

Université de Montréal

Humour et vivre ensemble : l'industrie humoristique québécoise au prisme de la diversité
culturelle et religieuse

par
Emmanuel Choquette

Département de science politique
Faculté des Arts et des Sciences

Thèse présentée à la Faculté des études supérieures et postdoctorales
en vue de l'obtention du grade de Philosophiae Doctor (Ph.D.)
en science politique

Décembre 2020

© Emmanuel Choquette, 2020

Université de Montréal
Département de science politique
Faculté des Arts et des Sciences

Cette thèse intitulée
**Humour et vivre ensemble : l'industrie humoristique québécoise au prisme de la diversité
culturelle et religieuse**

Présentée par
Emmanuel Choquette

A été évaluée par un jury composé des personnes suivantes :

Martin Papillon
Président-rapporteur

Frédéric Bastien
Directeur de recherche

André Blais
Membre du jury

Lucie Joubert
Examinatrice externe

Patrice Brodeur
Représentant du doyen de la FES

Résumé

Cette thèse de doctorat porte sur les implications de l'humour dans l'établissement du vivre ensemble au Québec. Je me penche tout particulièrement sur la production, le contenu et les effets des discours humoristiques dans le développement de certaines attitudes politiques à l'égard des communautés issues de la diversité culturelle et religieuse québécoise. L'ensemble de la recherche a été réalisé à travers la rédaction des trois articles, lesquels visent à mieux saisir la trajectoire empruntée par les messages humoristiques traitant de ces enjeux.

Le premier article s'attarde sur les motivations et les procédés à travers lesquels les humoristes et les artisans de l'humour construisent leurs numéros. Cette partie de l'étude a pour objectif de comprendre les facteurs d'influence de création humoristique traitant des enjeux du vivre ensemble tels que perçus par les membres de l'industrie de l'humour au Québec. Grâce à la réalisation d'une vingtaine d'entrevues semi-dirigées, on constate que le premier et principal vecteur de création de numéros d'humour reste l'individu, l'humoriste lui-même. C'est avant tout ses points de vues, sa façon de comprendre et d'interpréter le vivre ensemble qui est mis de l'avant. Le reflet de la société que renvoie l'humoriste est toutefois sous l'influence des pressions qu'il perçoit de la part de l'auditoire. Ainsi, les créateurs d'humour, comme tant d'autres personnalités ou groupes de l'espace public, sont soumis à un contrat de communication, lequel demeure à l'esprit de bon nombre d'humoristes.

Le second article propose une analyse de contenu de 76 vidéos humoristiques répertoriées sur la plate-forme de visionnement YouTube et abordant les questions du pluralisme. On y découvre que même si plus de 25 communautés culturelles et religieuses font l'objet de caricatures et de railleries, c'est la communauté arabo-musulmane qui représente la principale cible des humoristes, que ces derniers proviennent du groupe majoritaire ou des minorités. Le stéréotype liant islam et terrorisme est alors évoqué de façon récurrente.

Le troisième et dernier article se penche sur les effets de l'humour sur l'alimentation des préjugés auprès des individus. Il s'agit d'une étude expérimentale réalisée auprès de quelques 216 personnes séparées en deux groupes : un groupe a été exposé à des numéros véhiculant des stéréotypes culturels et religieux, à l'égard des arabo-musulmans en particulier, l'autre groupe a été confronté

à des prestations ne comportant pas ce genre de stéréotypes. D'une part, on n'observe aucun effet direct significatif, sans variable amplificatrice, entre les deux groupes, suggérant qu'il faut peut-être prendre en compte d'autres facteurs pouvant jouer un rôle. D'autre part, des impacts significatifs sont en effet observables en fonction de la participation religieuse. Ainsi, les effets de l'humour sont à l'évidence complexes à mesurer et il importe de prendre en considération des variables modératrices (*moderated effects*) afin d'en apprécier empiriquement les répercussions. En regard des différentes conclusions tirées dans mes trois recherches, il subsiste un écart entre la responsabilité ou les impacts des créations humoristiques tels que perçus par les humoristiques et ce que leurs numéros contiennent et les effets que ces derniers engendrent sur le terrain.

Mots-clés : Vivre ensemble, diversité, pluralisme, communication politique, humour, satire, religion, culture, stéréotypes, identité, reconnaissance, Québec, Arabe, islam, musulmans, minorité, majorité

Abstract

This dissertation focuses on the implications of humour in the establishment of the Quebecois concept of "le vivre ensemble" (that we could translate into social cohesion). In particular, I am looking at the role and effects of comedic speech in the development of political attitudes towards communities stemming from Quebec's cultural and religious diversity. All of the research was carried out through the writing of three articles, which aim to better understand the trajectory taken by humorous messages dealing with these kinds of issues.

The first article focuses on the motivations and processes through which humorists and members of Quebec's comedy industry construct their acts. The objective of this part of the study is to understand the influencing factors of the creative process dealing with the issues of the "vivre ensemble" as perceived by members of this industry. Based on about twenty semi-directed interviews, we can see that the first and main vector of comedy creation remains the individual, the stand-up comic themselves. It is above all their points of view, their way of understanding the "vivre ensemble" that is put forward. The comedian's thoughts on society are, however, influenced by the pressures they perceive from the audience. Thus, creators of comic communications, like so many other public figures or groups, are subject to a communication contract, which remains in the minds of many stand-up comics.

The second article proposes a content analysis of 76 humorous videos listed on the YouTube viewing platform and addressing issues of pluralism. It reveals that although more than 25 cultural and religious communities are the subject of caricatures and taunting, it is the Arab-Muslim community that represents the main target of humoristic videos whether they come from the majority or minority group. The stereotype linking Islam and terrorism is then evoked repeatedly.

The third and final article looks at the effects of humour on the feeding of prejudices among individuals. It is an experimental study carried out with some 216 people separated into two groups: one group was exposed to acts that conveys cultural and religious stereotypes, particularly towards Arab-Muslims, while the other group was confronted with performances that did not contain such stereotypes. On one hand, there were no significant direct effects, without controlling for intervening factors, between the two groups, suggesting that conditional factors may need to be taken into account. On the other hand, however, significant impacts are indeed observable depending on the religious participation of the audience. Clearly, the effects of humour are complex to measure and it is important to take into account moderated effects in order to empirically assess the impact.

Keywords: Social cohesion, diversity, pluralism, political communication, humour, satire, religion, culture, stereotypes, identity, recognition, Quebec, Arab, Islam, Muslim, minority, majority, comedy, comics, stand-up

Table des matières

Résumé	iii
Abstract	iv
Table des matières	vi
Liste des tableaux	ix
Liste des figures	x
Remerciements	xii
Introduction	1
1. Contexte	2
1.1 Contexte sociopolitique	3
1.2 Contexte institutionnel	8
2. Revue de la littérature	12
2.1 Humour et science politique	12
2.2 Définir l'humour et le vivre ensemble	14
2.3 Humour et <i>humor studies</i>	21
3. Présentation des articles	23
3.1 Article 1 : l'industrie humoristique et le vivre ensemble	24
3.2 Article 2 : le traitement humoristique du vivre ensemble	29
3.3 Article 3 : les effets de l'humour sur le vivre ensemble	31
4. Quelques repères méthodologiques	34
4.1 Coup d'œil sur la méthodologie des articles	35
4.2 Quelques précisions sur les limites de l'étude	38
Chapitre 1 :	
Pourquoi blaguer sur les cultures et les religions ? Les réponses des acteurs de l'industrie humoristique québécoise	38
Introduction	40
1. Contexte social	42
2. Cadre théorique	45

2.1 Le « contrat humoristique »	46
2.2 Humour et vivre ensemble	48
2.3 Le contexte sociopolitique	48
3. Méthodologie	50
3.1 Présentation des facteurs explicatifs	51
3.2 Traitement des données d’entrevues	52
4. Présentation des résultats	53
4.1 Facteurs individuels.....	54
4.2 Facteurs contractuels	57
4.3 Facteurs institutionnels.....	61
4.4 Facteurs contextuels	65
Discussion	68
Annexe 1 : Les questionnaires d’entrevues semi-dirigées	73

Chapitre 2 :

Humour et vivre ensemble : stéréotypes identitaires au sein des groupes minoritaire et majoritaire québécois	75
---	----

Introduction	76
1. Discours humoristique et construction de l’identité québécoise	78
2. L’humour comme outil de reconnaissance ou de « mal reconnaissance »	79
3. Méthodologie	82
3.1 Pourquoi YouTube ?	82
3.2 Le devis de l’analyse de contenu.....	84
4. Résultats	86
4.1 Communautés ethniques et religieuses visées.....	87
4.2 Stéréotypes véhiculés	89
4.2.1 Stéréotypes linguistiques.....	93
4.2.2 Stéréotypes sur l’identité québécoise.....	95
4.2.3 Stéréotypes : la dichotomie Montréal et régions	95
5. Comparaison entre groupes minoritaire et majoritaire	97
Conclusion	98

Annexe 2 : Corpus des vidéos sur YouTube	101
Chapitre 3 :	
C'est juste une blague ! Vraiment ? Quand l'humour et la religion alimentent les stéréotypes.....	105
Introduction.....	106
1. Revue de la littérature.....	107
2. Cadre théorique.....	111
2.1 L'effet de cadrage.....	112
2.2 La religion en tant qu'effet modérateur	113
3. Méthodologie.....	116
3.1 Présentation des numéros	116
3.2 Déroulement de l'expérience	118
3.3 Construction des variables et des mesures	119
4. Résultats	121
4.1 Évaluation des effets directs.....	122
4.2 Effets de la variable modératrice.....	123
Discussion	126
Annexe 3 : Questionnaire	130
Conclusion.....	135
1. Synthèse des résultats et limites	135
2. Contribution de la thèse.....	141
Bibliographie.....	145

Liste des tableaux

Tableau 0.1 : Présentation des trois axes de la thèse	2
Tableau 1.1 : Quatre ensembles de facteurs explicatifs et questions associées	52
Tableau 2.1 : Grille d'analyse repère	85
Tableau 2.2 : Humoristes par groupe minoritaire et majoritaire.....	86
Tableau 3.1 : Comparaison de moyennes (t-test) entre les variables.....	122
Tableau 3.2 : Échelle de ressentiment et participation religieuse	124
Tableau 3.3 : Échelle de stéréotypes et participation religieuse	125
Tableau 3.4 : Thermomètre de perception et participation religieuse	125

Liste des figures

Figure 1.1 : Théorie de la violation bénigne en humour	47
Figure 1.2 : Continuum du contrat humoristique	61
Figure 2.1 : Fréquence des communautés et groupes mentionnés	88
Figure 2.2 : Fréquence des communautés religieuses-spirituelles mentionnées.....	89
Figure 2.3 : Fréquence des stéréotypes mentionnés envers les musulmans.....	90
Figure 2.4 : Groupes mentionnés par minorité et majorité	97
Figure 3.1 : Rôle de la variable modératrice	115

À Marguerite (1934-2015)

Remerciements

Il y aurait tant de personnes que je voudrais remercier. J'aurais pu écrire une thèse juste pour ça ! Je vais cependant me contenir et effectuer une sélection déchirante.

Je tiens tout d'abord à remercier la contribution du Fonds de Recherche du Québec - Société et culture (FRQSC) sans qui réaliser cette thèse aurait été difficile. Le support financier du FRQSC a été déterminant dans l'achèvement de mon doctorat. À titre de parent étudiant, c'était indispensable. Le financement intégré offert par l'Université de Montréal (UdeM) et son département de science politique a aussi joué un rôle important, me permettant de tenir bon jusqu'à l'obtention d'une bourse. D'ailleurs, je tiens à souligner la contribution des professeurs de science politique à l'UdeM. J'ai tant appris à vos côtés. Heureux d'avoir le privilège de vous côtoyer. J'en profite pour souligner le précieux support de l'équipe administrative du département. Merci à vous.

Merci également au Centre pour l'étude de la citoyenneté démocratique (CÉCD) pour son appui financier lors de l'élaboration de l'expérience. Le CÉCD m'a aussi donné accès à des chercheurs de haut niveau et m'a offert l'opportunité de présenter mes travaux tout en rencontrant de nouveaux collègues. Dans la même veine, je remercie chaleureusement l'équipe du Groupe de recherche en communication politique (GRCP) pour la pertinence de ses séminaires et des échanges me poussant à aller toujours plus loin. J'y ai rencontré des professeurs et des étudiants dévoués, dont certains sont même devenus des amis. Bravo et longue vie au CÉCD et au GRCP ! Merci aussi aux collègues et amis de l'Observatoire de l'humour (OH). Votre énergie est contagieuse. Je tiens également à remercier mes collègues et amis de l'École de politique appliquée de l'Université de Sherbrooke. Vous m'avez fait confiance de façon particulière, il y a quelques années, et j'ai dû quitter mon poste pour aller jusqu'au bout. Je souhaite travailler (et rigoler !) avec vous encore longtemps.

Je ne peux passer sous silence les encouragements de mes frères et sœurs. Carole, Vivianne, Ghislaine, Christian, Stéphane et Isabelle, que serais-je sans vous ? Que serais-je sans la musique, les chansons, les rires et les fêtes ingérables qui nous donnent des allures d'irréductibles Gaulois arrivant au cirque à Rome. Merci aussi à mes extraordinaires neveux et nièces, qui font ma fierté ! Je vous aime toutes et tous. Énormes bises à mes extraordinaires filleuls (et ma super filleule !). Bruno, Lou, Noa, Christophe et Emma. Parrain sera toujours là ! Merci à ma famille élargie :

Lorraine, Sonia, Patrick, André et Yolande, Michel, Sim et Nat (et toute la bande !), J-F et Geneviève (et toute la bande !!). Merci de m'accueillir parmi vous, merci de vos encouragements. Mille mercis aussi à vous, mes amis ! Je n'ose en nommer pour ne pas en oublier. Je vous dirai, en personne (sans doute un verre à la main), comment je suis chanceux de vous avoir près de moi. Chose certaine, on se retrouve bientôt, les potes !

Un énorme merci à mon directeur, Frédérick Bastien. Cher Frédérick, je n'aurais pu espérer meilleur personne pour diriger mes travaux. On souligne souvent ta rigueur, ta justesse, ta minutie, et on a bien raison. Mais, je tiens à saluer ta générosité et ta sensibilité, tout particulièrement. Tu as « le chic » pour trouver le mot juste ou pour proposer l'approche à adopter face à un enjeu, même lorsqu'il s'agit d'un défi personnel. Tes conseils se sont bien sûr avérés fort éclairants, mais ils ont surtout eu un effet apaisant sur moi, m'invitant à la patience, au calme (deux miracles !). À ton contact, j'ai gagné en confiance. J'ose croire que l'on poursuivra notre collaboration. Merci au jury de cette thèse : Martin Papillon (président), Lucie Joubert (jury externe) et André Blais (jury interne). Vos commentaires ont contribué à mener mes réflexions, mes recherches encore plus loin.

Je garde mes grands amours pour la fin... À vous deux, Lora et Pièro, ma reconnaissance va bien au-delà des remerciements. C'est un cliché de le dire, mais vous êtes ce dont je suis le plus fier ! J'ai commencé mon doctorat, et tu amorçais ton secondaire, ma grande. Aujourd'hui, te voilà improvisatrice au collégial ! Je débutais mes études doctorales, et tu entamais ta 5^e année, mon grand. Te voilà trompettiste en 3^e année du secondaire et « lead vocal » d'un groupe rock ! Toutes ses années, malgré les épreuves, en dépit des exigences de ma thèse (et de celle de maman !), vous êtes parvenus à faire éclore vos talents et à devenir des humains exceptionnels. Être présent pour vous voir grandir et prendre part à vos nombreux projets, ces cinq dernières années, sont mes plus grandes fiertés ! Je vous aime fort, et vous pourrez toujours compter sur moi. Je réserve ce dernier merci pour toi ma douce Karine. La complicité qui nous anime nous mène à réaliser des projets fous, souvent grandioses même ! Nos enfants constituent évidemment notre plus grand accomplissement. Merci pour les longues marches, pour les vibrantes soirées, pour toutes ces discussions... pour tous ces instants où on a refait le monde (et mélanger nos thèses !). Tu m'inspires, tu me pousses à devenir meilleur, mais surtout, tu me rends heureux. Je t'aime. Et dire que tout ça ne fait que commencer...

Introduction

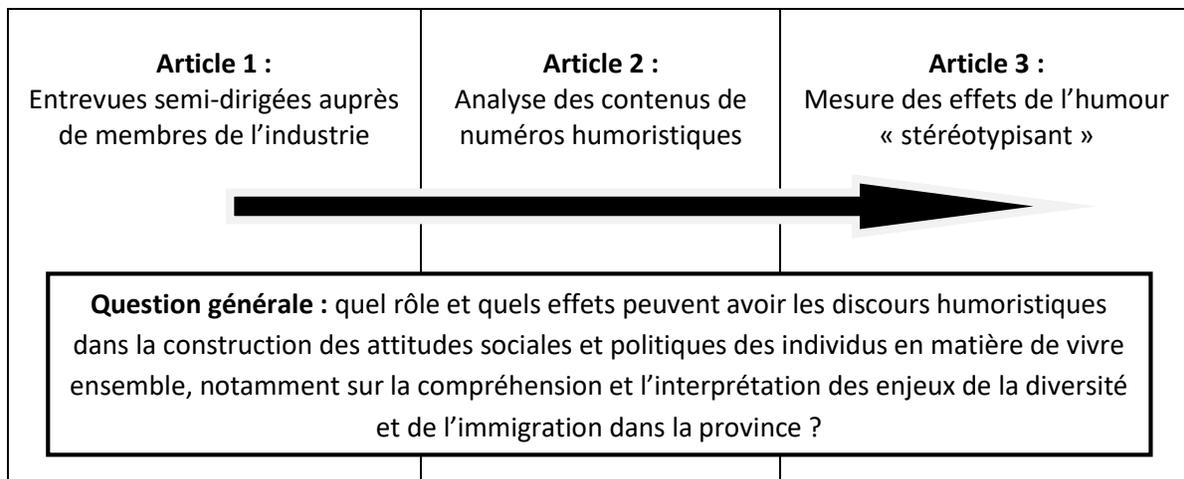
Les questions entourant le vivre ensemble demeurent au cœur des préoccupations collectives en bien des endroits sur le globe et le Québec ne fait pas exception. De la « crise » des accommodements raisonnables¹ en 2007 en passant par le projet de loi 60, aussi appelé la Charte des valeurs québécoises, de l'ex-gouvernement du Parti québécois (PQ) et l'élection de la Coalition avenir Québec (CAQ) en 2018², il semble que les enjeux entourant les questions identitaires et l'intégration ethnique, culturelle et religieuse des individus restent omniprésents dans l'actualité. Ces questions donnent lieu à de nombreux débats et l'espace public est fréquemment occupé par de multiples analyses, critiques et opinions en la matière. Comme bien d'autres domaines culturels et sociaux, l'humour traite également de ces délicats enjeux qui gravitent autour de l'établissement du vivre ensemble. Considérant la place importante qu'occupe l'humour dans l'espace public québécois, quels rôles et quels effets peuvent avoir les discours humoristiques dans la construction des attitudes sociales et politiques des individus en matière de vivre ensemble, notamment sur la compréhension et l'interprétation des enjeux de la diversité et de l'immigration dans la province ? Cette interrogation constitue ma question générale de recherche ainsi que le principal fil conducteur liant cette thèse par articles. Comme nous le constaterons au cours de l'élaboration de ce document, la réponse à cette question comporte plusieurs volets. Sur le plan du rôle, il n'est pas si évident que l'industrie de l'humour, les humoristes en particulier, soit tout à fait consciente de son apport potentiel sur l'établissement du vivre ensemble et de son influence sur l'opinion publique. L'analyse de contenu des discours humoristiques effectuée dans le second article de ma thèse démontre pourtant que les humoristes font encore de nos jours référence à plusieurs stéréotypes culturels et religieux, lesquels ciblent souvent les mêmes groupes d'ailleurs. Du côté des effets, le troisième article démontre que la pratique religieuse chez la majorité francophone catholique au Québec joue un rôle dans l'influence des numéros d'humour véhiculant des stéréotypes, notamment à l'endroit des arabo-musulmans.

¹ Cette « crise » fait référence à une période de débats sociaux et politiques autour de l'intégration des immigrants au Québec, notamment en ce qui concerne la place des minorités religieuses dans l'espace public. Les préoccupations entre autres soulevées à travers les médias entraineront la création de la Commission de consultation sur les pratiques d'accommodement reliées aux différences culturelles, sous la direction des commissaires Charles Taylor et Gérard Bouchard. Ces derniers déposeront un rapport de propositions au gouvernement en 2008 (Bouchard et Taylor 2008).

² Dans son programme électoral, le parti a promis l'adoption d'une loi entourant le port des signes religieux dans l'espace public. À la suite de l'élection de la CAQ en 2018, la loi 21 sur la laïcité de l'État a été mise en place en juin 2019.

Ainsi, à travers la production de trois articles scientifiques, mes travaux doctoraux visent à aller au-delà des perceptions et à se pencher sur cette question de la « stéréotypisation » par les discours humoristiques des communautés ethniques, culturelles et religieuses. Dans le premier article, je mets en lumière les facteurs de création des discours humoristiques, ceux traitant de diversité en particulier, du point de vue même des membres de l'industrie de l'humour. Dans le deuxième article, je procède à une analyse de contenu afin de recenser les communautés ciblées dans les numéros d'humour traitant du pluralisme³. Ce faisant, je porte également une attention sur la manière dont on parle de ces groupes en soulignant les stéréotypes qui sont évoqués à leur égard. Enfin, le troisième article propose une étude expérimentale, laquelle vient mesurer les effets des discours humoristiques véhiculant des stéréotypes sur les attitudes politiques des individus à l'égard des membres de la diversité ethnique, religieuse et culturelle. En somme, ma thèse a pour objectif de mieux comprendre la trajectoire d'un discours humoristique abordant des enjeux associés au vivre ensemble, à partir de la création d'un numéro, jusqu'aux impacts de sa réception en passant par une analyse de son contenu (tableau 0.1).

Tableau 0.1 : Présentation des trois axes de la thèse



³ Cette thèse fait maintes fois référence au pluralisme et à la diversité. À moins de précisions contraires, les deux mots constituent ici des synonymes, référant à la diversité ethnique, culturelle et religieuse. Évidemment on convient que le terme diversité peut évoquer d'autres formes de différences, notamment de genres et de sexes. Cependant, l'ensemble des recherches présentes dans ce document concerne la diversité sur des bases culturelle et religieuse. La mention du pluralisme s'effectue dans le même esprit. Sauf indication contraire, on parle à chaque fois de pluralisme ethnique, culturel et religieux.

1. Contexte

Cette section met en lumière deux éléments contextuels m'apparaissant importants à considérer dans l'élaboration de ma thèse. Le premier, le contexte sociopolitique, jette un regard sur les grands événements ou phénomènes de l'actualité politique et sociale ayant gravité autour de mon sujet de recherche. J'y présente également un résumé de certains moments marquants de l'humour québécois liés aux questions identitaires. Le second élément, le contexte institutionnel, souligne l'importance de certaines institutions dans le développement de l'industrie humoristique au Québec. L'apport de l'École nationale de l'humour (ÉNH) et celui des grands joueurs du milieu de l'humour y seront également évoqués.

1.1 Contexte sociopolitique

Les discours humoristiques sont omniprésents dans le paysage médiatique et culturel du Québec, à la radio, dans les journaux, à la télé et sur le Web. Des numéros et des spectacles d'humour abordant plusieurs aspects délicats du vivre ensemble, notamment les questions religieuses, ethniques et culturelles, ont aussi marqué l'imaginaire collectif des Québécois. On peut entre autres penser au groupe d'humoristes *Les Cyniques* qui a fait du clergé sa cible de prédilection dans les années 1960⁴. Soulignons également le « *N..... Black*⁵ » d'Yvon Deschamps dans les années 1970. On ne peut aussi passer sous silence le groupe *Rock et Belles Oreilles* (RBO) qui a caricaturé les icônes de l'Église catholique, des curés aux bonnes sœurs en passant par Jésus lui-même. RBO a d'ailleurs mis de l'avant des stéréotypes à l'égard de plusieurs minorités visibles, notamment les autochtones du Québec à travers ses « *Légendes amérindiennes* »⁶. L'ensemble de ces humoristes ou de ces groupes humoristiques, tout comme les numéros qu'ils ont présentés ont en commun un élément central pour ainsi dire indispensable à la compréhension d'une blague ou d'une caricature : le référent (Lafontaine 2017). Évidemment, ces repères de plusieurs natures (contextuels, culturels, territoriaux, etc.) se transforment, évoluent, changent ou disparaissent, notamment en fonction des

⁴ À ce sujet, leur numéro sur la présentation d'un « cours » de sacre constitue une pièce d'anthologie. On peut le visionner à cette adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=Vk29GYiBlzw>, consulté le 24 novembre 2020.

⁵ On fait ici référence au titre du numéro d'Yvon Deschamps qui visait à dénoncer, en utilisant l'ironie, le racisme envers la communauté noire. Il importe tout de même de rappeler que cette expression demeure chargée d'une histoire dramatique, laquelle est notamment marquée par l'esclavage des Afro-Américains et par des luttes pour la reconnaissance des droits des Noirs aux États-Unis et en bien des endroits dans le monde.

⁶ On peut en visionner un extrait à cette adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=htVvkxb5Krl>, consulté le 5 juillet 2017.

époques et des préoccupations collectives. C'est sans doute ce qui explique qu'au fil du temps, « les cibles » des humoristes vont changer.

Par exemple, tout porte à croire que, depuis les attentats de septembre 2001 aux États-Unis, les blagues à caractère religieux se sont détournées du catholicisme au profit, ou à l'encontre selon les points de vue, d'autres confessions, la religion musulmane tout particulièrement. Par exemple, quelques mois après les attaques de 2001, l'humoriste Lise Dion propose un numéro qui fait scandale à l'époque dans lequel elle arrive sur scène vêtue d'une burka⁷. Les discours humoristiques procédant à des amalgames entre nationalité arabe et terrorisme ou islam et radicalisme se multiplient ainsi au Québec, comme en bien des endroits. En outre, des humoristes eux-mêmes issus de cette communauté n'hésitent pas à se servir de clichés à l'égard des arabo-musulmans à la fois pour les dénoncer, mais aussi pour faire rire. C'est entre autres le cas de Rachid Badouri, qui se présente ainsi lors de sa première apparition au Festival Juste pour rire (JPR) sur la scène du Théâtre St-Denis à Montréal en 2005 : « Bonjour, je m'appelle Rachid Badouri, je suis un humoriste d'origine arabe. Ça vous casse un gala ça, hein ? »⁸. D'autres humoristes, dont Peter MacLeod et Guy Nantel, ont aussi offert des prestations dont les propos visaient spécifiquement les Arabes et les musulmans. En 2009, MacLeod présente une critique virulente de l'intégration des minorités culturelles et religieuses au Québec, notamment des arabo-musulmans, suggérant une vision plutôt exclusive du « nous »⁹. Sa prestation, offerte dans le cadre du Festival Juste pour rire à Montréal, s'est terminée par une ovation de l'auditoire. L'islam est aussi une des cibles de l'humoriste Guy Nantel comme en témoigne cet extrait d'un de ses spectacles en 2007 :

Tous ceux qui ne sont pas familiers avec la Charia, c'est la loi islamique qui fait qu'un homme peut faire à peu près ce qu'il veut avec sa femme, y compris l'exécuter si elle désobéit trop à ses ordres. Alors là, on va mettre les choses au clair avec les nouveaux arrivants. Quand vous arrivez au pays et qu'on vous dit faites comme chez vous, c'est une expression¹⁰!

