conditions du milieu dans lequel il performe.

Au cours de ses nombreuses performances, en solo ou dans des *comedy clubs*, Elena Gabrielle souligne ainsi que l'usage de l'autodérision fonctionne très bien en Australie tandis que les Américains n'aiment pas beaucoup ce type comédie. Lors de ses performances aux Etats-Unis, elle a ainsi dû apprendre car les Américains n'aimaient pas vraiment le fait qu'elle se déprécie beaucoup dans son texte. Selon elle, cela s'explique par le fait que l'autodérision ne soit pas vraiment dans l'esprit américain. En effet, aux vues de l'histoire américaine et de l'existence de concepts tels que le *self-made man* ou la Destinée Manifeste, une corrélation semble exister entre cette Histoire et le rejet de l'effet comique de l'autodérision.

De même, Elena Gabrielle constate que le public britannique - en particulier en Angleterre - préfère l'humour dit intelligent et les sous-entendus. De son expérience, les Britanniques aiment aussi les jeux de mots. Elle donne également l'exemple de l'Inde où un humour cynique est privilégié par la population.

Stuart Hall a établi que chaque culture possède son propre mode de communication. Cette dernière n'est pas uniquement constituée du contenu de messages. Ainsi, la forme du message est souvent bien plus importante que le fond, ce qui va conduire l'auteur à distinguer deux contextes de communication, les « hauts » et les « bas » contextes.

Dans le cas de l'humour cynique, on peut supposer qu'il est valorisé par les cultures à haut contexte. Dans les textes de Stuart Hall, les cultures à « haut contexte » concernent des cultures, où les relations sociales sont étroitement liées et fondées sur un rôle prédéfini par la société. C'est le cas de la société indienne repose en effet sur un système de castes⁹⁵.

A l'inverse, la société américaine est souvent décrite comme une société à bas contexte. Selon la théorie de Stuart Hall, dans ces cultures, les individus échangent un grand nombre d'informations au détriment de la richesse du contexte. Les informations y sont abondantes, triées, organisées et présentées sans ambiguïté (logique déductive avec règles explicites). Un humour explicite, sans sarcasme ou second degré (autodérision), correspond à ces cultures à bas contexte.

Selon G. Hofstede, la distance hiérarchique est définie comme « la mesure dans laquelle les individus les moins puissants des entreprises et des autres organismes acceptent le fait que le pouvoir soit distribué de façon

⁹⁵ BBC Africa, *Tout savoir sur les castes et leur fonctionnement en Inde*, consulté le 03/09/2023, 30/12/2020, [lien](#).

inégalé ». En d'autres termes, les personnes dans les cultures à forte distance hiérarchique acceptent davantage les différences de statuts que les personnes dans les cultures à faible distance hiérarchique.

Dans le cas des spectacles anglophones en Chine, la distance hiérarchique n'est pas la même qu'en France. La performance de l'humoriste n'est pas reçue de la même manière si ce dernier critique le gouvernement. En France, cela sera valorisé. À l'inverse, la fonction du spectacle anglophone en Chine et l'émergence des *comedy clubs* servent d'échappatoire aux membres du public. Comme l'a souligné la vague de contenus sur les réseaux sociaux en lien avec les hashtags « Lying flat » et « We are the last generation », la population chinoise utilise l'humour et les codes des médiacultures anglo-saxonnes pour mettre en lumière le comique de leur quotidien et effacer les tracasseries auxquels ils font face dans leur culture.

Similairement, Dragos relève des différences en fonction des cultures, notamment au moment de ses vingt-cinq minutes d'interaction avec le public. Il constate que certaines nationalités sont plus réservées - les Finlandais par exemple - et d'autres plus enthousiastes. Il cite alors les Roumains. De l'avis d'Elena Gabrielle, cela tient davantage de l'aspect linguistique. Elle considère que les anglophones de naissance sont beaucoup plus ouverts à la discussion. Lors de son dernier spectacle à Singapour, elle explique avoir eu du mal à créer cette interaction car les membres du public étaient très polis. Dans notre entretien, elle dit qu'ils « ne sont pas disposés à vous donner autant si vous essayez de faire du *crowd work* avec eux. »

Or, cette notion de don met en lumière l'importance du *feedback* du public. Il s'agit en effet d'un don qui est fait à l'humoriste dans le cadre du dispositif anglophone. Cela lui permet d'apprendre ce qui fait rire dans différents pays et ce qui crée une connexion avec les membres du public. Le rire du public a donc une fonction didactique pour l'humoriste, tout comme son absence de rire. La blague n'est drôle que parce que le public rit. Les humoristes ne considèrent pas qu'une blague est drôle parce qu'elle a fait rire dans une salle ou dans un pays. Le contexte joue énormément sur la performativité du discours humoristique anglophone.

La connaissance et la maîtrise de ces spécificités de l'humour local permet aux humoristes de coconstruire le rire. L'expérience de la scène leur permet d'adapter leur discours aux membres du public et de modifier la forme de leur performance. Cette forme est par ailleurs l'un des nombreux formats que l'humoriste teste auprès du public, à la fois sur scène en physique et derrière l'écran.

c) Les réseaux sociaux, un laboratoire d'expérience

Les applications anglo-saxonnes et chinoises représentent également un laboratoire d'expériences pour les humoristes anglophones en France et dans le monde. Les formats des contenus diffusés par les humoristes anglophones sont en effet de plus en plus variés. Le développement de ces applications crée des canaux de communication privilégiés (site web, compte Instagram, chaîne YouTube etc.) grâce auxquels ils peuvent atteindre des publics plus diversifiés, à l'instar du *comedy show*.

Ainsi, comme nous l'avons vu, des humoristes tels que Paul Taylor, Sebastian Marx ou Elena Gabrielle diffusent régulièrement des contenus humoristiques anglophones ou bilingues au format court sur leurs chaînes YouTube,

Tik Tok ainsi que leurs comptes Instagram, Facebook et Tik Tok. Ils créent ou participent également à des podcasts. Ces formats ainsi que les *livestream* se sont notamment multipliés au moment du confinement en 2020⁹⁶. Les humoristes interrogés au cours de cette étude ne diffusent néanmoins pas de contenu sur Twitch. Similairement, ils n'utilisent pas la nouvelle fonctionnalité d'Instagram proposant de créer des canaux de diffusion, contrairement aux humoristes français.

En effet, depuis juillet 2023, l'application Instagram permet aux humoristes de proposer ces conversations privées à leurs abonnés. Elena Gabrielle a quant à elle créé son canal quelques jours après la mise à disposition de l'outil. Intitulé « Telllll me » puis « Funs Things », ce canal de diffusion lui permet de montrer les coulisses de ses tournées internationales comme elle l'explique dans le premier message envoyé sur ce canal :

« Merci de vous joindre à nous tous.... Je ne sais pas vraiment quelle est la différence entre ceci et les stories, mais j'ai été invitée par Meta et je suis apparemment la petite chienne de Zuckerberg maintenant, donc je salue tous nos suzerains de la technologie. J'essaierai de poster plus de trucs sur les tournées et les coulisses ici et mes histoires seront principalement des selfies et des dates de tournées. Amusons-nous un peu ici. »⁹⁷

Sur l'antenne de France Inter, dans l'émission Zoom Zoom Zen, l'humoriste française Roza Bernstein s'est par ailleurs amusée des noms donnés à ces canaux de diffusion par les humoristes en France. Elle regrette d'avoir simplement intitulé le sien « DM de Rosa ».

En revanche, en France, les humoristes francophones comme anglophones tirent profit de l'application chinoise Tik Tok et de la visibilité qu'elle offre à leurs contenus. L'algorithme est ainsi conçu de manière à proposer le contenu à une diversité d'utilisateurs à travers le monde. Stéphane Bouillet, l'expert en influence sur les réseaux sociaux pour Influence4you, explique ainsi que lorsqu'un utilisateur publie une vidéo, "l'algorithme va donner sa chance au contenu une première fois, en le testant auprès de quelques utilisateurs, pour voir s'il y a des interactions, et si c'est le cas, il pourra être boosté."⁹⁸ L'humoriste canadienne Mégan Brouillard évoque ainsi une "démocratisation de l'humour" permise par l'application.

A l'instar du *comedy show*, ces vidéos au format court permettent donc de tester son matériel ainsi que divers types de comédie (personnages, humour observationnel, jeux de mots) sur une infinité de publics issus de diverses cultures à partir du moment où l'algorithme établit des centres d'intérêts en lien avec le contenu chez le profil de l'utilisateur. Les humoristes interrogés tout comme Rossana Di Vincenzo rappellent toutefois qu'humoriste et créateur de contenu sont deux métiers différents⁹⁹. Leurs prises de parole confèrent toutefois

⁹⁶ Margaux Vulliet, BFM, « Beaucoup moins de second degré » : tiktok et instagram, un passage obligé (mais délicat) pour les humoristes, consulté le 1^{er} septembre 2023, 09/10/2022, [Lien](#).

⁹⁷ Citation en anglais : "Thanks for joining everyone.... I don't really know what the difference is between this and stories but I was invited by Meta and I'm apparently Zuckerbergs little bitch now so all hail our tech overlords. I'll try to post more tour/behind the scenes shit here and my stories will be mainly curated selfies and tour dates. Let's have some fun here."

⁹⁸ Rachel Rodrigues, France Info, Comment l'application TikTok est devenue la plateforme la plus téléchargée au monde, consulté le 02/09/2023, 05/09/2021, [lien](#).

⁹⁹ Entretien avec Rossana Di Vincenzo, le 10 juin 2023, annexe n°

à l'application des valeurs également convoquées par la discipline du *stand-up* que sont la "spontanéité et de naturel"¹⁰⁰.

Ce format de vidéo courte est devenu un standard sur les applications anglo-saxonnes également. En 2020, Meta a lancé les « Reels » sur Instagram, une fonctionnalité permettant de créer une vidéo courte de 15 secondes. De même, en 2021, Google a lancé les « YouTube Shorts », vidéos d'une minute maximum, pensées comme une alternative aux contenus longs de la plateforme. En France, ces formats sont des remédiations des vidéos publiées par Norman et Cyprien sur YouTube par exemple, ou des vidéos plus écrites - proches du court-métrage - du duo Palmashow. Dans une certaine mesure, ils sont également une remédiation des spectacles télévisés et des DVD d'humoristes en France.

Or, selon les concepts théorisés par Marshall McLuhan, ces applications anglo-saxonnes et chinoises peuvent être qualifiés de médias chauds. Un medium est dit « froid lorsqu'il encourage la participation de son audience, dès lors qu'il lui fournit peu d'informations. À l'inverse, un medium est dit chaud lorsque, fournissant beaucoup d'informations à son audience, il favorise en même temps sa passivité ». Similairement aux cultures à haut contexte, les médias chauds offrent beaucoup d'informations aux publics quelle que soit leur culture puisque le contexte est explicité dans tous les cas.

On peut donc se demander dans quelle mesure les applications anglo-saxonnes et chinoises influencent le format et le contenu de ces contenus humoristiques anglophones. Bien que consommés en France, ces contenus doivent en effet respecter les règles établies par les applications anglo-saxonnes et chinoises, au risque de voir sa vidéo supprimée. Les entreprises aux Etats-Unis (Meta, Google) et en Chine (ByteDance) fixent également le modèle économique de ces applications et influencent donc les modes de consommation des publics de l'humour anglophone en France.

2) *Standardisation et démocratisation du format anglo-saxon*

La démocratisation et l'accès à des contenus humoristiques anglophones en France est liée au développement de YouTube et à l'arrivée de la plateforme Netflix. Les représentations de l'Histoire de la discipline et la renommée de *comedians* américains ont participé à la mythification et à la légitimité des formats anglo-saxons. La standardisation du format court proposé par l'application Tik Tok remet toutefois en question cette légitimité des standards américains et le contrôle qu'ils exercent sur la forme du spectacle anglophone en France et dans le monde.

a) *Le standard audiovisuel anglo-saxon*

Bien que le format Tik Tok soit devenu un standard pour les vidéos au format court, le *Netflix Special* reste la norme pour les formats longs.

¹⁰⁰ Rachel Rodrigues, France Info, Comment l'application TikTok est devenue la plateforme la plus téléchargée au monde, consulté le 02/09/2023, 05/09/2021, [lien](#).

Dans sa forme, il correspond aux codes des captations de spectacles scéniques d'humour. Les plans alternent entre l'humoriste - seul sur scène dans la majorité des cas - et le public. La captation est majoritairement réalisée dans des lieux culturels de grande capacité en termes de jauge. Dans son contrat pour deux *comedy specials* signés avec Netflix, Daniel Sloss a par exemple été filmé son spectacle solo *DARK* au Belasco Theater à Los Angeles. Suite au succès rencontré par l'achat de son *comedy special Nanette* par Netflix, Hannah Gadsby a filmé son *comedy special Douglas* au Ace Hotel Theatre à Los Angeles.

A l'inverse du premier spectacle, ce second *Netflix Special* d'Hannah Gadsby est fortement identifié comme un contenu Netflix par le bandeau "A Netflix Original Comedy Special" qui apparaît après le logo de Netflix à l'écran. Le nom de l'humoriste originaire de Tasmanie apparaît ensuite. Contrairement au format des DVD de Florence Foresti ou de Gad Elmaleh, le nom de la production est ainsi identifié avant le nom de l'artiste. Le contenu disponible sur la plateforme de streaming anglo-saxonne s'inscrit pourtant dans la lignée de *Nanette*, tant dans la forme que dans le fond comme le met en lumière le discours de l'humoriste :

« Et puis ce qui s'est passé, c'est que j'ai écrit un spectacle qui s'appelle *Nanette* [Applaudissements]. Vous n'êtes pas ici à cause de mon catalogue d'œuvres antérieures, n'est-ce pas ? [...] Par curiosité, par applaudissements, qui n'a pas vu *Nanette* ? [Quelques applaudissements]. [...] Vous savez, je n'ai aucun moyen de savoir ce que les gens attendent de ce spectacle. C'est comme ça que je vais répondre à vos attentes. En les ajustant pour vous maintenant [rires]. [...] Et soyons honnêtes, c'est mon difficile deuxième album, qui est aussi mon dixième et le premier pour certains. »¹⁰¹

La consommation du premier *Netflix Special* d'Hannah Gadsby sur la plateforme américaine a ainsi créé des attentes de la part du public qui se traduisent par un changement dans la forme et le fonds en comparaison du premier. De même, sur les affiches et les éléments de communication digitale de Daniel Sloss, la mention des *Netflix Special Dark* et *Jigsaw* disponibles sur la plateforme est facilement identifiable. Cette mention et l'usage du logo Netflix fonctionnent comme un label attestant de la qualité du spectacle anglophone, de la même manière que les labels Label Rouge dans les McDonald's ou les labels Eco Production pour les séries en France¹⁰².

Lors de mon entretien avec Jono Duffy, humoriste australien, ce dernier établit un parallèle entre l'effet des *Netflix Special* et du succès de l'émission *Drag Race France* sur les attentes des publics. Ainsi, selon lui, le succès de ces formats est une épée à double tranchant. D'un côté, « cela popularise la discipline » et de l'autre, les publics s'accoutument à ce format uniquement. Il explique que désormais « les personnes qui ont consommé la série se rendent dans des Drag Shows et veulent voir un show comme dans *Drag Race*. »

Pour Jono Duffy, cela nuit à la diversité de formats qui existent dans le monde du Drag. Similairement, les *Netflix Special* anglophones disponibles sur la plateforme depuis la France sont des spectacles d'humoristes établis qui

¹⁰¹ Citation en anglais : "And then what happened though is I wrote a show called *Nanette* [applause]. You're not here because of my back catalog of prior, are you? [...] Just by curiosity, by round of applause, who has not seen *Nanette*? [few applause]. [...] You know, I have no way of telling what people are expecting from this show. That's how I'm going to meet your expectations. By adjusting them for you now [laughter]. [...] And let's face it, it's my difficult second album, that is also my tenth and some people's first."

¹⁰² Je pense notamment au phénomène de labellisation des produits dits « eco-responsables ».

performent leur seul en scène après l'avoir joué dans le cadre d'une tournée nationale ou internationale devant des milliers de personnes.

Lors de notre entretien, Elena Gabrielle explique par ailleurs qu'il est très difficile d'avoir un Netflix Special car les décisions sont prises par la branche américaine de Netflix :

« Ainsi, même les humoristes en Australie, en Allemagne doivent passer par le Netflix américain pour être produits. Et il faut être bien établi. Je connais beaucoup d'humoristes qui, à mon avis, sont bien établis, mais Netflix refuse de leur donner un *Special* parce qu'ils disent qu'ils sont trop alternatifs. »

Les critères de sélection pour déterminer le choix des spectacles qui peuvent recevoir le label et être visionné sur la plateforme est donc effectué par des Américains. La notion d'humoristes « alternatifs » souligne également que ce choix est effectué en fonction de normes préétablies que respectent les autres spectacles labellisés. De cette manière, le label Netflix Special atteste d'une homogénéisation du format de la captation.

Le catalogue comédie de Netflix semble donc être ethnocentré. Dès lors, on peut se demander si le contenu est également homogénéisé.

b) Un dispositif démocratisé et accessible à tous

Le dispositif audiovisuel des contenus humoristiques longs sur le web semble en effet respecter des normes. Les *Netflix Specials* et les *Amazon Prime Video Originals* ont un format spécifique. La forme est similaire aux captations diffusées sur les chaînes payantes telles que Central Comedy aux Etats-Unis et sa déclinaison française Comédie Plus qui appartient au groupe Canal Plus.

Toutefois, l'éditorialisation est différente selon le medium. Sur les chaînes payantes, la captation est une remédiation de la performance scénique qui retranscrit fidèlement l'événement. Certains passages tels que des rires particulièrement forts ou des lapsus de la part de l'humoriste sont conservés au montage. La captation efface les traces de médiation dans la mesure du possible. A l'instar des captations pour des pièces de théâtre ou de l'opéra qui sont diffusés dans des cinémas par exemple, le dispositif supprime les signes de médiation afin d'atteindre une sorte d'authenticité de la performance que l'on visionne. L'éditorialisation de l'image se limite à l'alternance entre des plans larges et resserrés pour que le spectateur puisse visualiser l'entièreté des expressions et de la gestuelle de l'humoriste. Ce qui n'est pas toujours le cas dans une salle de spectacle.

Dans le cas des captations diffusées par Comedy Central, les spectacles sont joués dans la même salle ce qui crée une continuité. Ce choix de localisation dénote une médiation de la performance scénique. Similairement, tous les Netflix Specials ont la même charte graphique et la même éditorialisation. L'éclairage, le choix des plans resserrés et la mise en scène de l'image sont quasiment identiques. Les lieux de la captation ne sont pourtant pas les mêmes. Certains sont le théâtre - sans mauvais jeu de mots - de diverses performances diffusées sur la plateforme américaine. L'unité de ces captations se trouve toutefois dans cette éditorialisation commune et dans ce format dont l'authenticité n'est pas la valeur ajoutée. De part cette éditorialisation, la captation devient une remédiation et un produit culturel en soi.

Cela participe de l'accessibilité aux contenus humoristiques anglophones en ligne. Ce format diffusé par les plateformes anglo-saxonnes est identifiable et compréhensible immédiatement. Sans même entendre le contenu discursif, les spectateurs reconnaissent les codes du stand-up anglo-saxon et des captations produites par les plateformes et les chaînes payantes américaines.

De plus, cet accès démocratique aux contenus d'humour anglophones est rendu possible par le modèle économique des dispositifs utilisés. La plateforme anglo-saxonne YouTube, par exemple, ne fait pas payer ses abonnés. L'arrivée et l'expansion de Netflix en France impacte toutefois ce modèle *freemium*. Pour accéder aux nombreux contenus humoristiques anglophones de la plateforme de *streaming*, les Français doivent payer un abonnement. Bien que le catalogue de cette plateforme ait considérablement participé à la démocratisation et à la popularisation de la consommation de ces contenus, le modèle payant réduit cet accès universel aux contenus humoristiques anglophones.

Il en va de même pour la plateforme Amazon Prime Vidéo et les nombreux Prime Originals disponibles. Les humoristes anglophones peuvent néanmoins publier leur spectacle sur cette plateforme anglo-saxonne s'ils le souhaitent. A l'inverse de Netflix, Amazon Prime Vidéo achète majoritairement des produits finis, qui ont déjà été filmés lors d'une performance. Il en va de même pour certains Netflix Specials. Dans le cas d'un catalogue des contenus d'un même humoriste, on remarque toutefois une éditorialisation et une standardisation plus nette du format dès la deuxième captation, comme dans le cas des spectacles *Nanette* et *Douglas* d'Hannah Gadsby.

Au cours de différents entretiens, les humoristes interrogés ont toutefois fait part d'une réticence grandissante à l'égard de ces plateformes. Dragos par exemple, souhaite conserver l'IP de ses spectacles et ses copyrights. Elena Gabrielle dit préférer garder le contrôle de ses captations et pouvoir les supprimer en cas de problème. A l'instar de ces derniers, Jono Duffy considère qu'il est préférable de garder la propriété intellectuelle sur ces productions et retirer un bénéfice pour leur consommation auprès de plateforme telles que YouTube ou Patreon.

Sarah Donnelly a ainsi filmé son dernier spectacle par ses propres moyens grâce à l'aide d'autres humoristes anglo-saxons vivant à Paris tels que Jono Duffy et Paul Taylor. Elena Gabrielle filmera le 10 octobre prochain à Vienne son spectacle *Addicted*. De même, le trio humoristique irlandais Foil Arms and Hog a mis en ligne son spectacle *Swines* sur YouTube le 24 août 2023 après l'avoir filmé lors de l'une de leurs performances au festival Edinburgh Fringe.

De cette manière, l'accès au contenu reste gratuit et démocratisé. Des humoristes anglophones comme Daniel Sloss font toutefois le choix de mettre à disposition leur spectacle de manière payante sur leur site pour une période déterminée. Ces pratiques se sont diversifiées avec les divers confinements liés à la crise du Covid-19. En France, certains humoristes utilisent le système classique de dons sur Twitch comme l'humoriste Léopold, à la manière d'un don au chapeau ou du modèle anglo-saxon du « pay what you want/can ».

La majorité des contenus humoristiques anglophones sur le web sont donc accessibles gratuitement. La standardisation des formats courts (format Tik Tok) et longs (format comedy Special) rend ces contenus identifiables et compréhensibles immédiatement. Ce format et cette éditorialisation de la captation scénique dépendent d'une économie culturelle. Or, on peut se demander dans quelle mesure on peut parler de modèle occidental.

c) L'individualisme du modèle américain

Dans sa forme, la discipline du stand-up correspond aux valeurs de la culture américaine. Le contenu discursif est majoritairement à haut contexte. L'humoriste, sur scène, présente une situation au public et en explique les tenants et les aboutissants. Les références dont il use sont compréhensibles immédiatement et sont expliquées dans le cas contraire comme nous l'avons vu avec le travail d'adaptation culturelle opéré par Elena Gabrielle par exemple.

Les humoristes prennent également en compte le médium au travers duquel il diffuse leurs messages. Dans un article sur BFM TV¹⁰³, l'humoriste français Léopold explique ainsi qu'il adapte son discours dans La Matinale de l'humour sur Twitch :

« Les références sur Twitch ciblent un public précis qui est habitué à la plateforme. Si je parle de Twitch dans une salle de stand up, 99% ne savent pas ce que c'est. »

Dans sa forme, le stand-up et les spectacles d'humour anglophone se veulent donc accessibles. Certaines études comme la thèse effectuée par María López Rubio (Universitat de València) mettent également en lumière le travail qui est réalisé sur l'audiodescription de l'humour pour le public aveugle ou malvoyant dans le dispositif scénique et numérique.

La standardisation d'un format pour ces contenus pose toutefois la question de l'hégémonie du modèle anglo-saxon. Le modèle identifié est en effet issu de productions américaines comme nous l'avons vu jusqu'à présent. A l'instar des drag shows dans l'émission Drag Race France, la discipline du stand-up est identifiée comme le standard des spectacles d'humour anglophones en France. Les spectateurs s'attendent à un dispositif qui inclut plusieurs interactions avec le public et un humour basé sur les observations du quotidien.

Or, cet humour observationnel est le type d'humour majoritaire aux Etats-Unis où la discipline a mûri¹⁰⁴. Elena Gabrielle identifie une école de pensée formée principalement par des hommes aux Etats-Unis qui font de la comédie depuis longtemps et qui considèrent que la comédie se résume à des rires permanents, à une performance qui ne présente pas vraiment d'histoire, juste des blagues. Selon elle, cette école de pensée peut

¹⁰³ Margaux Vulliet, BFM, « Beaucoup Moins De Second Degré »: Tiktok Et Instagram, Un Passage Obligé (Mais Délicat) Pour Les Humoristes, consulté le 01/09/2023,09/10/2022, [Lien](#).

¹⁰⁴ VICTORIA KIM, Los Angeles Times, A Korean American stand-up comic walks into a bar in Korea. Hilarity ensues — or so he hopes, FEB. 19, 2020, [lien](#).

être « tout à fait juste dans ce qu'ils croient ». Cette manière de pensée suggère l'existence d'une économie de la blague aux Etats-Unis.

Comme nous l'avons vu, le métier de « *comedian* » aux Etats-Unis dépend de cette économie de la blague. Ces dernières représentent des droits d'auteur ainsi que des produits finis qu'ils peuvent réutiliser. La tradition écrite des États-Unis ainsi que leur casquette de scénariste et de plume pour les *Late Show* américains expliquent cette économie de la blague. Néanmoins, ce besoin de reproductibilité et de production de masse de la blague se retrouve également dans le format en série des *comedy Specials*, uniformisés et standardisés.

Ainsi, selon Anna Kawalec (Faculté de Philosophie, Université Catholique Jean-Paul II de Lublin, Pologne), le stand-up est une expression artistique qui a mûri dans un environnement constitué par des symptômes de la culture occidentale. On peut supposer que le terreau anglo-saxon de la discipline du stand-up a eu une influence sur les caractéristiques du standard exporté dans le monde.

Anna Kawalec identifie ainsi des caractéristiques de cet environnement telles que le monde du spectacle, la dialectique et la domination actuelle de la comédie sur la tragédie dans la culture occidentale, les sources cathartiques des genres artistiques, le culte de l'art et de l'artiste dans la culture occidentale, y compris l'artiste de stand-up et la catégorie grecque de l'*hubris*, ainsi que la fonction et la valeur du stand-up dans la culture occidentale et de la « comédie » dans les « sociétés individuelles ».

Similairement, Antti Lindfors affirme que le stand-up « illustre l'autosatisfaction de l'individualisme de masse occidental néolibéral » (Lindfors Citation 2019). D'une certaine manière, le standard anglo-saxon peut être qualifié d'individualiste. L'orateur est seul sur scène, son discours est le seul à être amplifié et le contenu discursif porte sur ses expériences personnelles. Le discours est à la première personne et le quatrième mur est brisé afin que l'humoriste perçoive le retour des spectateurs sur son discours ou les réponses à ses questions.

Dans son article académique, Anna Kawalec reprend néanmoins à plusieurs reprises l'exemple d'une humoriste qui avait ri à sa propre blague. En notes de bas de page, elle souligne que :

« [...] dans certaines situations, un humoriste qui rit de ses propres blagues comble le fossé entre la scène et le public, le comédien assume un statut similaire à celui du spectateur et peut-être qu'en cela, nous avons affaire au principe d'Aristote de création d'un personnage dramatique qui, dans une tragédie, devait susciter la peur, qui, avec la pitié, devait conduire à la catharsis. »

Le rire est décrit comme une expérience partagée entre l'humoriste et le public dans le dispositif scénique. Dans la presse et *via* leurs contenus, de nombreux humoristes évoquent par ailleurs la dimension communicative du rire. Dans une *interview*, l'humoriste Léopold met en contraste l'expérience en salle et la consommation des vidéos du Twitch Comedy Club qu'il organise une fois par mois sur la plateforme américaine :

« En salle, le rire est communicatif. Ceux qui font ce reproche [Pourquoi venir en salle si l'on peut rester tranquillement dans son canapé pour voir le même spectacle ?] ne sont jamais venus voir un spectacle de stand up. »

Le dispositif scénique présente ainsi une dimension collective. Les captations et les contenus diffusés sur le web et les plateformes américaines, à l'inverse, renforcent l'individualisme de la discipline artistique. De surcroît, le dispositif du *comedy club* anglophone accentue davantage encore le collectivisme. Comme nous l'avons vu, le passage n'est pas consommé de la même manière qu'un spectacle solo anglophone. Le dispositif, dans son format, efface en partie l'individualisme de la discipline. L'humoriste conserve toutefois son autorité sur scène. Outre les moments où l'artiste rit à ses propres blagues, il garde une distance symbolique avec le public bien qu'elle soit réduite par rapport à un spectacle solo ou à une reproduction numérique.

Cependant, cette impression de familiarité avec les spectateurs que crée l'humoriste dans le contexte de l'interaction - notamment dans le cadre d'un *comedy club* - trace en même temps une ligne épaisse entre l'humoriste et le personnage qu'elle crée sur scène ¹⁰⁵. Ce travail de la persona de l'humoriste sur scène et sur le web conduit à une réflexion sur soi-même de la part de l'humoriste. Les choix éditoriaux et l'identité culturelle qu'il renvoie dépendent en effet d'une réflexion sur les signes qu'il communique.

3) *La persona de l'humoriste transcende le divertissement culturel*

Cette persona de l'humoriste est très complexe. Comme l'humour, il est composé de différentes couches qu'il est important d'analyser. En France, le personnage de l'humoriste convoque la notion de divertissement. La performance de l'humoriste a pour but de divertir - vertir - soit de « détourner de ce qui occupe ou préoccupe. »¹⁰⁶ Le contenu des spectacles d'humour anglophone traite pourtant d'une vaste possibilité de sujets de société grâce à la forme-même de la discipline. Cette dernière donne à la rhétorique de l'humoriste la capacité de persuader mais également de convaincre son audience au travers de types d'humour allant de l'observationnel, au situationnel, en passant par l'humour sombre, absurde, col bleu, abstrait, alternatif, ou encore l'humour du conteur.

a) *Métaréflexion sur la comédie*

Bien que les captations au format long en ligne soient standardisées, on retrouve sur la plateforme Netflix des Specials disruptifs dans leur forme ou leur contenu. Ces exceptions remettent notamment en question la standardisation du stand-up et la forme artistique du spectacle d'humour anglo-saxon.

Les Netflix Special de Bo Burnham et Hannah Gadsby sont deux très bons exemples de cette réflexion sur le genre artistique. En mai 2021, à la suite des confinements successifs, Netflix met en ligne *Inside*, le nouveau Netflix Special de Bo Burnham (humoriste américain). Le format présente diverses chansons que Bo Burnham performe seul chez lui sans public. En plus du type de comédie (humour musical), l'absence de public et la scénographie du spectacle d'une heure différent du standard des autres contenus comiques de Netflix. Quant au premier Netflix Special d'Hannah Gadsby (*Nanette*), il a pour but remis en question la nature-même du stand-

¹⁰⁵ Kawalec, Anna. "Stand-up comedy as a hallmark of western culture." *Journal of Aesthetics & Culture* 12 (2020): n. pag.

¹⁰⁶ Académie Française, Définition du verbe transitif "divertir", consulté le 12/06/2023, URL : <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9D2849>

up en tant que forme artistique¹⁰⁷. C'est ce que déclare l'humoriste tasmanienne dès le début du spectacle après avoir annoncé qu'elle souhaite arrêter l'humour.

Durant son premier *Special* diffusé sur Netflix, elle déconstruit le format du stand-up. Ainsi, elle démystifie à la fois la discipline de l'humour et la persona de l'humoriste pour les spectateurs. Sans couper sa narration, elle tient un discours pédagogique dans lequel elle explique par exemple les mécanismes d'une blague au public :

« Laissez-moi vous expliquer ce qu'est une blague. [...] Quand on la ramène à son strict minimum, une blague, c'est simplement deux choses, elle a besoin de deux choses pour fonctionner. Une mise en scène et une chute. Et c'est essentiellement une question avec une réponse surprise. »¹⁰⁸

Elle poursuit en expliquant que dans le contexte du spectacle solo, la question a été inséminée artificiellement par l'humoriste pour créer une certaine tension. Le rire permet ensuite de dissoudre cette tension. Elle décrit alors la relation entre l'humoriste et le public comme une « relation abusive ». L'humoriste crée la tension puis la dissout par le rire.

Ainsi, elle tient un discours métatextuel en parallèle de son propre texte. Similairement, certains humoristes évoquent sur scène les mécanismes du stand-up en se moquant par exemple du rituel de projeter ses histoires dans un passé proche pour accentuer la connexion aux spectateurs avec la phrase consacrée « L'autre jour, il m'est arrivé un truc. » Toutefois, Hannah Gadsby accentue cette démarche en mettant en lumière l'artificialité de son propre discours, comme un magicien qui révélerait le secret de ses tours. Ainsi, elle décortique les rouages de son texte et du dispositif à la suite de ses punch lines :

« C'est une bonne blague, n'est-ce pas ? Classique. Elle est aussi à l'épreuve des balles. Très intelligente, parce qu'elle est drôle... parce qu'elle est vraie. Les seules personnes qui ne trouvent pas ça drôle... c'est nous, les lesbos. ... Mais nous devons rire... parce que si nous ne le faisons pas... c'est la preuve que c'est vrai. Échec et mat. C'est vieux... C'est vieux. Vieux mais en or. Un classique. Ce n'est pas moi qui ai écrit ça. Ce n'est pas ma blague. Elle a été écrite bien avant que les femmes ne soient drôles. »¹⁰⁹

De manière similaire, les textes des chansons de l'humoriste américain Bo Burnham présentent une dimension métatextuelle sur l'industrie anglo-saxonne de l'humour et le métier de *comedian*. En 2014 par exemple, il publie sur la plateforme américaine YouTube la captation de sa chanson *Sad*. Au milieu de sa performance, l'artiste chante :

« Être humoriste, ce n'est pas être un connard insensible capitalisant sur les pulsions les plus animales du public. C'est être un héros. »¹¹⁰

¹⁰⁷ Armati Lucas, Téléràma, "Regardez 'Nanette' le plus vite possible, une heure et votre vie va changer", consulté le 27/08/2023, 15/07/2018, [lien](#).

¹⁰⁸ Citation en anglais : "Let me explain what a joke is. [...] And when you strip it back to its bare essential...components, like, its bare minimum, a joke is simply two things, it needs two things to work. A setup and a punch line. And it is essentially a question with a surprise answer."

¹⁰⁹ Citation en anglaise : "That's a good joke isn't it? Classic. It's bulletproof, too. Very clever, because it's funny...because it's true. The only people who don't think it's funny...are us lezzers. ..But we've got to laugh...because if we don't...proves the point. Checkmate. It's an old...An oldie. Oldie but a goldie. A classic. I didn't write that. This is not my joke. It was written well before even women were funny."

¹¹⁰ Citation en anglais : "Being a comedian isn't being an insensitive prick capitalizing on the most animalistic impulses of the public. It's being a hero."

Dès lors, on remarque l'ambivalence entre la dimension marchande et la vocation artistique des productions humoristiques. La chanson éduque le public sur l'artificialité et dénonce la marchandisation du discours tenu, tout en monétisant le nombre de vues et les ventes de billets générées par la diffusion de ce contenu sur YouTube. Bo Burnham mêle son commentaire social au rire pour le rendre plus attrayant et consommable aux yeux de ses publics, tout en perpétuant le cycle marchand de l'industrie de l'humour anglo-saxon.

Ces deux humoristes proposent ainsi des perspectives nouvelles sur le dispositif du spectacle d'humour anglophone, sa culture ainsi que la société américaine. Toutefois, cette démarche est ambivalente puisqu'elle s'inscrit en parallèle du dispositif-même qu'ils critiquent. De même, ils conservent une posture d'autorité et gardent le microphone comme ils le soulignent tous deux dans leurs productions culturelles :

Bo Burnham : « Je veux aider à laisser ce monde meilleur que je ne l'ai trouvé / Et je crains que la comédie n'aide pas, et cette crainte n'est pas infondée / Le monde est tellement foutu. L'oppression systématique, l'inégalité des revenus, les autres trucs... / Et il n'y a qu'une seule chose que je puisse faire. Tout en étant payé et en étant le centre d'attention. »¹¹¹

Hannah Gadsby : « J'ai toujours le bâton bruyant [c'est-à-dire le microphone]. Je ne me sens pas menacée. »¹¹²

Le format disruptif de leurs productions ouvre en effet une réflexion sur la forme de la comédie et l'influence qu'elle opère sur le discours des humoristes anglophones. La discipline du stand-up prône l'authenticité et la sincérité sur scène face au public tout en utilisant des mécanismes artificiels pour générer le rire. Les Netflix Speicals de Bo Burnham et Hannah Gadsby mettent ainsi la discipline face à ses contradictions au sein même d'une manifestation de cette forme artistique.

b) Représentation occidentale de l'artiste

La persona de l'humoriste anglophone sur scène présente les signes de son altérité. Du fait de son accent, son langage, ses accessoires ou son type de comédie, il est une figure de l'altérité. Sur scène, ils représentent pourtant une figure d'autorité, dont la voix est amplifiée pour donner leur perspective sur des cultures et des sociétés auxquelles ils n'appartiennent pas.