⁷ Gaudet, Agnès (2011). « Les olympiques de Lise Dion », *Journal de Montréal*, [En ligne], <http://fr.canoe.ca/cgi-bin/imprimer.cgi?id=1060800>, consulté le 17 mars 2017.

⁸ On peut toujours voir l'extrait de ce numéro à cette adresse : <https://www.dailymotion.com/video/x6iezp>, consulté le 1^{er} octobre 2020.

⁹ Le numéro est accessible sur YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=qpu0yUppW4w>, consulté le 28 juillet 2020.

¹⁰ On peut voir cet extrait à l'adresse suivante : <https://www.dailymotion.com/video/x2xvah>, consultée le 6 octobre 2020.

Ces quelques exemples ne permettent certainement pas de conclure à une stigmatisation d'une communauté ou d'un groupe en particulier, les arabo-musulmans en occurrence. Toutefois, à première vue, il semble que cette catégorie d'individus demeure fréquemment visée dans les discours humoristiques.

Par ailleurs, d'autres groupes issus des minorités ethniques et religieuses font aussi l'objet de blagues et de caricatures. À ce propos, les spectacles de Nantel intitulés « Les vraies affaires » et « La réforme Nantel », présentés entre 2006 et 2011, accordent aussi une place importante aux enjeux entourant l'intégration des immigrants. Il y dépeint une majorité québécoise souvent trop tolérante à l'égard des demandes d'accommodements culturels et religieux. L'humoriste propose également à maintes reprises un portrait peu flatteur des personnes issues de l'immigration dont il critique, toujours sous les traits de l'humour, la volonté d'intégration réelle. Le spectacle « La réforme Nantel » a par ailleurs obtenu le Félix du spectacle de l'année – humour au gala de l'ADISQ en 2010 (Groupe entourage 2017) et a été le 8^e spectacle le plus populaire sur la scène québécoise (Fortier 2011) la même année.

Sur le plan de l'actualité, la Commission Bouchard-Taylor¹¹, chargée d'effectuer des recommandations entourant « les pratiques d'accommodement reliées aux différences culturelles » (Bouchard et Taylor 2008) a aussi donné lieu à un traitement humoristique des relations entre la majorité et les minorités québécoises¹². Ce fut le cas de l'émission d'infodivertissement *Infoman* et sa figure de proue, Jean-René Dufort. L'animateur et son équipe ont ainsi proposé un regard satirique de la Commission Bouchard-Taylor, souvent présenté comme un conflit entre les régions, moins ouvertes à la diversité, et la métropole montréalaise plus sensible au multiculturalisme. Un autre important rendez-vous d'humour québécois, le *Bye Bye 2007*, a aussi présenté à travers le regard du groupe RBO un pastiche de la commission en la renommant « la conne-mission

¹¹ Rappelons que dans le contexte de la « crise » des accommodements raisonnables, les deux commissaires, Gérard Bouchard et Charles Taylor, étaient chargés de recueillir les points de vue des Québécois à la grandeur du territoire dans l'objectif de soumettre un rapport accompagné de recommandations au gouvernement visant à assurer une cohabitation harmonieuse entre le groupe majoritaire et les minorités culturelles et religieuses dans la province.

¹² Comme la conception de la majorité et des minorités possèdent quelques distinctions selon les différents articles de ma thèse, aucune définition transversale à mes recherches ne sera proposée. On peut toutefois souligner quelques éléments communs à ces définitions. Par majorité québécoise, on parle toujours de personnes blanches, non autochtones et vivant au Québec.

Bouchard-Taylor¹³. La parodie met en scène des intervenants, dont plusieurs personnages incarnés par les humoristes du groupe représentant des membres des minorités religieuses et culturelles. Le sketch véhicule plusieurs stéréotypes envers les Arabes et les musulmans, mais aussi envers les Juifs et les Noirs ainsi qu'à l'égard des immigrants en général. Un autre numéro met l'accent sur la menace ressentie par certains intervenants provenant de la majorité face à des demandes d'accommodements religieux de la part d'individus de confession musulmane en particulier¹⁴.

D'autres événements pouvant alimenter les créations humoristiques ont aussi généré bon nombre de débats autour des questions de diversités ethniques, culturelles et religieuses. On peut mentionner le projet de charte des valeurs québécoises déposé en 2013 par le gouvernement de Parti québécois (PQ) à la tête de la province jusqu'en 2014. La commission parlementaire mise sur pied par le PQ et visant à recueillir les points de vue des opposants et des personnes en faveur du projet a également fait l'objet de traitements humoristiques. Un extrait de cette commission où l'on aperçoit une famille de retour d'un voyage au Maroc faire part de leurs craintes envers les musulmans a d'ailleurs été récupéré de façon humoristique par *Infoman*¹⁵. La vidéo a beaucoup circulé sur Internet et compte plus d'un demi-million de visionnements sur la chaîne YouTube du blogueur Mathieu Charlebois. À nouveau, il semble que la communauté arabo-musulmane figure parmi les groupes les plus ciblés par les humoristes au Québec. Comme précédemment mentionné, on peut croire que l'attention humoristique plus concentrée sur les arabo-musulmans est en partie attribuable au contexte de préoccupations publiques entourant le terrorisme islamique après les attaques de septembre 2001.

Ce contexte est également présent à l'extérieur du Québec. En Europe, « l'affaire » des caricatures de Mahomet d'abord publiées dans le journal danois *Jyllands-Posten* en 2005 et dans le *Charlie Hebdo* en 2006 a mis en relief les tensions entourant la question de l'humour et de l'Islam, sur les

¹³ On peut voir un extrait à cette adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=x2-dmSdvT7U>, consulté le 4 septembre 2020.

¹⁴ Ce numéro intitulé « Hérouxville » fait référence à la municipalité d'Hérouxville au Québec, laquelle a mis de l'avant en 2007 un code de vie ciblant particulièrement les nouveaux arrivants afin de leur expliquer les valeurs à respecter dans cette localité. On peut voir l'extrait à l'adresse suivante : <https://www.youtube.com/watch?v=ixjsLEdMaZ8>, consulté le 4 septembre 2020.

¹⁵ On peut visionner la vidéo à cette adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=RhFfkxTrkbw>, consulté le 27 juillet 2020.

enjeux de liberté d'expression tout particulièrement (Viennot 2015). L'attaque meurtrière par des extrémistes islamistes au Charlie Hebdo en 2015 tuant notamment les dessinateurs Charb, Cabu, et Wolinski (Europe 1) a fort probablement contribué à alimenter le climat de peur envers certains membres de cette communauté. À ces événements s'ajoutent, dans les deux premières décennies des années 2000, des attaques terroristes impliquant des membres de groupes salafistes tels qu'Al-Qaida ou le groupe armé « État islamique » et les conflits en Irak et en Afghanistan. Ce contexte a vraisemblablement contribué à renforcer les stéréotypes envers la communauté arabo-musulmane fortement évoqués en humour en France (Ervine 2017), aux États-Unis (Jacobs-Huey 2006) ou au Québec. En outre, il est pensable que les blagues ou les caricatures répétées ciblant cette communauté de façon spécifique aient aussi contribué à entretenir une perception plus négative des arabo-musulmans en général.

Ce sont donc en particulier des questions d'intégration et de menace identitaire qui se retrouvent au centre des enjeux de diversité ethnique, religieuse et culturelle dans la province. Une enquête Ipsos-La Presse menée en 2018 témoigne de cette réalité. Elle souligne l'existence d'un paradoxe entre la perception positive de l'apport des immigrants à la société québécoise et les menaces identitaires et linguistiques que plusieurs ressentent en provenance des minorités (Perreault 2018). L'humour, fortement caractérisé par le recours au référent commun ou à la généralisation et en même temps par la nécessité de relativiser la portée du propos, comporte aussi sa part de paradoxe. Autrement dit, il semble possible qu'un discours humoristique caricaturant l'ensemble d'une communauté précise, bien que souvent présenté comme une simple plaisanterie, puisse contribuer à alimenter les stéréotypes, voire certains préjugés. Comme les numéros d'humour sont fréquemment inspirés des contextes et des préoccupations présentes dans l'espace public, le risque de retrouver un discours dominant à l'avantage de la majorité et « stéréotypisant » les minorités culturelles et religieuses est bien réel.

Enfin, ce questionnement à propos du rôle de l'humour dans la reconnaissance des membres de la diversité culturelle et religieuse émerge dans un contexte de débat autour de la liberté d'expression et l'appropriation culturelle. En France, en 2015, l'humoriste Dieudonné a été trouvé coupable d'incitation à la haine à la suite de ses propos sur les Juifs et la Shoah tenus lors de son spectacle intitulé « Le Mur » (Le Monde 2015). Au Québec, on peut mentionner les poursuites judiciaires

visant l'humoriste Mike Ward, condamné à verser « 35 000 \$ en dommages-intérêts compensatoires à Jérémy Gabriel pour s'être moqué sur scène de son handicap » (Radio-Canada 2020)¹⁶. Ces deux cas mettent en évidence les limites qu'il demeure difficile de tracer entre le propos humoristique, lequel viserait essentiellement à faire rire, et ses effets, notamment ceux de discriminer ou de stigmatiser une communauté ou des individus en particulier. Il importe enfin de souligner les débats entourant la représentation de la diversité dans l'espace public et celui que certains appellent l'appropriation culturelle. L'annulation à l'été 2018 de deux spectacles du metteur en scène Robert Lepage, SLAV et Kanata, critiqués pour ne pas suffisamment inclure les communautés noires et autochtones, en constitue de bons exemples. On peut aussi souligner le retrait momentané à l'automne 2020 d'un épisode de l'émission *La Petite Vie* qui présentait, sur le site Tou.TV, un personnage caricatural d'origine africaine incarné par le comédien Normand Brathwaite, lui-même issu de la communauté noire.

Plusieurs autres événements pourraient bien sûr être évoqués. Toutefois, ceux ici présentés permettent d'établir la place importante qu'occupent les enjeux de diversité culturelle et religieuse au Québec, comme en bien des endroits d'ailleurs. À nouveau, on peut concevoir que les membres de l'industrie humoristique québécoise, tant chez les « stand-up comics » que chez les diffuseurs ou les agents d'artistes, ne peuvent rester imperméables à ce contexte.

1.2 Contexte institutionnel

Au Québec, l'humour constitue une véritable industrie, laquelle repose en partie sur des institutions reconnues. Depuis l'avènement du Festival Juste pour rire dans les années 1980 en passant par la reconnaissance de l'École nationale de l'humour (ÉNH) à titre officiel d'institution d'enseignement collégial, l'industrie humoristique s'est considérablement développée. Selon Paré et Poirier (2016), ce sont d'abord des initiatives individuelles, dont celle de fondateur de JPR, Gilbert Rozon, qui ont permis au secteur humoristique de s'imposer au Québec.

De fait, les premières reconnaissances et subventions gouvernementales accordées lors des débuts de l'industrialisation de l'humour francophone québécois ont surtout été le fruit de la démarche

¹⁶ Au moment d'écrire ces lignes, la Cour suprême du Canada, le plus haut tribunal du pays, avait accepté l'appel de ce jugement demandé par Ward.

individuelle de Gilbert Rozon et de son équipe à l'époque chez Juste pour rire. On pense entre autres au financement du Festival ou encore à la naissance et à la reconnaissance de l'ÉNH. « Cette dernière a d'ailleurs vu le jour "via un programme fédéral de développement de l'emploi", "un des rares programmes dans le domaine culturel" qui voulait "former et outiller les travailleurs pour favoriser leur insertion professionnelle" » (Paré et Poirier 2016, 76). En 1992, l'ÉNH obtient la reconnaissance officielle du gouvernement du Québec de deux programmes de formations professionnelles (ÉNH 2020). L'institution devient ainsi l'une des premières, sinon la première école de formation d'humoristes à l'échelle mondiale. Avec le soutien du ministère de la Culture du Québec et de Patrimoine Canada, l'ÉNH acquiert officiellement son autonomie et son indépendance du Groupe JPR en 1993 (ÉNH 2020). De cette façon, l'organisation est parvenue à émerger notamment grâce à l'investissement de fonds publics. Les considérations financières ne sont pas à négliger d'ailleurs sachant que l'on investit environ un demi-million de dollars canadiens uniquement pour faire la promotion d'un humoriste en tournée¹⁷. De nos jours, le rôle de l'École demeure substantiel au sein de l'industrie. En 2015, la grande majorité des « humoristes actifs dans le domaine », autour de 81%, sont issus de l'ÉNH (Brouard et Paré 2015, 14). À cette présence de l'ÉNH, mentionnons également la création, en 1998, de l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour, laquelle « rassemble, sur une base volontaire, les différents acteurs de l'industrie de l'humour soit les auteurs, gérants, agents, producteurs, diffuseurs, organismes et bien sûr les humoristes » (APIH 2020). L'ajout de cette organisation témoigne à nouveau d'une véritable institutionnalisation de l'humour au Québec.

Le portrait de l'industrie s'est par contre considérablement transformé ces dernières années. D'une part, le Groupe JPR a dû effectuer une restructuration de l'entreprise à la suite de nombreuses allégations et d'une accusation envers son président, Gilbert Rozon, de viol et d'attentat à la pudeur à l'endroit d'une femme¹⁸. D'autre part, dans ce contexte et dans la foulée du mouvement #MeToo, un autre festival d'humour a fait son apparition dans la région métropolitaine québécoise, le Grand Montréal comique. Sans but lucratif, l'organisme créé en 2018 se veut plus inclusif à la diversité

¹⁷Informations exposées par Christelle Paré lors de sa présentation à la Bibliothèque publique d'information - Centre Pompidou de Paris, sur le thème de l'humour dans les médias. Voir : <https://www.youtube.com/watch?v=e0gjDQcL5D4>, consulté le 7 octobre 2020.

¹⁸ Marin, Stéphanie (2018). « Gilbert Rozon accusé de viol », *Le Droit*, [En ligne], <https://www.ledroit.com/actualites/justice-et-faits-divers/gilbert-rozon-accuse-de-viol-b4136a92c47f2eeee866dd6c93d8a8ffb>, consulté le 7 octobre 2020.

et à la relève en humour¹⁹. En outre, de plus en plus de tribunes humoristiques apparaissent tant dans les grands centres qu'ailleurs en province. En effet, d'autres événements ou organisations prennent progressivement de l'ampleur. On peut penser au Zoofest de Montréal, un festival d'humour mis sur pied en 2009 en marge du festival JPR. Un autre joueur, ComediHa !, s'impose de plus en plus à l'échelle nationale. Uniquement durant son festival d'humour dans la ville de Québec, le « Comedi Ha ! Fest-Québec 2019 » a présenté autour de 300 spectacles (Comedi Ha ! 2019) et le budget 2019 de l'entreprise frôlait les 15 millions de dollars canadiens (Provencher 2019). En ce qui concerne les fréquentations en salle et les revenus de billetterie, d'après les chiffres les plus récents, les spectacles d'humour demeurent les contenus culturels et de divertissement les plus populaires auprès des Québécois. On observe une augmentation de 21 % de l'assistance en 2018 par rapport à 2017, la hausse la plus importante tous genres confondus et les revenus à la billetterie pour la même année dépassent les 56 millions de dollars canadiens avant taxes, un sommet encore une fois (Fortier 2019).

Évidemment, le contexte de la pandémie de COVID-19 risque fort d'affecter l'industrie de l'humour, comme l'ensemble du secteur des arts et du divertissement. Il est encore trop tôt pour prendre la mesure des impacts, notamment en termes de pertes économiques. Toutefois, une note de recherche de Brouard et Paré (2020) démontre que le milieu s'adapte à cette « nouvelle » réalité et propose de plus en plus de solutions innovantes pour rejoindre l'auditoire. Des dizaines d'humoristes ont ainsi présenté des extraits ou des spectacles entièrement en ligne et d'importants rendez-vous d'humour comme le festival JPR ou le Grand Montréal comique ont présenté une bonne partie de leurs contenus sur le Web. Bien que l'on ne dispose actuellement que de peu de données permettant d'estimer les revenus ou le nombre de participants à ces événements, il semble, du moins à en croire la multiplication des initiatives, que les publics²⁰ soient tout de même au rendez-vous.

Enfin, sur le plan de la diversité ethnique et culturelle, l'industrie de l'humour semble progressivement transformée par une présence de plus en plus grande d'humoristes issus des

¹⁹ Grand Montréal comique (2020). *Avant-propos*, [En ligne], <https://grandmtlcomique.com/a-propos/>, consulté le 7 octobre 2020.

²⁰ Je ferai plus souvent référence à des publics plutôt qu'au public dans l'ensemble de cette thèse considérant entre autres la multiplicité des individus, des préférences, des comportements qui les définissent.

minorités. Selon les données de l'ISQ (2019a), environ 10 % des spectacles les plus courus en humour sont des créations d'humoristes en provenance des minorités visibles, soit légèrement moins que la proportion de minorités visibles à l'échelle nationale estimée à 13 % (ISQ 2019b). C'est toutefois dans les grands centres, à Montréal en particulier, que l'on retrouve davantage des tribunes offrant des opportunités de prestations aux « stand-up comics » issus de la diversité. C'est notamment le cas du *Couscous Comedy Show* ou du *Gala Extrémis* présentés depuis quelques années dans la métropole. En dépit de cette présence de plus en plus importante d'humoristes provenant de la diversité, la question du pluralisme et de l'accessibilité à la création en humour demeure un enjeu pour l'industrie de l'humour au Québec (Destrempes 2019). Une recension des diplômés issus des minorités dans le volet création de l'ÉNH, à peine une douzaine sur 149 (8,1%) entre 2006 et 2019²¹, vient appuyer cette affirmation.

Ce portrait du contexte politique et institutionnel de l'humour justifie la pertinence de rédiger une thèse liant contenu humoristique et vivre ensemble. En premier lieu, ces quelques observations viennent confirmer l'importance de l'industrie de l'humour au Québec. En second lieu, prenant en considération ce constat ainsi que l'omniprésence de l'humour dans le quotidien et la vie des Québécois, on peut penser que les discours humoristiques ont une influence sur la construction des attitudes sociales et politiques de la population. Qui plus est, le récent contexte social et politique, fortement marqué par les enjeux identitaires, offre de nombreux référents humoristiques concernant le vivre ensemble, en ce qui a trait au pluralisme culturel et religieux tout particulièrement. Le rayonnement des humoristes à travers toutes les tribunes médiatiques (à la télé, à la radio, sur le web, etc.) accorde ainsi au milieu de l'humour un poids important dans la circulation des idées en la matière. Dans cette perspective, le reflet de la société proposé par les humoristes et l'industrie de l'humour en général est important à analyser et à saisir. Il en va probablement de même pour les conséquences que peut engendrer le traitement humoristique des enjeux identitaires sur notre perception des individus et des communautés issus de la diversité culturelle et religieuse au Québec.

²¹ La référence à cette période de temps est justifiée dans les articles de ma thèse. J'explique également ce choix dans le résumé méthodologique à la section 4 (quelques repères méthodologiques) de cette introduction.

2. Revue de la littérature

Cette revue de la littérature présente les éléments théoriques transversaux à l'ensemble de mes recherches doctorales, à commencer par la question de l'humour et ses liens avec la science politique. Les notions de discours humoristiques et de vivre ensemble seront également abordées dans cette section, permettant d'apporter des précisions conceptuelles en la matière. Évidemment, les définitions proposées, comme tout effort d'identification des contours interprétatifs de mots et d'expressions, comportent leurs limites.

2.1 Humour et science politique

On peut en convenir, l'humour ne constitue pas un objet de recherche largement prisé en science politique. Les notions, les concepts, voire les enjeux qui gravitent autour du domaine semblent, au premier regard, assez éloignés de la discipline. Il importe de remettre ce constat en perspective. Premièrement, comme le souligne Pierre Favre, il n'existe pas d'objet d'étude exclusivement dédié à la science politique. À la limite, c'est le traitement que l'on accorde à une problématique qui en fait un phénomène politique (Favre 2007). C'est également le point de vue de Gazibo et Jenson :

Comme on le sait, il n'y a pas de phénomènes politiques par nature et d'autres qui ne le sont pas. Au contraire, tout phénomène peut devenir politique s'il subit un processus de politisation qui le sort de la sphère purement sociale ou privée pour en faire un objet au carrefour de la sphère sociale et d'autorités et d'institutions politiques (Gazibo et Jenson 2012, 5).

En effet, de nombreuses questions ne sont pas intrinsèquement politiques. La question des accommodements raisonnables par exemple, ne constitue pas un objet politique avant tout. Au contraire même, au Québec, elle représente initialement un enjeu légal, un enjeu social (Labelle et Icart, 2007). Ce n'est qu'à travers la politisation de ce débat en 2006, notamment en raison de l'implication de l'ancienne formation politique de l'Action démocratique du Québec (ADQ) que cette question devient une véritable préoccupation politique dans la province. De ce point de vue, au-delà de ses multiples dimensions de nature autre que politique, l'humour comporte certainement des considérations et des répercussions politiques. Juste sur le plan de la caricature, le lien entre l'humour et la politique semble évident nous rappellent Aird et Falardeau : « Il faut remonter à la naissance de la presse pour voir comment notre peuple a toujours été attiré par la caricature pour

appréhender le monde politique. Dès l'apparition des journaux, c'est une histoire de destins liés entre les caricaturistes et les politiciens » (2009, 7).

Deuxièmement, même si le domaine de l'humour peut être concerné par des questions « propres » à la science politique, notamment les enjeux de pouvoir, d'autres notions peuvent aussi témoigner de la dimension politique de l'humour. Il importe alors, comme le précisent Leibovici et Pihet, d'aller au-delà des enjeux de pouvoir pour comprendre les effets politiques des réalités sociales et culturelles qui caractérisent une société donnée (Leibovici et Pihet 2011, 117). Ainsi, on a fréquemment étudié l'humour en lien avec plusieurs questions gravitant autour d'enjeux ou de phénomènes politiques. On peut citer les travaux de Joubert (2014) liant féminisme et humour, ceux de Lafontaine (2017) soulignant l'usage de l'humour subversif par des humoristes issus de la diversité ethnique et culturelle pour lutter contre les préjugés raciaux. Un ouvrage collectif sous la direction de Dufort et Olivier (2016) aborde aussi les questions du vivre ensemble, du pouvoir et des intérêts collectifs. Un autre dirigé par Dufort, Roy et Olivier (2020) s'attarde sur le lien entre l'humour et la violence symbolique. Sur le plan de la communication politique, comme souligné précédemment, certains se sont penchés sur des aspects davantage liés à l'infodivertissement qu'à l'humour de façon exclusive (Amey et Leroux 2012; Bastien 2013). On pourrait citer ainsi moult ouvrages dont l'objet de recherche principal, sans être complètement associé à l'humour ou à la politique, prend en considération de façon importante ces deux dimensions.

En ce qui concerne cette thèse, je suis d'avis que l'humour, comme tout type de discours circulant dans l'espace public, est sujet à alimenter notre perception, notre compréhension de l'environnement dans lequel on évolue. Si, comme je l'ai précisé plus haut, l'humour contribue à rapprocher ou à éloigner les communautés et les individus, il participe forcément à l'élaboration du contrat social, un aspect éminemment politique. À nouveau, prenant en compte l'importance de l'industrie de l'humour au Québec, il m'apparaît important de se pencher sur son rôle dans le développement des attitudes politiques des Québécoises et des Québécois. En outre, l'humour faisant partie de toute société, les conclusions de cette thèse pourront servir d'appuis et de point de comparaison pour d'autres recherches.

2.2 Définir l'humour et le vivre ensemble

Mais, qu'est-ce que l'humour ? Cette question, bon nombre de chercheurs se la sont posée et depuis longtemps. Dès le début du 20^e siècle, l'ouvrage de Cazamian (1906) intitulé « Pourquoi nous ne pouvons définir l'humour » donnait une idée assez précise du défi que cela pouvait représenter. Un texte de Baldensperger (1907) va dans la même direction et, à cet égard, le titre de l'article, « Les définitions de l'humour », ne manque pas d'ironie ! Goldstein et McGhee (1972) abondent dans le même sens estimant alors qu'aucune définition proposée n'est encore acceptable. Dans cette perspective, on s'entend surtout sur le fait qu'il demeure difficile de définir le concept universellement (Larkin-Galiñanes 2017). De façon générale, c'est le caractère instinctif et transversal de l'humour dans l'existence humaine qui explique en partie cette timidité. L'humour est partout, en tout temps et en toutes circonstances, il serait pour ainsi dire insaisissable. Cette perspective demeure largement partagée de nos jours. Moura (2010, 1) résume ainsi sa pensée sur la question : « [D]es travaux sans nombre ont tenté de cerner la notion, les histoires des humours nationaux fleurissent partout, mais l'humour, en tant que phénomène clairement identifié et généralement accepté, n'existe pas ». Mais, en dépit de l'absence de définition universelle, existe-t-il des dimensions plus consensuelles permettant de proposer une conception, disons plus partagée de l'humour? La réponse à cette question réside sans doute en grande partie dans la catégorisation du concept. Ainsi, pour pallier ce problème, Charaudeau (2006) propose de catégoriser l'humour plutôt que de le définir. Encore une fois cependant, le chercheur nous met en garde contre la tentation de tracer des frontières étanches entre les différentes catégories reconnaissant que l'ironie se confond parfois à d'autres genres humoristiques, comme la satire par exemple. Des réserves que partagent notamment Bali *et al.* (2018, 18) paraphrasant ainsi Attardo *et al.* (1994): « Consensus is yet to be achieved regarding the categorization of humour. » Nul doute à mon esprit cependant que la caricature, l'ironie, la moquerie, la satire et la dérision constituent des traits d'humour ou des « actes humoristiques » pour citer à nouveau Charaudeau (2013, 15).