Lors de nos entretiens, Elena Gabrielle et Dragos expliquent ne pas avoir commencé à faire du *stand-up* dans leur pays natal. Dragos, humoriste roumain, a commencé à Singapour en 2016 car il travaillait là-bas et qu'il existe une scène active de l'humour. Dragos détaille par ailleurs qu'il a donc commencé par faire du *stand-up* en anglais à Singapour et qu'il a ensuite décidé de s'y tenir en raison du marché plus important.

Elena Gabrielle, quant à elle, faisait principalement du cabaret en Australie. Elle avait toujours rêvé de faire du stand-up et le cabaret était très proche dans sa forme de cette discipline selon elle. Une chanson est chantée

¹¹¹ Citation en anglais : "I wanna help to leave this world better than I found it / And I fear that comedy won't help, and the fear is not unfounded / The world is so fucked up. Systematic oppression, income inequality, the other stuff... / And there's only one thing that I can do about it. While— While being paid and being the center of attention."

¹¹² Citation en anglais : "I've still got the loud stick [i.e the microphone]. I don't feel threatened."

sur scène, puis l'artiste raconte une histoire, une anecdote, une blague peut-être, puis il reprend une autre chanson (pendant environ une heure).

D'une certaine manière, lorsque l'on pratique une langue étrangère, la personnalité qu'ils présentent sur scène n'est pas exactement la même que celle avec laquelle ils performant en Australie et en Roumanie. Bien que dans le cas d'Elena Gabrielle, la langue reste la même, leur posture sur scène est celle d'un *outsider*, d'un étranger¹¹³. La figure de l'artiste transcende toutefois cette séparation culturelle entre l'humoriste anglophone et le public. En observateur des cultures, l'humoriste est autorisé par le dispositif à exprimé son point de vue sur sa culture et celles avec lesquelles il est en contact.

Professeur Teng Jimeng, *senior research fellow* au Centre pour la Chine et la mondialisation, considère par exemple "que les humoristes sont des philosophes-interprètes¹¹⁴" (philosopher - performers). Pour en arriver à cette conclusion, il prend l'exemple de l'humoriste américain Joe Wong. Ce dernier tire une grande partie de son matériel scripté (*material*) de son quotidien en tant que membre de la nouvelle génération d'immigrants dans la société américaine. Joe Wong performe également en Chine et utilise ses expériences aux Etats-Unis pour éclairer notre compréhension d'une société et d'une culture différentes. Son discours réfléchit ainsi sur les ambivalences et l'humour des deux cultures.

La représentation de l'humoriste anglophone amplifiée par les dispositifs anglo-saxons est également influencée par le mythe de l'artiste. Dans *Nanette*, Hannah Gadsby utilise son bagage en Histoire de l'Art pour déconstruire le phénomène de mystification de peintres tels que Picasso et Vincent van Gogh. Dans le premier cas, elle souligne l'importance de l'art et non de l'artiste dans les processus de développement d'une culture et d'une histoire de l'art. Dans le second cas, elle analyse la figure du génie en avance sur son temps et souligne qu'on ne peut pas être en avance sur son temps (« exception faite des prématurés mais même eux se rattrapent après ») mais plutôt en décalage avec la perception posthume de la vie et du travail d'un artiste. Dans le passage ci-dessous, elle démontre au travers d'une anecdote, le fossé entre les représentations ancrées dans la culture anglo-saxonne contemporaine et la réalité historique de la vie de Vincent van Gogh :

« Il y a quelques années, un homme est venu me voir après mon spectacle. Il avait une opinion. Il m'a dit : "Vous ne devriez pas prendre de médicaments parce que vous êtes un artiste. Il est important que vous ressentiez quelque chose. Il a dit : « Si Vincent van Gogh avait pris des médicaments, nous n'aurions pas les tournesols. » [...] J'ai dit : « Bonne opinion, mon pote. Sauf qu'il a pris des médicaments. Beaucoup. [...] La créativité signifie-t-elle qu'il faut souffrir ? C'est le fardeau de la créativité ? Juste pour que vous puissiez en profiter ? Va te faire foutre, mon pote. Si tu aimes tant les tournesols, achètes-en un bouquet et branle-toi dans un géranium.

- Pas besoin d'être si sensible.

¹¹³ À partir d'une monographie exemplaire sur les musiciens de jazz, Howard S. Becker montre que la déviance n'est pas seulement le fait de celui qui en porte les stigmates, mais aussi de l'instance qui en édicte les normes. Journet, Nicolas. « Outsiders : études de sociologie de la déviance », Xavier Molénat éd., *La sociologie*. Éditions Sciences Humaines, 2009, pp. 93-94.

¹¹⁴ CGTN, Why stand-up comedy is gaining popularity in China?, consulté le 30/07/2023, 27/09/2021, [lien](#).

- Je ne suis pas sensible. Je suis un artiste. C'est ressentir des émotions. »¹¹⁵

Son discours non seulement déconstruit les représentations contemporaines du modèle auquel doivent correspondre les artistes, il décortique également les ressorts de ce phénomène de mythification des peintres. Cette interaction en dehors du dispositif de la salle de spectacle met également en lumière les mécanismes entre les représentations des membres du public et la projection de la persona de l'humoriste. Ce dernier doit rendre des comptes à la société du fait de son statut d'artiste.

Zhao Ruhan, professeure à l'Institut des études de communication de l'Université de la communication de Chine, explique que le public est devenu plus exigeant en matière de divertissement avec le développement rapide de la société. Et le *stand-up*, en tant que forme de divertissement interactif, est un moyen pour les gens d'évacuer le stress lié à une société qui évolue de plus en plus rapidement¹¹⁶.

Cette dynamique est elle-même décrite par les humoristes anglophones. Hannah Gasby de même que Jono Duffy expliquent dans leurs spectacles solo les rouages de « *punching up* » et « *punching down* ». Dans le premier cas, on se moque de catégories de la société qui ont le pouvoir (les riches ou le gouvernement par exemple). Dans le second cas, l'humoriste fait des blagues sur des parties de la société qui n'ont pas accès au pouvoir (les minorités par exemple). Jono Duffy souligne que beaucoup de cultures ne rient pas de ce second mécanisme (ce qui n'est pas le cas de l'Islande de ses dires). Selon lui, c'est particulièrement le cas aux Etats-Unis.

Cette réflexion sur les cibles de l'humour anglophone dans le contexte du stand-up fait écho à l'ambivalence entre rire avec et rire contre¹¹⁷. Cela pose également la question de la responsabilité de l'humoriste dans la représentation des minorités, notamment dans un contexte interculturel où les spectateurs expatriés représentent une minorité dans le pays.

Enfin, regarder du stand-up est devenu un mode de vie similaire à celui qui consiste à aller voir des pièces de théâtre et des comédies musicales, selon Zheng Bowen (humoriste connu en Chine sous le pseudonyme de Xiao Mai), en particulier à Shanghai¹¹⁸. En Inde, Jeeya Sethi (producteur de *comedy show*) observe que les gens viennent voir un artiste populaire. Pour lui, la société indienne n'a pas encore atteint le stade où les indiens sortiront simplement pour apprécier le stand-up en tant que forme d'art.¹¹⁹

¹¹⁵ Citation en anglais : "A couple of years ago, a man came up to me after my show. He had an opinion. He said, "You shouldn't take medication because you're an artist. It's important that you feel. He said, "If Vincent van Gogh had have taken medication, we wouldn't have the sunflowers." [...] I said / "Good opinion, mate. Except that he did medicate. A lot. [...] That creativity means you must suffer? That is the burden of creativity? Just so you can enjoy it? Fuck you, mate. If you like sunflowers so much, buy a bunch and jerk off into a geranium. / "No need to be so sensitive." / I'm not being sensitive. I'm an artist. That's feeling."

¹¹⁶ Jianna Liu, China Daily,com.cn, Stand-up has legs in China, 2022-10-05, [lien](#).

¹¹⁷ Dore, Margherita. "Chapter 5. Laughing at you or laughing with you?: Humor negotiation in intercultural stand-up comedy." (2018).

¹¹⁸ HE QI, China Daily, Stand-up comedy hits new heights, consulté le 28/07/2023, 18/02/2022, [lien](#).

¹¹⁹ Deutsche Welle, The Hindustan Times, Why stand-up comedy is gaining popularity in India, ,consulté le 03/08/2023, 29/12/2021, [lien](#).

Les performances des humoristes ne sont donc pas universellement reconnues comme de l'art. Hannah Gadsby évoque cette problématique dans *Nanette* :

« L'Art, vous savez, c'est ce qui élève et civilise les gens. Vous savez, les galeries, le ballet, le théâtre. Toutes ces choses, vous y allez, vous vous améliorez. La comédie ? La comédie, c'est du bas de gamme. Je suis désolé de vous l'apprendre, mais personne ici ne sortira grandi de cette salle. Nous sommes juste en train de nous rouler dans notre propre merde. »¹²⁰

La figure de l'humoriste est donc à la fois incluse et exclue de la société. L'humoriste est un observateur-participant sur lequel repose des attentes performatives de la part du public à la fois sur scène et en dehors de la scène. Et ces attentes se sont étendues avec l'expansion mondiale de Netflix, « la plus grande scène du monde. »¹²¹

c) *Le rôle des spectacles d'humour anglophones dans la société française*

« La vie est une tragédie quand on la voit en gros plan, mais une comédie quand on regarde sur le long terme. »
Charlie Chaplin

Cette citation peut s'appliquer au travail des humoristes. En effet, ils réfléchissent sur leur expérience et leur vue du monde lors de l'écriture puis le présentent sous une forme comique à leurs publics après maturation. Le dispositif dont ils disposent pour s'exprimer leur permette également de présenter une vue au long terme sur des cultures et des sociétés. Pour se faire, il use notamment de mécanismes préalablement ancrés dans la société tels que le débat, la rhétorique ou encore l'usage de topoï ou de stéréotypes. Dans le cas d'Hannah Gadsby et Bo Burnham, ils déconstruisent ensuite ces mécanismes pour en montrer l'influence sur la culture et les opinions publiques.

Dans son second Netflix Special (*Douglas*), Hannah Gadsby décrit pendant les quinze premières minutes chaque étape à venir dans le dispositif scénique (une anecdote, une section de blagues, un peu d'humour observationnel etc.). De cette manière, elle ne se limite pas à déconstruire la façon dont les blagues sont censées fonctionner comme dans *Nanette*. Dans *Douglas*, l'humoriste australienne applique cette transparence méta au fonctionnement d'un *comedy special*. Elle met en lumière la manière dont elle va répondre dans le fond et la forme de son spectacle aux attentes du public qui a majoritairement consommé son précédent spectacle :

¹²⁰ Citation en anglais : "High art, you know, that's what elevated and civilizes people. You know, galleries, the ballet, the the-a-ter. All these things, you go there, you get better. Comedy? Lowbrow. Well, I'm sorry to inform you, but nobody here is leaving this room a better person. We're just rolling around in our own shit here, people."

¹²¹ GRETTISSON Valur, The Reykjavik Grapevine, Iceland On The World's Biggest Comedy Stage: Ari Eldjárn Has A Netflix Special, December 18, 2020, [lien](#).

« À part le traumatisme, je n'ai aucun moyen de savoir ce que les gens attendent de ce spectacle », dit-elle. « Mais j'ai décidé qu'il était possible de vous le dire. C'est ainsi que je vais répondre à vos attentes. En les adaptant dès maintenant. Pour qu'elles soient exactement ce que vous obtiendrez. »¹²²

Dans le même temps, elle répond également aux critiques reçues à l'encontre de *Nanette*. Elle définit son spectacle par la négative, non pas comme un recueil de blagues, un monologue, une conférence ou un discours TED glorifié. Ce non-respect au format standardisé du Netflix Special lui est reproché, tandis que d'autres artistes tels que Bo Burnham ou Mike Birbiglia, adeptes d'une narration de longue durée (*long-form storytelling*), ne reçoivent pas les mêmes reproches et sont récompensés par de nombreux prix.

Pour *Inside* par exemple, Bo Burnham a reçu un Peabody Award - les Emmy Awards de la meilleure réalisation - pour un special de variété, de la meilleure direction musicale et du meilleur scénario pour un special de variété, ainsi que le Grammy Award de la meilleure chanson écrite pour un média visuel pour *All Eyes on Me*. Certains critiques estiment que le spécial intègre une variété de formes d'art, notamment de la musique, des morceaux de comédie stand-up et des méta-commentaires, la décrivant comme une combinaison de comédie, de drame, de documentaire et de théâtre.

La forme pose donc la question du style de comédie de l'humoriste et de sa légitimité dans l'espace public. Des débats existent autour des termes "humoristes" (*comedians*) et "conteurs" (*storytellers*). La représentation du conteur dans la société française est en effet différente de celle de l'humoriste. Le YouTuber français Squeezie est par exemple mentionné sur les réseaux sociaux comme un "conteur" du fait de la diffusion de ses vidéos d'histoires d'horreur qu'il narre à ses abonnés. La notion de conte porte également une dimension morale.

En effet, on peut lire dans l'étude d'Anna Kawalec (Faculty of Philosophy, John Paul II Catholic University of Lublin, Pologne) que le stand-up, comme le genre originel de la comédie, s'inscrit dans une logique de perfectionnement moral. Elle formule ce postulat sur la base de l'analyse des sources cathartiques des arts du spectacle dans la culture occidentale ainsi que du culte de l'art et de l'artiste - au travers de la notion grecque d'hybris notamment - dans la culture occidentale.

Hannah Gadsby, quant à elle, met en garde le public vis-à-vis du rôle et des responsabilités des humoristes dans la société américaine. Elle cite notamment l'affaire Monica Lewinsky et la défaite d'Hillary Clinton face à Donald Trump. Elle explique que la performativité du discours des humoristes repose en grande partie sur le focus qu'il choisisse pour conter leurs histoires :

« On apprend de la partie de l'histoire sur laquelle on se concentre. Les humoristes sont plus habitués à faire des blagues à l'emporte-pièce sur les prêtres pédophiles et sur Trump qui s'empare de la chatte. Savez-vous qui était autrefois une cible facile ? Monica Lewinsky. Si les humoristes avaient fait leur travail correctement et s'étaient moqués de l'homme qui a abusé de son pouvoir, nous aurions peut-être eu une femme d'âge moyen avec une expérience appropriée à la Maison Blanche, au lieu d'un

¹²² Citation en anglais : "Other than trauma, I have no way of knowing what people are expecting from this show," she says. "But what I've decided is possible is for me to just tell you. That's how I'm going to meet your expectations. By adjusting them for you now. So they're exactly what you're gonna get."

homme qui a ouvertement admis avoir agressé sexuellement des femmes vulnérables parce qu'il pouvait le faire. »¹²³

Dans sa thèse, *The Years Before My Death*, McPhail écrit qu'il existe « un risque que des actions inacceptables soient adoucies ou même validées en plaisantant à leur sujet ». On pourrait dire la même chose des animateurs de *Late Show* américains et de leur bouffon fiable, le président Donald Trump¹²⁴. Le focus donné aux observations contemporaines par les humoristes dans leurs performances a donc un effet performatif qui influence l'opinion publique.

Dans le cadre des spectacles anglophones en France, cette fonction morale de la performance influence notamment les relations entre les cultures au sein de la société française. Le focus utilisé pour raconter des histoires stéréotypées est important. Ce focus définit en partie ce que les cultures s'apportent entre elles. Ce focus détermine l'effet positif ou néfaste de l'emploi de stéréotypes culturels.

Enfin, ce focus sur certains aspects d'une culture a également une fonction didactique. En guise d'exemple, les récits d'Eldjárn sur la vie quotidienne en Islande sont observés et racontés. À l'étranger, ce matériel prend une nouvelle forme éducative lorsqu'il explique le mode de vie islandais aux étrangers. Mais les réactions sont les mêmes. Il suffit d'une ligne d'histoire ou de contexte¹²⁵. Le fond et la forme choisis par l'humoriste sont des signes de la culture à laquelle les spectateurs l'associent. Il s'agit également d'un gros plan sur une culture donnée. De cette manière, les spectacles anglophones en France fournissent aux spectateurs à la fois un gros plan sur la société française mais également une vision au long terme sur le contexte culturel auquel l'humoriste s'identifie.

En conclusion, au cours de sa performance, l'humoriste présente au public une figure de l'altérité. Cette persona permet de représenter une culture. Le dispositif du spectacle offre également la possibilité d'apprendre auprès des publics. Le choix du dispositif remplit ainsi une fonction didactique pour le public et l'artiste. Ce dernier a une responsabilité envers ses publics. Dans un premier temps, il doit répondre aux attentes du public. La transmédiation de la persona et la reproductibilité du spectacle d'humour anglophone en ligne alimentent ces attentes. Dans un deuxième temps, pour répondre à ces attentes, il doit verbaliser le contexte interculturel du dispositif et l'intégrer dans son discours scripté ainsi que dans les moments de *crowd work*. Enfin, le choix de la forme utilisée peut disrupter ou non le modèle étasunien pour répondre aux attentes du public. Ce choix aura une incidence sur les représentations et la légitimité de l'humoriste anglophone dans la société. Les formes artistiques et les types de comédie que performe l'humoriste influent en effet sur la réception de ses productions

¹²³ Citation en anglais : "You learn from the part of the story you focus on. Comedy is more used to throwaway jokes about priests being pedophiles and Trump grabbing the pussy. Do you know who used to be an easy punch line? Monica Lewinsky. Maybe, if comedians had done their job properly, and made fun of the man who abused his power, then perhaps we might have had a middle-aged woman with an appropriate amount of experience in the White House, instead of, as we do, a man who openly admitted to sexually assaulting vulnerable women because he could."

¹²⁴ Philip Matthews, Stuff, What's so funny? Ten things we learned about New Zealand comedy, 07/09/2019, [lien](#).

¹²⁵ WILLIAMS Ben, The Guardian, Volcanic smash: meet Ari Eldjárn, Iceland's hottest comic, 30/09/2019, [lien](#).

dans l'espace public. Du fait de la fonction didactique du dispositif, les publics sont amenés à s'accoutumer aux représentations culturelles sur lesquelles le discours se focalise. Le risque est alors de renforcer certains stéréotypes et de réduire la perception d'une culture à ces derniers. A l'inverse, le discours de l'humoriste anglophone, de par sa nature démocratique et accessible, a la capacité d'étendre le champ des références culturelles et comiques de son public.

Conclusion

En conclusion, le choc culturel généré par le dispositif semble être constitutif du spectacle humoristique anglophone en France. L'interaction entre l'humoriste et le public favorise en effet cette réflexivité et ce *feedback* sur les stéréotypes culturels et les codes du *stand-up*. La salle devient un espace social dont les publics sont coutumiers grâce aux médiacultures françaises (télévision, cinéma, réseaux sociaux).

Cet espace s'étend en ligne grâce aux objets médiaculturels de promotion des humoristes, des salles, des *comedy clubs*, des promoteurs et des médias. Les représentations et les reproductions du contenu interculturel sont dès lors multipliées, ce qui démocratise l'accès à la discipline. L'usage des sous-titres et des vidéos bilingues, particulièrement, favorisent la circulation de ces contenus. De plus, les humoristes anglophones et bilingues sont intégrés dans l'univers médiatique français comme le démontrent les productions de Paul Taylor sur Canal Plus.

Cependant, le dispositif les identifie comme des humoristes étrangers. Leur nationalité ainsi que leur spécificité linguistique sont référencées sur les objets médiaculturels. Du fait des signes de son altérité, l'humoriste conserve son statut d'*outsider*. L'usage de l'anglais, notamment, ou la trace d'un accent, influence l'interaction avec le public et les représentations de sa persona comme dans le cas de Sebastian Marx. Les signes de son identité nationale et son ignorance linguistique ou culturelle en France le relèguent au rang d'étranger. Cela influence les attentes des publics. Dans le dispositif scénique, le spectateur s'attend à davantage d'interaction par exemple. Cela peut toutefois constituer un outil pour l'humoriste qui souhaite ajuster ou surprendre le spectateur dans ses attentes.

De plus, l'humoriste francophone conserve une légitimité dont ne jouit pas le non-francophone. Bien que l'humour observationnel lui permette d'exprimer une opinion exogène sur la culture française, le format du *stand-up* le limite dans sa fonction. L'individualisme du modèle étasunien valorise les discours à la première personne et un haut contexte (Stuart Hall). Cela renforce la dimension didactique du discours de l'humoriste. De cette manière, dans le cadre du dispositif, le public s'attend à recevoir des références culturelles propres à l'humoriste et à ses voyages dans le monde pour des tournées internationales. La critique et le changement social sont moins attendus dans ce cas de figure.

Dans le même temps, grâce au contrat de lecture, le spectateur semble accepter la critique de sa propre culture. Cette autodérision et cette réflexion sur soi-même est en effet constitutive de l'humour. Mais le spectacle d'humour anglophone, du fait de l'influence du format étasunien, favorise une réflexivité sur le fond et non la forme. L'économie que représentent ces spectacles repose en effet sur la standardisation et la reproductibilité du contenu humoristique. Les stratégies des humoristes en ligne tendent toutefois à s'éloigner de ce modèle américain économe et de cette standardisation.

Pour s'en émanciper, les humoristes doivent varier les formats et inventer de nouvelles méthodes de diffusion. C'est ce qu'ils ont fait depuis la crise du Covid-19 avec des formats hybrides de performances scéniques¹²⁶. Similairement, depuis quelques semaines, une nouvelle fonctionnalité d'Instagram permet de créer des chaînes de conversations. Les humoristes sont les premiers à s'emparer de ces canaux de conversation privilégiés avec les publics. Et depuis le 30 août 2023, Netflix France a lancé sa première chaîne de conservation. On remarque toutefois que cette innovation passe par des canaux américains. Ce qui est moins le cas pour les autoproductions de *comedy specials* et de leur spectacle par les humoristes interrogés.

Comme souligné par Hannah Gadsby, le risque de l'homogénéisation du rire est de favoriser une économie de la blague basée sur le modèle du *comedian*. Dès lors, le rire homogénéisé est favorisé au détriment de la variété de perspectives qu'offrent les divers humoristes et les formes humoristiques qu'ils performant.

Le point de focalisation sur une culture choisi par l'humoriste présente également le risque de perpétuer des modèles de domination et des stéréotypes pour cette économie de la blague. Ces derniers sont en effet reconnaissables immédiatement, ce qui est constitutif d'une blague exportable. En France, toutefois, les médiacultures usent de contre-stéréotypes. Selon Éric Macé, cela consiste à prendre en charge les stéréotypes en faisant comme s'ils n'existaient pas et à mettre en œuvre des contre-stéréotypes¹²⁷.

Pourtant, la critique et l'appropriation de stéréotypes culturels, à l'instar de la fonction des humoristes anglophones dans la société française, sont essentiels. Les humoristes offrent un regard exogène sur la culture française et déconstruisent nos préjugés. Il serait intéressant d'étudier l'échange culturel de ces spectacles dans l'autre sens. Ainsi, certains humoristes français ou familiers de la culture française jouent aux États-Unis. Le 21 septembre 2023, l'humoriste américain Sebastian Marx jouera par exemple son spectacle en français sur deux dates à San Francisco. Le premier spectacle est d'ores et déjà complet. Similairement, durant l'été 2023, Paul Taylor est allé jouer son spectacle bilingue à New-York.

Si ce phénomène s'opère avec d'autres pays, il est moins médiatisé que les échanges culturels humoristiques entre la France et les États-Unis. De surcroît, il faudrait étudier la vitesse à laquelle se produisent ces échanges culturels, notamment depuis la pandémie du Covid-19 et la multiplication des formats hybrides. En effet, la France pourrait profiter de certaines innovations du dispositif de spectacle d'humour à l'étranger. Les pays anglo-saxons diffusent de plus en plus de représentations de *comedy clubs* ou de performances traduites en direct en langues des signes.

Dans sa thèse, María López Rubio (Universitat de València) étudie l'audiodescription de l'humour pour le public aveugle ou malvoyant. Sa réflexion porte notamment sur la difficulté de traduire des blagues en audiodescription. Comme le fait d'expliquer une blague, une partie de l'effet recherché par l'humoriste se perd lors de la traduction. Or, la démocratisation et l'accès gratuit sont des éléments essentiels du dispositif scénique

¹²⁶ BURNHAM Bo, Netflix Special, *Inside*, 2021.

¹²⁷ Macé, É. 2010. Les médiacultures et la francité. In Cultural Studies : Genèse, objets, traductions. Éditions de la Bibliothèque publique d'information. doi :10.4000/books.bibpompidou.1632.

ou numérique des performances humoristiques. L'usage de la langue anglaise a par exemple vocation à atteindre le plus de publics possibles. Malgré la barrière de la langue et l'absence de sur-titrage en France, les possibilités offertes par le dispositif de spectacle comique anglophone restent vastes. Outre les publics non-anglophones, les audiences aveugles ou malvoyantes ainsi que les sourds ou malentendants sont encore exclus des dispositifs : l'usage de microphones est par exemple très handicapant pour les personnes malentendantes équipées d'une aide auditive.

L'accès aux lieux culturels est également problématique dans la lignée de cet objectif universaliste. Les escaliers du *comedy club* de la Pomme d'Ève par exemple ne sont pas adaptés à des personnes en fauteuil roulant. Cet aspect n'a donc pas été pris en compte dans le dispositif du *comedy club*.

Par ailleurs, les recherches de Suzanne Fernandez (DILTEC, université Sorbonne Nouvelle) sur le *stand-up* en classe de FLE soulignent l'importance de ce genre comique dans l'apprentissage de la culture française. De mon expérience de professeur de français en Erasmus au Royaume-Uni, l'humour est la composante la plus compliquée à traduire. L'humour français en particulier et ses manifestations au cinéma - au travers de films comme *Astérix et Obélix : Mission Cléopâtre* d'Alain Chabat - sont particulièrement durs à expliquer du fait des jeux de mots et des références médiaculturelles incessantes. Or, l'humour français et l'humour britannique semblent tous deux férus de jeux de mots (comme le prouvent le succès des textes de Shakespeare).

Les Visiteurs, à l'inverse, était plus facile à comprendre pour mes élèves du fait du comique de gestes du film. L'universalisme de l'humour réside peut-être dans cet humour visuel qui se passe d'explication. Il faut toutefois considérer des préjugés sur certains humours nationaux tels que l'humour japonais. Dans les représentations occidentales, il se résume souvent à des émissions de télévision grotesques dans lesquelles des candidats croquent dans des objets pour découvrir s'ils sont en chocolat ou s'administrent des baffes parce qu'ils ont perdu en riant à une blague. Certaines études avancent que les représentations occidentales se limitent à ces aspects-là du fait de la barrière de la langue¹²⁸.

Similairement, on observe qu'en Chine l'humour des jeunes générations reste méconnu en Occident. Si toute forme de second degré ou d'ironie n'ont pas le vent en poupe en Chine, les jeunes générations chinoises semblent avoir su en revanche développer – en ligne notamment – un sens de l'humour très personnel jouant sur : les homophones, les jeux de mots, les caractères ancestraux, les métaphores et les chiffres symboliques¹²⁹. On peut supposer que cette forme d'humour fait écho à l'engouement pour le format des *memes* sur les réseaux sociaux.

D'une certaine manière, cela permet également de conserver son humour dans les frontières de son pays. Dans sa présentation lors du colloque RIRH en novembre 2022, Alexandra Arkhipova (laboratoire d'Anthropologie Sociale, EHESS) a par exemple fourni de nombreux exemples de l'humour contestataire en Russie depuis

¹²⁸ Evan, Grow Karu, Is There Stand-Up Comedy in Japan? My Experience Living in Japan's Capital of Comedy, consulté le 30 juillet 2023, [lien](#).

¹²⁹ LEARNLIGHT, À chaque pays son sens de l'humour ! 9 exemples, consulté le 10 juin 2023, 17/01/2022, [lien](#).

quelques années. Sa thèse porte en effet sur *The anti-war joke and its Russian audience*. Un exemple marquant est le symbole de la feuille blanche pour lequel un jeune homme a été arrêté. Interrogé par la police sur la Place Rouge au sujet de la feuille blanche qu'il tenait, un jeune homme a répondu qu'il avait voulu représenter ce que le gouvernement leur laissait encore exprimer librement dans ce pays. Rien (une feuille blanche). Le symbole a été repris sur les réseaux sociaux et dans les médiacultures russes jusqu'à devenir un symbole contestataire utilisé massivement contre le gouvernement de Poutine. A tel point que les feuilles blanches sont désormais interdites sur la voie publique (ce qui nous rappelle l'arrêté préfectoral sur l'interdiction des casseroles lors des manifestations en France en 2023).

Ainsi, sans les explications d'Alexandra Arkhipova, il était impossible de reconnaître la fonction comique de la page blanche. Les codes de cet humour sont moins exportables et identifiables d'un public non averti. Par ailleurs, cette codification de l'humour semble particulièrement efficace. Les experts en rhétorique affirment¹³⁰ que les gouvernements autoritaires comme celui de la Russie craignent particulièrement l'humour en raison de son efficacité en tant qu'outil de communication. Pour comprendre une blague, il faut partager une base de connaissances, de sorte que partager un rire est un moyen facile de trouver quelqu'un qui partage la même vision des choses. Cette codification de l'humour permet également de créer un espace social et un langage commun dans le pays.

Pour Kirill Sietlov, humoriste russe, la scène reste "l'un des rares endroits où l'on peut encore dire ce que l'on veut". Dans une interview à l'AFP, elle a ainsi qualifié le stand-up de "genre démocratique" et a déclaré qu'elle espérait qu'il survivrait en Russie. Récemment, elle a créé une chaîne Telegram pour que les humoristes traumatisés puissent partager leurs histoires de persécution. Dans l'interview, elle déclare : "Pour nous, le stand-up est devenu l'incarnation d'une nouvelle sincérité. On peut parler de sexe, de religion, de ses parents, de sujets très personnels qui étaient peut-être tabous auparavant"¹³¹.

En raison des nombreuses lois restrictives en vigueur en Russie, telles que l'interdiction d'offenser les croyances religieuses et de diffuser de la "propagande gay", les humoristes consultent souvent des avocats pour savoir si leur matériel pourrait leur attirer des ennuis. Dans cette même interview, Tomas Gaysanov - un ancien producteur de comédies télévisées qui organise désormais des soirées de *stand-up* - observe que les humoristes sont le plus souvent pris pour cible après avoir fait des blagues sur les nationalités. "Nous sommes un ancien empire, c'est encore un sujet sensible", a déclaré M. Gaysanov, originaire de la république caucasienne d'Ingouchie.

Au Japon et en Chine, on observe dans la presse que le genre comique du *stand-up* est devenu une échappatoire aux tracas du quotidien¹³². Illustrant parfaitement les aspirations de la génération des *millennials* "*lying flat*" (qui

¹³⁰ Mary Zhao and Jim Snyder for RFA Investigative, Have you heard the one about stand-up in China?, consulté le 29 juillet 2023, 30/06/2023, [lien](#).

¹³¹ AFP, Standup comedy booming in Russia amidst mounting pressure on independent media, consulté le 30 juillet 2023, 28/10/2021, [lien](#).

¹³² Nick Baker and Anna Whitfeld, Late Night Live, ABC RN, What is Japanese humour and why is it so misunderstood?, consulté le 29 juillet 2023, 01/09/2022, [lien](#).

ne veulent pas se lever pour aller travailler soixante-dix heures par semaine comme le faisaient leurs parents à leur âge). Le modèle étasunien apporte donc des valeurs individualistes à la jeune génération chinoise dans ce contexte.

Malheureusement, en Inde et au Japon, le format étasunien du *stand-up* apporte également le sexisme associé aux représentations stéréotypées du *stand-upper*. En Inde, dans les *comedy clubs*, la programmation est presque exclusivement masculine. Similairement, au Japon, l'humour est davantage pratiqué par les hommes que par les femmes, pour impressionner ces dernières justement¹³³. Toutefois, les représentations médiatiques de la figure du *comedian* ont permis de mettre en lumière ce sexisme dans le monde de l'humour. L'égalité des sexes dans le *stand-up* fait l'objet de nombreux sujets de recherche académique et est largement pris en question par les programmeurs de festivals d'humour et de *comedy clubs* à travers le monde.

L'influence d'autres formes artistiques sur le dispositif du spectacle d'humour anglo-saxon - comme le cabaret, le burlesque, le *Drag show* ou le *musical* - permet également de faire évoluer la discipline. Le fait que ces formes artistiques puissent être représentés dans les mêmes lieux hybrides (*bar/club*, *comedy club*, salle de spectacle) participe sans doute aux échanges entre ces disciplines.

Toutefois, à l'instar du succès de *Drag Race* à la télévision et sur les plateformes de *streaming* anglo-saxonnes, ces échanges entre ces disciplines artistiques ont tendance à renforcer la considération du *stand-up* comme une forme de communication de masse et non comme une culture légitime. On peut se demander si cela ralentit l'appropriation et la crédibilisation de la figure de l'humoriste étranger en France. On peut notamment considérer le fait qu'aucun lieu consacré au spectacle comique anglophone n'existe en France.

Une étude comparative entre la diffusion du format du *musical* et du spectacle comique musical anglophone en France pourrait également être intéressante dans cette perspective. Les médiacultures françaises ont en effet banalisé la consommation de *musicals* anglophones en France. Or, le *stand-up* et le comique musical anglophones sont des formes assez proches scéniquement et en termes de représentations médiatiques en France et à l'international.

¹³³ Nick Baker and Anna Whitfeld, Late Night Live, ABC RN, What is Japanese humour and why is it so misunderstood?, consulté le 29 juillet 2023, 01/09/2022, [lien](#).

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages généraux

AUSTIN John Langshaw, *Quand dire, c'est faire*, trad. Gilles Lane, Le Seuil, Paris, 1970.

BATESON Gregory, GOFFMAN Erwin, HALL Edward et al., *La nouvelle communication*, dir. Yves Winkin, Editions du Seuil, Paris 1981.

BECKER, Howard S. *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*. Éditions Métailié, 1985

FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Gallimard, Paris, 1975.

WEAVER Warren & SHANNON Claude Elwood, *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, Illinois, 1963.

Articles universitaires

AÏM Olivier, « Le transmédia comme remédiation de la théorie du récit », Terminal [En ligne], 112 | 2013, mis en ligne le 15 mai 2015, consulté le 10 septembre 2023. URL : <http://journals.openedition.org/terminal/558>.

BLANCHET, Philippe. « Glottophobie », Langage et société, vol. , no. HS1, 2021, pp. 155-159.

BOURDON Jérôme, NOÛS Camille , « Est-ce la fin de la fin de la télévision ? », Le Temps des médias, 2020/1 (n° 34), p. 185-205. DOI : 10.3917/tdm.034.0185. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2020-1-page-185.htm>

DUCCINI Hélène. MAIGRET Éric et MACÉ Éric (dir.), *Penser les médiacultures Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde Paris*, Armand Colin et Ina, 2005. In: MédiaMorphoses, n°17, 2006. pp. 134-135.

JOURNET, Nicolas. « Outsiders : études de sociologie de la déviance », Xavier Molénat éd., *La sociologie*. Éditions Sciences Humaines, 2009, pp. 93-94.

MACÉ, Éric. *Les médiacultures et la francité* In : Cultural Studies : Genèse, objets, traductions [en ligne]. Paris : Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2010 (généré le 18 septembre 2023). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/bibpompidou/1632>>. ISBN : 9782842461799. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.bibpompidou.1632>.

MANILEVE Vincent, La revue des Médias, *Qu'est-ce que le transmédia ?* - épisode 11/11, Comprendre le transmédia en cinq points, Publié le 30 septembre 2014, [lien](#).

MATTELART, Tristan. « Les théories de la mondialisation culturelle : des théories de la diversité », Hermès, La Revue, vol. 51, no. 2, 2008, pp. 17-22.

Réseaux sociaux

COELLI, Trent (DEI Practitioner & Trainer, Leader, Mentor), Humour: Can we use it in an intercultural setting?, LinkedIn, 15/03/2020, [lien](#).

- **Rire et humour**

Ouvrages généraux

BERGSON Henri, *Le Rire. Essai sur la signification du comique*, Paris : PUF (1900, série d'articles parus en 1899)

LETOURNEUX Matthieu, VAILLANT Alain (dir.), *L'empire du rire. XIXe – XXIe siècle*, Paris, CNRS, 2021, 1000 p., ISBN : 9782271125262.

Articles universitaires

CHABROL Claude, « Humour et médias », in Questions de communication [En ligne], n°10, 2006.

DANG Benjamin, *Bouffons des temps modernes : figures de morosophes dans les oeuvres théâtrales d'Alfred Jarry, Michel de Ghelderode, Samuel Beckett, Roland Dubillard & Alain Badiou.* Linguistique. Normandie Université, 2020. Français. (NNT : 2020NORMC013). (tel-03097351)

FLANDRIN Laure, « 9. L'introuvable culture partagée autour du comique et du rire », dans : Le rire. Enquête sur la plus socialisée de toutes nos émotions, sous la direction de FLANDRIN Laure. Paris, La Découverte, « Sciences humaines », 2021, p. 320-361. URL : <https://www.cairn.info/le-rire--9782348041723-page-320.htm>

QUEMENER Nelly, *Le pouvoir de l'humour : politiques de représentations dans les sketches télévisuels en France, De Coluche à nos jours, transformation de la figure du comique en humoriste et montée des groupes subalternes*, Thèse de doctorat, Sorbonne nouvelle, décembre 2010.