Par ailleurs, bien que le rire demeure fortement associé au discours humoristique²², il n'est pas indispensable à la notion d'humour pour autant. En effet, sur le plan discursif, il faut d'abord se

²² Afin d'éviter toute ambiguïté, je précise que l'utilisation de terme « discours humoristique » constitue un synonyme d'humour dans le cadre de cette étude. Il évoque ainsi autant le discours à travers l'expression orale ou écrite, mais aussi à travers le recours à l'image ou à la représentation visuelle, comme la caricature.

garder d'associer systématiquement humour à rire puisque, comme le souligne Charaudeau, si l'humour « peut faire rire ou sourire, bien souvent ce n'est pas le cas » (Charaudeau 2006, 20). De même en est-il selon Trouvain et Truong (2017) lorsqu'ils soulignent que, même s'il est indéniable que le rire peut constituer une manifestation de l'effet d'une blague, rire et humour n'en demeurent pas moins distincts à bien des égards, on peut penser au rire nerveux ou anxieux. Même point de vue pour Roy (2016) qui, soulevant la question du rire, affirme que « [l]'humour ne peut donc pas être déterminé (du moins de manière totale) par ses effets » (Roy 2016, 249). Cette précision entre parenthèses de la part de Roy, tout comme les nuances exprimées par Trouvain et Truong, permet tout de même de convenir que, sans que cela ne soit systématique, le rire représente souvent une dimension de l'humour, laquelle constitue certainement un des principaux objectifs de l'humoriste. En ce sens, sans assimiler en totalité le rire à une définition de l'humour, on ne peut l'en écarter complètement. Ainsi, en dépit de l'absence de consensus entourant l'élaboration d'une conception universelle et satisfaisante de l'humour, j'en propose tout de même ici une définition visant à préciser ce qui, dans le cadre de cette recherche, est considéré comme humoristique. Par humour, incluant les références à « discours humoristique » et à « acte humoristique », j'entends donc une forme de discours, référant tantôt à des propos et à des représentations explicites (discours ou images concrètes), tantôt à des propos et des représentations plus implicites (jeux de langage, images cognitives), se rapportant à des catégories relevant du comique tel que, l'ironie, la satire, la caricature et la dérision. Bien qu'il faille éviter d'assimiler le rire à l'humour, le discours humoristique vise bien souvent à faire rire, voire à déclencher l'hilarité. C'est en particulier le cas pour les humoristes, notamment pour les « stand-up comics ». La dernière partie de cette définition soulève toutefois une autre question : qu'est-ce qui fait rire ?

La réponse à cette interrogation se trouve notamment dans la théorie de l'incongruité-résolution en humour mise de l'avant par Suls (1972). Pour ce dernier, c'est le lien entre une situation jugée « incongrue » au départ et la résolution de cette incongruité par la suite qui témoigne de l'efficacité de l'humour et entraîne le rire. Précisons d'emblée que la théorie de Suls est toutefois remise en question depuis quelques années. Aillaud et Piolat (2013) expliquent d'ailleurs à ce sujet que certains procédés humoristiques, l'humour absurde par exemple, ne proposent pas de résolution précise à une situation jugée « insensée », mais parviennent malgré tout à faire rire. En dépit de ses détracteurs, la théorie de l'incongruité-résolution souligne tout de même un déclencheur important

d'hilarité : la surprise. De fait, c'est l'étonnement créé par la résolution du problème, ce que l'on appelle la chute ou la « punch-line » en humour, qui entraîne souvent le rire. Référant à Ziv (1984) et à Morreall (1983), Larkin-Galiñanes 2017 explique que le rire qui survient après la blague constitue une forme de réflexe. D'une certaine façon, l'idée est de susciter suffisamment la réflexion pour que la résolution étonne et fasse rire, mais pas assez pour que l'on prenne la pleine mesure de ce qui vient d'être énoncé ou de ce que cela implique. C'est une question d'équilibre.

Avner Ziv stressed that it should be short, and should constitute “a point of climax that is quickly over,” no matter how lengthy the lead-up (1984, pp. 90–91), and John Morreall described the effects of the punch line as a sudden psychological change that takes place too fast for us to assimilate into our experience in the way we can assimilate other psychological changes and that is a function of the amount of change (“the difference between the earlier stage and the latter”) and the time over which the change takes place (1983, pp. 48–49).

On peut penser que ce réflexe contribue à trouver drôles des situations que l'on ne trouverait pas particulièrement comiques, à faire en sorte qu'un propos formulé avec humour emprunte un chemin autrement dans notre esprit que s'il avait été servi d'une autre manière. C'est ce qu'a constaté Young (2008) en menant une expérience auprès de 216 répondants séparés en trois groupes : un qui, avant de répondre à un questionnaire, devait lire 10 blagues politiques tirées des « late shows » américains, un autre qui devait lire 10 énoncés au contenu semblable, mais strictement informel et un dernier qui n'avait rien à lire avant de remplir le questionnaire. On constate une diminution significative du sens critique chez les personnes exposées aux discours humoristiques. Young postule que c'est l'énergie cognitive sollicitée par l'humour qui serait en cause et que confronté à une blague, le cerveau concentrerait son attention à décoder le sens de ce type d'énoncé au détriment d'une évaluation plus critique de la situation. Placé devant un propos humoristique, on « baisserait la garde » en quelques sortes. À la limite, c'est justement ce que l'on ne saisit pas tout à fait qui peut faire rire comme le précise Aillaud et Piolat (2013) constatant que l'humour devient souvent plus efficace lorsqu'il comporte une bonne part d'irrationalité. Il importe aussi de préciser que le rire lui-même fait rire. Ce qui explique d'ailleurs la présence de rires ajoutés dans de nombreuses comédies de situation (*sitcom*) comme le précise Platow *et al.* (2005). Rappelons enfin que le rire, et l'humour par extension, comme cela sera précisé dans les prochaines lignes,

comportent des fonctions sociales importantes, notamment celle de briser des tabous et de réguler nos rapports interpersonnels (Ylagan 2019).

En effet, au-delà de ces critères pouvant le définir, l'humour est également reconnaissable à travers ses fonctions, lesquelles possèdent des dimensions politiques non négligeables dans la mesure où on les relie aux dynamiques sociales, à nos rapports au sein et entre les sociétés. En ce sens, comme précédemment souligné, en s'appuyant sur les travaux de Meyer (2000), on peut regrouper les fonctions de l'humour en deux grandes catégories, les fonctions d'unification et les fonctions de division. La catégorie unification fait appel à deux fonctions, l'identification et la clarification. Par identification, on entend la capacité du discours humoristique d'identifier des lieux de discussion communs afin d'établir un climat d'échanges favorable et de diminuer les tensions (Meyer 2000, 318). Il en va sensiblement de même pour la fonction de clarification qui, toujours selon Meyer, accorde à l'humour le pouvoir de simplifier les enjeux et de les mettre en lumière (Meyer 2000, 319). Cette efficacité du discours humoristique d'attirer l'attention vers des sujets précis contribuerait ainsi à installer des repères positifs de préoccupations collectives. Cette conception des fonctions unificatrices de l'humour correspond à trois éléments du vivre ensemble. Le premier met en lumière l'idéal du concept alors envisagé « comme une cohabitation harmonieuse qui permet l'émergence d'un projet de société commun entre personnes d'origines diverses qui partagent un même territoire » (Saillant 2016, 58). Le second souligne la nécessité d'une pédagogie du vivre ensemble et passe alors par la « promotion d'un dialogue » entre les cultures (Duhamel et Estivalèzes 2013). Le troisième met l'accent sur les inévitables confrontations des différences au sein des collectivités. De fait, les divergences d'opinions, la cohabitation des différences et la persistance de rapports conflictuels entre les individus demeurent inévitables à l'intérieur de nos sociétés. La reconnaissance et la libre expression des oppositions et de tensions sociales dans l'espace public constituent ainsi des formes de régulation des divergences ouvrant la porte à l'établissement d'un vivre ensemble inclusif et ouvert à la diversité (Amossy 2014).

Par ailleurs, Meyer estime que l'humour possède tout de même des fonctions « divisives », lesquelles peuvent alors contribuer à l'effritement du tissu social, voire nuire à la consolidation du vivre ensemble. Ces dernières sont identifiables à travers la fonction « d'établissement de normes » (*enforcement*) et celle de la « différenciation ». Le discours humoristique viendrait ainsi, selon

Meyer, déterminer ce qui serait acceptable pour l'ensemble d'un groupe et, par effet contraire, ce qui devrait être rejeté ou considéré comme marginal (Meyer 2000, 320). Enfin, la fonction de différenciation viendrait établir un rapport du « nous » envers les « autres ». L'humour contribuerait ainsi à la formation d'alliances et de groupes distincts entre ceux qui partagent ou s'identifient au discours et ceux qui en seraient la cible (Meyer 2000, 321). De ce fait, la présence de l'humour dans un procédé discursif participerait certes à la construction des normes sociales, mais aussi à déterminer des paramètres d'exclusion. Les préjugés et les stéréotypes font certainement partie de cette dimension. Dans cette optique, l'acte humoristique peut participer à l'effritement du tissu social et s'éloigner du vivre ensemble. Précisons que cette théorie des fonctions de l'humour, bien qu'elle ait été mobilisée à quelques reprises (Hester 2007; Sills 2011; Mocarski 2014; Gurak 2016), ne semble pas avoir été mise à l'épreuve de façon empirique, notamment dans le cadre d'une étude expérimentale.

Ainsi donc, l'humour renferme des fonctions pouvant contribuer à l'établissement du vivre ensemble ou, *a contrario*, venant fragiliser voire effriter le tissu social. Cela signifie du même souffle qu'il peut jouer un rôle sur le plan de l'intégration des minorités culturelles et religieuses et dans le développement d'un véritable sentiment d'appartenance des personnes issues de ces communautés à l'égard de la société dans laquelle elles évoluent. La littérature relève d'ailleurs quelques ambiguïtés à ce sujet.

On peut prendre pour exemple la campagne publicitaire de la branche grecque du Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés (UNHCR) de 2014 analysée dans une étude d'Archakis *et al.* (2018). Présentées sous la forme humoristique et intitulées « I'm not racist but... »²³, les publicités reliées à cette campagne ont été diffusées sur YouTube et avaient pour objectif de dénoncer et de lutter contre l'adoption de comportements racistes en Grèce. On y voyait notamment une femme blanche monter à bord d'un autobus sans payer et refusant qu'un homme noir ayant acquitté ses frais de transport ne s'assoie à côté d'elle. C'est surtout le discours de la femme qui était cadré de façon humoristique. L'analyse de contenu met en relief des lacunes sur le plan de la représentation des minorités et interroge l'efficacité du traitement humoristique dans ce

²³ Il s'agit de la traduction du titre en grec de la campagne publicitaire. À ce propos, l'ensemble des propos tenus dans ces publicités ont été traduits et analysés par Archakis *et al.* (2018).

genre de publicités. Les auteurs font valoir entre autres que ces contenus publicitaires entretiennent le mythe de la personne immigrante parfaitement intégrée, voire assimilée portant des vêtements correspondant à la tenue vestimentaire de la majorité et parlant un grec sans « accent étranger ». Si ces personnes sont victimes de racisme, imaginez ce que peuvent vivre celles ayant des traits culturels à l'évidence autres que d'origine locale, soulignent les auteurs de la recherche. Ce que l'on questionne ici, c'est d'une part, l'efficacité du procédé humoristique mis de l'avant pour sensibiliser la population au racisme et d'autre part, la possibilité d'un écart entre les effets souhaités de l'opération (les intentions) et l'impact réel de ces messages sur les attitudes politiques et sociales de la majorité locale (les effets « réels ») envers les minorités.

Cet écart entre les intentions et les effets avérés constituent une autre dimension des ambiguïtés identifiées dans la littérature. La notion de confiance à l'égard des autres, en termes d'altérité culturelle et religieuse tout particulièrement, semble au cœur de ce questionnement et recèle aussi deux aspects relevés dans la recherche : la confiance de la majorité envers les minorités et celle des membres de la diversité culturelle et religieuse à l'endroit du groupe majoritaire. Les blagues véhiculant et dénonçant même des stéréotypes permettent-elles de dépasser ces clichés et de considérer les communautés ciblées comme des citoyens ou des membres de la collectivité à part entière? Deux travaux se penchant sur le rôle de l'humour dans la reconnaissance et l'intégration des membres de la communauté arabo-musulmane proposent des pistes de réponses à cette question.

En effet, les recherches de Michael (2013) et celles de Zimbardo (2014), portant sur l'utilisation de l'humour pour lutter contre l'islamophobie aux États-Unis partent sensiblement du même constat : l'image des arabo-musulmans est généralement traitée de façon négative dans l'espace public. Cela se reflète dans les stéréotypes humoristiques véhiculés par bon nombre d'Américains estime Michael (2013). Selon la chercheuse, rire des immigrants et faire référence à la peur de l'autre demeurent des constantes et les musulmans représentent la « nouvelle cible » des railleries. Un constat qui remonterait avant les attentats de septembre 2001. Même point de vue pour Zimbardo (2014), laquelle explique que bien souvent, l'image médiatique des musulmans correspond à des personnes n'ayant pas le sens de l'humour et ne riant que très peu. Elle cite un extrait de la « stand-up comic » Ashar Usman pour démontrer ce phénomène : « An Indian

American Muslim man who wears a full beard, he greets the audience with the line, "Hey listen, so let's get this out of the way. I'm perfectly aware most of you have never seen somebody who looks like me smile before" (Kalin 2008). » C'est à ces stéréotypes que s'attaquent à l'évidence plusieurs humoristes ou auteurs d'humour issus des minorités aux États-Unis. Toujours selon Michael et Zimbardo, l'humour incarne non seulement un moyen de dénoncer les stéréotypes, mais il constitue une excellente façon de dépasser le stade de la reconnaissance des différences. Les recours à l'ironie et à l'autodérision par les humoristes provenant des minorités culturelles et religieuses, les arabo-musulmans dans ces cas précis, visent à transmettre le message suivant au groupe majoritaire : nous sommes comme tout le monde, nous avons une vie, une famille, un travail et comme tout le monde, il nous arrive de rire. Pour Michael (2013) cela veut dire que les moqueries à l'égard des musulmans américains peuvent signifier qu'il s'agit d'un passage obligé pour pouvoir être véritablement considéré et intégré dans leur société. Il y a eu les Irlandais auparavant, les Juifs ensuite, c'est désormais le tour aux Arabes et aux musulmans (Michael 2013).

Dans ces deux études cependant, les intentions des humoristes sont claires tant pour les exemples de contenus humoristiques issus du « stand-up » que pour ceux se rapportant à la comédie de situation (*sitcom*) ou du « late show ». On mobilise l'humour pour changer l'image d'une communauté, pour s'intégrer à la société, en alimenter la diversité certes à travers l'expression de sa différence, mais on ne rejette pas l'idée de participer positivement à l'établissement du vivre ensemble, bien au contraire. Il importe cependant de rappeler que dans bien des cas, les intentions ne sont pas aussi limpides. Au Québec par exemple, on se doute bien que des humoristes associés à la communauté arabe, pensons à Rachid Badouri ou à Marianna Mazza, n'ont pas pour objectif de fragiliser la cohésion sociale. Mais, les intentions derrière le recours aux stéréotypes entourant les arabo-musulmans ne sont pas aussi clairement évoquées. Met-on de l'avant ces clichés pour dénoncer cette situation, pour faire réfléchir les membres du groupe majoritaire ou simplement pour faire rire? Bien souvent, on ne peut que présumer des réponses. Une ambiguïté que l'on peut transposer à l'évaluation des impacts de ce genre de procédés sur les attitudes politiques et sociales des publics comme le souligne Quemener (2017b). « Mais sa visée potentiellement critique, voire politique, se heurte au flou du message et de l'intention des auteurs, ainsi qu'à une multiplicité de répliques et de renversements nécessaires à son maintien, qui souvent morcelle le propos au profit d'un rire systématique (Quemener 2017b, 24). »

Évidemment, ces perspectives excluent le fait que certains procédés humoristiques visent délibérément à discriminer, à porter atteinte à la réputation ou à l'image de groupes ou des communautés précises. Le texte d'Hakokongas *et al.* (2020) traitant de l'utilisation des « memes » humoristiques par l'extrême droite finlandaise pour alimenter la crainte à l'égard des arabomusulmans démontre clairement que l'humour n'est pas l'apanage unique des apôtres du vivre-ensemble. « The meme demonstrates the common rhetorical function of humorous memes, not just to amuse the audience but to arouse rage » (Hakokongas *et al.* 2020, 6). S'agit-il encore d'humour dans cette perspective? On peut poser la question.

2.3 Humour et *humor studies*

Bien que l'on analyse l'humour sous plusieurs formes depuis des décennies, le champ des études sur l'humour (*humor studies*), lui, demeure assez récent. Ses fondements, fortement appuyés sur les études en psychologie, prennent sources à travers différents courants, allant de la philosophie à la sociologie en passant par les arts, la communication et, plus récemment, par la science politique. Les *humor studies* revêtent ainsi un caractère multidisciplinaire.

En effet, la psychologie propose moult recherches en la matière et constitue une des disciplines fortement représentées au sein des *humor studies*. À cet égard, les travaux de Roেকেlein (2002) se veulent un guide de référence autour des origines et du développement de l'humour. Les recherches de Martin (2002) se penchent pour leur part sur ses mécanismes psychologiques, plus précisément sur ce qui nous fait rire et sur l'utilité de l'humour dans nos rapports en société. De son côté, la philosophie constitue aussi une pionnière en matière de travaux sur l'humour, l'objet humoristique se retrouvant au cœur des réflexions d'Aristote, d'Hobbes, de Kant ou de Freud (Berger 1993; Bouquet et Riffault 2010) pour ne nommer que ceux-là. En outre, la portée sociale et collective de l'humour, question centrale à la réflexion politique est clairement abordée par Bergson dans son ouvrage phare sur le rire :

[C]omment la fantaisie comique ne nous renseignerait-elle pas sur les procédés de travail de l'imagination humaine, et plus particulièrement de l'imagination sociale, collective, populaire ? Issue de la vie réelle, apparentée à l'art, comment ne nous dirait-elle pas aussi son mot sur l'art et sur la vie ? [...] Le rire doit répondre à certaines exigences de la vie en commun. Le rire doit avoir une signification sociale » (Bergson 1900, 14,18)

On le comprend, la philosophie occupe aussi une place importante dans la genèse des réflexions sur l'humour. Il faut attendre les années 1970 pour que le domaine émerge en tant que courant de recherche de manière plus spécifique et jusqu'à un certain point, de façon indépendante. Les chercheurs américains seront des pionniers à cet égard. De fait, considérant l'importance de la dimension contextuelle de l'humour, l'*American Humor Studies Association* de l'Université de Pennsylvanie fait son apparition en 1975 (American Humor Studies Association 2020). L'association a également fondé la revue *Studies in American Humor*, laquelle publie des recherches sur l'humour américain sur une base régulière depuis 1982 (Studies in American Humor 2020). Toujours aux États-Unis, une autre revue, le périodique *Humor*, a publié plus de 900 articles en provenance de la psychologie, de la littérature, de la sociologie, etc. depuis sa création en 1988 (ISHS 2000). *Humor* est issu de l'initiative de l'*International Society for Humor Studies* (ISHS 2000). Cette dernière représente une des premières, sinon la première association internationale de recherche en humour et a été mise sur pied en 1989, suite au travail du couple de chercheurs Don et Aleen Nilsen, tous deux professeurs à l'Université de l'Arizona (Humor in America 2011). En 2000, le couple a publié un ouvrage de référence important en matière d'humour américain, l'*Encyclopedia of 20th-century American Humor* (Nilsen et Nilsen 2000).

Au Québec, la recherche en humour occupe également une place de plus en plus importante dans le paysage académique et scientifique. L'historien Robert Aird s'est largement penché sur l'humour et son évolution à travers le temps, dans le contexte québécois tout particulièrement (Aird 2004; 2008; 2010). En 2009, il co-signe un ouvrage sur l'histoire de la caricature au Québec avec l'historienne de l'art et dessinatrice Mira Falardeau. Cette dernière s'est également penchée, à l'instar de Joubert (2012), sur le lien entre l'acte humoristique et le féminisme (Falardeau 2014; 2015). On peut également souligner le travail de Christelle Paré dont les recherches sur l'industrie de l'humour au Québec ont apporté un éclairage plus précis sur les dynamiques et le fonctionnement de ce secteur (Paré 2015) et ceux de Dufort (2018) qui se penche sur les controverses du stand-up aux États-Unis. Selon Brouard (2017a), ce sont ainsi près d'une cinquantaine de thèses et de mémoires « associés à l'humour au Québec » qui ont été rédigés. Brouard a d'ailleurs fondé, en 2014, le Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH) présentant des études et des notes de recherche dans le domaine (GRIH 2020). C'est sans doute la

référence académique la plus exhaustive en ce qui concerne le milieu humoristique au Québec et au Canada. Il importe également de rappeler la création, en 2011, de l'Observatoire de l'humour (OH) avec la collaboration de l'ÉNH. L'OH compte plus d'une vingtaine de membres issus à la fois du milieu académique et de la pratique en humour (OH 2020).

Ma thèse s'inscrit donc dans ce courant multidisciplinaire des *humor studies*. Comme on le constate cependant, les travaux pouvant se réclamer de la science politique ne sont pas encore légion dans ce secteur. C'est pour ainsi dire un champ encore à explorer. Qui plus est, nonobstant les travaux émanant du Québec, la recherche francophone est à l'évidence considérablement moins présente dans les études sur l'humour. En outre, comme précédemment mentionnées, plusieurs études traitant des discours humoristiques se cantonnent dans les perspectives davantage théoriques. Ce constat ne représente pas un problème en soi évidemment, mais il signifie toutefois que plusieurs aspects demeurent à explorer d'un point de vue empirique. À ce sujet, le cadre québécois, lieu incontournable de l'humour à l'échelle internationale à mon avis, m'apparaît un terrain tout désigné pour mener à terme cette tâche.

3. Présentation des articles

La présente section vise à effectuer une brève présentation des articles de cette thèse tout en proposant une recension sommaire des principaux écrits scientifiques entourant les sujets de recherche dont il est question dans chacune des trois recherches réalisées. Évidemment, cela signifie que la grande majorité des auteurs cités et des perspectives résumées se retrouvent aussi à l'intérieur des différents articles. L'idée ici est d'une part, d'offrir une perspective globale de ce qui est recherché en présentant les principaux débats qui gravitent autour des différents sujets mis à l'étude. D'autre part, cela permet en effet d'effectuer une présentation générale de chaque article, d'énoncer les questions de recherche auxquelles ces différents travaux viennent répondre et de présenter sommairement leur contribution. En outre, l'exercice a pour objectif de mettre en relief certains angles morts de la recherche en science politique et plus largement en sciences sociales et dans les études sur l'humour. On constate par exemple que peu de travaux liant « stand-up » ou numéros humoristiques et diversité culturelle et religieuse ont été effectués, dans la francophonie et au Québec en particulier. Ce volet de ma recherche permet par ailleurs de dégager certaines

notions pouvant être mobilisées telles que la notion de reconnaissance ou celle de contrat de communication.

3.1 Article 1 : l'industrie humoristique et le vivre ensemble

Le premier article de ma thèse intitulé, « Pourquoi blaguer sur les cultures et les religions ? Les réponses des acteurs de l'industrie humoristique québécoise », porte sur les facteurs de création de numéros humoristiques traitant de diversité culturelle et religieuse. Cet article sera publié dans un ouvrage collectif portant sur l'humour et le vivre ensemble. L'objectif général de cette partie de ma recherche vise à identifier les principaux éléments venant justifier le choix d'un sujet par un humoriste. À travers la réalisation d'une vingtaine d'entrevues semi-dirigées auprès de membres de l'industrie de l'humour québécois, je cherche aussi à saisir les raisons expliquant la façon de traiter ce sujet et à comprendre pourquoi un humoriste présente des stéréotypes culturels et religieux dans ses contenus.

Cette recherche sur les facteurs de création humoristique en lien avec le vivre ensemble, du point de vue des acteurs du milieu en particulier, possède peu de comparables dans la littérature scientifique, où l'angle de recherche est souvent concentré sur d'autres méthodes de transmission de contenus humoristiques que sur celle des monologuistes ou des artisans de numéros d'humour. Par exemple, l'infodivertissement est au cœur de plusieurs études en communication politique (Saint-Jacques 2002; Amey et Leroux 2012; Bastien 2013). Plusieurs travaux aux États-Unis portent également sur le cadrage humoristique de sujets politiques dans les émissions satiriques ou les talk-shows américains (Gray, Jones et Thompson 2009; LaMarre *et al.* 2014; Baumgartner et Becker 2018).

Au Québec cependant, quelques travaux se penchent tout de même sur le travail des « stand-up comics » et sur les processus de création en humour. On peut souligner ceux de Roussell (2014) qui s'attardent directement sur les points de vue des humoristes montréalais issus de l'immigration. Roussell démontre que pour ces humoristes, le dilemme entre ironiser sur ses origines et alimenter les clichés culturels demeure bien présent. Roussell met aussi en lumière le souci de ces créateurs en humour de traiter d'enjeux sociaux et de faire réfléchir sur « des choses qui sont dramatiques » (Roussell 2014, 78). Les travaux de Bottin (2013) démontrent de leur côté que le parcours de

professionnalisation des humoristes québécois est intimement lié à des expériences personnelles, contextuelles et institutionnelles (rattachées à l'ÉNH). Dans son mémoire de maîtrise, Lafontaine (2016) présente pour sa part une analyse des stratégies discursives mises de l'avant par trois humoristes aux États-Unis afin de dénoncer les stéréotypes ethniques et culturels. Lafontaine souligne l'importance du recours à l'humour subversif et de diriger l'ironie vers le groupe majoritaire plutôt qu'en direction des minorités pour provoquer des changements d'attitudes envers la diversité. Cette perspective rejoint celles d'autres chercheurs provenant de l'extérieur du Québec pour qui l'humour constitue un liant au sein des sociétés, conciliant les divergences et atténuant les différences (Begag 2001; Ziv 2010; Charaudeau 2013; Kutz-Flamenbaum 2014). Ce sont là les principales recherches en humour au Québec dont le contenu se penche essentiellement sur le travail des humoristes. À l'évidence, peu d'études portent spécifiquement sur les motifs derrière la création d'un numéro d'humour traitant de diversité culturelle et religieuse. En science politique c'est pour ainsi dire absent alors que ces facteurs sont importants à connaître dans l'éventualité où l'humour exerce des effets sur les attitudes sociales et politiques et que l'on voulait agir sur sa production. Conséquemment, la question spécifique de recherche de ce premier article est la suivante : quels sont les facteurs qui déterminent la création, la production et la diffusion d'un numéro d'humour traitant de la diversité culturelle ou religieuse au Québec ?

La littérature est toutefois un peu plus abondante en ce qui entoure les éléments pouvant influencer la création en humour d'une manière plus générale. Elle permet de dégager quatre principaux facteurs d'influence que l'on peut diviser en deux catégories : les facteurs endogènes et les facteurs exogènes. Du côté endogène, à l'instar de Bottin (2013), d'autres recherches font état des considérations individuelles. Le recours au procédé humoristique peut alors répondre à un désir d'implication concrète, voire de militance parfois, pour dénoncer une injustice ou prendre position sur un enjeu précis (Vivero García 2013; Choquette 2016; Lafontaine 2017; Raskin 2009). Comme le démontrent Roussell (2015) et Dufort (2018), les humoristes issus des minorités vont solliciter des clichés et des stéréotypes auxquels ils sont souvent confrontés dans le but de les dénoncer, de provoquer une réflexion chez les publics. On peut ainsi concevoir que la création humoristique vise à rapprocher les cultures, à favoriser l'ouverture au pluralisme (Begag 2001; Ziv 2010; Charaudeau 2013; Kutz-Flamenbaum 2014). Par ailleurs, comme l'objectif premier du « stand-up » consiste à déclencher le rire, celui-ci s'appuie fort probablement sur ce qu'il considère un référent

suffisamment partagé pour qu'une blague suscite la réaction souhaitée. De l'avis de certains, ce phénomène encourage parfois les créateurs d'humour à choisir « la cible facile ». Ils véhiculent ainsi des clichés et des stéréotypes, notamment à l'égard des minorités plus présentes dans l'espace public participant de cette manière à maintenir le groupe majoritaire dans une position de domination (Cotte 2012; Weaver 2011). Dans cette optique, l'humour peut alimenter les stéréotypes et les préjugés, voire stigmatiser des communautés culturelles et religieuses (Boskin 1990; Jacobs-Huey 2006; Ziv 2010; Weaver 2011).

La notion de référent suppose par contre que l'humoriste anticipe les intérêts, les limites et les réactions de l'auditoire. Mais, dans quelle mesure tient-il compte des pressions des publics ? C'est là un deuxième facteur endogène de création en humour. Une piste de réponse évoquée dans le premier article de ma thèse réfère à la notion de « contrat de communication » (Charron et Le Cam 2019) pour mieux cerner cette dynamique entourant la relation entre un « stand-up » et ses publics. Charaudeau (2017) s'inspire d'ailleurs de cette notion pour parler du « contrat humoristique ». Ce dernier implique deux éléments. Le premier concerne le caractère interactif de l'humour. De ce point de vue, l'humoriste n'a d'autres choix que de prendre en considération, du moins en partie, les limites de l'auditoire et prendre soin de ne pas les dépasser (Charaudeau et Maingueneau 2002; Kutz-Flamenbaum 2014; Dufort 2018). Le deuxième élément se rapporte à la nécessité pour l'humoriste, dans bien des cas, de jouer avec ces limites et de trouver un équilibre entre provocation et détente, entre choquer d'abord et faire rire ensuite. Cette tension est efficacement illustrée à travers certaines théories ou concepts en humour dont la « violation bénigne » (McGraw et Warren 2010) et les concepts d'incongruité (Suls 1972; Berger 1993; Rishel 2002) ou d'ambiguïté (Ross 1998). Ainsi, en regard à ce survol de la littérature, on peut concevoir que ces deux facteurs endogènes, les aspects individuels et contractuels, risquent de jouer un rôle important dans l'élaboration d'un numéro traitant de diversité ethnique et culturelle, en ce qui a trait à l'angle choisi et la façon d'en parler tout particulièrement.

Sur le plan des facteurs exogènes, on peut penser que des éléments contextuels peuvent influencer le travail des humoristes. D'une part, l'humour québécois est imprégné depuis longtemps (depuis toujours diront certains), de multiples contextes sociopolitiques ayant jalonné le développement de la province. Des personnalités et des groupes pour ainsi dire « mythiques » de l'humour québécois

se sont largement inspirés des actualités ou des phénomènes saillants selon les époques. On peut penser à Yvon Deschamps et ses monologues évoquant l'affranchissement des Québécois dans les années 1960 et 1970 (Choquette 2016), au groupe Les Cyniques qui dans la perspective de Joubert et Aird (2013) incarne le « Rire de la Révolution tranquille » ou encore à RBO. Selon Vanasse (2019, 15), ce collectif « aura produit plus d'humour politique que bien des humoristes de son époque ». Dans cette perspective, difficile d'imaginer que des facteurs externes aux humoristes, notamment les réalités politiques et sociales, ne viennent affecter d'aucune manière les créations humoristiques. D'ailleurs, Jonas (2012) s'appuyant sur le point de vue de Meyer (1990) convient de l'importance du contexte en humour. « Another key element is that humor must be connected to context in order to be truly funny » (Jonas 2012, 2). En matière de lien entre humour et identité, on peut également penser que la situation démographique particulière du Québec, constituée d'une population majoritairement francophone sur le territoire provincial, laquelle demeure largement minoritaire à l'échelle fédérale, représente aussi un facteur d'influence. Cette menace, consciemment ou inconsciemment présente à l'esprit d'une partie de la population francophone québécoise, peut alimenter un sentiment de crainte à l'égard des communautés immigrantes (Bouchard 2011; Milot 2009). Dans ce contexte, il n'est pas impossible que les créations humoristiques soient imprégnées de cette insécurité, que l'on pratique alors un « humour de survivance »²⁴.

Enfin, le dernier facteur exogène, le facteur institutionnel, possède à la fois une implication sur le plan de la création humoristique et, plus fondamentalement, une dimension transversale à l'ensemble de cette thèse. En ce qui concerne son lien avec le premier article, le facteur institutionnel réfère ici de manière spécifique à l'enseignement, via l'ÉNH en particulier, et à la structure de l'industrie de l'humour au Québec. On pense aux grands rendez-vous, comme les festivals ou aux principaux réseaux de diffusion. On peut présumer que ces institutions constituent des facteurs d'influence de création humoristique, notamment en raison de la façon dont on enseigne l'humour et de l'ouverture des principaux diffuseurs de contenus à accorder un plus grand espace aux humoristes issus de la diversité. La considération des facteurs institutionnels prend source dans l'approche néo-institutionnaliste, aussi appelé l'institutionnalisme ou le néo-institutionnalisme historique, présente en science politique depuis quelques années. Plus

²⁴ Je reviens sur ce point dans le premier article de la thèse.

précisément, et c'est là le caractère transversal du concept, je m'appuie sur la définition de l'institutionnalisme historique proposée par Lecours :

L'argument principal de l'institutionnalisme historique est celui du *path dependency*, c'est-à-dire l'idée que les phénomènes sociopolitiques sont fortement conditionnés par des facteurs contextuels, exogènes aux acteurs, dont beaucoup sont de nature institutionnelle (Lecours 2002, 8).

Il ne s'agit cependant pas d'épouser l'approche néo-institutionnelle dans son sens, disons plus strict, lequel se rattache à l'influence « des institutions politiques dans le développement des politiques sociales » (Béland 2002, 22). Je souscris plutôt en partie à l'esprit de cette approche estimant que le développement de l'industrie de l'humour s'est effectué notamment grâce, entre autres, à l'appui de l'État et des gouvernements. Paré et Poirier (2016) rappellent d'ailleurs que l'ÉNH a pu être créée à la faveur d'un « "programme fédéral de développement à l'emploi" [...] qui voulait "former et outiller les travailleurs pour favoriser leur insertion professionnelle" » (Paré et Poirier 2016, 78). Dans le cas de l'ÉNH, on peut croire que le support étatique occupe une place importante dans le développement de l'industrie de l'humour au Québec. Toutefois, la popularité de cette industrie et la consolidation d'un « savoir-faire humoristique » ont certainement joué un rôle non négligeable sur les appuis gouvernementaux qui ont suivi, sur ce que l'on choisit de financer ou pas, sur l'importance des sommes versées comparativement à celles réservées pour d'autres types d'industries culturelles. En somme, si les contextes et d'autres influences externes, notamment les institutions qui gravitent autour de l'industrie, peuvent affecter le travail d'un humoriste, le développement de l'industrie dans son ensemble se retrouve à son tour influencé par le fonctionnement des institutions. Que serait l'humour au Québec sans financement public des festivals, des organismes culturels ou des établissements d'enseignement comme l'ÉNH ? Le « star-système » humoristique québécois serait-il le même sans l'apport des joueurs comme le Groupe JPR ou Comedi Ha ! ou les réseaux de télévision généralistes comme TVA ou Radio-Canada ? Ces questions tendent donc à diriger mes réflexions autour de la « notion de rétroaction politique » (Béland 2002, 27) qui est partie intégrante du néo-institutionnalisme historique.

Ce premier article démontre cependant que ce sont les facteurs endogènes qui constituent les premiers et principaux moteurs de création humoristique. De fait, la majorité des personnes

rencontrées affirment partir d'elles-mêmes avant tout et se référer fréquemment à leurs perspectives et expériences personnelles. Elles estiment aussi se fier à leur intuition ou à leur capacité de respecter les limites à ne pas franchir pour respecter le contrat humoristique les liant à l'auditoire. En outre, l'article souligne quelques contradictions qui ressortent de ces entrevues, notamment celle de faire preuve d'originalité tout en mobilisant à maintes occasions des clichés et des stéréotypes comme en témoignent les résultats du second article de ma thèse.

3.2 Article 2 : le traitement humoristique du vivre ensemble

Le second article de ma thèse dont le titre est « Humour et vivre ensemble : stéréotypes identitaires au sein des groupes minoritaire et majoritaire québécois » sera publié en 2021 dans la revue savante *Politique et sociétés*. Il propose une analyse de contenu de 76 vidéos humoristiques produites entre 2006 et 2018 et diffusées sur YouTube. La majorité de ces documents, 53 précisément, propose des numéros d'humour ou des extraits de spectacles d'humoristes. Bien que j'apporterai des précisions méthodologiques à la quatrième section de cette introduction, l'espace-temps choisi pour ce deuxième article englobe une période fortement marquée par les débats identitaires au Québec, partant du début de la « crise » des accommodements raisonnables, en 2006, jusqu'à l'élection du gouvernement de François Legault en 2018. La question des contenus s'est imposée presque naturellement considérant que, dans la mesure où l'on s'attarde sur le rôle de l'humour dans l'établissement du vivre ensemble au Québec, il importe de savoir de qui, de quoi et comment les humoristes et les artisans de l'humour parlent. C'est, me semble-t-il, d'autant plus essentiel lorsqu'il s'agit du traitement de la diversité culturelle et religieuse.

Ce sont donc les notions de reconnaissance ou de la « mal reconnaissance » (Taylor 1997) identitaire qui se retrouvent au centre du deuxième article de ma thèse. Dans la perspective de Taylor (1997), cela signifie que les identités, individuelles ou collectives, se définissent en partie par le regard des autres, c'est-à-dire en fonction de comment elles sont perçues par autrui et à quel point ces perceptions sont partagées. Maclure (1998) et Young (1989) sont plutôt du même avis, estimant que le concept d'identité doit inclure l'idée d'interactivité. Young (1989) et Kymlicka (2001) affirment cependant que cette reconnaissance sur des bases collectives donne un avantage indéniable au groupe majoritaire : celui de définir les principaux contours et les grandes composantes d'une société. Une situation qui se retrouve au cœur des luttes pour une meilleure

reconnaissance de plusieurs groupes minoritaires (Demczuk 1998). Évidemment, la notion de reconnaissance comporte certaines limites, surtout en ce qui concerne l'entité qu'elle vise à décrire justement, pensons à la définition d'une société par exemple. D'une part, elle implique un risque de généralisation des éléments constituant une collectivité donnée. D'autre part, il peut être tentant de lui accorder un caractère fixe ou définitif. Il importe alors de conserver à l'esprit la dimension construite, en fonction des perceptions et des interprétations notamment, de ce que l'on considère comme formant une société et une collectivité, celles-ci étant en constante mutation (Dalibert, 2018). Les travaux de Lockyer et Pickering (2008) tout comme ceux de Quemener (2009) démontrent à cet égard que l'humour et le « rire collectif » contribuent à alimenter cette dynamique de reconnaissance identitaire. De ce point de vue, l'humour participe, et depuis fort longtemps sans doute, à la « co-construction » des contours identitaires de la société québécoise.

On observe à cet effet que les enjeux entourant la consolidation ou l'affranchissement de l'identité québécoise, de l'identité « canadienne française » en particulier (Dumont 1993), représentent pour ainsi dire une constante dans l'histoire de la province. Cette constante est assortie de plusieurs débats, voire d'ambivalences, ayant jalonné l'évolution identitaire de la nation québécoise²⁵. C'est notamment le cas pour la dualité majoritaire-minoritaire, celle entre francophones et anglophones ou celle entre multiculturalisme et interculturalisme (Balthazar, 2013 ; Salée, 2010). Pour Aird (2010), l'humour québécois revêt une dimension nationaliste importante justement en raison du statut minoritaire des francophones du Québec au Canada et plus largement en Amérique. Mazalto (1994) fait sensiblement le même constat soulignant que le recours au procédé humoristique a contribué à l'émancipation des Québécois francophones.

Par ailleurs, la littérature, celle entourant l'humour au Québec en particulier, s'est penchée à quelques occasions sur certains contenus de façon plus précise. C'est le cas entre autres pour Landry (1998) qui présente une brève analyse des thèmes abordés par les monologues d'Yvon Deschamps, pour Aird (2016) qui jette un regard historique sur l'œuvre de Gratien Gélinas et ses *Fridolinades* et plus récemment, de Joubert et Paré (2019) qui ont dirigé un ouvrage collectif sur

²⁵ En 2006, le gouvernement fédéral alors dirigé par le premier ministre conservateur Stephen Harper a officiellement reconnu le Québec comme formant « une nation au sein d'un Canada uni ». La motion de reconnaissance a été votée au Parlement par 266 voix contre 16. (Radio-Canada 2006)

le travail de RBO. Si ces travaux abordent aussi les questions identitaires, l'angle d'analyse est davantage axé sur l'apport de ces créations humoristiques dans le développement de l'identité ou de réalités québécoises en fonction de leur époque. On traite également d'autres aspects, comme la sexualité ou la contribution de ces individus ou de ces groupes à l'industrie de l'humour, des angles qui s'éloignent des enjeux du vivre ensemble à strictement parler. Mon deuxième article s'attarde exclusivement sur les contenus liés à la diversité ethnique, culturelle et religieuse et propose une analyse de contenus provenant de multiples sources.

En ce sens, prenant en compte, comme le soulignent plusieurs personnes, dont Aird (2004), que l'humour incarne le reflet de la société, il apparaît important d'observer celui proposé dans les discours humoristiques au Québec. Ce second article soumet ainsi trois questions spécifiques, lesquelles forment la grille d'analyse des contenus. 1- Quels groupes ou communautés sont davantage stigmatisés ? 2- Quels stéréotypes sont véhiculés par les humoristes ? 3- Quelles différences y a-t-il entre les stéréotypes véhiculés par le groupe majoritaire et ceux évoqués par les minorités ? Je cherche alors à identifier les clés de reconnaissance ou de « mal » reconnaissance identitaire des minorités culturelles et religieuses proposées par les humoristes et les artisans de l'humour au Québec. En ce qui a trait aux communautés ciblées, les résultats de cette seconde étude soulignent d'ailleurs que les Noirs et les Arabes font l'objet de la majorité des blagues véhiculant des stéréotypes culturels au Québec. En outre, lorsque l'on considère la dimension religieuse, la communauté arabo-musulmane fait l'objet d'une réelle stigmatisation. La référence au cliché liant Arabe, islam et terrorisme est en effet récurrente. Par ailleurs, les stéréotypes mis de l'avant par les minorités sont davantage axés sur la dimension ethnique ou culturelle tandis que les références à la religion proviennent en grande partie du groupe majoritaire.

3.3 Article 3 : les effets de l'humour sur le vivre ensemble

Le troisième et dernier article de ma thèse intitulé « C'est juste une blague ! Vraiment ? Quand l'humour et la religion alimentent les stéréotypes », a été soumis à la *Revue canadienne de science politique* et est, au moment d'écrire ces lignes, en processus d'évaluation. Cette recherche présente les résultats d'une expérience de visionnement de vidéos humoristiques en ligne auprès de 216 personnes séparées en deux groupes : un groupe exposé à des numéros véhiculant des stéréotypes culturels et religieux, à l'égard des arabo-musulmans en particulier, l'autre groupe confronté à des

prestations ne comportant pas ce genre de stéréotypes. L'objectif poursuivi par cette méthode consiste à évaluer s'il existe des différences significatives entre les deux groupes et de mesurer, le cas échéant, les effets de l'exposition à des contenus humoristiques évoquant des stéréotypes.

Comme mentionné précédemment, certaines études, davantage théoriques, avancent que l'humour engendre des effets tantôt de réduction des tensions (Begag 2001; Jérôme 2010; Charaudeau 2013), tantôt d'alimentation des préjugés et des stéréotypes (Boskin 1990; Weaver 2011; Quemener 2017a). Bien que la plupart des auteurs de ces recherches ne se cantonnent pas exclusivement dans un sens ou dans un autre, Meyer (2000), comme précisé dans la revue de la littérature précédente, propose clairement une théorie des fonctions de l'humour, lesquelles allèguent que l'ironie, la caricature, la moquerie, etc., peuvent d'un côté unir et de l'autre diviser. Les travaux de Béro (2011) et de Da Silva (2015) sont par ailleurs éclairants à cet égard, soulignant que les stéréotypes ethniques et culturels proviennent souvent d'humoristes eux-mêmes issus de ces communautés. En outre, ceux de Jacobs-Huey (2006) sont aussi révélateurs des cibles humoristiques, précisant que le contexte d'après les attentats de septembre 2001 a donné lieu à une quasi-stigmatisation des Arabes à travers les numéros d'humour aux États-Unis. Peu de chercheurs toutefois affirment que l'humour n'engendre aucun effet. On peut citer l'étude d'Olson *et al* (1999) qui, via une série d'expériences, concluent que l'exposition à des bandes dessinées humoristiques caricaturant les genres n'engendre pas d'effets significatifs sur l'alimentation des stéréotypes des individus à l'égard des hommes ou des femmes. Cette recherche se cantonne par contre dans la mesure des effets directs.

Par ailleurs, la littérature en communication politique compte bon nombre de recherches empiriques autour des effets de l'humour, en ce qui a trait à l'infodivertissement en particulier. Celle de Collovald et Neveu (1995) souligne le rôle qu'a pu jouer la populaire émission satirique « Les Guignols de l'info » en France, dans l'alimentation d'une perception plus positive de Jacques Chirac auprès de l'électorat, notamment des jeunes. Il semble que des phénomènes analogues soient observés dans les recherches aux États-Unis. De fait, même s'ils se montrent prudents dans l'interprétation des effets observés, Lichter *et al.* (2014) ont démontré empiriquement que les « talk shows » américains peuvent influencer les attitudes politiques. On constate des effets significatifs autour d'autres expériences, entre autres au sujet des sketches présentés dans l'émission *Saturday*

Night Live (Baumgartner *et al.* 2012) ou le *Colbert Report* (Baumgartner et Morris 2008). On y observe notamment que les moqueries ciblant un acteur politique peuvent contribuer à donner une image plus positive de cette personnalité au sein de l'opinion publique. Becker (2011) abonde dans le même sens constatant, grâce à ses expériences, que le *Daily Show* de John Stewart vient augmenter la confiance envers la classe politique en général d'une partie de l'électorat, particulièrement les jeunes encore une fois, exposée à l'émission.

Comme on le constate, bien que l'on retrouve plusieurs études empiriques liant humour et attitudes politiques, il semble que très peu d'entre elles s'attardent sur les numéros humoristiques de façon précise. Le nombre de recherches liant « stand-up », attitudes politiques et vivre ensemble n'est pas légion non plus. Qui plus est, il semble y avoir fort peu de ce genre d'études dans la francophonie et encore moins de travaux sollicitant la méthode expérimentale. Au Québec, cela ne s'est pas encore fait à ma connaissance. Un constat qui m'amène à poser la question spécifique suivante : l'humour véhiculant des stéréotypes culturels et religieux peut-il alimenter une perception négative des personnes issues de la diversité culturelle et religieuse ?

Ce dernier article porte une attention particulière sur deux aspects. Le premier concerne le risque d'observer des effets « stéréotypisants » plus forts à l'endroit de la communauté arabo-musulmane. C'est que, à l'instar de ce qu'a constaté Jacobs-Huey (2006), d'autres chercheurs estiment que ce groupe d'individus a fait l'objet d'une surexposition dans l'espace public, dans les médias de façon spécifique. Au Québec, la crise des accommodements raisonnables semble d'ailleurs avoir donné lieu à ce genre de situation (Giasson *et al.* 2010). Certains chercheurs prétendent même que l'on a assisté à une montée de l'islamophobie dans la foulée des attentats de 2001 aux États-Unis et dans le contexte de la lutte contre le terrorisme islamiste qui s'est intensifiée au tournant des années 2000 (Sirin et Balsano 2007; Kunst et al. 2011; Best 2009). Il peut en résulter un cadrage négatif des arabo-musulmans qui d'une part, peut avoir donné lieu à une augmentation des numéros ciblant cette communauté et d'autre part, à une crainte de la population à leur égard. Comme cela sera précisé dans ce dernier article, on remarque en effet une différence entre les deux groupes laissant croire que les personnes exposées aux contenus « stéréotypisants » adoptent des attitudes plus négatives à l'égard des personnes issues de la diversité culturelle et religieuse. Les écarts sont à cet

effet plus marqués à l'endroit des minorités ou des immigrants en général, des Arabes et des musulmans. Par contre, les différences observées ne sont pas significatives.

Le deuxième aspect sur lequel mon dernier article se penche est la dimension religieuse. D'abord, le « facteur crainte » évoqué précédemment peut potentiellement jouer sur les effets des blagues visant les personnes issues d'une confession précise, la religion musulmane. Best (2009) citant Guimelli et Deschamps (2000) parle d'une véritable aversion de certains individus envers l'Islam. Ensuite, la variable religieuse m'apparaît aussi importante à prendre en compte étant donné le lien entre la religion catholique et l'identité québécoise. J'élabore plus en détail à l'intérieur de l'article, mais rappelons simplement que plusieurs recherches récentes soulignent cette place non négligeable qu'occupe, de façon plus ou moins consciente, la religion catholique dans l'esprit de bon nombre de membres de la majorité francophone au Québec (Koussens 2013; Gagnon-Tessier 2014). Selon Wilkins-Laflamme (2017), une forte présence des religions minoritaires dans l'espace public peut représenter une menace identitaire pour une partie du groupe majoritaire de la province. Ainsi, il peut en résulter qu'une personne dont l'intérêt est plus élevé pour la religion, catholique en occurrence, risque d'être plus affectée par un numéro d'humour véhiculant des stéréotypes culturels et religieux. Ce sont d'ailleurs les résultats les plus concluants de ce troisième et dernier article. De fait, les différences observées entre les deux groupes soumis à l'expérience prouvent que l'intérêt pour la religion joue un rôle important dans le fait d'être influencé négativement par des contenus d'humour « stéréotypisants ». Dans cette perspective, au-delà des impacts directs, l'humour a bel et bien une influence sur les attitudes à l'endroit de certains membres de la diversité culturelle et religieuse en fonction de certains facteurs d'amplification. On parlera alors des effets modérateurs ou des *moderated effects* de l'humour (Rasclé et Irachabal 2001; Sanson *et al.* 2004; Borau 2015), un concept peu mobilisé dans les *humour studies*.

4. Quelques repères méthodologiques

Les détails méthodologiques entourant la réalisation des recherches seront également explicités à l'intérieur de chacun des articles. Toutefois, il importe de présenter sommairement les méthodes employées afin de répondre aux différentes questions spécifiques de recherche soumises à travers les trois études de ma thèse.

En ce qui concerne le cadre temporel de ma thèse, l'espace-temps de mes recherches débute en 2006 pour l'ensemble des trois textes soumis à des revues scientifiques et se termine en 2018 pour le premier article et en 2019 pour le troisième. Dans ce dernier cas, certaines vidéos choisies pour l'expérience ont été réalisées en 2019. Ces délimitations temporelles ne sont pas le fruit du hasard évidemment. Comme soulevé à la section 2.2, elles correspondent au début de ce que l'on a appelé la « crise des accommodements raisonnables », commençant en 2006, et à l'élection, en octobre 2018, d'un gouvernement de la CAQ dirigé par le chef du parti, François Legault. Ces années ont été marquées par des débats identitaires, notamment autour de la place du religieux dans l'espace public et l'intégration des personnes immigrantes ou issues de l'immigration au Québec. Outre l'avènement de la « crise » des accommodements raisonnables en 2006, les débats autour de la diversité culturelle et religieuse se sont poursuivis durant les années suivantes. On peut notamment souligner celui entourant le projet de Charte des valeurs québécoises du PQ. D'ailleurs, le dépôt officiel de ce projet de loi en septembre 2013 constitue une des nouvelles les plus médiatisées cette année-là selon l'agence Influence communication (2013). Les enjeux au sujet du vivre ensemble continuent de faire les manchettes par la suite, particulièrement au lendemain de l'attaque de la mosquée de Québec en janvier 2017²⁶. La tragédie a d'ailleurs été largement médiatisée non seulement dans la province, mais à l'échelle internationale où on parle « d'un écho médiatique [...] sans précédent »²⁷. En outre, la campagne électorale québécoise de 2018 et l'élection d'un nouveau gouvernement de la CAQ la même année ont aussi généré plusieurs échanges à propos des enjeux du pluralisme dans la province, le gouvernement mettant de l'avant un projet de loi sur la laïcité au Québec. Ce dernier a été adopté par l'Assemblée nationale en juin 2019 (Gouvernement du Québec 2020).

4.1 Coup d'œil sur la méthodologie des articles

Pour le premier article, j'ai opté pour une approche qualitative. J'ai donc réalisé une vingtaine d'entrevues auprès de membres de l'industrie de l'humour. Douze d'entre eux sont des humoristes

²⁶ Le 29 janvier 2017, un attentat dans la grande mosquée de Québec a fait 6 morts. Toutes les victimes étaient des hommes de confession musulmane. Il a par la suite été beaucoup question de racisme, d'islamophobie et de xénophobie à travers les médias québécois.

²⁷ C'est le titre d'un article du journal *Le Soleil* : Anne Morin. « Attentat de Québec : un écho médiatique international sans précédent », *Le Soleil*, [En ligne], 20 février 2017, <http://www.lapresse.ca/le-soleil/actualites/societe/201702/20/01-5071443-attentat-de-quebec-un-echo-mediatique-international-sans-precedent.php>, consulté le 26 avril 2017.

et les huit autres personnes sont issues de l'enseignement de l'humour, de la représentation artistique (agences) et de la production de contenus humoristiques. La composition du corpus d'entrevues s'appuie en partie sur les numéros considérés dans le second article, l'analyse de contenu. Ainsi, les humoristes rencontrés ont été sollicités parce que certaines de leurs créations humoristiques abordent les enjeux de diversité ethnique culturelle et religieuse.

Les données recueillies proviennent des réponses à une dizaine de questions²⁸ posées lors des entrevues semi-dirigées. Comme la question spécifique de recherche vise à identifier les principaux facteurs de création de numéros humoristiques traitant de diversité culturelle et religieuse, le questionnaire d'entrevue constitue la grille d'analyse de la recherche. Plus précisément, les questions et les réponses ont été réparties en fonction de quatre facteurs préalablement identifiés dans la littérature et pouvant potentiellement jouer un rôle : les facteurs individuels, contractuels, institutionnels et contextuels. Les réponses ont d'abord été retranscrites (verbatim) et leur contenu a été attribué, dans la mesure où on y trouvait des correspondances, aux quatre facteurs pris en compte. Cette méthode a pu faire ressortir les facteurs les plus fréquemment évoqués et ceux qui viennent moins spontanément à l'esprit des acteurs de l'industrie interviewés. L'approche méthodologique que j'ai privilégiée pour cet article s'inspire notamment des travaux de Marland et Esselment (2018) qui soulignent l'importance de ne pas surinterpréter les propos recueillis. Je prends également appui sur l'étude de Paré (2015), laquelle trace un portrait de l'industrie de l'humour au Québec à travers la réalisation d'entrevues semi-dirigées en particulier.

Le second article propose une méthodologie mixte. J'y effectue une analyse qualitative et quantitative de 76 numéros d'humour traitant aussi de diversité culturelle et religieuse diffusés sur la plateforme de diffusion YouTube. Le choix de cette application repose pour beaucoup sur des motifs d'accessibilité, d'efficacité et de faisabilité. YouTube comporte en effet plusieurs avantages. Par exemple, on peut y effectuer une recherche par mots-clés. YouTube permet également de filtrer les résultats par rapport à leur moment de diffusion (date de mise en ligne). Bien que la date de mise en ligne peut différer du moment où l'œuvre a été créée, cette fonction est tout de même un indicateur temporel pertinent. Ajoutons que cet inventaire a été complété grâce au document de recension des « prestations d'humour francophone au Québec » de Brouard (2017b) et au «

²⁸ Voir questionnaire à l'annexe 1 du premier article de cette thèse.

palmarès annuel des spectacles payants en arts de la scène au Québec » de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ 2018).