- **Art et théâtre**

Articles universitaires

ABRAHAM Daniel, KEMP Gary, *Trust and the appreciation of art*, 2021 - Ratio 35 (2):133-145.

BENOÎT Jérémie, « Le grand retour du comique théâtral », Histoire par l'image [en ligne], consulté le 10/09/2023. URL : histoire-image.org/etudes/grand-retour-comique-theatral

CARON Elsa. *L'école du spectateur en français langue étrangère. Pratiques créatives du langage dans le rapport à la théâtralité*. Linguistique. Université de Lyon, 2020. Français. NNT: 2020LYSEN022.tel-02945415

FABRE Clarisse, « L'intermittence, cette belle exception culturelle française ! », NECTART, 2015/1 (N° 1), p. 86-91. DOI : 10.3917/nect.001.0086. URL : <https://www.cairn.info/revue-nectart-2015-1-page-86.htm>

ISSEHNANE Sabina, MERCHAOUI Wided, « Trajectoires des intermittents du spectacle indemnisés », Culture chiffres, 2020/4 (n° 4), p. 1-36. DOI : 10.3917/culc.204.0001. URL : <https://www.cairn.info/revue-culture-chiffres-2020-4-page-1.htm>

MENGER Pierre-Michel, *Les intermittents du spectacle. Sociologie du travail flexible*, Paris, EHESS, coll. « Cas de figure », 2011, 408 p., 1ère éd. 2005, ISBN : 9782713222887.

TIJOU Brigitte, « Intermittents. trop nombreux pour être honnêtes », Vacarme, 2003/2 (n° 23), p. 59-59. DOI : 10.3917/vaca.023.0059. URL : <https://www.cairn.info/revue-vacarme-2003-2-page-59.htm>.

- **Stand-up**

Articles universitaires

BEALE, Sam. "I Must Tell You This: Intimacy, Gagging and Comic Licence in Performer-Audience Relationships." (2020).

BELANGER, Jillian M.. "Speaking Truth to Power: Stand-Up Comedians as Sophists, Jesters, Public Intellectuals and Activists." (2017).

BELL, N. D. (2007). Humor Comprehension: Lessons Learnt from Cross-Cultural Communication. *Humor: International journal of humor research*, 24(4), 367-387

BIHARI, Isha, VARGHESE YELDHO Joe. "Racism Through the Lens of Stand-up Comedy: Digital Ethnography of Netflix Specials." *Media Watch* 14 (2022): 58 - 76.

BINGHAM, Shawn Chandler, A. HERNANDEZ Alexander. "'Laughing Matters': The Comedian as Social Observer, Teacher, and Conduit of the Sociological Perspective*." *Teaching Sociology* 37 (2009): 335 - 352.

BONNASSE Éléana. Les humoristes de stand-up dans les médias audio-visuels : de l'empowerment des groupes subalternes via la chronique de stand-up. *Sciences de l'information et de la communication*. 2020. (dumas-03189142)

BRODIE Ian, "Stand-up Comedy as a Genre of Intimacy", in *Ethnologies*, vol. 30, n°2, 2008, p. 153 à 180.

BRODIE Ian, *A Vulgar Art, A New Approach to Stand-Up Comedy*, University Press of Mississippi. Jackson, 2014.

BRUNSTEIN-COMPARD Paul. Le Madame Sarfati Comedy Club et l'art du « pur stand-up » : professionnalisation et artification du stand-up en France. *Sciences de l'information et de la communication*. 2020. (dumas-03272345)

CALENDINI Léa. L'internationalisation du stand up comédie : popularisation et enjeux de l'humour sans frontière. *Musique, musicologie et arts de la scène*. 2022. (dumas-03837799)

CHATTOO, Caty Borum. "A funny matter: Toward a framework for understanding the function of comedy in social change." *HUMOR* 32 (2019): 499 - 523.

CONSTANTINESCU, Mihaela Viorica. "Identity investment in stand-up comedy and online sketches." *The European Journal of Humour Research* (2023): n. pag.

COOPER, S. Katherine et al. "What's so funny? Audiences of women's stand-up comedy and layered referential viewing: Exploring identity and power." *The Communication Review* 22 (2019): 116 - 91.

DARLINGTON, Joseph Andrew. "Catchphrases: a semiotic, genealogical and cultural materialist study of the form." *Comedy Studies* 5 (2014): 123 - 136.

DORE, Margherita. "Chapter 5. Laughing at you or laughing with you?: Humor negotiation in intercultural stand-up comedy." (2018).

DOUBLE Oliver, "The origin of the term 'stand-up comedy'", in *Comedy Studies*, n°8, 2017.

DOUBLE, Oliver. "'What do you do?': stand-up comedy versus the proper job." (2015).

- FARHAN Ahmad et al. "Performative retrieving of humour for socio-political subversion: stand-up comedy as a form of creative resilience." *Cogent Arts & Humanities* 9 (2022): n. pag.
- GREENE, Gracie. "Rhetoric in Comedy: How Comedians Use Persuasion and How Society Uses Comedians." *The Corinthian* 13 (2012): 11.
- GREENBAUM, A. 2009. "Stand-up Comedy as Rhetorical Argument: An Investigation of Comic Culture." *Humor - International Journal of Humor Research* 12 (1): 33–46.
- HILL, L. Brooks and Brandon Fitzgerald. "Humor Reconsidered with Prospects for Interethnic Relations." (2002).
- IBUKUN Filani,. "On Joking Contexts: An Example of Stand-Up Comedy." *HUMOR* 30 (2017): 439 - 461.
- JENKINS, David M.. "Was It Something They Said? Stand-up Comedy and Progressive Social Change." (2015).
- KAWALEC, Anna. "Stand-up comedy as a hallmark of western culture." *Journal of Aesthetics & Culture* 12 (2020): n. pag.
- KOZISKI, Stephanie. "The Standup Comedian as Anthropologist: Intentional Culture Critic." *Journal of Popular Culture* 18.2 (Fall 1984): 57–76.
- LINDFORS, A. 2019. "Cultivating Participation and the Varieties of Reflexivity in Stand-Up Comedy." *Journal of Linguistic Anthropology* First Published (May).
- LOCKYER, Sharon. "From comedy targets to comedy-makers: disability and comedy in live performance." *Disability & Society* 30 (2015): 1397 - 1412.
- MINTZ, Lawrence E. "Standup Comedy as Social and Cultural Mediation." *American Quarterly* 37.1 (Spring 1985): 71–80.
- MYERS, L. 2011. "'It's about Expecting the Unexpected': Live Stand-up Comedy from the Audiences' Perspective." *Participations: Journal of Audience and Reception Studies* 8 (2): 165–188.
- PALMIERI, Giacinto. "Oral self-translation of stand-up comedy: from the mental text to performance and interaction." (2018).
- QUIRK, Sophie. "Containing the Audience: The 'Room' in Stand-up Comedy." (2011).
- RAMOS, Francisco Yus. "Stand-up comedy and cultural spread: the case of sex roles." (2002).
- RUTTER Jason, *Stand-up as interaction performance and audience in comedy venues*, thèse de Sociologie, Université de Salford, 1997.
- SCHWARZ Jeannine, *Linguistic Aspects of Verbal Humor in Stand-up Comedy*, thèse de linguistique, Université de la Sarre, 2010.
- SIÖBOHM, Juan. "Stand-up Comedy Around the World: Americanisation and the role of globalised media." (2008).
- SPRINGER, Sean "Stand-Up Comedians". In *obo in Cinema and Media Studies*, <https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199791286/obo-9780199791286-0137.xml> (accessed 10 Sep. 2023).
- TONGLIN Jiang, HAO Li, YUBO Hou (2019). Cultural Differences in Humor Perception, Usage, and Implications. *Frontiers in Psychology*, 10(art.123) <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00123>

VOTRUBA, Arline Karen. "Redefining feminist rhetoric in stand-up comedy: Offering cultural critique through subversion and silence." (2018).

DepartmentUniversitas and Musamus. "stand-up comedy: the relation between language and culture." (2020).

WAISANEN, Don J.. "Standing-Up to the politics of comedy." (2014).

WAWRZYNIUK, Justyna. "Identifying humor in stand-up comedy: A preliminary study." *Linguistics Beyond and Within (LingBaW)* (2021): n. pag.

Sources audiovisuelles

FEDERMAN Wayne, *History of Stand-up*, (Podcast), 2017. URL : <https://www.thehistoryofstandup.com/>

YENTOB Alan, "The Art of Stand-up", BBC, 2011.

- **Interculturel**

Articles universitaires

M. CROUCHER Stephen, SOMMIER Mélodine, RAHMANI Diyako (2015) *Intercultural communication: Where we've been, where we're going, issues we face*, *Communication Research and Practice*, 1:1, 71-87, DOI: 10.1080/22041451.2015.1042422

PILLER, I. (2017). *Intercultural Communication: A Critical Introduction* (2nd ed.). Edinburgh University Press.

- **Amérique Latine**

Articles de presse

HANAA' TAMEEZ, *Americas Quaterly*, *How Netflix Is Driving A Latin American Stand-Up Comedy Boom*, JANUARY 8, 2018, [lien](#).

- **Australie**

Articles de presse

TAHLIA NORRISH, *Backstage*, *How to Become a Standup Comedian in Australia*, JANUARY 31, 2022, [lien](#).

- **Chine**

Articles universitaires

ZHANG, Tong and KAIYUAN Zhou. "Fun young ladies — Modern feminism and China's stand-up comedy." Women's Studies International Forum (2023): n. pag.

Articles de presse

CGTN, Why stand-up comedy is gaining popularity in China?, 27-Sep-2021, [lien](#).

CGTN, Stand-up comedy sees rise in popularity among Chinese youth, 04-May-2021, [lien](#).

DAVIES Hannah J, FLECKNEY Paul, GIBSON Harriet, LOGAN Brian and HERITAGE Stuart, The Guardian, The 50 best comedians of the 21st century, Wed 18 Sep 2019, [lien](#).

HE QI, China Daily, Stand-up comedy hits new heights, 2022-02-18, [lien](#).

JIANNA Liu, China Daily,com.cn, Stand-up has legs in China, 2022-10-05, [lien](#).

MCDONELL Stephen, Filmed by Joyce Liu, Edited by Joyce Liu and Ellen Jin, BBC News, Why Chinese stand-up comedians are turning to English, 31 December 2021, [lien](#).

THE ECONOMIST, Stand-up is booming in China, with women centre-stage, Jan 7th 2021, [lien](#).

ZHAO Mary, SNYDER Jim, RFA Investigative, Have you heard the one about stand-up in China?, 2023.06.30, [lien](#).

Source audiovisuelle

MACKEY Janis Frayer, NBC News, Chinese stand-up comedian under criminal investigation for joke accused of insulting the army, 19 mai 2023, [lien](#).

- **Corée du Sud**

Articles de presse

KYUNG Lee, The Korea Times, Comedians reigniting Seoul's stand-up scene, 2020-12-08, [lien](#).

PARK Anna J., The Korea Times, Stand-up comedy gains foothold in Korea, 2019-04-04, [lien](#).

RAFFERTY Nate, 10 Magazine, The Growing Popularity of Stand-Up Comedy in Korea, July 10, 2018, [lien](#).

RORY Kelly, The Korea Times, Female comedians offer all-women stand-up showcase, 2022-05-31, [lien](#).

VICTORIA KIM, Los Angeles Times, A Korean American stand-up comic walks into a bar in Korea. Hilarity ensues — or so he hopes, FEB. 19, 2020, [lien](#).

- **Danemark**

Articles universitaires

LUNDQUIST, L. S. (2014). Danish Humor in Cross-Cultural Professional Settings: Linguistic and Social Aspects. Humor: International journal of humor research, 27(1), 141-163. <https://doi.org/10.1515/humor-2013-0044>.

- **Estonie**

Articles de presse

Vulture, The Ex-Pat Revolutionaries of Estonia, consulté le 29/07/2023, réservé aux abonnés, URL : <https://www.vulture.com/2012/02/the-ex-pat-revolutionaries-of-estonia.html>

- **France**

Articles universitaires

BERU Laurent, « Des codes pour rire : Le cas de l'émission télévisée Jamel Comedy Club », in Communication & langages, n° 159, 2009, p. 43 à 55.

NEDELEA, Patricia. "Standup Comedy as Humorous Detachment: Enlightenment Roots from Diderot and Sade." Theatrical Colloquia 10 (2020): 93 - 104.

Articles de presse

ARMATI Lucas, Télérama, "Regardez 'Nanette' le plus vite possible, une heure et votre vie va changer", Publié le 15 juillet 2018, [lien](#).

ARMATI Lucas, Télérama, Hannah Gadsby, autrice de l'époustouflant "Nanette" : "Le stand-up est comme une conversation bordélique", Publié le 17 novembre 2022, [lien](#).

BLANCHARD Sandrine, Le Monde, Pourquoi y a-t-il tant d'humoristes en France ?, Publié le 19 avril 2019, [lien](#).

DI VINCENZO Rossana, Télérama, "Inside Jamel Comedy Club", de Blanche Gardin et Fabrice Eboué : histoire d'une série barrée devenue culte, 20/03/2022, [lien](#).

DI VINCENZO Rossana, Télérama, Eddie Izzard, stand-upper travesti et star mondiale de l'humour absurde, 12/01/2018, réservé aux abonnés du journal.

DI VINCENZO Rossana, Télérama, Une soirée au Paname Art Café, le petit laboratoire du rire parisien, 15/05/2016, [lien](#).

DI VINCENZO Rossana, Télérama, "Le stand-up en anglais, ce n'est pas une idée folle, c'est une petite révolution !", consulté le 03/03/2023, [lien](#).

DI VINCENZO Rossana, Télérama, Hannah Gadsby de retour sur Netflix : "Douglas" n'est pas une réplique de "Nanette" et c'est tant mieux, Publié le 28 mai 2020, [lien](#).

LE GARREC Pascale , Ouest France, Paul Taylor, un Anglais qui se moque de nous !, publié le 09/01/2017 à 11h06, [lien](#).

LE POINT, hors-série L'Humour français, les grands textes

MORAIN Odile, France Info, France Télévisions - Rédaction Culture, Olivier Giraud : "Le côté râleur du Parisien fait beaucoup rire", [lien](#).

RODRIGUES Rachel, France Info, Comment l'application TikTok est devenue la plateforme la plus téléchargée au monde, consulté le 02/09/2023, 05/09/2021, [lien](#).

TROUILLARD Stéphanie, France 24, La caricature, une longue tradition française, Publié le : 23/10/2020, [lien](#).

VILLE DE PARIS, *Découvrez La Scène Barbès, le comedy club en vogue à Paris*, 27/02/2023, [lien](#).

VULLIET Margaux, BFM, "Beaucoup Moins De Second Degré": Tiktok Et Instagram, Un Passage Obligé (Mais Délicat) Pour Les Humoristes, consulté le 01/09/2023,09/10/2022, [Lien](#).

Sites internet

LEARNLIGHT, *À chaque pays son sens de l'humour ! 9 exemples*, 17/01/2022, consulté le 17/06/2023, [lien](#).

LE BLOG DE MARTINE ET OLIVER, Langue sauce piquante, Le Monde, "stand-up → stand-upper", 30/05/2011.

LE SPOT DU RIRE, La Scène Barbès (ex-Barbès Comedy Club)

MICHALET Thibaud, MENU Étienne et PASCOT Hugues, GQ, Les 25 Français les plus drôles (édition 2021), 24 décembre 2020, [lien](#).

THE CONVERSATION, Pourquoi l'art de la caricature est-il sacré pour les Français ?, Publié: 21 octobre 2020, [lien](#).

- **Hong Kong**

Articles universitaires

WAI KING Tsang, WONG Matilda. "Constructing a Shared 'Hong Kong Identity' in Comic Discourses." *Discourse & Society* 15 (2004): 767 - 785.

- **Inde**

Articles universitaires

AKSHAYA Kumar. "Laughter and Liberalization: Cultural Economy of TV Humor in India." *South Asian Review* 35 (2014): 195 - 212.

GANGULY, Shreyashi. "Laughing About Caste An analysis of how caste considerations find representation in the genre of English stand- up comedy on the internet in India." (2020).

INZAMUL Sarkar, SIRAJ Ayesha. "Exploring Indian stand-up comedy through the lens of ideology, identity and gender: a discourse analysis." *Comedy Studies* 13 (2022): 41 - 55.

SAHOO, Sonali and M. Phil.. "Is English Stand-Up Comedy in India Intersectional ?" (2018).

SHIVAPRASAD, Madhavi. "Mediatization, digital spaces and live performance: Understanding Indian stand-up comedy and evolving performance landscapes." *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* (2023): n. pag.

SRIYANKA Basak. "Multilingualism and Subversion: Articulating Plural Identities in Stand-up Comedy in India." *The Creative Launcher* (2020): n. pag.

Articles de presse

DEUTSCHE Welle, The Hindustan Times, Why stand-up comedy is gaining popularity in India, Dec 29, 2021, [lien](#).

DIYA Maria George, The Indian Express, Standing up against stereotypes, 03rd August 2023, [lien](#).

DUTTA YADAV Medha, The Indian Express, Standing up for women: Female comedians give India a side-splitting time, 09th May 2021, [lien](#).

FERNANDO Benita, Ankita Dwivedi Johri, The Indian Express, Why so serious?: What lies behind the increasing resistance to Indian stand-up comedy?, 28/11/2021, [lien](#).

GAUTAM SUNDER, The Hindu.com, 'Ladies Up' on Netflix: A much-needed win for women's comedy in India, April 04, 2020, [lien](#).

- **Islande**

Articles de presse

GRETTISSON Valur, The Reykjavik Grapevine, Iceland On The World's Biggest Comedy Stage: Ari Eldjárn Has A Netflix Special, December 18, 2020, [lien](#).

WILLIAMS Ben, The Guardian, Volcanic smash: meet Ari Eldjárn, Iceland's hottest comic, Mon 30 Sep 2019, [lien](#).

- **Japon**

Articles universitaires

KATAYAMA, Hanae. "A Cross-Cultural Analysis Of Humor In Stand-Up Comedy In The United States And Japan." (2008).

MIO Bryce, KATAYAMA Hanae. "Performativity of Japanese laughter." The International Journal of the Humanities: Annual Review 6 (2009): 125-132.

Articles de presse

BAKER Nick, WHITFIELD Anna, Late Night Live, ABC RN, What is Japanese humour and why is it so misunderstood?, 1 Sep 2022, [lien](#).

- **Lituanie**

Source audiovisuelle

Kuan-wen Huang, Comedy with an Accent (podcast), S01E26 Evaldas Karosas, Lithuanian speaker - From Rokiskis, Lithuania, 9 MAY 2023, [lien](#).