Le traitement des données a été réalisé en trois temps. Le premier consistait à effectuer la transcription des extraits sélectionnés. Le second venait, à l'aide du logiciel d'analyse de contenu RQDA, identifier les occurrences et les cooccurrences des mots et des expressions traitant de diversité ethnique, culturelle et religieuse. Cette dimension représente le volet quantitatif de cette recherche. En somme, elle permet de recenser les thèmes récurrents dans les discours humoristiques observés et d'identifier les communautés les plus fréquemment ciblées par les humoristes. Dans un dernier temps, le volet qualitatif de l'étude met en évidence la manière dont on parle de ces communautés, notamment en soulignant les stéréotypes et les clichés culturels et religieux les plus fréquemment évoqués. Encore une fois, il ne s'agit pas de donner une appréciation de ces discours ou d'en évaluer les impacts sur les publics. Cette méthode a principalement pour objectif de tracer un portrait plus précis des contenus humoristiques traitant de diversité culturelle et religieuse au Québec.

Mon troisième et dernier article sollicite une approche quantitative à travers le recours à la méthode expérimentale. Cette partie de ma thèse s'inspire notamment des travaux de Mutz et Reeves (2005), d'Iyengar et Kinder (2010) et, plus récemment, de ceux de Manoliu et Bastien (2018). La totalité de ces recherches fait appel à la méthode expérimentale pour mesurer les effets de cadrage des messages et des discours sur les attitudes politiques des individus. Brièvement résumé, le déroulement de l'expérience consistait à exposer plus de 200 personnes séparées en deux groupes à des numéros d'humour en ligne. Un groupe visionnait trois numéros comportant des stéréotypes culturels et religieux, ciblant davantage les arabo-musulmans. L'autre groupe visionnait des numéros de stand-up exempts de ce genre de clichés. Les personnes participantes ont été réparties aléatoirement entre ces groupes. De l'avis de plusieurs, il s'agit de la meilleure méthode pour garantir la fiabilité des résultats (Neuman 2006; Fortin 2010). Le recrutement s'est effectué aussi sur Internet, entre autres à travers l'utilisation des médias sociaux comme Facebook, Messenger et LinkedIn. Des courriels d'invitation ont également été expédiés grâce, en particulier, à la collaboration du département de science politique de l'Université de Montréal et de l'École de politique appliquée de l'Université de Sherbrooke.

Ainsi, les participants devaient remplir un questionnaire en deux parties²⁹. La première, administrée avant le traitement, comportait une douzaine de questions de nature essentiellement sociodémographique visant à obtenir un portrait plus précis sur les catégories de répondants. La deuxième partie, après le traitement, comptant aussi une douzaine de questions, visait à obtenir les opinions des participants sur des questions liées à la diversité et sur les personnes issues de l'immigration et des minorités en général. Toujours dans le souci de répondre à la question spécifique de cet article, l'expérience avait pour but ultime d'observer si le fait d'être exposé à des contenus « stéréotypisants » pouvait alimenter négativement la perception de certaines communautés culturelles et religieuses.

4.2 Quelques précisions sur les limites de l'étude

Comme pour toute recherche, les outils méthodologiques utilisés dans cette thèse comportent certaines limites. On pourra notamment souligner celles entourant la validité externe des études empiriques, des entrevues semi-dirigées ou des expériences tout particulièrement. Il est vrai qu'en termes de représentativité, on peut difficilement généraliser les résultats obtenus en fonction d'échantillons somme toute modestes. J'objecterai cependant à ces lacunes évidentes que ce n'est pas là l'objectif de mes travaux. Je ne cherche pas à trouver des explications universelles, mais plutôt à mettre certaines théories à l'épreuve, en observant par exemple quels facteurs peuvent faire en sorte que l'on soit plus ou moins vulnérables à un discours humoristique. J'ai aussi comme ambition de vérifier certaines idées préconçues sur l'humour et plus largement sur le rôle et les effets de certains types de discours pouvant selon les points de vue, accentuer les tensions ou au contraire, réduire les divergences. Plus encore, comme plusieurs de mes contemporains chercheurs de l'humour, je cherche à démontrer que dans bien des cas, une moquerie ou une raillerie, ce n'est pas « juste une blague ». Comme n'importe quel type de discours ou de procédés discursifs, l'humour peut à la fois choquer, stigmatiser, exclure, réunir, détendre. Il participe à décrire, à comprendre et à construire le monde dans lequel on évolue.

²⁹ Voir questionnaire à l'annexe 3 du troisième article de cette thèse.

Chapitre 1

Pourquoi blaguer sur les cultures et les religions ? Les réponses des acteurs de l'industrie humoristique québécoise

Article accepté en tant que chapitre dans un ouvrage collectif intitulé, *L'humour comme « scène » de jeux et enjeux sociaux : perspectives interculturelles et interdisciplinaires*. La publication est prévue en 2021 aux éditions L'Harmattan. (La version de cette thèse diffère légèrement de celle qui sera publiée.)

Introduction

La présente étude vise à mieux comprendre les facteurs d'influence de création humoristique traitant des enjeux du vivre ensemble tels que perçus par les membres de l'industrie de l'humour au Québec. Deux principaux éléments guident le choix de ce sujet d'enquête. Premièrement, le contexte sociopolitique de ces dernières années est fortement marqué par des débats entourant le vivre ensemble, sur l'intégration et la reconnaissance des minorités visibles et des personnes issues des diversités³⁰ ethniques, religieuses et culturelles en particulier. On le remarque un peu partout à travers le globe, on peut penser aux événements entourant le mouvement *#blacklivesmatter* aux États-Unis ou aux tensions ethniques et raciales suivant entre autres les attentats de 2015 en France. Ces débats n'épargnent pas le Québec évidemment. On peut faire mention de l'adoption de la loi 21 sur la laïcité de l'État³¹ ou des réactions suivant l'attentat de la mosquée de Québec en 2017³².

Deuxièmement, l'humour, tant en termes d'industrie culturelle qu'en termes de présence publique, occupe une place de choix dans l'esprit des Québécois. On ne peut affirmer qu'il s'agit là d'un contexte unique, mais une chose est certaine, l'humour est présent dans bien des sphères de la vie quotidienne au Québec. Une dizaine de festivals humoristiques se déroulent chaque année à travers la province, les humoristes sont présents sur toutes les tribunes, à la télévision, à la radio, dans les journaux, sur le Web. Il existe un véritable « star système » de l'humour québécois sans compter que l'on y retrouve une des premières, sinon la première institution d'enseignement humoristique à travers le monde : l'École nationale de l'humour (ÉNH).

Prenant en compte l'importance de cette industrie dans la province, il n'est pas impensable que l'humour contribue à façonner le portrait identitaire du Québec. Inversement, on peut aussi se questionner sur ce qui influence la construction des créations des artisans de l'humour québécois,

³⁰ Dans ce texte, on considère les termes diversité et pluralisme comme des quasi-synonymes. Les deux expressions réfèrent à des personnes ou des groupes de personnes issues d'autres communautés culturelles et religieuses que celle de la majorité québécoise blanche et de confession catholique. Ainsi, les mentions de pluralisme et de diversité visent essentiellement à éviter les répétitions. Toutefois, on fait davantage référence au terme diversité considérant qu'il évoque de façon plus précise la présence de différentes cultures et religions au sein d'une même société, laquelle devient alors pluriel.

³¹ La loi 21 adoptée en juin 2019 interdit « le port de signes religieux à certaines personnes en position d'autorité, y compris le personnel enseignant ainsi que les directrices et les directeurs des établissements primaires et secondaires publics » au Québec (Gouvernement du Québec 2020).

³² « Le 29 janvier 2017, un attentat terroriste a fait 6 morts et quelques blessés graves au Centre culturel islamique de Québec. » (Radio-Canada 2020).

particulièrement lorsqu'ils blaguent ou ironisent sur des sujets liés à au pluralisme. Ce texte aborde cette question à travers les propos recueillis auprès d'une vingtaine de membres de cette industrie, des humoristes certes, mais aussi des agents d'artistes, des producteurs de spectacles et des enseignants de l'humour. En premier lieu, on identifie à travers la présentation du contexte social un angle d'analyse moins couvert, lequel concerne la prise en compte des facteurs pouvant influencer la création de numéros de « stand-up comic » traitant du vivre ensemble. En second lieu, on abordera la question du contexte d'émergence de la scène humoristique québécoise. Ensuite, l'élaboration des cadres théorique et méthodologique viendra déterminer les principaux repères de cette étude. Cette dernière s'appuie sur quatre ensembles de facteurs pouvant expliquer la création de numéros d'humour, notamment ceux traitant de diversité culturelle et religieuse. Ainsi, les résultats de cette recherche permettront de constater que si les humoristes s'inspirent avant tout de leurs propres expériences, d'autres facteurs dont les pressions de l'auditoire, le contexte et les institutions entourant l'industrie de l'humour sont aussi à considérer. Cette étude mobilise par ailleurs la notion de contrat de communication pour illustrer la relation parfois complexe liant l'humoriste et les publics³³. Cette analyse met ainsi en lumière un certain nombre de paradoxes et de questions additionnelles, lesquels seront présentés à la fin, dans la section discussion.

Par ailleurs, comme le souligne Dufort (2018), la considération de l'humour en tant qu'objet d'étude en science politique demeure somme toute assez récente. Si, par exemple, en communication politique certains se sont penchés sur des aspects davantage liés à l'infodivertissement qu'à l'humour de façon précise (Saint-Jacques 2002; Amey et Leroux 2012; Bastien 2013), d'autres se sont toutefois attaqués directement aux dimensions humoristiques. Par exemple, certains chercheurs s'attardent sur le rôle de la satire au sein des dynamiques politiques. On peut penser aux travaux de Gray, Jones et Thompson (2009), à ceux de LaMarre *et al.* (2014) ou à ceux de Baumgartner et Becker (2018), lesquels se penchent sur les effets du cadrage des contenus politiques dans les « talk shows » et les émissions satiriques, surtout aux États-Unis. Toutefois, peu d'études, en science politique en particulier, s'attardent spécifiquement sur les processus de création humoristique, à identifier les facteurs menant un humoriste ou un acteur de cette industrie à écrire, à produire et à présenter un numéro d'humour. Il en va de même en ce qui

³³ On fera plus souvent référence à des publics plutôt qu'au public dans cette étude, considérant entre autres la multiplicité des individus, des préférences, des comportements qui les définissent.

concerne les études se penchant sur le travail des adeptes du « stand-up comic » de façon précise. On retrouve en effet bien peu de recherches en la matière en sciences sociales. En outre, lorsque l'on se penche sur les discours humoristiques abordant des enjeux liés au vivre ensemble, les questions du pluralisme ethnique et religieux en particulier, les recherches se font encore plus rares. Il y a pour ainsi dire un véritable vide dans la littérature scientifique en la matière. Cette étude a ainsi pour but de répondre à la question spécifique suivante : quels sont les facteurs qui déterminent la création, la production et la diffusion d'un numéro d'humour traitant de la diversité ethnique, culturelle ou religieuse au Québec ?

1. Contexte social

L'industrie de l'humour occupe une place de choix au sein du paysage culturel québécois³⁴. En effet, le secteur de l'humour trône au sommet en termes de popularité (ISQ 2019). En 2018, le niveau de fréquentation des prestations d'humour en salle a augmenté de 21 % et 15 des 25 spectacles les plus populaires relevaient de l'humour (Fortier 2019). Bien que l'humour domine le monde du spectacle et du divertissement au Québec, sa considération en tant que véritable industrie demeure assez récente.

En effet, c'est au début des années 1980, notamment avec l'apparition des *Lundis des Ha ! Ha !*³⁵ et la création du *Festival Juste pour rire* que l'humour s'impose comme un incontournable des arts de la scène (Paré et Poirier 2016, 77). Cette industrie s'est toutefois complexifiée depuis quelques années. D'une part, le Groupe Juste pour rire, longtemps le plus important producteur et diffuseur de contenu humoristique, partage désormais l'espace avec d'autres joueurs. On peut penser à Comedi Ha ! dont le festival et les galas présentés dans la ville de Québec gagnent en popularité. Le « Comedi Ha ! Fest-Québec » propose ainsi 300 spectacles comportant autour de 500 artistes parmi les plus populaires de la province en humour (Comedi Ha ! 2019). L'entreprise semble d'ailleurs en pleine croissance considérant qu'elle dispose désormais d'un budget avoisinant les 15 millions de dollars canadiens, qu'elle compte autour de 1500 employés et prévoit élargir son offre festivalière à cinq autres villes du Québec (Provencher 2019). D'autre part, un autre festival, le

³⁴ Cette étude et les données qui y figurent ont été rédigées avant la pandémie de la COVID-19. Le portrait de l'ensemble de l'industrie culturelle, comme la plupart des secteurs, s'est évidemment transformé depuis.

³⁵ Ces soirées d'humour seront très populaires et diffusées en fin de soirée à la télévision de Radio-Canada.

Grand Montréal comique, en compétition directe avec le Festival Juste pour rire a fait son apparition dans la métropole en 2018³⁶. Initialement nommé le Montréal Comédie Fest, le Grand Montréal Comique compte récemment le groupe Comedie Ha ! parmi ses partenaires (Grand Montréal Comique 2019). En considérant d'autres événements humoristiques tels que le Zoofest de Montréal, le Festival de la blague de Drummondville ou le Festival d'humour de l'Abitibi-Témiscamingue, pour ne nommer que ceux-là, l'industrie de l'humour demeure foisonnante.

En même temps qu'émerge cette industrie apparaît une forme d'institutionnalisation de l'humour québécois. On retrouve les humoristes un peu partout à la radio, à la télévision aux heures de grandes écoutes. De nos jours, ils sont également « sollicités comme animateurs de jeux télévisés ou comme participants » (Paré *et al.* 2019, 55). À cette omniprésence médiatique, ajoutons la création aussi dans les années 1980 de l'ÉNH. D'abord fondée par le *Groupe Juste pour rire*, l'École acquiert un statut d'institution d'enseignement du ministère de l'Éducation du Québec en 1992 avant de devenir, en 1993, complètement indépendante (Paré et Poirier 2016). Selon les données offertes par l'ÉNH, 81% des diplômés « sont actifs en humour, comme auteur ou interprète pour la scène, la télévision, le web, le cinéma, la radio, l'imprimé et même en publicité » (ÉNH 2019). On peut dès lors considérer l'humour comme une véritable institution au Québec, tant sur le plan formel, notamment à travers sa professionnalisation, que sur le plan de la construction identitaire de la société québécoise, en fonction de son importance dans l'espace public.

Par ailleurs, d'une industrie essentiellement dominée par le groupe majoritaire au Québec³⁷, la scène humoristique québécoise s'est tout de même diversifiée récemment. Autour de 10% des spectacles d'humour les plus populaires en salle des dix dernières années sont l'œuvre d'un

³⁶ Le Groupe Juste pour rire a été frappé par une crise interne importante dans la foulée d'une accusation de « viol et d'attentat à la pudeur à l'endroit d'une femme » (Gagnon, Ducas et Vallet 2019) visant le fondateur et ex-dirigeant de l'entreprise, Gilbert Rozon. Le scandale a entraîné le départ de plusieurs collaborateurs du Groupe, dont des humoristes, et la création d'un nouveau festival d'humour à Montréal.

³⁷ Dans cette recherche, on s'inspire de la définition de Statistiques Canada. On considère donc comme faisant partie du groupe minoritaire toutes « personnes [...] qui ne sont pas de race blanche ou qui n'ont pas la peau blanche » (Statistique Canada 2008). Contrairement à ce que l'organisme précise cependant, les Autochtones seront aussi considérés comme des membres des minorités visibles. Cette définition, axée sur le critère de visibilité, exclut celui de la confession religieuse. Comme précédemment expliqué toutefois, on reconnaît que les personnes dont la religion est autre que la religion catholique font partie des minorités et de la diversité religieuse. En outre, la question de la langue est également exclue de cette définition, bien que l'on garde à l'esprit que les Québécois francophones constituent à la fois une majorité linguistique sur le territoire provincial, mais une minorité linguistique à l'échelle canadienne et nord-américaine. Cette situation est inversée pour les Anglo-Québécois.

humoriste issu des minorités québécoises (ISQ 2019a). C'est un peu moins que la proportion de minorités visibles à l'échelle de la province qui s'élève à 13 % (ISQ 2019b). De plus, des tribunes montréalaises comme le Couscous Comedy Show ou le Gala Extrémis permettent à des humoristes issus de l'immigration et des minorités de se produire sur scène. Ajoutons aussi la création des *Bad Boys du Rire* dont la mission principale consiste également à offrir du « stage time » à des humoristes souvent exclus des scènes réputées, notamment les galas *Juste pour rire* (Destrempe 2019). Bien que de nouvelles tribunes humoristiques émergent un peu partout dans la province, particulièrement à Montréal (Brouard et Paré 2015), l'espace accordé à la diversité culturelle demeure un enjeu. Par exemple, d'après les données de l'ÉNH, entre 2006 et 2019, seulement une dizaine de finissants dans le volet « création humoristique » de l'École provenait des minorités alors qu'une seule personne issue de ce groupe a gradué dans le programme « écriture humoristique » (ÉNH 2020). De plus, ce n'est qu'en 2017 qu'une première femme noire obtient son diplôme dans ce même volet (Choquette – à paraître). Il semble donc que sous cet angle strictement institutionnel, le défi de la représentation des minorités reste d'actualité au sein de l'industrie de l'humour québécois.

Sur les plans sociaux et politiques, depuis plus d'une dizaine d'années, le contexte a été fortement marqué par les enjeux entourant le vivre ensemble, en matière de diversité ethnique, culturelle et religieuse en particulier. On peut penser à la « crise » des accommodements raisonnables menant au dépôt d'un rapport sur la question en 2008, au débat entourant le projet de Charte des valeurs québécoises du Parti québécois en 2013 et à l'adoption de la Loi sur la laïcité de l'État en 2019. Des événements autour de la représentation des minorités dans l'espace public ont également défrayé la chronique ici comme ailleurs dans le monde. Ce fut le cas pour « l'affaire » des caricatures de Mahomet dans le *Charlie Hebdo* en France en 2005 ou, plus près de nous, de l'annulation des spectacles « Slav » et « Kanata » de Robert Lepage en 2018³⁸. Le monde de l'humour au Québec n'est probablement pas resté imperméable à ces événements et ceux-ci peuvent avoir influencé d'une façon ou d'une autre la création humoristique. En ce sens, la présente étude vise à mieux comprendre les processus menant à la création d'un discours humoristique au

³⁸ On a critiqué les deux productions en raison d'une faible représentation des Noirs dans le cas de « Slav » dont le propos traitait de l'esclavagisme subit par cette communauté et pour avoir laissé peu de place aux points de vue autochtones dans le cadre de « Kanata », un spectacle portant sur ce groupe, au Canada en particulier.

Québec dans ce contexte où les questions autour de la diversité ethnique, religieuse et culturelle sont omniprésentes.

Par ailleurs, la question de la liberté d'expression constitue également un enjeu important, particulièrement dans le contexte actuel où, au Québec comme ailleurs, on s'interroge sur la portée de la raillerie, de la dérision ou de la caricature. On peut à nouveau souligner le tollé soulevé par la publication en France des caricatures de Mahomet dans le *Charlie Hebdo* qui mènera aux attentats et à l'assassinat de douze personnes, dont huit membres de la rédaction du journal satirique en 2015 (Europe1 2020). Toujours en France, les propos de l'humoriste Dieudonné, dont la teneur est qualifiée par plusieurs d'antisémite et discriminatoire, engendrent l'annulation de certains de ses spectacles (AFP 2017). Au Québec, les limites de l'humour sont aussi considérées par le milieu de la justice en raison de la condamnation de l'humoriste Mike Ward sommé par la Cour d'appel de verser 35 000\$ « en dommages punitifs et moraux » au chanteur Jérémy Gabriel pour s'être moqué de son handicap sur scène (Perron 2019)³⁹. Dans cette perspective, non seulement la portée de l'humour est remise en question, mais les humoristes eux-mêmes sont amenés à s'interroger sur leur rôle au sein de la collectivité et aux effets de leurs blagues, notamment sur les attitudes et les comportements politiques.

2. Cadre théorique

En s'appuyant sur la littérature, cette section vise à identifier les principaux éléments pouvant jouer un rôle dans la rédaction d'un numéro d'humour. On y aborde tout d'abord la notion de contrat de communication, laquelle met en lumière la complexité de cette relation entre un humoriste et les publics. Il sera question par la suite du lien entre l'humour et le vivre ensemble, notamment en se questionnant sur les motifs poussant un adepte du « stand-up » à aborder les questions de diversité culturelle et religieuse. Des aspects exogènes à l'humoriste, les facteurs contextuel et institutionnel en particulier, seront aussi discutés.

³⁹ Au moment d'écrire ces lignes, l'humoriste porte la cause en Cour suprême du Canada, le plus haut tribunal du pays.

2.1 Le contrat humoristique

On peut définir un contrat de communication comme un « ensemble de normes, de conventions et d'attentes réciproques qui déterminent qui peut parler publiquement, de quoi, quand, de quelles manières, dans quelles circonstances, à quel titre, etc » (Charron et Le Cam 2019, 13). Ces normes ne sont pas immuables évidemment, elles évoluent et se transforment en fonction des époques et des contextes notamment. Mais, elles n'en incarnent pas moins les limites à ne pas franchir perçues par les humoristes et celles à considérer par les publics, en particulier la situation de communication qui se déroule dans le cadre de l'ironie, de la dérision ou de la caricature. Dans cette optique, on réfère plutôt au contrat humoristique lorsqu'il est question de cette catégorie d'échange entre l'humoriste et l'auditoire (Charaudeau 2017).

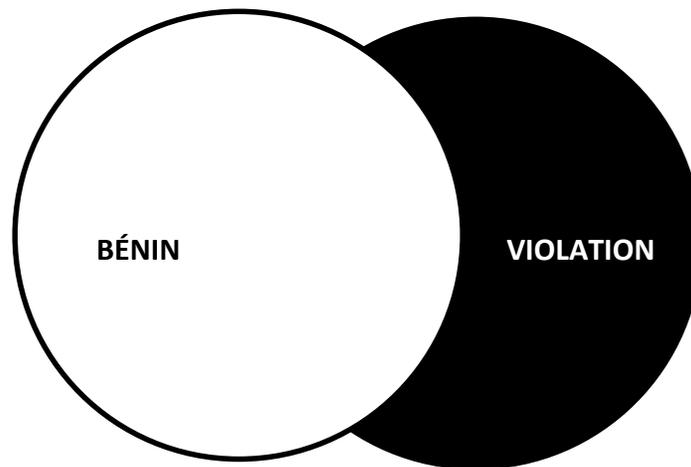
Ce contrat oblige donc l'auteur et l'émetteur du message humoristique à estimer la portée et les effets de son propos afin de ne pas perdre l'auditoire (Charaudeau et Maingueneau 2002). Un point de vue qui correspond à la notion d'interactivité du pouvoir de Delwit (2013) que l'on peut transposer à l'humour. Le pouvoir de faire rire est alors attribué ou retiré à un humoriste par la population en quelques sortes. Dans cette perspective, même placés devant une plaisanterie, les publics disposeraient d'un certain seuil de tolérance, lequel devrait être anticipé et pris en considération par les humoristes. C'est ce que Lucília appelle la « connivence critique » en soulignant que le « rire est aussi un geste d'apaisement qui exprime une certaine inadaptation et qui exploite l'élasticité des liaisons entre le personnage, le groupe et la société en général » (Lucília 2014, 1). Une considération particulièrement importante, d'autant que c'est souvent le partage de l'expérience humoristique qui contribue à générer le rire communicatif, l'hilarité collective (Ross 1998). On peut alors s'interroger sur les limites que s'imposent un créateur et un producteur de contenu humoristique : « jusqu'où peut-on aller trop loin ? » (Charaudeau 2006, 25). Pour l'humoriste Jean-François Mercier, la responsabilité de tracer cette limite repose pour beaucoup sur les épaules des publics.

Je suis persuadé qu'on peut faire des blagues sexistes sans être sexiste, qu'on peut faire des blagues racistes sans être raciste, au même titre qu'on peut faire des blagues de meurtres sans être un meurtrier. Ça semble être un concept extrêmement difficile à saisir pour certains ! (cité dans Gagné 2017, 30).

Pour d'autres toutefois, l'humoriste doit s'assurer qu'une blague soit interprétée comme telle, même lorsqu'elle aborde un sujet délicat. En ce sens, afin qu'un « gag » soit efficace, il faut que l'humoriste parvienne à maintenir une certaine tension, laquelle sera subitement relâchée à la fin d'une histoire, au moment de sa chute (Rishel 2002).

Ce procédé de rédaction humoristique, nommé « violation bénigne », est d'ailleurs théorisé par McGraw et Warren (2010). Et comme le précise à nouveau Lucília (2014, 4), « [o]n peut dire que le comique est, finalement, la défense et la célébration des règles. Il les viole pour qu'elles puissent rester inviolables ». Cette théorie de la violation bénigne, notamment mobilisée par McGraw et Warren (2010), est ainsi schématisée (figure 1.1).

Figure 1.1 : Théorie de la violation bénigne en humour



Source : Reproduction et traduction française du schéma de la violation bénigne publié en anglais sur le site du Humor Research Lab (2015).

Les travaux de McGraw et Warren découlent vraisemblablement de ceux d'autres chercheurs, lesquels se réfèrent tantôt à la notion d'incongruité (Suls 1972; Berger 1993; Rishel 2002), pour évoquer la nécessité de jouer avec le vraisemblable et l'invraisemblable en humour ou à celle d'ambiguïté (Ross 1998), notamment afin de conserver l'auditoire dans un flou intentionnel entre le tolérable et l'intolérable. L'humour noir incarne un bel exemple de recours à l'incongruité.

2.2 Humour et vivre ensemble

Mais, quelles sont les motivations derrière la création, la production ou la présentation d'un numéro d'humour ? La première et la plus simple des réponses à cette question pourrait être : pour aucune autre raison que de faire rire. Après tout, c'est de fait la principale clause du contrat humoristique. L'humoriste a l'obligation de susciter le rire de l'auditoire et remplir cette partie de l'entente, si elle peut sembler naturelle chez l'humoriste, n'en est pas moins exigeante. D'autres font toutefois appel à l'humour pour dénoncer des injustices ou certaines réalités jugées inacceptables. En plus de faire rire, l'humour devient alors un acte de contestation, de résistance, voire de mobilisation (Vivero García 2013; Choquette 2016). D'ailleurs, l'humour demeure un outil fréquemment sollicité pour traiter de la délicate question des préjugés raciaux et ethniques (Lafontaine 2017; Raskin 2009). Dans bien des cas, les humoristes issus des minorités visibles se mettent eux-mêmes en scène et ironisent, non sans controverses parfois, sur les préjugés et les stéréotypes auxquels ils font souvent face (Roussel 2015; Dufort 2018). Certains prêtent même des vertus pédagogiques à l'humour dans la mesure où les blagues soulignent les caractéristiques propres à une société, à un contexte donné (Argaud *et al.* 2017, 69).

On peut ainsi concevoir que la création humoristique vise à rapprocher les cultures, à favoriser l'ouverture au pluralisme (Begag 2001; Ziv 2010; Charaudeau 2013; Kutz-Flamenbaum 2014). Cependant, sans que l'intention de diviser ou de stigmatiser des communautés de façon précise est manifeste, un humoriste peut opter pour la facilité et « choisir des cibles » disons plus évidentes et sombrer dans les clichés. Pour Cotte, il s'agit là « [d]un appel à peine voilé à maintenir une tradition réactionnaire consistant à faire des gorges chaudes des plus faibles » (Cotte, 2015, 69). Il peut alors s'agir d'un rapport de domination d'une majorité d'individus au sein du groupe considérant les éléments sociaux dont il convient de rire (Weaver 2011; Cotte 2012). De quelle façon un humoriste peut-il tenir compte de ces considérations collectives liées au vivre ensemble dans ses numéros ? La question se pose. Dans le cadre de cette étude, on peut penser que le fait de cibler des communautés issues des minorités s'inscrit parfois dans ce registre de la facilité, parfois dans celui d'évoquer des stéréotypes pour les dénoncer.

2.3 Le contexte sociopolitique

Les contextes sociaux et culturels, tout comme les perspectives individuelles et collectives juxtaposées à des facteurs circonstanciels comme l'actualité, constituent autant de référents que les humoristes doivent considérer afin de s'assurer de l'efficacité de leurs messages (Rishel 2002, 42). À cet égard, le développement de l'humour québécois s'inscrit dans des contextes particuliers, notamment marqués par des efforts pour la reconnaissance identitaire. L'humour devient « donc une forme d'expression de la culture québécoise » comme le souligne Vincent (2008, 94).

Par exemple, considérant le statut minoritaire des Québécois francophones au Canada, l'humour politique y revêt une dimension nationaliste importante (Aird 2010). On le verra notamment dans le monologue d'Yvon Deschamps⁴⁰ intitulé « Les unions quossa donne ? » dans lequel l'humoriste dénonce la domination économique des anglophones sur les francophones (Choquette 2016). Dans la même veine, le groupe « Les Cyniques » mettra de l'avant des thèmes liés à l'émancipation des Québécois francophones en pleine Révolution tranquille durant les années 1960 et au début des années 1970 (Joubert et Aird 2013). Il en sera de même pour le collectif Rock et Belles Oreilles durant les décennies 1980 et 1990 qui traitera avec humour et dérision des débats linguistiques et, plus largement, des caractéristiques de l'identité québécoise dans une ère plus contemporaine (Joubert et Paré 2019). Si cette situation est considérablement différente de nos jours, la dualité linguistique pour sa part reste bien présente. Une réalité qui demeure paradoxale au Québec considérant que cette minorité francophone au sein de la fédération canadienne est toutefois largement majoritaire sur son territoire. Ce constat contribue par ailleurs à alimenter la dichotomie majoritaire – minoritaire et un sentiment d'insécurité d'une partie de la nation québécoise envers certains enjeux liés à la diversité ethnique, culturelle et religieuse (Bouchard 2011; Milot 2009). Dans cette perspective, on peut penser que ces facteurs (contextuels, dichotomies majoritaire/minoritaire, vulnérabilités identitaires et linguistiques) peuvent influencer le développement de l'industrie humoristique au Québec. À la limite, il peut en émerger un certain type de discours humoristique que l'on pourrait qualifier d'humour de survivance⁴¹. Cela risque

⁴⁰ Il s'agit d'un des pionniers de l'humour au Québec. Ses numéros à saveur sociopolitique sont cités en exemple et constituent des références pour plusieurs humoristes contemporains.

⁴¹ On fait un parallèle ici avec la conception de la survivance souvent abordée dans la littérature évoquant la survie des francophones en Amérique après la Conquête britannique du territoire au 18^e siècle. Dans l'esprit de Courville (1986, 178), la « survivance réfère à ce qui reste d'une société une fois disparu le système dense de rapports qui la définissait autrefois ».

également d'influencer la façon dont les humoristes traiteront des questions de pluralisme et de diversité culturelle et ultimement, de transformer le reflet de la société (Aird 2004; Barette 2019).

On le constate, ce survol de la littérature permet de soulever quelques pistes explicatives. Premièrement, les facteurs individuels, les intérêts, les préoccupations ou les expériences personnels des humoristes par exemple, risquent de jouer un rôle important. Deuxièmement, en s'appuyant sur la notion de contrat humoristique, les limites de l'auditoire et l'anticipation de la réaction des publics représentent certainement des éléments à considérer. Cette catégorie de facteurs inclut fort probablement le maintien d'un équilibre entre tension et relâchement. Troisièmement, la prise en compte du contexte, des réalités sociopolitiques québécoises en particulier, pourrait constituer des éléments à retenir. À ces trois ensembles de facteurs peuvent s'ajouter ceux de nature institutionnelle. On peut penser à l'enseignement de l'humour ou certaines caractéristiques propres au fonctionnement de cette industrie dans la province.

3. Méthodologie

Afin de mener à bien cette étude, vingt personnes, toutes membres de l'industrie de l'humour québécois ont été interviewées et regroupées en deux catégories. Les membres de la première catégorie, les humoristes, proviennent du corpus de l'analyse de contenu, laquelle analyse notamment les numéros de 33 humoristes québécois. Des entretiens auprès de 12 de ces humoristes, auteurs de leurs propres numéros pour la plupart, permettent de saisir le point de vue des praticiens de l'humour. Cinq humoristes provenant de la majorité et sept issus des minorités visibles ont ainsi été interviewés. La seconde catégorie regroupe des agents d'artistes, des producteurs de spectacles et des personnes reliées à l'enseignement de l'humour avec qui des « entrevues d'élite » ont été menées. Par élite, on entend des individus dont la connaissance du milieu, le réseau de contacts et l'influence font d'eux des joueurs importants dans l'industrie humoristique québécoise⁴². Comme le souligne Tansey (2007, 4), « l'entrevue d'élite est en effet une méthode efficace afin de mener à bien une démarche de "process-tracing" ». Huit personnes interrogées font ainsi partie de la catégorie « élite ». Les invitations à participer aux entrevues ont été essentiellement lancées par

⁴² La considération des facteurs d'influence et d'importance au sein d'un milieu précis réfère à la définition d'élite proposée par Dexter (2006, 19) qui qualifie cette catégorie d'individus comme : « the influential, the prominent, and the well informed ».

courrier électronique et toutes les entrevues, sauf une qui a eu lieu en personne, se sont déroulées au téléphone entre le 11 avril et le 27 août 2019. Les horaires chargés des participants et l'impossibilité pour plusieurs d'entre eux de se rendre disponible pour des rencontres face-à-face ont justifié le recours à cette méthode. La perte d'informations associées au non verbal est également négligeable étant donné la nature des questions, lesquelles ne sont pas reliées à l'observation du milieu de vie ou de pratique des participants.

3.1 Présentation des facteurs explicatifs

La section des résultats trace tout d'abord un portrait général de la manière dont les humoristes conçoivent leur travail, sur le plan des effets de l'humour en particulier. Par la suite, à la lueur des éléments soulevés dans le cadre théorique, on compte se pencher sur quatre ensembles de facteurs explicatifs pouvant influencer la création d'un numéro d'humour traitant de la diversité ethnique, culturelle et religieuse (tableau 1.1)⁴³.

Le premier ensemble, les « facteurs individuels » a pour but de considérer les perspectives et les objectifs personnels des acteurs de l'industrie de l'humour dans l'élaboration d'un numéro. Les « facteurs contractuels » représentent le second ensemble de facteurs explicatifs. Il vise à déterminer dans quelle mesure les humoristes prennent en compte les pressions de l'opinion publique et les niveaux de tolérance ou d'ouverture perçues de leur auditoire à certaines blagues, notamment en termes de types de sujets abordés et la façon d'en parler. Ces deux premiers facteurs représentent des aspects plus endogènes à la création humoristique. Le troisième ensemble, les « facteurs institutionnels », visent à évaluer le poids des aspects institutionnels, on peut penser aux pressions de l'industrie, au cadre légal et à l'enseignement de l'humour, dans le choix et le traitement des sujets abordés. Enfin, le quatrième ensemble, les « facteurs contextuels », permet de déterminer dans quelle mesure les réalités sociopolitiques québécoises et les événements d'actualité concernant les enjeux de diversité peuvent influencer la création d'un numéro. Ces deux derniers facteurs, institutionnels et contextuels, correspondent à des éléments davantage exogènes au travail des humoristes.

⁴³ Voir les questionnaires à l'annexe 1

Tableau 1.1: Quatre ensembles de facteurs explicatifs et questions associées⁴⁴

Facteurs explicatifs	Questions associées
« Facteurs individuels »	<p>Quels facteurs à votre avis peuvent influencer votre création et votre présentation d'un numéro d'humour ?</p> <p>Pourquoi faites-vous de l'humour ?</p>
« Facteurs contractuels »	<p>Dans quelle mesure les pressions de l'opinion publique sont-elles considérées ou non dans la création d'un numéro d'humour ?</p> <p>Dans quelle mesure tenez-vous compte du public visé dans la production et la diffusion d'un spectacle d'humour ?</p>
« Facteurs institutionnels »	<p>À votre avis, certains facteurs institutionnels entourant l'humour, notamment l'enseignement, l'industrie ou le cadre légal, peuvent-ils influencer la façon dont on le pratique ?</p> <p>À votre avis, comment l'enseignement de l'humour peut-il influencer la façon dont on le pratique ?</p> <p>Dans quelle mesure devez-vous tenir compte des considérations légales dans la réalisation, la production et la diffusion d'un numéro ou d'un spectacle d'humour ?</p>
« Facteurs contextuels »	<p>Dans quelle mesure les contextes sociopolitiques, notamment les enjeux d'actualité, sont-ils considérés ou non dans la création d'un numéro d'humour ?</p> <p>À votre avis, pourquoi certains groupes sont-ils plus ciblés ?</p>

3.2 Traitement des données d'entrevues

Les données d'entrevues ont été traitées suivant une méthode essentiellement qualitative. On s'inspire en particulier de la méthode de cueillette d'informations par entretien utilisée dans les travaux de Marland et Esselment (2018). Cette façon de faire vise ainsi, dans les limites du possible,

⁴⁴ Le tableau 1.1 présente les questions directement reliées aux facteurs considérés. L'ensemble des interrogations a toutefois généré des réponses supplémentaires et des compléments d'information éclairants pour chacun des facteurs.

à rendre compte des points de vue des personnes interrogées, sans pour autant surinterpréter les réponses, pour mettre l'accent sur les éléments de réponses les plus révélateurs des différentes positions évoquées. Il deviendra alors plus aisé d'identifier des traits communs et de faire émerger les « schémas discursifs récurrents » (Seguin 1996, 186). Ce sont les verbatims des entrevues qui constituent la principale base de données de la recherche. Une fois les retranscriptions des entrevues complétées, on a regroupé l'ensemble des réponses par question en fonction des quatre facteurs explicatifs. Notons que les élites et les humoristes ont répondu à des questionnaires distincts. Bien que la plupart des questions restent les mêmes, on retrouve quelques variantes, notamment sur les liens entre l'industrie de l'humour et la construction des discours humoristiques.

Par ailleurs, l'anonymat des participants a été garanti afin d'augmenter le degré d'objectivité des réponses et de leur permettre de donner leurs points de vue sans crainte d'être jugés ou comme le précise Paré (2015) en citant Longpré, « pour soustraire les répondants, dans la mesure du possible, à un "malaise face à la perspective d'être étudi[és]" » (Longpré 2010, 238). S'inspirant de Paré (2015) à nouveau, les propos seront rapportés suivant une logique de numérotation aléatoire. C'est-à-dire que les répondants se sont vus attribuer un numéro au hasard, lequel est associé à une lettre précisant qu'il s'agit d'un humoriste (H) ou d'un membre de la catégorie élite (E). À titre d'exemple, on fera référence au point de vue du répondant H1 pour les réponses d'un humoriste ou du répondant E2 pour celles d'une personne issue du groupe élite. Pour ajouter à l'anonymat, aucune distinction de genre ne sera faite en ce qui concerne les propos relatés par les participants. De plus, on privilégie la retranscription des propos tels qu'ils ont été exprimés. De façon générale, les citations présentées respectent l'accent de la personne et les particularités des expressions utilisées, souvent propres à l'oralité.

4. Présentation des résultats

Avant d'aborder directement les facteurs explicatifs, on désire se pencher sur les implications et la portée du métier d'humoriste et plus largement de l'industrie humoristique au Québec dans la perspective de ses acteurs.

Comment les artisans de l'humour perçoivent-ils leur travail ? Sans surprise, la plupart des répondants considèrent que le rôle de l'humour dépasse l'unique fonction de déclencher le rire. Il

semble en effet que le caractère rassembleur de l'humour fasse généralement consensus. E8 souligne son efficacité pour réduire les tensions en affirmant de façon imagée que « l'humour [est] une espèce de soupape [...], c'est une valve [...] le rire c'est un peu comme la valve de l'âme ». Celui-ci considère même que l'on sous-estime les fonctions de l'humour, « que le rire est plus important que l'importance qu'on lui accorde ». « Ça rassemble des gens, [ça] crée des communautés d'humour », affirme E1 tout en rappelant la difficulté de mesurer ce genre d'effets avec précisions. Point de vue partagé par H1, lequel, même s'il conçoit des effets négatifs de l'humour, y voit aussi des impacts généralement positifs. « Si y'a une fonction dans l'exclusion, y'a sûrement des fonctions dans l'inclusion aussi. L'humour a une fonction formidable sur le vivre ensemble, ça nous fait rire de nos différences, nous rapproche », précise-t-il. Ce dernier nuance toutefois les impacts de son travail sur les attitudes politiques : « Je dirais pas que c'est la cause directe [d'un changement d'attitude]. Ça fait partie des autres causes connexes dont l'expérience, le vécu, ça fait partie de ça », soutient H1. Pour E6, il importe tout de même de réfléchir sur les dimensions moins reluisantes des discours humoristiques.

J'ai l'impression qu'il y a aussi l'autre côté de la médaille qui fait que des fois on a un humour un peu cynique par rapport à certaines choses. Le recul et le détachement peut amener parfois quelque chose qui est peut-être pas non plus, la meilleure affaire toujours.

Un autre, plus catégorique sur le recours aux stéréotypes, va jusqu'à prétendre que « l'humour peut faire plus de mal que de bien dans ce cas-là » (H5). « L'humour peut valider des croyances dangereuses ou méchantes ou exacerber des côtés tristes chez l'humain », renchérit-il. Pour lui, il faut faire preuve de prudence pour ne pas générer des réactions négatives, particulièrement en matière d'ethnicité. Aucun répondant par contre, tant chez les humoristes que les enseignants, les agents d'artistes ou les producteurs, met uniquement de l'avant la portée moins positive de leur travail. Ainsi, à des degrés différents, tous sont d'avis que l'humour contribue favorablement au vivre ensemble, certains estiment qu'il peut également alimenter les stéréotypes, mais aucun n'estime qu'il les entretient plus qu'il ne les déconstruit.

4.1 Facteurs individuels

Une affirmation fait clairement consensus au sein des membres de l'industrie humoristique rencontrés : l'humour part de soi. Huit des douze humoristes interviewés précisent ainsi que le

« stand-up comic » part avant tout de ses idées et de ses perspectives. Ces brèves citations illustrent bien cette réalité :

- Mon humour est basé sur mon vécu à moi. (H6)
- Ça toujours été un moyen de véhiculer ou de réussir à dire vraiment ce que je pense. (H9)
- Faut que je l'aie vécu. (H4)
- Il faut que ça m'habite. (H11)
- On part toujours de soi-même. (H7)

Plusieurs ont également ajouté que lorsqu'un numéro ne part pas de soi, il risque de s'avérer moins efficace. « Tu peux pas inventer une anecdote, ça aurait l'air faux », estime H8. De ce point de vue, les propos tenus par ces humoristes résument en partie leur vision de la société dans laquelle elles et ils se véhiculent. Il s'agit là d'un des plus significatifs facteurs individuels de création humoristique. Si une majorité des humoristes rencontrés mobilisent leurs propres vécu et conception de certaines réalités sociales et politiques pour susciter le rire, c'est donc une certaine façon de concevoir la société que l'on partage. H4 affirme en ce sens que « si vous voulez connaître notre société, prenez les dix plus gros artistes du moment, regardez leur show d'humour et vous allez avoir une image de la société dans laquelle vous êtes ».

Pour certains cependant, les motifs personnels justifiant le choix de faire carrière mettent en relief des facteurs individuels qui transcendent le cadre humoristique. En parlant de son intérêt pour l'humour, E8 affirme sur un ton ironique que « si t'en n'en a pas, c'est que t'es mort en dedans ». E5 ira jusqu'à affirmer que le recours à l'humour constitue un moyen efficace d'apaiser ses propres tensions, de faire face à l'adversité. Toute sa vie dit-il, l'humour a incarné « une façon [...] de gérer l'anxiété, gérer le doute... N'eut été de l'humour, je ne sais si je serais là pour te parler ! ». Le recours aux procédés humoristiques comporte alors une dimension thérapeutique, voire vitale dans certains cas. Cela génère des bienfaits personnels comme le souligne H3. « Y'a plusieurs démons, plusieurs angoisses existentielles qui sont apaisés par l'humour, par la créativité. Y'a un côté juste plaisir, c'est vraiment agréable d'être sur scène ». « Y'a un côté thérapeutique pour moi », ajoute H2. Cette dimension salvatrice de se retrouver sur les planches est partagée par plusieurs personnes

interrogées. H4 résume ainsi son premier passage sur scène. « Cette journée-là, c'était wow, l'adrénaline, en partie une sensation de pouvoir, de plaisir de fierté, de faire rire les gens ».

Par ailleurs, pour trois humoristes issus des minorités, parler de leurs réalités ethniques et culturelles constitue en quelques sortes un passage obligé. « Moi y'a des trucs que je dis sur scène que je sais pertinemment qu'un Tremblay⁴⁵ pourrait jamais dire, [...], mais ça va [...], ça fait partie de mon coffre à outils », explique H8. Une autre personne interrogée souligne que de faire part de sa propre différence sur scène permet de diminuer les craintes envers la différence, envers l'étranger. H7 évoque ce témoignage reçu d'un membre de l'auditoire : « tu nous as soulagés. Parce que tu as complètement enlevé la peur qui nous possédait ». « On devient vite le porte-étendard. Faut être prêt après à affronter le questionnement des gens », estime pour sa part H6 précisant du même souffle, qu'il ne peut « pas faire un numéro [qui parle de] jusqu'à quel point c'est difficile d'être Noir, je suis pas Noir ». De ce point de vue, certaines réalités, celles liées à l'ethnicité notamment, ne peuvent être racontées que par les personnes les ayant vécues. On comprend toutefois que dans cette optique, l'objectif d'un humoriste issu d'une minorité derrière la rédaction d'un numéro dépasse la volonté de déclencher le rire des publics. Il vise également à sensibiliser les membres de la majorité à des réalités ethniques, culturelles ou religieuses différentes à la leur.

Ainsi, quatre humoristes, dont deux en provenance des minorités, affirment clairement être motivés par des considérations plus militantes, voire activistes. H6 affirme en ce sens mobiliser l'humour entre autres « pour dénoncer des trucs personnels qui s'avèrent à être publics ». Souhaitant transformer les mentalités, deux répondants déclarent avoir choisi la voie humoristique pour « changer le monde » (H1) et « pour changer les choses » (H5). H1 précise ainsi sa pensée : « J'ai un objectif politique en tête, combattre le racisme, la haine et l'ignorance. Y'a toujours une intention derrière. [...] Moi je suis un militant à la base. [...] L'humour me permet d'avoir une prise sur le réel. » Dans le même ordre d'idées, H5 déclare que c'est sa manière de s'exprimer « pour faire changer les choses. [...] C'est forcément en réaction à ce qui se passe », ajoute-t-il en soulignant avoir « envie de participer au débat public, à participer à la société ». Un point de vue partagé par H7 disant vouloir « changer un peu la mentalité ». Idem pour E5 estimant que les humoristes « se positionnent beaucoup plus qu'avant. [...] Faut réagir, c'est inacceptable ce qui se

⁴⁵ Un des noms de famille les plus courants au Québec.

« passe », dit-il affirmant craindre la montée d'une certaine droite politique. « Tu peux pas juste parler de ta piscine creusée », ajoute cette personne, « [l'humour] est un terreau très favorable pour générer de l'engagement ».

Il semble donc que ce sont d'abord et avant tout des motifs individuels ou personnels qui guident les membres de l'industrie humoristique interviewés, les humoristes au premier chef, dans la création des numéros. On ne remarque pas de distinction entre les groupes formant la majorité et les minorités sur ce point de vue. On souligne toutefois que l'impératif de faire rire constitue une tentation pour les humoristes issus de la majorité d'évoquer des stéréotypes ethniques et culturels et de cibler des communautés en particulier. On constate aussi que, justement pour combattre cette stéréotypisation, plusieurs humoristes issus des minorités visibles mettront de l'avant les clichés auxquels ils sont eux-mêmes confrontés pratiquant une certaine forme « d'autodérision ». Enfin, l'utilisation de l'humour comme outil de mobilisation et de prise de position, si elle ne constitue pas une pratique généralisée, semble tout de même assez répandue. Les réponses obtenues donnent parfois l'impression cependant d'un manque d'autocritique ou d'un certain refus de reconnaître de possibles conséquences négatives entourant le recours aux stéréotypes en humour, y compris lorsqu'ils sont mis de l'avant par une personne issue des minorités. Par exemple, en réponse à la question visant à comprendre pourquoi des humoristes ciblent des groupes en particulier, H10 répond : « moi j'en connais pas [qui font cela] en ce moment ». De plus, un seul humoriste (H8) issu du groupe minoritaire interrogé affirme clairement qu'user « d'autodérision culturelle » peut alimenter les stéréotypes à l'égard des communautés alors concernées.

4.2 Facteurs contractuels

L'importance de la relation entre l'humoriste et l'auditoire a été évoquée à maintes reprises dans la littérature. Il en va de même pour les artisans de l'humour rencontrés dans cette étude.

Ainsi, tant du côté des agents d'artistes, des producteurs ou des enseignants que de celui des praticiens de l'humour, on fait le même constat. Pour E1, l'humour « ça se fait toujours à deux. L'humoriste peut pas faire fi du public parce que c'est grâce à lui qu'il peut faire son travail. C'est [...] une des rares formes d'art où ça nécessite une réaction instantanée de l'auditoire », précise-t-il. Chez E6, on évoque même une relation de proximité alléguant que l'humour « est capable de

créer une connexion rapide avec le public ». E3, visiblement du même avis, estime que l'humour constitue une forme de dialogue. « Faut créer un échange », dit-il « si les gens embarquent dans l'échange avec toi ben là tu viens de réussir ». Cette affirmation se rapproche de la théorie de la violation bénigne. Cette dernière est d'ailleurs directement évoquée par E7, lequel explique qu'il faut toujours garder à l'esprit cet équilibre, cette « tension » entre étonner ou choquer l'auditoire. Il faut établir ce lien de confiance qui fait dire à l'humoriste « suivez-moi, n'ayez pas peur, au final, vous allez rire », affirme-t-il. L'établissement d'un climat de confiance est indispensable pour un humoriste selon E11.

C'est une affaire de confiance aussi l'humour c'est vraiment un pacte de confiance que t'as avec le public. Si le public te fait pas confiance, si le public a une image négative de toi ou ils se sont fait dire qu'ils devraient pas t'écouter [...] ben là t'es foutu ! Tu vas avoir de la misère à les avoir de ton bord.

À la lueur des réponses données, on comprend que la création humoristique passe en effet par une évaluation de la réception des publics. Évidemment, il s'agit d'une estimation, d'une perception exprimée par les humoristes, mais ces derniers doivent anticiper les réactions de l'auditoire. Cela apparaît évident, notamment en raison de la nature du travail qui s'appuie sur la nécessité d'une réponse spontanée de la part de l'audience à savoir, le rire. Cette dimension presque inhérente au contrat humoristique entre un artisan de l'humour et les publics est d'ailleurs une des raisons justifiant le recours à certains clichés ou stéréotypes par des humoristes. « C'est tellement difficile de faire rire les gens », souligne H11, « ils (les humoristes) veulent que ça fonctionne [...]. Les stéréotypes, ça fonctionnent » ! Pour E6, on cible des communautés « parce qu'il existe des référents communs dans la société qui sont faciles à exploiter. Tous les humoristes ont ce stress-là de faire rire. Parfois pour mille et une raisons, y'a des raccourcis ». Deux interviewés ajoutent que ce choix de cibler certaines communautés témoigne d'une relation de pouvoir à l'avantage du groupe majoritaire sur les minorités. « C'est sûr que si je suis dans un pays, majoritairement blanc, français, catholique, j'vais avoir tendance à rire des anglophones [...] à rire des groupes qui sont moins menaçants pour moi. C'est sûr que c'est plus facile de rire de groupe qu'y'ont pas de pouvoir », dénonce H1. H4 est du même avis : « Ils sont plus faibles économiquement. On peut se moquer des Chinois, des Mexicains. On peut se plaindre de certains groupes qui n'ont pas de pouvoir économique ou politique », dit-il. « Y'a des fous chrétiens, y'a des fous athées, puis y'a des fous

musulmans, puis malheureusement vu que c'est pas la même religion que celle qui est [majoritaire] au Québec, ben j'ai peur ! », ironise E8 ajoutant que « présentement les gags d'Arabes, c'est des Arabes qui les font » !

Outre l'exigence de déclencher le rire, le contrat humoristique signifie pour un humoriste de connaître « son » public et d'avoir la capacité de ne pas dépasser ses limites comme le souligne E2. « Il va pas nécessairement aller trop loin par contre pour ne pas perdre son public. Il va tracer ses limites en fonction de son style et de son public habituel. S'il va dans une autre zone, on risque de ne pas le suivre. » Et s'il transgresse l'échange ou brise ce contrat implicite avec l'auditoire, l'humoriste doit en prendre conscience et surtout ne pas faire semblant que rien n'est arrivé. « Je joue avec la limite où que je peux aller avec mon public. Si je sens que je la dépasse cette limite là, ça serait pas honnête de ma part de faire semblant que je ne l'ai pas dépassée », explique H11. En dépit des précautions donc, on comprend qu'il demeure difficile de prévoir l'effet d'une blague et que l'on peut toujours aller trop loin comme le rappelle E7 faisant référence à une forte réaction négative de l'opinion publique sur un aspect précis d'une blague. « On n'avait pas [...] pensé à cet aspect-là ! », s'exclame-t-il.