- **Nigéria & Afrique**

Articles universitaires

ADETUNJI, Akinbiyi. "The interactional context of humor in Nigerian stand-up comedy." *Pragmatics*. Quarterly Publication of the International Pragmatics Association 23 (2013): 1-22.

IBUKUN Filani. "Discourse types in stand-up comedy performances: an example of Nigerian stand-up comedy." *The European Journal of Humour Research* 3 (2015): 41-60.

IBUKUN Finali, and T. AJAYI. "Ideologies in Nigerian Stand-up Comedy." (2019).

NWANKWO Izuu (Editor), TUNCA Daria (Contribution by), NWANKWO Izuu (Contribution by), DONIAN Jennalee (Contribution by), LIPENGA Ken Junior (Contribution by), *Stand-up Comedy in Africa: Humour in Popular Languages and Media*, 316 p., 9783838216089, 05/10/2022, [lien](#).

SEIRLIS, Julia Katherine. "Laughing all the way to freedom?: Contemporary stand-up comedy and democracy in South Africa" , vol. 24, no. 4, 2011, pp. 513-530. <https://doi.org/10.1515/humr.2011.028>, [lien](#).

SUNDAY, Adesina B. and IBUKUN Filani. "Playing with culture: Nigerian stand-up comedians joking with cultural beliefs and representations." *HUMOR* 32 (2019): 124 - 97.

Articles de presse

MALONG Anatole, AfricaNews, More women on stage: The evolution of African comedy, 09/11/2021, [lien](#).

MALONG Anatole Philippe, AfricaNews, Humour : le "stand-up" africain se féminise, 10/11/2021, [lien](#).

- **Nouvelle-Zélande**

Articles de presse

CASEY Alex, The Spinoff, All the New Zealand stand-up comedy specials you can watch right now, May 13, 2023, [lien](#).

MATTHEWS Philip, Stuff, What's so funny? Ten things we learned about New Zealand comedy, Sep 07 2019, [lien](#).

PAT Alexander, The Ranker, The Funniest New Zealand Comedians Of 2022, December 6, 2022, [lien](#).

STUFF, These are the funniest people in New Zealand, according to the experts, May 22 2021, [lien](#).

- **Pays arabophones**

Articles universitaires

AL-JABRI, Hanan et al. "Subtitling Arabic humour into English." *The European Journal of Humour Research* (2023): n. pag.

SELIM, Yasser Fouad. "Performing Arabness in Arab American Stand-up Comedy." *American, British and Canadian Studies Journal* 23 (2014): 77-92.

- **Pays-Bas**

Documentaire

BERGER, Edo, Dictator van de Comedy - documentaire, YouTube, 2014, [lien](#).

- **Russie**

Articles universitaires

KIPRIANOVA Maria. "Structure And Linguocultural Aspect Of Russian Stand-Up Discourse." (2021).

SMIRNOVA, Elena et al. "Linguistic Peculiarities Of British And Russian Standup Performances: Cross-Cultural Contrastive Study." (2018).

Articles de presse

AFP, Standup comedy booming in Russia amidst mounting pressure on independent media, Thursday, October 28, 2021, [lien](#).

DIXON Robyn, ILYUSHINA Mary, The Washington Post, For Russian comedians, political satire is no joke. It can now land them in jail., December 2, 2021, [lien](#).

- **Slovénie**

Articles de presse

The Slovenia Times, first-stand-up-comedy-club-opening-in-ljubljana, [lien](#).

The Slovenia Times, stand-up-comedians-taking-stage-at-ljubljana-castle, [lien](#).

- **UK & USA**

Articles universitaires

AIDI, Lamiae. "Muslim Stand-Up Comedy in the US and the UK: Incongruity, Everydayness, and Performativity." Religions (2021): n. pag.

BENNAA, Youcef, MEBERBECHÉ SENOUCI Faiza. "Feminism's Last Frontier in the Quest for Social Theory: American Stand-up in the Age of Political Correctness." Arab World English Journal For Translation and Literary Studies (2020): n. pag.

DUMAS, Nathaniel William. "'This guy says I should talk like that all the time': Challenging intersecting ideologies of language and gender in an American Stuttering English comedienne's stand-up routine." Language in Society 45 (2016): 353 - 374.

GILMUTDINOVA, A. R., E. I. BIKTEMIROVA, M. K.-M. GOULKANYAN, and O. NIKOLAEVA. 2016. "Cross-Cultural Study of American and British Stand-Up." Man in India 96 (7): 2133–2144.

LIMON, John. Stand-Up Comedy in Theory, or Abjection in America. Durham, NC: Duke University Press, 2000.

MARC, David. *Comic Visions: Television Comedy and American Culture*. 2d ed. Boston: Unwin Hyman, 1997.

MINTZ, L. E. 1977. "The 'New Wave' of Stand-up Comedians: An Introduction." *American Humor* 4 (2): 1–3.

Articles de presse

CHRISTIE Janet, *The Scotsman*, *It's time for Jack Whitehall to Settle Down as he prepares to become a father and returns to Edinburgh*, 12/08/2023, [lien](#).

Revues

Evrard Franck , *L'Elephant* N° 4, Le « nonsense », cet humour tellement british, paru en octobre 2013, [lien](#).

- **Ukraine**

Articles de presse

DRUZIUK Yaroslav, *Vulture*, *The Comedians Keeping Jokes Alive in Wartime Ukraine*, consulté le 12/09/2023, 25/03/2022, URL : <https://www.vulture.com/article/ukraine-comedy-thats-the-news-streaming-show-wartime.html>

- **Sites Internet d'humoristes ou de Comedy Clubs**

COMEDY FUKUOKA, *STAND-UP COMEDY IN JAPAN*, [lien](#).

ERGIL Leyla Yvonne, *Daily Sabah*, *Spotlight on Istanbul's improv and comedy scene*, 19/01/2018, [lien](#).

ERGIL Leyla Yvonne, *Daily Sabah*, *Get giggling: Discovering Turkey's comedy scene this month*, 02/11/2018, [lien](#).

GROW KARU Evan, *Is There Stand-Up Comedy in Japan? My Experience Living in Japan's Capital of Comedy*, [lien](#).

HRÖNN RAGNARSDÓTTIR Regína, *Stand-up Comedy in Iceland - the Comedy Club & the Golden Gang - Come Talk Funny - a Show in English*, [lien](#).

INFLUENCER MARKETING.ai, *Turkeys Funniest Minds: Comedy Creators Youll Want To Keep On Your Radar*, [lien](#).

MAKAROV Michael, *What I've Learned Performing Stand-Up in 10 Countries*, [lien](#).

MAKAROV Michael, *Stand-Up Comedy In a Second Language*, [lien](#).

ROY Simon, *MenxP*, *What It's Like To Be A Stand-Up Comedian In India: A Glimpse Into The Backstage Life*, Dec 20, 2017, [lien](#).

- **Guides touristiques – Sites Internet**

BRITISH COUNCIL IN POLAND, *Stand-up comedy in English*, [lien](#).

BRODALA Jozef, *Culture Trip*, *11 Places to See Stand-Up Comedy in Stockholm*, 19 May 2020, [lien](#).

DAN HACKETT, *Inside Japan*, *HUMOUR IN JAPAN: EMBRACING THE SILLY, THE SMART, AND THE SURREAL...*, [lien](#).

DUFFY Jono, Guide to Iceland, The Ultimate Guide to Stand Up Comedy in Iceland, [lien](#).

GET LOCAL, Stand-up Comedy in Iceland, 06 Jun 2017, [lien](#).

GUTTERIDGE Dave, All About Japan, Performing Western-Style Stand-up in Japanese, 01/09/2016, [lien](#).

ICELAND REVIEW, Standup Comedy Show in English in Reykjavík, July 17, 2009, [lien](#).

JAPAN SWITCH, The Ultimate Guide to Manzai: No Laughing Matter, [lien](#).

J. J. O'DONOGHUE, The Japan Times, Yuriko Kotani: The Japanese comedian laughing her way through dark days in the U.K., 08/01/2020, [lien](#).

UJALA, ScoopChef, 25 Best Indian Stand Up Comedians You Must Follow | Famous Indian Comedians in 2022, Ujala, 2022, [lien](#).

UN Women, Gupse Özay: A woman comedian fights stereotypes in Turkish films, 04/03/2020, [lien](#).

ANNEXES

1) Compte-rendu de l'observation-participante, du colloque RIRH et objets communicationnels

- Annexe n°1 : Retranscription du spectacle d'Elena Gabrielle - Analyse scénographique d'un espace marchand et culturel
- Annexe n°2 : Affiche et programme du colloque international RIRH, "Les Publics De L'humour"
- Annexe n°3 : Flyers des spectacles d'humour anglophones à Paris
- Annexe n°4 : Sites web des humoristes anglophones ayant joué à Paris

2) Liste des personnes interviewées

3) Retranscriptions des entretiens et extraits des questionnaires renvoyés par les humoristes

- Annexe n°5 : Retranscription de l'entretien avec Rossana Di Vincenzo
- Annexe n°6 : Retranscription (en anglais) de l'entretien avec Elena Gabrielle
- Annexe n°7 : Extraits du questionnaire renvoyé par Dragos Comedy (@DragosComedy) le 04/08/2023 (sur les 33 questions envoyées, l'humoriste roumain a répondu à 30 d'entre elles)

1) Compte-rendu de l'observation participante, programme du colloque RIRH et Objets communicationnels

Annexe n°1 : Retranscription du spectacle d'Elena Gabrielle - Analyse scénographique d'un espace marchand et culturel

Théâtre Bo Saint Martin, 19 Bd Saint-Martin, Paris 75003

Show : Elena Gabrielle is Addicted in Paris (3 & 4 mars 2023)

Addicted : After sold out tours across Asia, Australia, Europe & Canada in 2022, Elena is back to entertain you all with her layered and unbelievable true stories. Expect more hilarious stories, live music and of course a new pair of her iconic sparkly shoes.

En montant les marches de la sortie du métro, on ressent un premier sentiment de réussite. Si on est arrivé boulevard Saint Martin, cela signifie qu'on a déjà triomphé du labyrinthe formé par les différentes sorties de métro. Mais notre périple ne s'arrête pas là. Situé près de la place de la République, le Théâtre Bo n'est qu'à quelques pas de la sortie de métro indiquée par CityMapper. Épicentre culturel, la Place est également un passage obligé pour accéder à des galeries d'art, de s fast-food, des cafés, bars et autres lieux nocturnes.



Les différentes applications de géolocalisation fournissent une aide précieuse pour accéder au Théâtre Bo. Situé entre un supermarché Franprix et un bar PMU, le lieu n'est pas reconnaissable immédiatement. Aucune signalétique ou grande colonnade ne l'identifient comme un lieu incontournable de spectacle vivant de la capitale, comme cela peut être le cas pour le Grand Point Virgule ou l'Odéon.

La file d'attente

Ici, c'est grâce à la file d'attente devant le théâtre que l'on repère le lieu. On voit dès lors des gens attendre deux par deux. Certaines personnes, seules, regardent leur téléphone et semblent taper des messages. Quelques minutes - plusieurs minutes pour les moins chanceux - plus tard, ils sont rejoints par un ami ou un collègue. Certains débitent des instructions au téléphone. Bien souvent, une personne observe longuement la file et la façade du théâtre avant d'oser demander : "C'est bien ici le spectacle d'Elena Gabrielle ?".

La personne répond par l'affirmative, et nous voilà rassurés. Que l'on soit l'émetteur.ice de la question ou l'une des personnes dans la file qui n'avait pas osé demander jusque-là. Certains le répètent d'ailleurs à la personne qui les accompagne. Et c'est alors qu'on aperçoit qu'un petit panneau devant le cordon de la file indiquait "Elena Gabrielle". Des affiches ornent également la façade du théâtre. D'autres humoristes également programmés. La plupart internationaux au vu des titres de leurs spectacles.

Une affiche, manifestement imprimée à la va-vite, clarifie l'agencement de cette attente. "Salle d'attente à l'intérieur sur consommation au bar". Du fait des prix des dites consommations, on remarque que l'ensemble des spectateurs attendent dehors sous la pluie fine. La fameuse salle de bar, vestibule de la salle de spectacle, est vide à l'exception des deux barmans.

La veille au soir, pour la première date de la tournée d'Elena Gabrielle à Paris, un homme éméché refusait de quitter le bar. La règle de la file d'attente n'était pas mise en place. L'ensemble des spectateurs attendaient dans le bar. Un homme plutôt âgé préférerait qu'il avait pris un ticket. Il n'avait pourtant pas d'email de confirmation. Et son nom n'apparaissait pas sur les listes. Il parlait français contrairement aux spectateurs. Rencontre contradictoire entre le public du bar et celui de la salle de spectacle.



Seule, je mets mes écouteurs et j'observe les différentes affiches. Derrière moi, deux français se sont rejoints. La jeune femme parle d'artistes de stand-up américain. Son ami l'écoute avec attention. Ils échangent longuement sur la série Netflix Emily in Paris. Devant moi, deux jeunes femmes discutent de leur travail en alternant entre français et anglais. Ana et Asma sont en effet architectes. Elles ont fait leurs études ensemble à Nancy. Asma est originaire d'Algérie. Elles travaillent depuis trois ans. Lorsque que je les interroge, elles m'apprennent qu'elles ont vu des vidéos d'Elena sur internet, depuis quelques mois. Ana est montée spécialement de Montpellier pour assister au spectacle. Elle se désole qu'il y ait peu de comédie club à Montpellier, mais le nombre augmente avec les années remarque-t-elle.

Les barmans n'ont alors avancé. Il faut donner son nom à l'entrée et le barman vérifie sur le fichier Excel qu'il a imprimé. Il nous indique une porte sans préciser l'horaire de début. L'horaire indiqué sur les billets à déjà été dépassé car, comme la veille, le spectacle précédent à déborder sur le créneau de celui-ci.

La salle de spectacle



Les portes des toilettes apparaissent en premier, puis on distingue des fauteuils rouge. Les gens commencent à se placer. Les deux français de la file d'attente se mettent au fonds. Asma et Ana se placent au deuxième rang. A ma grande surprise, des personnes commencent à s'installer au premier rang. Leurs pieds touchent la scène. La veille, personne n'avait osé s'installer sur cette rangée.

Habituellement, l'humoriste est susceptible d'interagir avec le premier rang. Cela peut permettre à l'artiste de créer du dynamisme ou de se sortir d'un oubli dans son texte. Au troisième rang, deux amies confient ne pas vouloir risquer l'aventure. Elles vont souvent voir des artistes internationaux ensemble, notamment les Australiens. Elles ont vécu ensemble en Australie. Pour elles il s'agit d'une découverte. L'une d'elles a vu une publicité sponsorisée sur Facebook et a proposé à son amie de venir. Elles reconnaissent aimer applaudir lors d'un spectacle d'humour mais ne pas participer.



La scène (première partie)

Les lumières s'éteignent et les gens s'interrompent au milieu de leurs phrases. La scène est toujours vide. Un micro, un mange debout et un tabouret. La voix d'Elena Gabrielle ainsi qu'une musique entraînante surgissent des enceintes. Comme un spectacle de cirque ou un concert, elle attise l'enthousiasme du public. Elle annonce alors sa première partie, Sarah Donnelly.

Américaine, Sarah Donnelly commence par demander la nationalité des gens du public. Une américaine, une algérienne, deux macédoniennes, une franco-algérienne et une italo-américaine se manifestent dans la salle.

L'humoriste demande alors s'il y a des français dans la salle. Quelques cris émergent des quatre coins de la pièce. Au moins deux fois plus que la veille (vendredi 3 mars).

La première partie échange beaucoup avec le public. Elle promeut son spectacle également programmé au Théâtre Bo. Contrairement à Elena Gabrielle, Sarah Donnelly est en résidence dans ce théâtre. Elle vit à Paris et raconte les difficultés qu'elle rencontre pour s'intégrer en France, dans un groupe d'amis, ou pour parler la langue française. Elena Gabrielle, à l'inverse, joue son spectacle dans le monde entier et raconte ses histoires de dating avec des personnes de différentes nationalités. Elles représentent deux facettes de l'interculturel. Leurs deux discours trouvent pourtant un écho auprès du public qui partagent leurs propres expériences lorsqu'elles les interrogent.

Certaines références comme Bad Bunny ou le film Bruce Almighty rencontrent un succès avec ce public et génèrent une connivence (la critique du réalisme de la série Emily in Paris plus qu'aucune autre).

La scène (spectacle)

Comme une horloge suisse, Sarah Donnelly termine son passage comme la veille. La musique du début surgit à nouveau pour annoncer l'entrée en scène d'Elena Gabrielle. Les applaudissements retentissent tandis qu'elle émerge du rideau rouge du fond de scène. Elena demande alors un nouveau round d'applaudissements pour sa première partie. Sarah quitte la scène et disparaît derrière le rideau rouge tandis qu'Elena pose sa bouteille d'eau et son téléphone sur le mange-debout. On peut voir qu'un chronomètre est enclenché. Elle ne le regardera pourtant pas du spectacle.

Elle porte la même robe que la veille, qu'elle portait déjà en septembre dernier lors de son premier passage à Paris pour jouer ce spectacle. A ses pieds, on peut voir la paire de talons à paillettes dont elle parle dans son précédent spectacle, offert par un fétichiste des pieds. Aux oreilles, elle porte la paire de boucles d'oreille en forme de pénis disponible sur son site. Elle les mentionne lors de son



spectacle et informe que des paires similaires seront en vente à la sortie du spectacle dans différents coloris dans un enjeu de réalisme et de diversité (rose, bleu et noir).

Contrairement à Sarah Donnelly, l'humoriste italiano-australienne commence par demander si les spectateurs sont célibataires. Elle demande plus d'informations à un couple assis au premier rang. La veille, elle avait commencé par son texte. En ce samedi 4 mars, elle modifie l'ordre en établissant un moment d'échanges plus long et plus détaillé avec le public. Elle trouve toujours le moyen de rebondir sur les anecdotes pour relancer son texte. On voit néanmoins une flexibilité dans sa parole.

Dans sa gestuelle, on retrouve également les influences de ses précédents spectacles dans l'univers du cabaret. Comme la veille, elle finit également son spectacle par un morceau de rap qui reprend les thèmes des rencontres et du dating évoqués dans son spectacle. Dans son précédent spectacle, elle finissait par changer de costume pour sortir sur scène en vagin. Elle arrosait également le public à l'aide d'un pistolet à eau caché dans son costume. Comique de situation - probablement inconscient - puisque le spectacle était joué sur une péniche à Paris.