Si on s'entend généralement sur l'importance du lien entre l'humoriste et l'auditoire, il ne semble pas y avoir de consensus sur l'évaluation des caractéristiques des publics. Parfois, on se montre très critique à leur égard, soulignant à nouveau une certaine susceptibilité dans la population en général comme l'exprime E8. « Faut pas que ça rie de moi ! [...] Au Québec on aime les humoristes qui sont gentils. [...] On a tellement servi l'humour à toutes les sauces, que j'ai l'impression qu'aujourd'hui on a de la misère à faire la différence entre de l'humour et une opinion. » Cette conception plus « généralisante » des publics et surtout plus critique à l'égard du sens de l'humour des Québécois concorde avec cette vision d'un contexte sociopolitique marquée par la rectitude politique. À d'autres moments, on affirme qu'au contraire, les publics ne sont pas nécessairement plus « susceptibles ». C'est plutôt que, comme l'estime E5, « le public a une culture humoristique, une compréhension des exigences de la création en humour ». En d'autres termes, l'auditoire québécois est plutôt constitué d'amateurs avisés et plus critiques envers l'humour en raison d'une meilleure connaissance du domaine. Cela forcerait les humoristes à s'adapter, à redoubler d'efforts afin proposer du matériel à la hauteur des attentes. Cette adaptation peut se faire à géométrie

variable, comme le souligne E6. « J'ai l'impression que tout dépendamment des sujets que tu veux défendre, y'aura oui, ou non cette pression-là. [...] Tout dépendamment que comment toi t'abordes ça. ». Cette adaptation peut aussi, à l'instar des propos de H7, s'imposer au fil de l'expérience et forcer l'humoriste à adopter une autre façon de traiter d'un sujet en humour. Parlant de modifications à un numéro, il dit : « on évolue, oui j'évolue. Ça m'a fait réfléchir tout ça. Ça m'a fait changer la façon de dire les choses. L'angle ne rejoignait pas tout le monde ». Sans se dire insensible aux pressions de l'auditoire, H8 est d'avis qu'on ne peut pas toujours rester dans le consensus en humour, qu'il faut aborder des thèmes pouvant déplaire. « Le fait que l'on puisse être cynique, que l'on puisse être sur scène et dénoncer des trucs, ça c'est parce que ça arrive. Et même si on essaie d'éviter ça et on veut être juste dans le joyeux, c'est parce que c'est pas tout le temps joyeux. »

Évidemment, cette pression des publics se fait sentir à l'extérieur des salles de spectacle, sur les médias sociaux en particulier comme *Facebook*, *Twitter* ou *Instagram*. On assiste à un débat entre les tenants du « il ne faut pas se préoccuper de cela » et ceux du « il faut en tenir compte ». Du côté des adeptes du second clan, H11 prétend « [qu']on n'a pas vraiment le choix, parce que c'est tellement fort maintenant. Tu pourrais pas faire semblant que ça existe pas ». Sensiblement du même avis, H10 évoquant le caractère interactif des médias sociaux présente ainsi son point de vue : « Je pense qu'on a tout autant de liberté d'expression [qu'avant]. C'est juste qu'avant les gens répondaient pas, maintenant y'en a qui vont répondre ». Du côté de ceux qui estiment qu'il ne faut pas se soucier de ce genre de pression, on retrouve à nouveau l'idée d'un refus de céder à la censure, à ce que l'on considère l'imposition du « politiquement correct ». « Y'a toujours un écho. Les gens se briment beaucoup. Qu'est-ce que les gens vont penser ? Des critiques par milliers sur Internet, ça limite beaucoup la créativité », affirme H9. Pour H6, les médias sociaux constituent même des incitatifs à dépasser certaines limites. « J'vais utiliser des réactions négatives sur les médias sociaux pour créer, ça va me provoquer même ! », s'exclame-t-il. Plus nuancé, H5 évoque les deux dimensions, positive et négative des pressions de l'opinion publique sur les médias sociaux. « Avec les réseaux sociaux, on a toujours en tête qu'un de nos gags pourrait créer un scandale », souligne-t-il, ajoutant que si cela peut engendrer une part de rectitude politique chez les créateurs, « ça pourrait aussi être interprété par les conséquences de nos blagues aussi. [Cela nous] force à mieux travailler les choses à les réfléchir », ajoute-t-il.

Il se dégage ainsi deux tendances. La première, nettement plus partagée, met en lumière l'importance de l'échange, du contrat humoristique implicite entre les créateurs d'humour et les publics. On souligne alors la nécessité pour les humoristes d'identifier et de ne pas oublier les attentes de leurs publics et d'établir une relation de confiance. La seconde, plus sujette à débats, concerne l'évaluation précise du sens de l'humour et de l'ouverture de l'auditoire québécois. C'est alors davantage la part de responsabilité revenant aux publics qui est mise de l'avant. Autrement dit, la majorité des personnes interrogées fait porter davantage la responsabilité des conséquences de l'acte humoristique sur les publics. Ce serait alors généralement les publics qui auraient moins le sens de l'humour et non les humoristes qui iraient trop loin. On pourrait ainsi tracer un continuum du contrat humoristique (figure 1.2), lequel placerait les répondants qui estiment que les publics doivent se montrer plus ouverts et moins susceptibles à une extrémité et à l'autre, ceux dont c'est surtout sur les épaules des artisans de l'humour que repose la responsabilité de rejoindre l'auditoire.

Figure 1.2 : Continuum du contrat humoristique



On retrouve alors les mêmes oppositions entre d'un côté les adeptes d'une liberté d'expression absolue. On prétendra alors qu'une blague, même lorsqu'elle véhicule des stéréotypes et des préjugés ethniques et culturels, reste une blague et que l'on ne doit pas se soucier de ses effets pervers dans l'espace public. Puis, à l'opposé, on reconnaît les membres de l'industrie de l'humour qui estiment que l'on ne peut pas tout dire, y compris sous le couvert de l'ironie. On estimera ainsi qu'un propos généralisant, voire méprisant à l'égard d'une communauté ou d'un groupe en particulier, même s'il est servi de façon humoristique, demeure un vecteur potentiel de stigmatisation des personnes issues de la diversité ethnique, culturelle et religieuse.

4.3 Facteurs institutionnels

Des quatre ensembles de facteurs de création considérés, les éléments institutionnels semblent les moins spontanément pris en compte par les acteurs de l'industrie de l'humour interviewés. Dans

bien des cas, ce sont les questions et les sous-questions posées au sujet de ces types de facteurs qui ont fait réfléchir les répondants sur ces enjeux.

À ce sujet, E8 estime que les limites sont déjà clairement indiquées. « Faut pas qu'il y ait d'incitation à la haine, t'as pas le droit de diffamer », résume-t-il. Pour d'autres toutefois, les bornes légales entourant ce qu'un humoriste peut ou ne peut pas dire sont en cours de définition. On cite notamment « l'affaire Mike Ward » et les conséquences que la décision des tribunaux pourrait engendrer. « On se pose la question parfois : ce gag-là est-il nécessaire ? », se demande E3. Ce flottement sur la clarté des limites juridiques entourant la liberté d'expression fait aussi partie des préoccupations de E5. De son point de vue, il y a « toutes sortes de formes de rectitudes politiques. [...] Tout ça cohabite puis on le sait plus [par moment]. Y'a comme une espèce de vertige là je t'avouerais, mais les gens en parlent ». Pour H11, les grands réseaux traditionnels de diffusion représentent actuellement les catégories d'organisations les plus touchées par les enjeux légaux. « Ça se passe plus à la télé, à la radio », croit-il. Une situation qui inquiète grandement H9. Estimant être « de plus en plus censuré », il donne l'exemple de la radio où « tous les textes sont relus par des avocats c'est assez impressionnant », affirme-t-il. Pour une autre personne interrogée cependant, le problème ne se situe pas sur le plan légal et la liberté d'expression n'est pas vraiment en danger. Ainsi, faisant directement référence à l'usage de stéréotypes en humour, E1 ne « pense pas qu'on peut pu rien dire. Je pense que l'humour se raffine. C'est correct que ça passe plus. Je pense que le public est moins tolérant à ce genre de propos là », précise-t-il. Selon H5, « l'affaire Mike Ward » donne en fait une fausse impression d'une montée de la censure. « Il se fait des millions de blagues par mois au Québec et y'a une blague qui s'est rendue en cour, alors j'pense que c'est pas vraiment un stress qu'on a à avoir ! ».

En ce qui concerne l'enseignement de l'humour, une grande part des personnes interrogées souligne la contribution de l'ÉNH dans la reconnaissance et le développement de l'industrie humoristique au Québec. De fait, un consensus se dégage sur l'importance de l'institution pour apprendre les rouages du métier, développer une méthode de travail, un réseau de collaborateurs. E7 soulève précisément ce point en insistant sur le caractère professionnalisant de l'ÉNH. « C'est fascinant de voir comment une école, des grands événements vont structurer un écosystème ! », affirme de son côté E5. En outre, pour E1, l'apport de l'école en termes d'efficacité de rédaction

reste indéniable, notamment en raison des expériences vécues en cours de formation. « [C'est un] cumul de partage d'expériences, d'apprentissages des différentes formes d'humour. Ça va nécessairement influencer l'humour qui va ressortir, "mettons" les premières blagues d'un humoriste quand il rentre à l'école puis après ça quand il ressort. » Un avis partagé par H1 qui, regrettant presque de ne pas avoir fréquenté l'ÉNH, estime qu'il « aurait été plus rapidement efficace » s'il y avait étudié. Pour H11, l'ÉNH ne se distingue pas des autres institutions d'enseignement. Pour lui, l'École comporte des apports indéniables, mais c'est la réalité du terrain qui fait de ses étudiants de véritables humoristes.

De manière intellectuelle oui, ça fait voir son métier d'une autre manière. [...] Tu peux évaluer qu'y'a plusieurs manières de pratiquer ton métier, mais c'est quand même un métier d'essais et d'erreurs, c'est quand même un métier où c'est dans la prise de risques, la mise en danger, c'est dans la scène, c'est là que ça se passe [...].

Plusieurs humoristes interrogés estiment tout de même que l'ÉNH, comme toute institution d'enseignement, peut engendrer une certaine uniformisation des façons de faire, surtout en début de carrière. Pour H5, cela constitue un phénomène normal « en raison des expériences personnelles. Surtout au début, après l'école, on a tendance à être un peu plus doctrinaire [et à] reproduire ce qu'on [a reçu comme enseignement] », explique-t-il. On semble ainsi généralement d'accord sur deux aspects. Le premier concerne l'importance de l'ÉNH dans le paysage humoristique québécois, sur le plan de la professionnalisation et de la reconnaissance de l'humour tout particulièrement. Le second aspect partagé de façon générale traite du caractère « standardisant » de l'institution. Il y aurait ainsi la méthode ÉNH, laquelle serait plus identifiable chez les humoristes et les créateurs de l'humour en début de carrière, au sortir de l'École. Cela apparaît davantage un phénomène attribuable à l'influence que génère la plupart des établissements d'enseignement sur les cohortes d'étudiants que d'une véritable lacune de l'institution. H2 résume bien ce constat. « C'est sûr qu'y'a une façon de pratiquer l'humour qui est très reconnaissable du Québec et de l'ÉNH. Quand tu vois les jeunes sortir, tu vois les patterns. C'est moins organique. Comme dans tous métiers, ça le devient avec l'expérience de chacun. » En ce qui concerne les enjeux de diversité et de pluralisme, les critiques et les débats sont cependant plutôt dirigés vers le portrait actuel de l'industrie humoristique.

En effet, comme on le remarque pour d'autres facteurs, celui du visage de l'industrie de l'humour au Québec donne lieu à deux oppositions, lesquelles, rappelons-le, ne sont pas toujours aussi tranchées qu'on pourrait le croire en lisant ces lignes. D'un côté, on retrouve les rendez-vous traditionnels de l'humour, comme les galas, les spectacles les plus achalandés en salle et les émissions de télé à caractère humoristique diffusées aux heures de grandes écoutes. Cette dimension de l'industrie offrirait moins d'espace aux personnes issues des communautés culturelles. Par exemple, E6, tout en reconnaissant les bouleversements actuels dans les façons de faire, se montre plus sceptique à l'égard de la transformation de l'industrie et de son ouverture à la diversité, notamment en matière culturelle.

Le modèle est en train de gravement changer. [Mais], encore aujourd'hui c'est les grosses boîtes qui dominant. [...] Peut-être que les nouveaux formats de production [...] vont permettre l'émergence d'artistes un peu plus diversifiés. Ça peut pas être la faute du public, l'industrie ne leur en a pas livré beaucoup.

Même son de cloche pour H2 pour qui « l'humour est encore tellement homogène au Québec. Faudrait déjà que l'humour se laisse intégrer par plus de gens issus de la diversité, des minorités ». Même si ce point de vue reste marginal, celui remettant en question les pressions de l'industrie, à travers celles des commanditaires notamment, est soulevé quelques fois. En ce sens, selon H1, « c'est sûr qu'être à l'intérieur du milieu, d'être bien avec un gérant qui appartient à l'une des six ou sept grandes maisons de gérance, c'est sûr que ça te formate d'une façon. [...] Quand t'es invité sur des grands plateaux avec des grands commanditaires [...] t'as peut-être moins envie de critiquer tes boss », lance-t-il.

De l'autre côté, bon nombre de personnes rencontrées estiment qu'il existe de plus en plus de tribunes à l'extérieur des courants habituels dominés par les grands joueurs de l'industrie. On souligne entre autres l'utilisation des outils numériques, notamment la multiplication des baladodiffusions (podcasts) humoristiques pour se faire connaître. « Maintenant avec Internet, j'peux me faire connaître [...] les gens peuvent me découvrir ailleurs. Y'a plusieurs plateformes », souligne H10. H4 affirme sans ambages que « la télé [n'a] pas l'influence qu'elle avait avant et ça c'est fabuleux. Les jeunes ont zéro censure, ils n'en ont rien à foutre des médias de masse traditionnels » ! Même avis de la part de E1 pour qui ce n'est plus à travers les principaux réseaux

de télévision ou « les grandes soirées d'humour » que l'on retrouvera une diversité. « Ça va se faire plus dans les petites salles », estime-t-on. Un point de vue partagé par E5 affirmant que « les émissions avec les galas *Comédie Ha !* ou autres, c'est pas la meilleure place pour capter l'air ambiant ». Cette personne ajoute qu'il n'y a « pas juste un petit corridor dans lequel tu dois embarquer. [...] On a une offre humoristique inégalée ». Ainsi, on peut penser que ces lieux de diffusion alternatifs des contenus humoristiques constituent des repères de plus en plus privilégiés par les artistes de la relève. Ces nouvelles tribunes représentent également de plus grandes possibilités pour les humoristes provenant des minorités visibles de pratiquer leur art et de se faire connaître. À cet égard, c'est là qu'il subsiste « une lutte des classes », croit H3. « Il faut faire plusieurs spectacles. Plus t'es connu, plus tu fais des spectacles, plus t'es bon ». En somme, le constat révélé par ces réponses témoigne de deux autres aspects entourant les facteurs institutionnels sur le plan de la diversité. D'une part, les grandes institutions de l'humour que représentent entre autres l'ÉNH, *Juste pour rire* et *Comédie Ha !*, sont davantage perçues comme des tribunes favorisant les humoristes issus de la majorité. D'autre part, c'est surtout en marge de ces organisations, disons plus traditionnelles de l'industrie de l'humour que les « stand-up » provenant des minorités parviennent à se tailler une place.

4.4 Facteurs contextuels

On peut difficilement faire abstraction du contexte dans lequel s'inscrit un numéro ou un spectacle d'humour. À cet égard, sans être évoqués aussi clairement et fréquemment que les facteurs individuels ou contractuels, les aspects contextuels sont tout de même pris en compte.

Deux participants mentionneront par exemple que le contexte international post-septembre 2001 a contribué à cibler la communauté arabo-musulmane en humour. Depuis, les membres de cette communauté ont « une présence plus grande dans le débat public. [Les humoristes] relatent un peu ce qu'on entend », explique E1. Sur le plan local, de l'avis de certains, le contexte linguistique et identitaire du Québec, caractérisé par une majorité de francophones habitant un pays et un continent dominés par les anglophones, vient façonner le visage de l'industrie de l'humour. Ces deux extraits résument bien ces dualités observées dans la littérature, majoritaire–minoritaire et francophones–anglophones, du contexte québécois dans lequel le milieu humoristique évolue. « On est chanceux », estime E3, « on a toujours vécu un peu dans une bulle. On vit dans un cocon

francophone. Ça fait qu'on a une petite bulle culturelle dans laquelle on évolue ». Soulignant le défi que représente la sauvegarde de l'identité québécoise, la langue française en particulier, E5 avance que cette dimension de reconnaissance identitaire transparait dans l'humour québécois. « On est dans la survivance aussi. On est en quête d'identité en quête de se reconnaître [...] On est assoiffé d'identité donc ça se transmet, ça se reflète dans une prise de parole où on est obligé de se reconnaître ». H2 semble du même avis. « Le sport, la musique et l'humour dans plusieurs peuples qui ont vécu une certaine forme d'oppression, l'humour est souvent un exutoire, du coup je pense que c'est pas un hasard que l'humour soit si important au Québec ». Notons que ce lien entre le développement de l'industrie de l'humour et les enjeux identitaires au Québec est effectué tant par des personnes du groupe majoritaire que celles des groupes minoritaires. On ne peut affirmer par contre que ces considérations représentent des facteurs de créations prioritaires pour les personnes interrogées.

Il apparait cependant que, selon plusieurs participants, tant pour ceux issus du groupe majoritaire que minoritaire, le contexte social actuel est marqué par une montée de la rectitude politique et une pression vers un humour plus censuré. Par exemple, H4 soutient que le contexte politique et social actuel prête de moins en moins à l'humour et à la légèreté :

Le côté politiquement correct est de plus en plus fort [...]. Beaucoup de gens s'insurgent quand on se moque d'eux. Y'a de moins en moins de sens de l'humour [...]. Pas qu'au Québec, mais au Québec je trouve ça assez fort. Tout le monde se choque ! Depuis le mouvement *#metoo*, les femmes ont moins le sens de l'humour.

Bien que ce point de vue sur le degré de sens de l'humour des femmes soit peu évoqué, celui entourant la préoccupation à l'égard de la rectitude politique apparait davantage partagé. « S'il y a une pression sociale à être politiquement correct, il faut y résister. Il faut mettre un peu de saleté dans toute cette rectitude », estime H1. Apportant quelques nuances sur cette pression, H3 affirme que « c'est à l'artiste de savoir qu'est-ce que tu prends, qu'est-ce que tu prends pas. Il faut pas que cette opinion-là fasse office de juge ». Faisant mention à des blagues qui visent une communauté ethnique précise, H9 affirme catégoriquement que la diversité culturelle peut même constituer un obstacle à l'humour. Selon lui, « avec l'immigration, la référence culturelle de notre propre province a tellement changé. On a une grande partie des gens qui la trouveront pas drôle. On a des

cultures qui ne valorisent pas l'humour comme nous. » Cette référence à un « nous » plus exclusif est cependant marginale lors des entretiens. Peu d'interviewés ont en fait tracé ou mentionné un lien quelconque entre une montée de la rectitude politique et la présence d'une plus grande diversité culturelle et religieuse.

Il semble par ailleurs que l'actualité demeure un important vecteur de création humoristique tant du point de vue des agents, des producteurs ou des personnes en provenance du milieu de l'enseignement que de celui des humoristes. Près de la moitié de tous les interviewés y font référence de façon directe. Selon H8, l'humoriste est influencé par l'actualité, parfois à son insu. « Même quand t'en parles pas directement toi-même t'es influencé par ça tu le vis au jour le jour ». H6 souligne de son côté que « tout ce qui est d'actualité [...] tout ce qui est environnemental, artistique, tout ce qui prend position fortement, tout ce qui soulève un engouement ça influence énormément ». « Tout ce qui me touche au niveau politique et sociopolitique, j'vais faire en sorte d'en parler sur scène », ajoute H2. Il en va de même pour H5 lorsqu'il affirme que sa « création est beaucoup en réaction à ce [qu'il] reçoit » en provenance de l'actualité. Une autre personne interviewée estimant traiter aussi d'actualité dans ses prestations se fait toutefois un peu plus nuancée sur la sélection des sujets. En effet, de l'avis de H10, « l'actualité c'est une business [et] l'information pour que ça fasse les manchettes, faut que ce soit intéressant ». Il fait alors une distinction entre ce qui fait partie de l'actualité et ce qui se retrouve dans les médias, notamment dans les bulletins d'information. Pour lui, il importe de parler des enjeux d'actualité dont on ne parle pas assez, de ce qui est passé « sous le radar ».

De toute évidence, l'actualité reste un facteur de création humoristique important. On retrouve une seule voix discordante sur la place qu'on lui accorde véritablement dans les numéros d'humour au Québec. Ainsi, la quasi-totalité des humoristes rencontrés affirme prendre en compte les contextes liés à l'actualité, le climat politique ou social, d'une façon ou d'une autre. Peu de répondants prétendent cependant se préoccuper concrètement du contexte identitaire et linguistique du Québec dans la création des numéros. Ce facteur contextuel est davantage vu comme un trait particulier de l'humour québécois, certains parlent d'humour de survivance, ou d'un vecteur de développement d'une industrie humoristique particulière, notamment marquée par son histoire. C'est toutefois sur le plan institutionnel que l'on souligne un lien plus fort entre le contexte québécois et l'évolution

de l'industrie de l'humour dans la province. Il en sera question un peu plus loin. Enfin, bon nombre des personnes interrogées estiment aussi que le contexte actuel est marqué par une plus grande présence de la rectitude politique et que cela peut faire pression sur la réalisation et la présentation d'un contenu humoristique. La question de la considération de l'auditoire et les facteurs institutionnels semblent alors incontournables.

Discussion

Les résultats présentés dans cette étude, s'ils permettent d'obtenir des réponses entourant la question des facteurs de création de numéros d'humour au Québec, soulèvent tout de même plusieurs aspects restant à discuter. On peut ainsi relever un certain nombre de contradictions ou de questions supplémentaires reliant le travail des humoristes et la question de la diversité culturelle et religieuse.

Le premier élément de discussion concerne l'existence d'un paradoxe autour des enjeux du vivre ensemble et la création humoristique en général. En effet, plusieurs répondants tantôt issus des minorités, tantôt de la majorité, ont exprimé leur souci de proposer des contenus originaux, se distinguant des discours dominants ou plus présents dans l'espace public. Il apparaît donc étonnant de constater que l'on retrouve encore de nos jours autant de numéros d'humour comportant des stéréotypes et des caricatures ciblant les immigrants ou les minorités visibles. Il faut admettre que cette catégorie de blagues ne répond pas tout à fait au critère d'originalité. De plus, si certains acteurs de l'industrie ont affirmé que l'humour peut engendrer des effets pervers sur les attitudes politiques liées au vivre ensemble, moins nombreux, chez les humoristes en particulier, sont ceux estimant que leurs propres blagues peuvent alimenter certains stéréotypes culturels ou religieux. Une piste intéressante à approfondir ici serait celle entourant la théorie de l'effet de troisième personne (« third-person effect » - Davison 1983) selon laquelle, les personnes exposées à des messages médiatiques se sentent souvent imperméables à ces contenus et considèrent toujours les autres plus vulnérables aux médias. Suivant la logique de Davison, certains humoristes remarqueraient ainsi les possibles effets stigmatisant de l'humour, mais en excluant ou en réduisant la portée de leurs numéros en la matière. À la limite, des humoristes pourraient croire que, contrairement à leurs collègues, ils n'ont pas recours à ce genre de discours humoristiques, même si dans les faits ils évoquent des clichés de cette nature.

Le second volet de cette discussion concerne à nouveau des éléments paradoxaux autour des questions de diversité culturelle et religieuse, mais en lien plus direct avec les quatre ensembles de facteurs de création humoristique analysés. Sur le plan des facteurs individuels par exemple, l'analyse des propos recueillis révèle que c'est d'abord en fonction de leurs vécus, de leurs expériences et de leurs conceptions des différentes réalités que les humoristes construisent leurs numéros. Cela met concrètement en lumière cette tension, évoquée dans le cadre théorique de cette recherche, entre ce que dit l'humoriste et ce que ce dernier pense vraiment. Quand par exemple, un humoriste fait usage de stéréotypes dans une blague, on peut à la fois croire qu'il dénonce ce type d'attitudes, mais en même temps qu'il y adhère. Le paradoxe n'est-il pas plus évident encore lorsqu'une personne issue des minorités a recours à ce procédé humoristique pour évoquer son histoire personnelle ou celle de la communauté dont elle se réclame ? Bien que des humoristes de groupes minoritaires estiment qu'il s'agit là d'un passage obligé, on peut se questionner sur le caractère véritablement « affranchissant » de cette façon de faire.

Cette réflexion découlant des facteurs individuels concerne également la deuxième catégorie de facteurs la plus présente à l'esprit des artisans de l'humour interrogés : les éléments autour du contrat humoristique. D'emblée, la plupart des répondants rappellent que le second degré de l'ironie ou de la caricature suppose que les publics comprennent que dans l'esprit du message, l'humoriste en occurrence, il ne s'agit que d'une simple blague. À ce sujet, Charaudeau mobilise de façon intéressante à la fois le concept de contrat humoristique et ce que l'on considère dans cette étude comme les facteurs individuels.

Revenons au contrat humoristique : interpréter procède d'un jeu de va-et-vient entre le Je-personne (qui pense) et le Je-personnage (qui parle). On interprète toujours à partir de ce que dit le Je-personnage qui parle en y projetant ce que l'on sait (ou suppose) de la personne qui pense, les deux finissant par se confondre. D'où la difficulté de savoir lequel de ces deux êtres on juge. (Charaudeau 2017, 67)

Dans cette perspective, si on estime qu'une grande part de responsabilité du contrat humoristique revient aux publics, on peut croire que l'on considère alors que c'est à eux de faire les efforts de discernement. De cette façon, les codes de l'humour mettent toujours au premier plan le « Je-personnage » et constituent en quelques sortes un laissez-passer pour exprimer ce qui,

généralement, est jugé intolérable dans l'espace public. De ce point de vue, il semble difficile pour un humoriste de croire qu'il peut aller trop loin ou dépasser les limites de ce que l'auditoire peut tolérer et « d'autodéterminer » les frontières de la liberté d'expression. Il peut en être sensiblement de même du côté de l'auditoire. En effet, sous le couvert de l'humour, certaines personnes peuvent se montrer moins critiques et accepter des propos à la limite des préjugés et de la stigmatisation ethnique et culturelle. On pourra dire qu'il s'agit là d'un phénomène normal, inhérent au contrat humoristique. C'est bien possible. Mais cela mérite tout de même que l'on s'y attarde. À cet égard, outre les travaux de Charaudeau, peu de recherches ont explicitement mobilisé le contrat de communication, tout comme l'effet de troisième personne d'ailleurs, dans les études sur l'humour. Cela semble une avenue prometteuse, particulièrement en science politique.

Les derniers aspects de discussion concernent les facteurs institutionnels et contextuels. Certes, ces éléments sont moins spontanément évoqués par les personnes rencontrées, mais les réponses qu'elles ont offertes soulèvent cependant d'autres interrogations. Au sujet du contexte québécois par exemple, la plupart semblent d'avis que l'industrie de l'humour dans la province représente un terrain particulier et une bulle culturelle en Amérique du Nord. Dans cette perspective, on admet généralement que le caractère minoritaire des Québécois francophones sur le continent et les luttes identitaires auxquelles ils ont été confrontés ont fait émerger un humour de résistance. Parler de « nous » en humour devient alors synonyme de mesures de protection et d'affirmation. Mais, on associe plutôt ce phénomène à une réalité passée ou tout au plus, à un facteur d'influence du portrait humoristique local en général. Peu d'humoristes ont donc affirmé se préoccuper des enjeux linguistiques ou de ceux liés à l'identité québécoise dans leurs réalisations. Cela est peut-être explicable en raison d'une plus faible présence de ces enjeux, celui de la langue en particulier, dans les préoccupations actuelles, dans les médias et dans la société en général.