Elle s'adapte donc au matériel fourni par la salle. Les temps d'interactions ont changé entre le vendredi et le samedi. L'humoriste est vraiment à l'écoute du public. Si les blagues sont les mêmes, l'effet produit sur le public évolue. Certaines références font mouche à l'unanimité les deux soirs. D'autres, néanmoins, rencontrent plus ou moins de succès en fonction du rythme apporté par l'artiste. Les propres expériences du public jouent beaucoup sur la connivence et l'expérience partagée ce soir-là. Les rires dépendent autant de l'humoriste sur scène que du public.

Le rire est communicatif, peu importe la langue. L'humoriste en joue et rebondit sur les réactions du public. Elle se moque en disant que l'une de ses blagues - paronomase entre Hermès et herpès - fonctionne mieux en France que dans le reste du monde. Elle commente sa propre routine en disant "if you're not laughing, you're learning". Son discours est donc autant construit à partir d'une projection d'elle-même que du public.

La fermeture

Comme promis, elle rejoint les quelques spectateurs amassés à la sortie de la salle de spectacle. Devant le bar, elle installe un chapeau sur les sièges qui servaient auparavant pour l'attente. Debout le bar, le personnel observe la scène et regarde d'un mauvais œil le nombre grandissant de personnes qui souhaitent échanger avec elle. Des photographies sont prises avec elle, chacun aidant dans le processus. D'autres scans le QR code pour payer les paires de boucles d'oreille. D'autres échangent avec elle, tous la félicitent.

Parmi les gens qui attendent, Sujay souhaite prendre une photo avec elle. Il vit en France mais est originaire d'Inde. Il commence petit à petit à aller voir du stand up, parfois en français mais moins. Il regarde principalement des humoristes internationaux, surtout en anglais. Il a connu Elena *via* Instagram ou YouTube, il n'en s'en rappelle plus vraiment. Il se souvient toutefois qu'il l'avait vu sur des vidéos réalisées en Australie, à Perth, dans un café connu qui fait beaucoup de contenu. Lorsqu'il ouvre son application YouTube, c'est d'ailleurs une vidéo du festival d'humour de Montreux qui apparaît dans les premiers résultats.

Derrière lui, deux amies attendent pour acheter le merchandising d'Elena. Elles ont scanné le QR code et attendent de pouvoir montrer leur reçu à Elena pour la féliciter et choisir leurs nouvelles paires de boucles d'oreille pénis. C'est par une vidéo de Taylor Tomlinson, humoriste américaine, que l'une d'elles en est venue à connaître le travail d'Elena Gabrielle. Vivant à Paris mais originaire de Macédoine, elle décide de prendre les billets pour son spectacle en guise de cadeau de Noël pour son amie française. Son amie travaillant dans un restaurant, elle a peu l'occasion voir du stand-up. Les fêtes de fin d'année ont donc été une bonne excuse pour se fixer une date et aller voir un spectacle. Activité qu'il est plus difficile d'intégrer spontanément dans leur quotidien.

Une fois les boucles d'oreille remises et les photographies prises, le personnel du bar fait signe pour que les conversations se poursuivent dehors. Ils commencent à éteindre les lumières alors que les gens se trouvent encore dans la pièce. Elena retourne dans la salle de spectacle tandis que les gens sortent.

Les gens repartent en direction de la place de la République. Les deux amies s'arrêtent devant le théâtre pour ranger leurs boucles d'oreille et fumer une cigarette. Avant qu'elles n'aient terminé, l'humoriste ressort du théâtre à présent éteint. Elles échangent quelques mots, remercient timidement les félicitations renouvelées à son encontre. Je lui parle de mon enquête de terrain et de mon mémoire. Elle répond mais garde la posture de l'artiste. Sa voix, sa tenue et sa posture correspondent en tous points au persona qu'elle présente sur scène. La fatigue se fait sentir. Le lendemain, elle jouera en Allemagne. Sans pour autant mettre fin définitivement, elle fournit des réponses succinctes comme pour couper court poliment à la conversation.

La salle à disparu, le public est absent, pourtant son discours reste une performance. Elle n'est pas vraiment sortie de scène. La scène s'étend à la rue, aux réseaux sociaux, à toute interaction qui se fera dans le cadre de son travail. Elena Gabrielle performe constamment et toujours dans sa posture d'humoriste qu'elle s'éloigne en faisant un signe de la main, ses chaussures à talons pailletées cliquant sur le bitum du trottoir parisien.

Annexes - Programmation du Théâtre Bo



Annexe n°2 : Affiche et programme du colloque international RIRH, “[Les Publics De L’humour](#)”

Paris, 24-25 novembre 2022 : Demandez Le Programme !

Les Publics de l’humour

Colloque international du Réseau Interdisciplinaire de Recherches sur l’Humour (RIRH)

24 et 25 novembre 2022
Centre de colloques du Campus Condorcet

Place du Front populaire, Aubervilliers
Metro 12 : station Front Populaire
Contact : association.rirh@gmail.com

Logos of partner institutions: UCLouvain, Université de Bourgogne, Université de Caen Normandie, Université de Lille, Université de Metz, Sorbonne Nouvelle, and ARTES.

a) Journée du 24 novembre 2022 : Programme

JEUDI 24 NOVEMBRE

9h30-10h : Mot d'accueil, Auditorium 250

Introduction par Jamil Jean-Marc Dakhli, Président de la Sorbonne Nouvelle, et l'équipe d'organisation (RIRH).

10h-11h : Conférence plénière 1

Christelle Paré (Chercheuse indépendante, enseignante à l'Université d'Ottawa) – Les publics face aux inconduites sexuelles dans l'industrie de l'humour : un aller simple vers la fin de carrière ?

11h-11h15 : Pause café

11h15-12h45 : Panel Spotlight 1 – Les formes d'expression du rire : publics en ligne et jeunesse

Fanny Barnabé (MNSHHS, Epitech) – Jeu secondaire et manifestations écrites du rire : rôles et représentations du chat dans le streaming de jeu vidéo sur Twitch.tv

Marianna Collela (Medi@Lab, Université de Genève) – Ethnographie multisite : L'humour comme terrain de compréhension des cultures juvéniles

Will Noonan (TIL, Université de Bourgogne Franche-Comté) – Quand vos jeux préférés commencent à adresser des blagues pourries à vos enfants : de l'humour et des publics des univers Quest for Glory/Hero-U et Monkey Island

12h45-14h30 : Pause déjeuner

14h30-16h30 : Ateliers parallèles

A. L'humour et ses publics : une relation d'interdépendance ? (salle 3.02)

Béatrice Priego-Valverde (laboratoire Parole et Langage, CNRS, Aix-Marseille Université) – Détection de l'humour conversationnel : quand l'interlocuteur vient à la rescousse de l'analyste

Ian Brodie (Cape Breton University) – The Audience as Creative Partner in Stand-up Comedy

Alexandra Arkhipova (laboratoire d'Anthropologie Sociale, EHESS) – The anti-war joke and its Russian audience

B. Les publics de l'humour à la télévision (salle 3.03)

Ariane Bénoliel (CARISM, Université Paris II Panthéon-Assas), **Maylis Konnecke** (MICA, Université Bordeaux Montaigne), **Chloé Luu** (Université de Californie du Sud), **Alice de Reviere** (Université de Rutgers) – Saisir un public de l'humour dans les réceptions de la série *Drôle*

Ettien Adou (Université Félix Houphouët-Boigny) – Entre reliance et déliance sociale. Les imaginaires des publics de la fiction télévisée ivoirienne Cour Commune

Jonathan Ervine (Université de Bangor) – Uncle Roger et Big Zuu : une étude de la cuisine, l'ethnicité et les publics de l'humour

Jean-Marie Lafortune (UQAM, OH) – (Re)transmission télévisée de l'humour de scène et fake publics : la pandémie comme révélateur des conventions

16h30-17h : Pause café

17h-18h15 : Panel Spotlight 2 – Former un public (expérimental) de l'humour ? Retours d'expériences en recherche-création, Auditorium 250

Julie Cecchini (ENSATT Lyon), **Fanny Godel** (ENSATT Lyon), **Corinne François-Denève** (ILLE, UHA), **Jennifer Greenhill** (University of Arkansas), **Morgan Labar** (École supérieure d'art d'Avignon / SACRe, ENS), **Mireille Losco-Lena** (ENSATT Lyon), **Sasha Walter** (ENSATT Lyon)

18h30-20h : Table-ronde : « Amener les publics vers l'humour », Auditorium 250

Rossana di Vincenzo (Journaliste et critique), **Juliette Folin** (fondatrice du Spot du rire), **Christelle Paré** (Chercheuse indépendante, enseignante à l'Université d'Ottawa).

20h : Cocktail dînatoire

b) Journée du 25 novembre 2022 : Programme

VENDREDI 25 NOVEMBRE

9h30-10h30 : Conférence plénière 2, Auditorium 250

Nelly Quemener (GRIPIC, Celsa – Sorbonne université) – Entre logiques d'identification et dynamiques affectives, comprendre les expressions publiques du rire

10h30-11h15 : Entretien avec Paul Horan(co-créateur du New Zealand Comedy Festival et The Classic comedy venue à Auckland)

11h15-11h30 : Pause café

11h30-13h : Panel Spotlight 2 – Mauvais publics et controverses

Marie Duret-Pujol (ARTES, Université Bordeaux Montaigne) – De la connivence à la dépossession. Quand le public rit mal. L'exemple de Didier Super

Paola Scarpini (University of York) – Entre parodie et querelle religieuse : le cas de « La vie de J.C. »

Gudrun Francis-Taugaóstyrkur (Université de Haute Alsace) – Statler et Waldorf : dispositifs métathéâtraux du public dans les sketches du Muppet Show

13h – 14h30 : Pause déjeuner

14h30-16h : Ateliers parallèles

A. Les publics multiples du quotidien (salle 3.02)

María López Rubio (Universitat de València) – Audiodescription de l'humour pour le public aveugle ou malvoyant

Claire Bodelet (CSO, chercheuse associée au CERMES3) – « Attention, passage de clowns à l'hôpital ! » Les professionnels de l'humour et leurs autres publics

Suzanne Fernandez (DILTEC, université Sorbonne Nouvelle) – Le stand up en classe de FLE : une expérience de recherche création

B. Les publics de l'humour en France au prisme du genre, de l'ethnicité et de la religion, salle 3.03

Clémentine Artois (Université d'Angers) – À gorge déployée, enquête sur la carrière d'humoriste

Lucas Faure (CNRS, Mesopolhis UMR 7064, Sciences Po Aix, AMU), **Lina Molokotos-Liederman** (EPHE, Paris) – Porter un nez-rouge pour montrer patte-blanche : les usages multiples de l'humour par les musulmans français

Remi Baert (Université Rennes 2) – L'humour d'Élie Kakou par son public : de « la communauté » à une communauté du rire ?

16h-16h15 : Pause

16h15-17h45 : Les publics rieurs de la littérature, salle 3.02

Hélène Dubail (CRLPC, Université Paris Nanterre) – Quand l'humour fait un four. Publics et malentendus

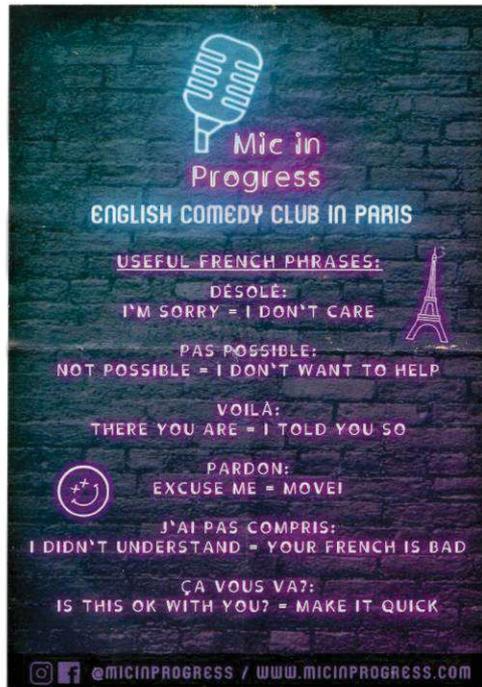
Gérald Peloux (UMR Héritages / CRCAO, CY Cergy Paris Université) – Mais qui peut bien lire ça ? Le genre hacha-hacha de l'écrivain japonais Yokota Jun.ya

Yen-Maï Tran-Gervat (CERC, Université Sorbonne Nouvelle) – Représenter les publics de l'humour aux XVIIe et XVIIIe siècles (littérature et arts graphiques)

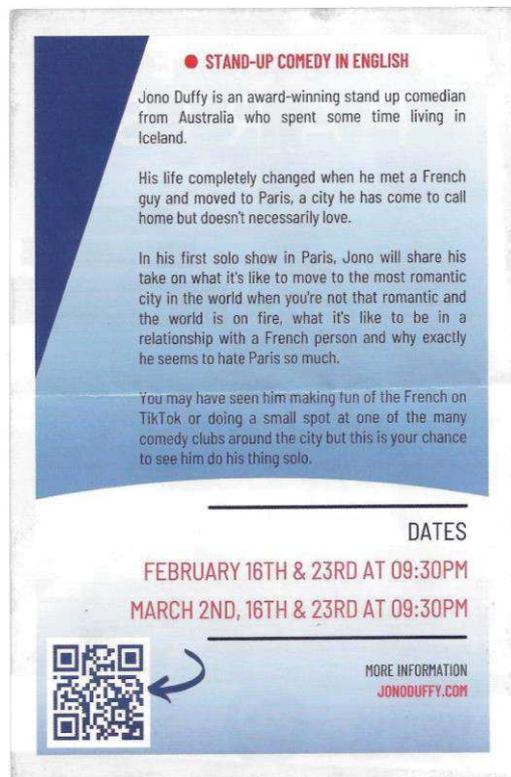
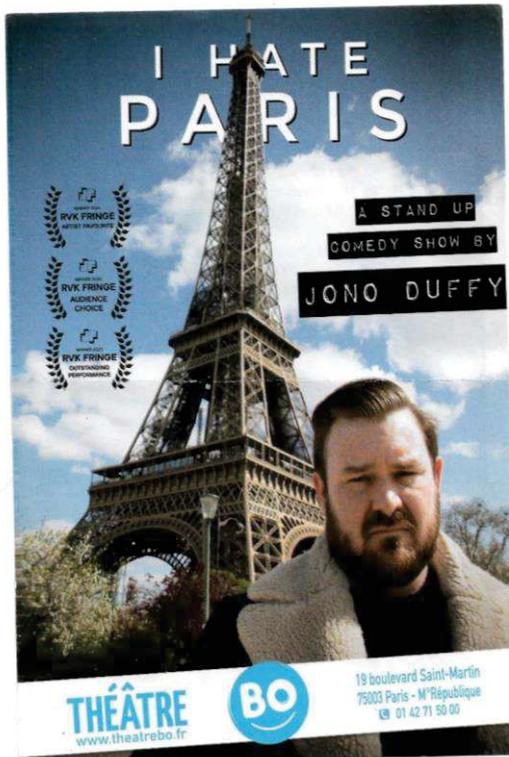
Clôture du colloque

Annexe n°3 : Flyers des spectacles d'humour anglophones à Paris

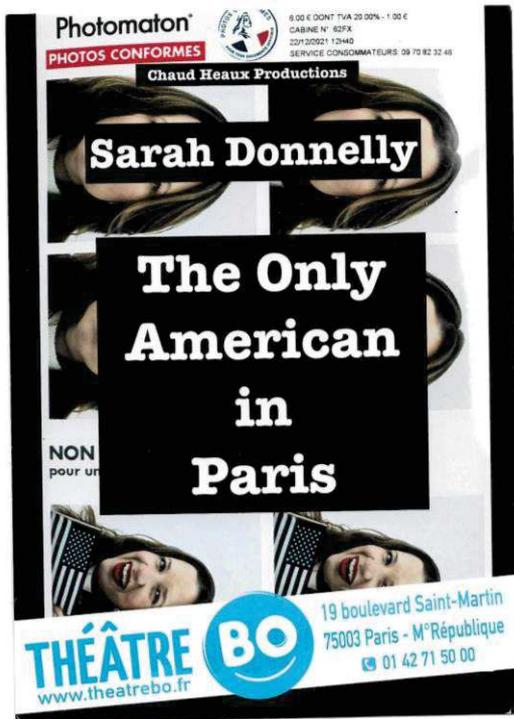
a) Mic in Progress - La Pomme d'Eve (Recto/Verso)



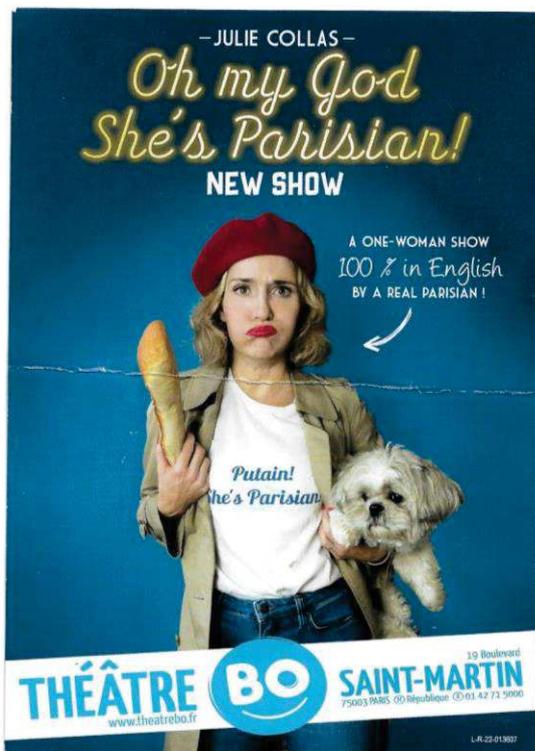
b) I hate Paris - Jono Duffy (Recto/Verso)



c) The Only American in Paris - Sarah Donnelly (Recto/Verso)



d) Oh My God She's Parisian! - Julie Collas (Recto/Verso)



- e) Inglorious Comedy Club - Présenté par Verino, avec la participation de Paul Taylor (remplaçant Alexis Le Rossignol), Shirley Souagnon, Alex Vizorek, Morgane Cadignan et Tristan Lucas - événement du Mardi 28 février 2023 à 21h30 (Recto/Verso + carte QR code distribuée avant le spectacle)

BY VERINO
INGLORIOUS
MARDI 14 FÉVRIER - 21H30
MARDI 28 FÉVRIER - 21H30
MORDINE GANKSO, TANIA DUTEL, PAUL TAYLOR, DOULLY, JESSE, SHIRLEY SOUAGNON, ALEXIS LE ROSSIGNOL, ALEX VIZOREK, MORGANE CADIGNAN, TRISTAN LUCAS
LE GRAND POINT VIRGULE
DIRECTION JEAN-MARC DUMONTET
SACD

VERINO INVITE LES MEILLEURS HUMORISTES ACTUELS DANS SON COMEDY CLUB NOUVELLE GÉNÉRATION.

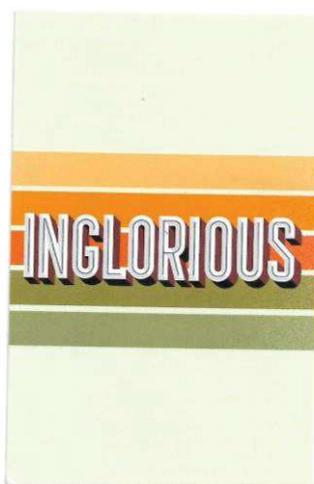
La recette : une soirée, 5 artistes et 10 minutes chacun, devant un public chauffé à bloc, avec Verino en maître de cérémonie.

INGLORIOUS (ADJ. ANGLAIS) :
peu glorieux, déshonorant.

Vous avez déjà tiré pendant 10 trop longues secondes sur une porte où c'était écrit « poussez ». **Nous aussi.**
Vous avez déjà fait rouler les piles derrière la télécommande, comme si ça allait les recharger. **Nous aussi.**
Vous ouvrez systématiquement une boîte de médicaments du côté où il y a la notice. **Nous aussi.**
On n'a pas vraiment une vie glorieuse... Mais on s'en fout, c'est drôle.
Venez à l'Inglorious Comedy Club. Venez rire de nos histoires, vous en ressortirez Glorious.

NOUVELLES DATES
MARDI 11 AVRIL - 19H30
AVEC YACINE BELHOUSSE, LAURA DOMENGE, OLDELAF, PIERRE THÉVENOUX ET MARINE BAOUSSON.
MARDI 16 MAI - 19H30
AVEC THOMAS VDB, LES COQUETTES, SEBASTIAN MARX ET FABIEN OLICARD.

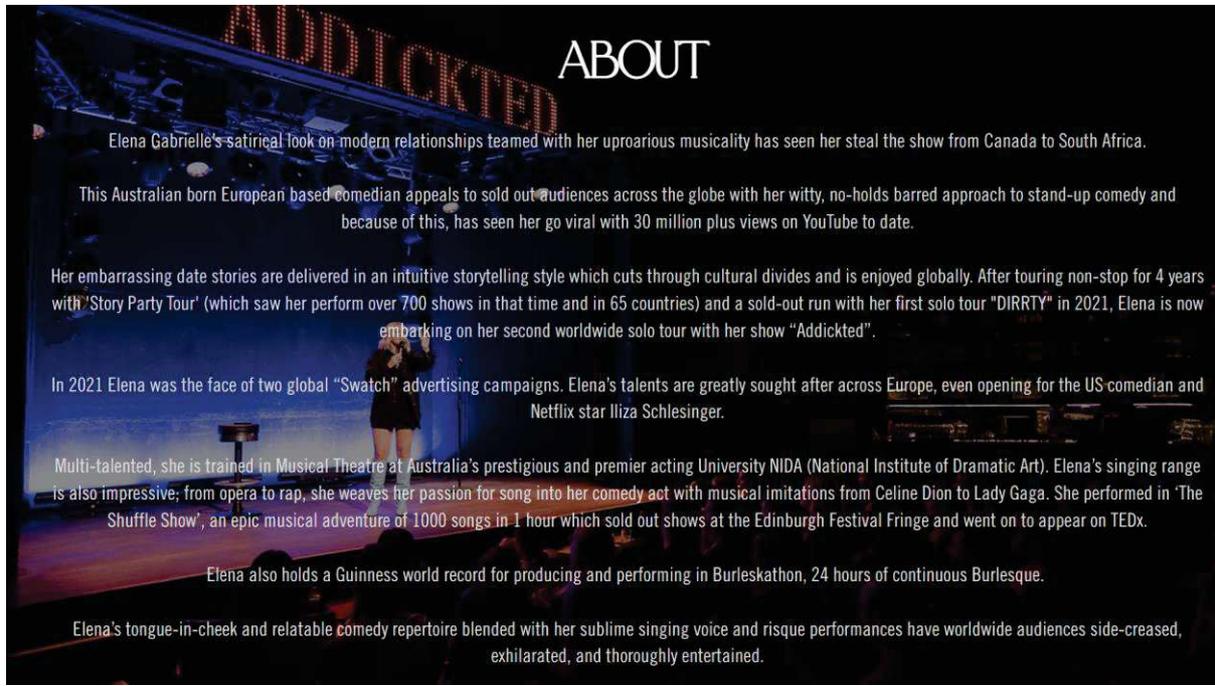
LE GRAND POINT VIRGULE
DIRECTION JEAN-MARC DUMONTET
RÉSERVATION : 01.42.78.67.03
WWW.LEGRANDPOINTVIRGULE.COM
8 BIS, RUE DE L'ARRIVÉE - 75015 Paris
M. : MONTPARNASSE



Annexe n°4 : Sites web

Consulté le 05/09/2023

a) Elena Gabrielle – Section « About »

The image is a screenshot of a website's 'ABOUT' page. The background is a dark photograph of a stage performance. A woman, presumably Elena Gabrielle, is standing on the stage, illuminated by spotlights. Above her, the word 'ADDICTED' is written in large, glowing red letters. The word 'ABOUT' is centered at the top in a white, serif font. Below the title, there are several paragraphs of white text on a dark background, providing biographical and professional information about the performer.

ABOUT

Elena Gabrielle's satirical look on modern relationships teamed with her uproarious musicality has seen her steal the show from Canada to South Africa.

This Australian born European based comedian appeals to sold out audiences across the globe with her witty, no-holds barred approach to stand-up comedy and because of this, has seen her go viral with 30 million plus views on YouTube to date.

Her embarrassing date stories are delivered in an intuitive storytelling style which cuts through cultural divides and is enjoyed globally. After touring non-stop for 4 years with 'Story Party Tour' (which saw her perform over 700 shows in that time and in 65 countries) and a sold-out run with her first solo tour "DIRRTY" in 2021, Elena is now embarking on her second worldwide solo tour with her show "Addicted".

In 2021 Elena was the face of two global "Swatch" advertising campaigns. Elena's talents are greatly sought after across Europe, even opening for the US comedian and Netflix star Iliza Schlesinger.

Multi-talented, she is trained in Musical Theatre at Australia's prestigious and premier acting University NIDA (National Institute of Dramatic Art). Elena's singing range is also impressive; from opera to rap, she weaves her passion for song into her comedy act with musical imitations from Celine Dion to Lady Gaga. She performed in 'The Shuffle Show', an epic musical adventure of 1000 songs in 1 hour which sold out shows at the Edinburgh Festival Fringe and went on to appear on TEDx.

Elena also holds a Guinness world record for producing and performing in Burleskathon, 24 hours of continuous Burlesque.

Elena's tongue-in-cheek and relatable comedy repertoire blended with her sublime singing voice and risque performances have worldwide audiences side-created, exhilarated, and thoroughly entertained.

b) Jono Duffy – Section « Bio»



Jono Duffy is an Australian Born Comedian, Actor, Filmmaker and Writer.

Born Jonathan Harland Duffy in Brisbane, Queensland on December 16 1985, Jono commenced acting tuition at the age of eight.

Jono transitioned to the role of filmmaker in 2011 with his first feature Documentary, "The Doctor's Wife." The film was an autobiographical story following Duffy and his then partner, Dr Vincent Cornelisse as they made the move from the Metropolis of Brisbane to the central Queensland town of Mundubbera as an openly gay couple.

The film was well-received and had a successful festival run. The Doctor's Wife went on to win Jono the Award of Excellence in Filmmaking at the Canada International Film Festival in 2012; as well as a distribution deal with leading LGBT production house and distributor Guest House Films.

In 2012, Jono also became one of the male faces of Australian eyewear designer Fritz Frames. He also lent his voice to the characters of "Thurber" and "Roger" in the short film "Pickman;" as well as the lead in the musical short "Life is Crap."

Jono ended 2012 as a speaker at TedX Southbank Women. He was one of only two men to speak at the event.

In 2013 he moved to Melbourne, Australia. Jono appeared in a number of theatre productions including "Playing Rock Hudson," "Dorian," and the comedy festival show "And what's your freeking problem?"

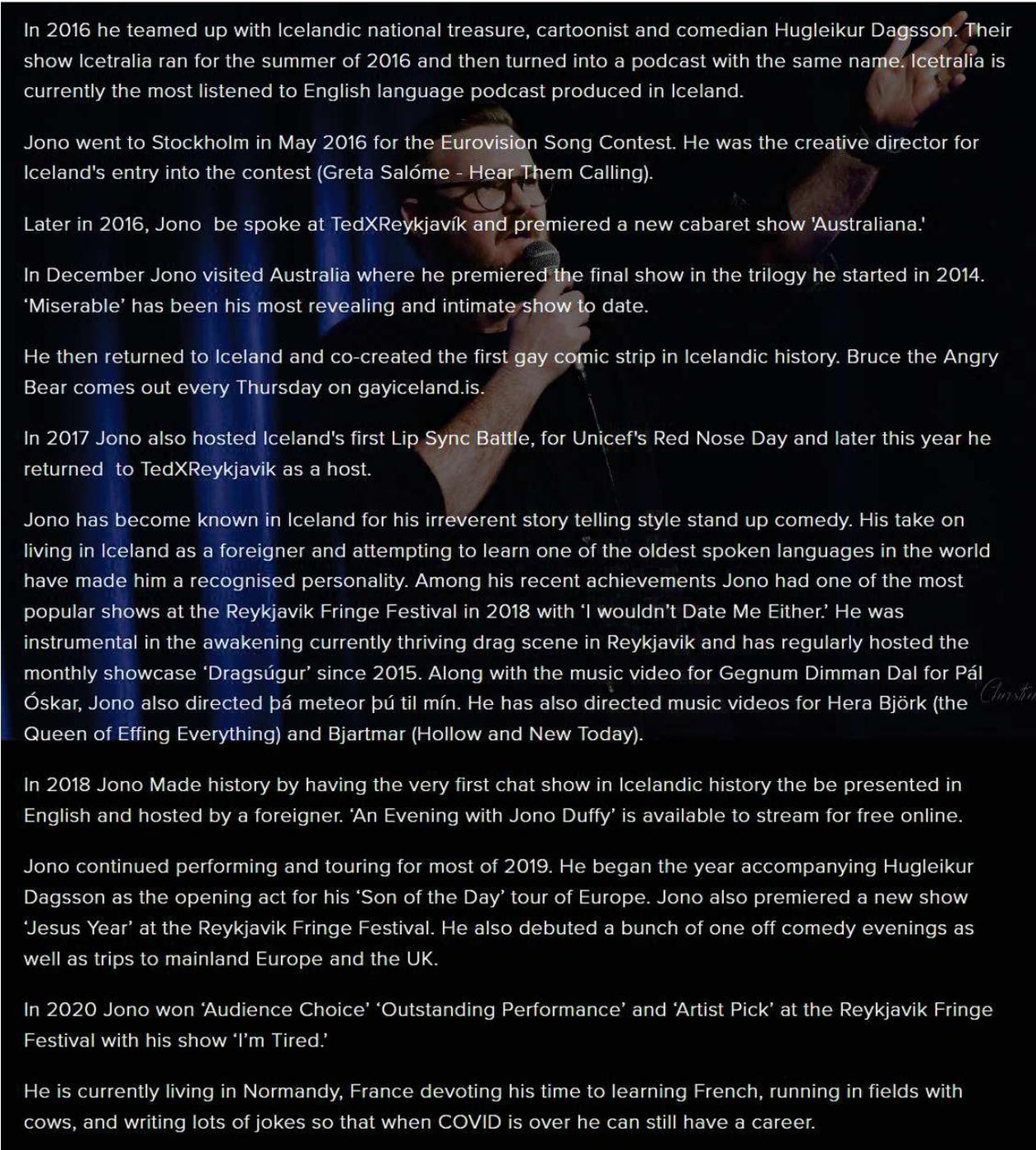
Jono co-directed and edited a short documentary series, "Finding Your Niche," along with Ryan Coonan. The film is an exploration of the work done by Daniel Witthaus, an Australian Anti-Homophobia Educator and the founder of the National Institute for Challenging Homophobia Education (NICHE). The short screened at the Melbourne Queer Film Festival.

Jono also directed, edited and shot the NICHE "Your Story" campaign, which Launched on IDAHO Day 2012. The web-based series features live-drawn animations of LGBTI people's stories from rural, regional and remote Australia. The series has been watched by thousands around the world and featured online by; The Huffington Post, SameSame, DNA and many others.

In 2013, Jono premiered his first ever solo comedy show, "You're Just Loike Moi," in Shepparton, with all proceeds going to GV Pride to assist with the Out in The Open Festival.

In 2014 Jonathan premiered a new show, "Without me, I'm Nothing," as part of the Midsumma Festival. During the festival he also hosted "How I Found My Niche," the launch of Daniel Witthaus' long awaited second book.

Jonathan later teamed up with Dean Arcuri for the Melbourne International Comedy Festival, their show #Hashfagz, a duo comedy looking at the app based world we now live in. The show played to sell out audiences.



In 2016 he teamed up with Icelandic national treasure, cartoonist and comedian Hugleikur Dagsson. Their show *Ice-tralia* ran for the summer of 2016 and then turned into a podcast with the same name. *Ice-tralia* is currently the most listened to English language podcast produced in Iceland.

Jono went to Stockholm in May 2016 for the Eurovision Song Contest. He was the creative director for Iceland's entry into the contest (Greta Salóme - Hear Them Calling).

Later in 2016, Jono spoke at *TedXReykjavik* and premiered a new cabaret show 'Australiana.'

In December Jono visited Australia where he premiered the final show in the trilogy he started in 2014. 'Miserable' has been his most revealing and intimate show to date.

He then returned to Iceland and co-created the first gay comic strip in Icelandic history. *Bruce the Angry Bear* comes out every Thursday on gayiceland.is.

In 2017 Jono also hosted Iceland's first Lip Sync Battle, for Unicef's Red Nose Day and later this year he returned to *TedXReykjavik* as a host.

Jono has become known in Iceland for his irreverent story telling style stand up comedy. His take on living in Iceland as a foreigner and attempting to learn one of the oldest spoken languages in the world have made him a recognised personality. Among his recent achievements Jono had one of the most popular shows at the *Reykjavik Fringe Festival* in 2018 with 'I wouldn't Date Me Either.' He was instrumental in the awakening currently thriving drag scene in *Reykjavik* and has regularly hosted the monthly showcase 'Dragsúgur' since 2015. Along with the music video for *Gegnum Dimman Dal* for Pál Óskar, Jono also directed *þá meteor þú til mín*. He has also directed music videos for *Hera Björk* (the Queen of Effing Everything) and *Bjartmar* (Hollow and New Today).

In 2018 Jono Made history by having the very first chat show in Icelandic history to be presented in English and hosted by a foreigner. 'An Evening with Jono Duffy' is available to stream for free online.

Jono continued performing and touring for most of 2019. He began the year accompanying Hugleikur Dagsson as the opening act for his 'Son of the Day' tour of Europe. Jono also premiered a new show 'Jesus Year' at the *Reykjavik Fringe Festival*. He also debuted a bunch of one off comedy evenings as well as trips to mainland Europe and the UK.

In 2020 Jono won 'Audience Choice' 'Outstanding Performance' and 'Artist Pick' at the *Reykjavik Fringe Festival* with his show 'I'm Tired.'

He is currently living in Normandy, France devoting his time to learning French, running in fields with cows, and writing lots of jokes so that when COVID is over he can still have a career.

SARAH DONNELLY

STAND-UP COMEDIAN IN PARIS

Sarah Donnelly is an American stand-up comedian, podcast Queen, and writer living in Paris (France, you may have heard of it).

Sarah has written and performed in three one hour stand-up comedy shows, including her most recent 19 times SOLD OUT show *The Only American in Paris*, currently playing at the Théâtre Bo-Saint Martin.

She also wrote *Help! I Married a Frenchman* which received runner-up for the Best English Comedy Show in Paris by *Expatriates Magazine* and *Becoming Maman*, a comedy show and podcast about raising French kids when you are not French.

Performing in iconic comedy clubs, theaters, and festivals in the US, Europe, and Asia, she has opened for Jerry Seinfeld, toured with Gad Elmaleh, as well as opened for comedians Louis CK, Todd Barry, Ted Alexandro, Brody Stevens, Rob Anderson of *Gay Science*, Tom Rhodes, Paul Taylor, Elena Gabrielle, and more.

In 2020, she co-created, co-wrote and co-starred in the Audible Original series *God Save My English with English* comedian Paul Taylor. She has also written for Canal+, Paradiso Media, 2P2L, BlackPills, and Welcome to the Jungle productions.

Finally, she's got a French husband and two French kids, who give her all the comedic material she could ever need.

“

Sarah is a wonderful performer and so so funny!

”



Photograph courtesy of Enso Photography Zurich

2) Liste des personnes interviewées

- DI VINCENZO Rossana : journaliste française pour la rubrique “Humour” de Télérama depuis dix ans. Entretien de 90 minutes en français, réalisé sur zoom le 10 juin 2023.
- Dragos : Humoriste roumain performant en Europe. Envoi d’un questionnaire en français *via* les réseaux sociaux, réponse le 4 août 2023.
- DUFFY Jonathan : humoriste australien expatrié en France et ayant vécu trois ans en Islande. Entretien de 120 minutes en anglais, réalisé sur zoom le 9 août 2023.
- GABRIELLE Elena : humoriste australienne. Entretien de 30 minutes en anglais, réalisé sur zoom le 13 août 2023.

3) Retranscriptions des entretiens et extraits des questionnaires renvoyés par les humoristes

Les pages 105 à 135 ont été retirées de la version diffusée en ligne.

Résumé du Mémoire

En France, les spectacles d'humour anglophones font salles comblées. Aussi bien dans les *comedy clubs* que les salles de théâtre, ces performances scéniques se multiplient en parallèle de la scène francophone. Ce phénomène de démocratisation de la forme artistique pose la question de sa réception par les publics et médiacultures françaises. Au travers d'une réflexion tant sur le fond que sur la forme, cette étude tente d'analyser les mécanismes du dispositif et leur efficacité. Des entretiens et des observations-participantes viennent compléter ce mémoire afin d'entamer une discussion sur le rôle de l'humoriste anglophone dans la société française. Le ^{format} de la discipline du stand-up est également déconstruit notamment au prisme de son ethnocentrisme et de sa démythification initiée par les humoristes anglo-saxons eux-mêmes.

Mots-clés :

Humour – Interculturel – Médiacultures - Humoristes - États-Unis – France – Circulation – Stéréotypes - Communication – Interaction

Nombre de caractères total du mémoire (espaces non compris) : 327 799

Nombre de caractères pour la partie rédactionnelle (espaces non compris) : 195 362