On le remarque toutefois, la « bulle » québécoise n'est pas complètement étanche aux pressions médiatiques et aux événements plus saillants de l'actualité. On peut prendre pour exemple l'omniprésence des blagues visant la communauté arabo-musulmane, laquelle fait l'objet de railleries depuis les attentats de septembre 2001. Influencé par le contexte, un humoriste peut être tenté de faire appel à certaines généralisations et d'ironiser sur cette communauté en évoquant des stéréotypes, voire des préjugés la liant à la violence et au terrorisme. Le référent contextuel

constitue en ce sens un autre aspect paradoxal des facteurs de création humoristique. L'humoriste s'inspire à la fois de ce qui l'entoure et de ce qui résonne collectivement parlant. Mais, en même temps, à travers la circulation de son discours dans l'espace public, il participe à la représentation et, ultimement à la construction de la société dont il parle dans ces numéros et ainsi de suite. D'une part, cela peut expliquer le fait que certains groupes, comme les arabo-musulmans entre autres, font l'objet d'une véritable stigmatisation. D'autre part, cela met en lumière la dimension performative du discours humoristique dont Quemener (2009) traite en faisant référence à la réalité française. Cette question mériterait également d'être l'objet de plus amples recherches, notamment comparatives, entre l'industrie de l'humour au Québec et celle d'un autre territoire comme la France.

Enfin, sur le plan des facteurs institutionnels, la pertinence de l'ÉNH en tant que formatrice d'acteurs de l'industrie de l'humour fait consensus. On a également souligné à quelques reprises l'importance de cette institution dans la sensibilisation des futurs humoristes à des problématiques délicates, notamment au sujet de l'équité entre les genres et de la diversité culturelle et religieuse. Bien que le premier rôle de l'ÉNH consiste à enseigner des méthodes pour faire rire, celui de conscientiser la relève en humour au pluralisme des sociétés contemporaines, celle du Québec au premier chef, est peut-être appelé à prendre de l'ampleur. À ce propos, en ce qui concerne le portrait de la diversité culturelle de l'industrie de l'humour, les répondants, tous groupes confondus, soulignent des lacunes sur le plan de la représentation des minorités. Ce n'est donc pas nécessairement la place que les enjeux de la diversité culturelle occupent dans les sujets abordés qui pose problème, mais davantage la représentativité des membres issus de ces communautés dans le monde de l'humour que l'on interroge. On se retrouve ainsi en face d'un dernier dilemme important. Comment considérer en humour les questions de diversité et de pluralisme si les principaux intéressés peinent à être vus dans le paysage humoristique québécois ? Là se situe sans doute une autre des pistes à explorer pour d'éventuelles recherches liant humour et pluralisme.

À cet égard, certaines limites ou des aspects, disons plus questionnables de cette recherche méritent d'être soulignés. En premier lieu, bien que la question des genres ne se retrouve pas soulevée dans cette étude, il serait pertinent de considérer cet aspect pour d'autres recherches liant humour et diversité culturelle, sachant que l'industrie de l'humour demeure largement dominée par les

hommes. À titre d'exemple, on comptait seulement 26% de femmes parmi les diplômés de 2020 à l'ENH dans le volet création humoristique et 37% dans le volet écriture humoristique en 2020 (ÉNH 2021). Cela suggère une forte représentation du point de vue masculin de la diversité, voire un déséquilibre par rapport aux perspectives féminines. D'autre part, cela signifie qu'encore aujourd'hui, le développement de l'humour, à travers les créations des humoristes en particulier, passe en grande partie par les points de vue des hommes. Il serait intéressant de questionner ces derniers sur comment ils perçoivent leurs rôles dans le développement du vivre ensemble à titre d'humoriste masculin. En second lieu, les limites du questionnaire lui-même sont à considérer. Il faut admettre que certaines questions peuvent engendrer un degré plus élevé de désirabilité sociale. Pensons par exemple aux interrogations entourant les motifs derrière le fait de faire carrière en humour ou l'influence que peuvent avoir les discours humoristiques sur les individus. On peut douter de la volonté réelle des personnes interrogées de faire preuve spontanément d'une véritable autocritique. Bien que des questions de relances en cours de discussion visaient à approfondir ces aspects auprès des répondants, il faut le reconnaître, on aurait eu avantage à formuler ce genre d'interrogations de manière à obtenir des perspectives encore plus justes. L'ajout de questions plus critiques aurait aussi été pertinent. Ces remarques constituent une mise en garde pour quiconque envisage de réaliser des entrevues semi-dirigées et des leçons à retenir pour les futures recherches de l'auteur de ces lignes.

Annexe 1

Les questionnaires d'entrevues semi-dirigées

Version humoriste

Fonction – titre : _____

Groupe d'appartenance : majoritaire ou minoritaire

Question 1 : Quel est votre parcours professionnel ?

Question 2 : Quels facteurs à votre avis peuvent influencer votre création et votre présentation d'un numéro d'humour ?

Question 3 : À votre avis, certains facteurs institutionnels entourant l'humour, notamment l'enseignement, l'industrie ou le cadre légal, peuvent-ils influencer la façon dont on le pratique ? Si oui, comment ? Sinon, pourquoi ?

Question 4 : Dans quelle mesure les contextes sociopolitiques, notamment les pressions de l'opinion publique ou les enjeux d'actualité, sont-ils considérés ou non dans la création d'un numéro d'humour ?

Question 5 : Pourquoi faites-vous de l'humour ?

Question 6 : Selon vous, quelle est l'influence de l'humour en général ?

Question 7 : À votre avis, les discours humoristiques peuvent-ils influencer les comportements ou les attitudes politiques ? Si oui, de quelle façon ? Sinon, pourquoi selon vous ?

Question 8 : Selon vous, l'humour a-t-il un rôle à jouer dans l'établissement du vivre ensemble, en ce qui concerne la perception et l'intégration ethnique, religieuse et culturelle en particulier ? Si oui, de quelle façon ? Sinon, pourquoi ?

Question 9 : À votre avis, pourquoi certains groupes sont-ils plus ciblés ?

Version élite

Fonction – titre : _____

Groupe d'appartenance : majoritaire ou minoritaire

Question 1 : Quel est votre parcours professionnel ?

Question 2 : Pourquoi avez-vous développé un intérêt pour le milieu de l'humour ?

Question 3 : Selon vous, quelle est l'influence de l'humour en général ?

Question 4 : Dans quelle mesure les contextes sociopolitiques, notamment les pressions de l'opinion publique ou les enjeux d'actualité, sont-ils considérés ou non dans la création d'un numéro d'humour ?

Question 5 (en fonction du milieu) :

(Pour le milieu de l'enseignement) - À votre avis, comment l'enseignement de l'humour peut-il influencer la façon dont on le pratique ?

(Pour le milieu de la gérance d'artistes) - Qu'est-ce qui détermine le choix de représenter ou de ne pas représenter un humoriste ?

(Pour le milieu de la production et de la diffusion) Dans quelle mesure tenez-vous compte du public visé dans la production et la diffusion d'un spectacle d'humour ?

Question 6 : Dans quelle mesure devez-vous tenir compte des considérations légales dans la réalisation, la production et la diffusion d'un numéro ou d'un spectacle d'humour ?

Question 7 : À votre avis, les discours humoristiques peuvent-ils influencer les comportements ou les attitudes politiques ? Si oui, de quelle façon ? Sinon, pourquoi selon vous ?

Question 8 : Selon vous, l'humour a-t-il un rôle à jouer dans l'établissement du vivre ensemble, en ce qui concerne la perception et l'intégration ethnique, religieuse et culturelle en particulier ? Si oui, de quelle façon ? Sinon, pourquoi ?

Question 9 : À votre avis, pourquoi certains groupes sont-ils plus ciblés ?

Chapitre 2

Humour et vivre ensemble : stéréotypes identitaires au sein des groupes minoritaire et majoritaire québécois

Article accepté pour publication dans la revue *Politique et sociétés* - Vol. 40, no 2, été 2021 (Cette version diffère légèrement de celle qui sera publiée.)

Introduction

Depuis quelques années, les questions entourant la reconnaissance identitaire, l'intégration ethnique, culturelle et sociale, ce que plusieurs appellent le vivre ensemble, refont surface. On peut penser à la « crise » des accommodements raisonnables menant à la Commission Bouchard-Taylor en 2007, au projet de charte des valeurs québécoises de l'ancien gouvernement du Parti québécois (PQ) en 2013 ou à l'élection du gouvernement de la Coalition avenir Québec (CAQ) en 2018. C'est d'ailleurs sur cette période particulièrement riche en débats identitaires, entre 2006 et 2018, que se concentre la présente étude⁴⁶. Plus précisément, ce texte propose une analyse de contenu des discours humoristiques portant sur cette problématique exprimée à travers les vidéos diffusées en ligne sur le populaire site de partage de vidéos YouTube. D'une part, l'humour occupe une place importante au sein de l'espace public national. Rappelons que les spectacles d'humour constituent l'un des genres les plus prisés par les Québécoises et les Québécois, se retrouvant en tête des palmarès des ventes de billets de spectacles sur scène (Fortier 2013; Brouard et Paré 2015). D'autre part, YouTube représente le second média socionumérique (MSN) le plus utilisé sur la planète et le Québec ne fait pas exception (CEFRIO 2015). La célèbre plateforme diffuse d'ailleurs bon nombre de numéros et d'extraits de spectacles d'humoristes issus du Québec ou de simples vidéastes web, communément appelés *youtubers*. On y retrouve des dizaines de prestations et de capsules humoristiques abordant les délicates questions de la reconnaissance identitaire et du pluralisme. Soulignons toutefois que le nombre de numéros ou d'extraits de spectacles traitant de ces enjeux, notamment en évoquant ou en mettant de l'avant des stéréotypes culturels et religieux, constitue fort probablement une mince proportion de l'ensemble des réalisations humoristiques québécoises accessibles sur YouTube. Sans avoir procédé à une recension exhaustive permettant de comparer les documents traitants du vivre ensemble et ceux n'abordant pas cette question, le simple croisement des mots « humour » et « Québec » permet de dégager des dizaines de résultats, lesquels abordent plusieurs sujets autres que les stéréotypes culturels ou religieux. Précisons enfin qu'au-delà de YouTube, on compte plus de 110 enregistrements vidéo (DVD) entre 2006 et 2017 (Brouard 2017b), lesquels, on s'en doute, ne comptent certainement pas une majorité de numéros traitant de ces aspects.

⁴⁶Selon le premier ministre sortant à l'élection de 2018, la question de l'urne aurait porté sur l'immigration (David 2018).

Ceci dit, le milieu de l'humour est depuis longtemps préoccupé par les enjeux identitaires. On peut penser à certains numéros célèbres de groupes humoristiques ou d'humoristes du Québec tels Yvon Deschamps, les Cyniques ou Rock et Belles Oreilles (RBO). Mais, il semble que peu d'études se sont penchées sur une analyse de contenu de ces discours en lien avec les stéréotypes et le vivre ensemble. Et en ce qui concerne la considération de vidéos en ligne à titre de corpus d'étude, cela apparaît inédit. Dans cette recherche, on tente ainsi de répondre à la question suivante : comment, dans les discours humoristiques, parle-t-on des enjeux identitaires au Québec ? Trois questions spécifiques tournent autour de cette interrogation et constituent la grille d'analyse. Quels groupes ou communautés sont davantage stigmatisés ? Quels stéréotypes sont véhiculés par les humoristes ? Comment, entre groupe majoritaire et groupe minoritaire, parle-t-on des différentes communautés ciblées ? Ce questionnement constitue, d'une certaine façon, à la fois le point de départ et le *leitmotiv* de cette recherche. Cela dit, il ne s'agit pas d'effectuer une étude de réception ou d'évaluer les impacts des discours humoristiques véhiculés par les sites de partage de vidéos en ligne. L'objectif de cette étude consiste plutôt à amorcer l'analyse des discours humoristiques traitant du vivre ensemble au Québec, en ce qui concerne la diversité ethnique, culturelle et religieuse particulièrement, afin d'en identifier les principales composantes.

Il faut l'admettre toutefois, considérer l'humour comme un objet de recherche demeure un défi, particulièrement en science politique. On évoque alors les difficultés de définir les contours du concept avec précision ou le fait que l'humour réfère à un éventail trop vaste de disciplines (Dufort 2016), allant de la psychologie à la sociologie en passant par la philosophie et les communications. D'autres mettent en évidence la complexité de saisir et d'analyser efficacement les codes langagiers de l'humour (Olivier 2016; Roy 2016). Pourtant, si on convient de ces enjeux entourant la recherche en humour, il n'en reste pas moins un objet omniprésent au sein de nos sociétés qui, comme toutes formes de discours, contribue à façonner et à représenter les réalités sociales. Cela inclut forcément deux dimensions politiques importantes : celle entourant les rapports interculturels et une autre concernant les formes de régulation du vivre ensemble. Des aspects également bien présents au sein de la société québécoise sur lesquels on compte se pencher.

1. Discours humoristique et construction de l'identité québécoise

Les questionnements entourant la reconnaissance identitaire demeurent présents depuis longtemps. Au Québec tout particulièrement, ces débats font partie du paysage politique depuis un bon moment déjà. Dans son ouvrage *Genèse de la société québécoise*, Fernand Dumont souligne que la question des particularités identitaires des « Canadiens français » s'est manifestée plus fortement après la Conquête de 1760 (Dumont 1993). Les enjeux entourant l'identité québécoise ont ainsi traversé les époques pour incarner un débat presque constant ou récurrent. Celui-ci met notamment de l'avant les dualités et les ambivalences de la majorité francophone du Québec, entre minorité et majorité, entre francophones et anglophones, entre multiculturalisme et interculturalisme, etc. (Balthazar 2013; Salée 2010). D'une certaine façon, comme le rappelle Balthazar, cette constante dualité accompagnée d'une bonne dose d'ambivalence fait partie de l'ADN identitaire des Québécois (Balthazar 2013). Les discours humoristiques faisant référence à cette réalité sont également présents dans la sphère publique depuis fort longtemps. À ce propos, comme le souligne Aird, l'histoire de l'humour au Québec repose en partie sur la construction politique et identitaire de la province. Comme il le précise « [é]tant donnée la situation minoritaire des francophones au Canada, l'humour politique au Québec a une forte connotation nationaliste » (Aird 2010, 7). Un point de vue auparavant évoqué par Mazalto pour qui l'humour québécois devient le véhicule de communication des idées d'émancipation, de souveraineté et d'identification collective (Mazalto 1994). Dans un autre ouvrage, Aird estime également que l'humour constitue le miroir de la société québécoise (Aird 2004).

Toutefois, s'il est vrai que le contenu des discours humoristiques puise une partie de son inspiration dans la société et qu'il peut refléter les préoccupations de celle-ci, il importe de nuancer ce constat. D'une part, la société, à l'instar des discours humoristiques d'ailleurs, ne forme évidemment pas un ensemble homogène. On peut procéder à des généralisations, voire à une essentialisation de la société, mais il ne s'agit là justement que d'une simplification. Une simplification qui, doit-on le rappeler, est souvent médiatisée, c'est-à-dire alimentée par les représentations médiatiques qui participent « ainsi à construire implicitement une définition idéologique » de la société et des différentes communautés qui la forgent (Dalibert 2018, 23). D'autre part, cette généralisation tend probablement à donner un caractère défini à des groupes ou des collectivités. Et dans bien des cas,

c'est un rapport entre une majorité dont les représentations sociétales dominent sur celles d'une minorité qui s'impose au sein de l'opinion publique.

À ce sujet, cette étude réfère en partie au portrait des groupes majoritaire et minoritaires proposé par le Ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion du Québec (2016) combiné à celui offert par Statistique Canada (2008). Le recensement de 2016 (Gouvernement du Québec 2016) révèle ainsi que la province compte environ 11% de minorités visibles, c'est-à-dire, des « personnes, autres que les Autochtones, qui ne sont pas de race blanche ou qui n'ont pas la peau blanche » (Statistique Canada 2008). On apportera cependant une nuance à cette définition préférant parler de « minorités non blanches » plutôt que de minorités visibles. On souscrit ainsi à l'idée de Macé (2013) selon qui c'est davantage sur le fait d'être non blanc que l'on doit s'attarder plutôt que sur l'unique critère de la visibilité. Par ailleurs, près de 80% de la population québécoise a le français comme langue maternelle (Statistique Canada 2011). Les Québécois sont aussi dans la grande majorité (plus de 75%) de confession catholique (Gouvernement du Québec 2016). À l'instar de certains penseurs de l'identité et de la citoyenneté, on peut penser à Kymlicka ou à Young, le référent généralisant demeure souvent l'apanage de la majorité (Young 1989; Kymlicka 2001). On peut ainsi en déduire que ce sont les référents humoristiques dominants qui risquent de trouver écho plus facilement au sein de la population en général.

2. L'humour comme outil de reconnaissance ou de « mal reconnaissance »

L'idée selon laquelle l'identité représente un phénomène aux contours flous et en constante mutation fait de plus en plus consensus. Pour Maclure (1998), cette transformation identitaire s'effectue en grande partie au contact des autres (Maclure, 1998). Et comme le souligne Young, c'est à travers un processus d'interidentification que se construisent les groupes sociaux.

« A social group involves first of all an affinity with other persons by which they identify with one another, and by which other people identify them. A person's particular sense of history, understanding of social relations and personal possibilities, her or his mode of reasoning, values, and expressive styles are constituted at least partly by her or his group identity » (Young 1989, 259).

Une partie de l'identité individuelle et collective est ainsi tributaire du regard d'autrui. Dans cette optique, la perception de ce que nous sommes en tant qu'individu et en tant que groupe passe inévitablement par la reconnaissance des autres. La citoyenneté s'établit ainsi dans un rapport de reconnaissance, ou de « mal reconnaissance » intercommunautaire de ce que l'on admet collectivement comme faisant partie ou non d'une identité (Taylor 1997). À titre d'exemple, les luttes pour la reconnaissance des personnes lesbiennes, gaies, bisexuelles, transgenres (LGBT) ont été, et sont encore, marquées par des combats contre la stigmatisation et les stéréotypes. Il va sans dire que ces luttes concernent bien souvent la défense des droits des minorités (Demczuk 1998). D'une certaine façon, il s'agit à la fois d'un combat pour la reconnaissance identitaire et d'une lutte pour mettre fin à la « mal reconnaissance ». Taylor illustre bien ce phénomène en parlant des luttes féministes visant notamment à mettre fin à cette vision dominante de l'époque où elles étaient considérées inférieures aux hommes (Taylor 1997). En humour, cela peut notamment se traduire par une différence du degré d'acceptabilité sociale d'une blague selon qu'elle provienne d'une femme ou d'un homme. Joubert résume efficacement le phénomène en affirmant que « l'autodérision constitue, encore aujourd'hui, une valeur sûre pour l'humour des femmes dans la mesure où celles-ci ne ciblent pas l'autre sexe, une attitude assez rentable quand on veut ménager son auditoire » (Joubert 2014, 23).

Ainsi, le discours humoristique vient parfois participer à ce processus de reconnaissance ou de « mal reconnaissance ». Comme le précise Kutz-Flamenbaum: « [h]umor is fundamentally contextual and interactional. Humor is a cultural product that relies upon shared norms and ideas » (Kutz-Flamenbaum 2014, 296). Dans cette optique, comme le précise Dufort, « [p]our comprendre une blague, en rire ou s'y opposer, l'auditoire doit effectivement partager des référents culturels. Ce qui est comique, tout comme ce qui ne l'est pas, est socialement construit » (Dufort 2018, 297). C'est également l'avis de Quemener pour qui « [l]e rire et l'humour sont [...] les expressions et les productions des codes collectifs permettant une reconnaissance sociale des pairs » (Quemener 2009, 2). Ce référent culturel est ainsi en constante transformation à la fois à travers le portrait sociétal que propose un humoriste et celui que lui renvoie la société dans laquelle il évolue. Comme le précisent Lockyer et Pickering (2008), l'humour met alors à l'épreuve les relations et les limites sociales au sein des collectivités. Il en va de même pour la circulation des stéréotypes, lesquels se définissent à la fois comme des idées consensuelles, c'est-à-dire socialement partagées, et des

généralisations excessives (Légal et Delouée, 2015). Dans la perspective de Lockyer et Pickering, on comprend que le caractère excessif d'un stéréotype humoristique fluctue en fonction des contextes et des sociétés. De ce fait, un stéréotype ne constitue pas un objet préexistant et immuable. Il s'inscrit plutôt au sein d'un processus d'identification que Chaurand (2013) appelle la « stéréotypisation ». Pour Chaurand, cette « stéréotypisation » engendre des « "effets secondaires" [consistant] en une diffusion et une perpétuation des stéréotypes, ainsi qu'en l'expression de préjugés et de discrimination envers les membres des groupes stéréotypés » (Chaurand 2013, 2). On parle alors davantage des effets négatifs que des impacts positifs des stéréotypes.

La littérature semble par ailleurs partagée sur les effets unificateurs ou « divisifs » de l'humour sur la reconnaissance identitaire. Pour certains, il contribue à diminuer les tensions entre les collectivités et à faciliter l'ouverture et la tolérance envers la différence (Ziv 2010; Jérôme 2010; Charaudeau 2013). Pour d'autres cependant, l'humour peut alimenter les stéréotypes, voire participer à stigmatiser des individus et des communautés (Boskin 1990; Jacobs-Huey 2008; Weaver 2011). C'est notamment le cas de la communauté arabo-musulmane aux États-Unis qui, comme l'observe Jacobs-Huey (2008), est victime de nombreux stéréotypes la liant à l'extrémisme et au terrorisme depuis les attentats de septembre 2001. On peut penser que ce phénomène est présent au Québec également. D'autres considèrent enfin que les discours humoristiques possèdent à la fois des fonctions « divisives » et unificatrices (Meyer, 2000) et que « les phénomènes de l'humour et du rire peuvent participer aussi bien à la perpétuation de la domination qu'aux mouvements de l'émancipation » (Cotte 2012, 101). À la lueur des contours de définitions proposés, ce texte aborde ainsi l'humour comme un véritable outil de reconnaissance identitaire, lequel, bien qu'ayant des effets ambivalents, contribue à déterminer la perception et la compréhension des différents particularismes sociétaux.

Au Québec, plusieurs humoristes issus de l'immigration et des minorités ont aussi abordé les questions de diversité ethnique, religieuse et culturelle. Ils mettent notamment en scène leurs réalités en humour, parlent de leurs différences, de leurs particularités (Roussel, 2014). Une observation qui va cependant au-delà de la représentation individuelle de l'individu. Cette façon de se mettre en scène témoigne également, comme le souligne Tajfel (1974) d'une volonté pour

l'humoriste de souligner sa différence par rapport à la société dans son ensemble tout en démontrant qu'il en fait partie intégrante. C'est donc l'ensemble de ces éléments de reconnaissance identitaire, relevant à la fois du langage et de l'image, présents dans les discours humoristiques des vidéos en ligne diffusées sur *YouTube* que l'on compte identifier et analyser.

3. Méthodologie

Cette analyse de contenu repose sur une méthodologie de recherche qualitative et quantitative. La dimension qualitative vise à donner des exemples sur la manière et le ton utilisés par les humoristes pour traiter du vivre ensemble. Comme il s'agit d'une analyse de contenu et non de discours, on évitera donc de surinterpréter le propos. L'idée ici n'est pas de nier le sous-texte ou le second degré souvent inhérent au procédé humoristique. On désire simplement mettre en relief ce qui émerge de façon claire des numéros d'humour observés. Par ailleurs, sur le plan quantitatif, le calcul des occurrences de certains mots et expressions liés à des communautés culturelles, religieuses et au vivre ensemble viendra apporter un éclairage précis en ce qui concerne, entre autres, les groupes ciblés et les stéréotypes dominants.

3.1 Pourquoi YouTube ?

Outre pour des raisons de popularité⁴⁷, le choix de YouTube repose sur deux éléments de justification, à savoir des motifs théoriques et de faisabilité. Sur le plan théorique, on peut sans doute souligner les études entourant les effets de mise à l'agenda (*agenda-setting*) et les effets de cadrage de l'information (*framing*) qui démontrent le rôle des médias de masse dans l'établissement des sujets jugés prioritaires auprès de l'opinion publique et dans la façon dont on peut interpréter les événements (McComb et Shaw 1972; Gilliam et Iyengar 2000; Iyengar et Kinder 2010). Les effets de cadrage sont également observés dans ce que l'on appelle le « vidéo malaise » (Mutz et Reeves 2005). Dans ce cas, on constate que la façon dont l'information est traitée par les journalistes à la télévision peut avoir des effets sur la confiance de la population envers leurs élus en particulier. Sachant que de plus en plus de personnes consultent des vidéos en ligne pour s'informer et se divertir, on peut croire que la manière dont certains groupes ou communautés y sont traités peut avoir des impacts sur la perception que l'on peut avoir de ces

⁴⁷ Selon les données du CEFRIQ (2018), YouTube représente la principale plateforme de vidéo en ligne utilisée par les Québécois. Aucun autre des sites exclusivement dédiés aux partages de vidéos sur le Web, par exemple Vimeo ou Dailymotion, ne figure parmi les réseaux sociaux les plus sollicités dans la province.

groupes d'individus. Ainsi, YouTube et, de manière élargie, la vidéo en ligne participe à la compréhension des réalités politiques et à la construction de l'opinion publique.

Cette considération de la place de la vidéo en ligne dans l'interprétation de la réalité est d'ailleurs efficacement conceptualisée par Thierry Devars. Faisant référence au concept de littératie développé par Goody dans les années 1970 (Goody 1979), Devars propose la notion d'audiovie pour référer à la contribution des contenus et vidéos visionnés et partagés sur le Web (Devars 2011). « Un patrimoine d'objets, de signes, de formes et [d']un ensemble de pratiques, qui témoignent de l'appropriation progressive de la technique par un nombre grandissant d'acteurs et du fait que les objets audiovisuels en ligne s'imprègnent de savoirs médiatiques préexistants (Devars 2011, 124). » De ce point de vue, le rôle de la vidéo en ligne transcende clairement celui du simple divertissement. Peut-on concevoir qu'une vidéo traitant de l'identité québécoise maintes fois partagée en ligne puisse alimenter l'interprétation que l'opinion publique peut avoir de ce que c'est qu'être Québécoise ou Québécois ? De l'avis de Devars, cela ne fait aucun doute. Cela semble d'autant plus envisageable dans le cas d'un contenu humoristique considérant que l'humour demeure un outil de persuasion fort efficace (Quemener 2013). En outre, l'omniprésence dans la sphère politique du populaire site de partage vidéo donne à penser, comme le souligne English, Sweetser et Ancu (2011), qu'il existe une véritable « youtubification » des discours politiques.

Outre pour des raisons théoriques, le choix de YouTube repose aussi sur des motifs de faisabilité. Il s'agit là d'un aspect méthodologique presque incontournable puisque, comme le précisent Mace et Pétry (2017, 9), « il est [...] extrêmement important de s'assurer au départ de la disponibilité de l'information, parce que c'est elle qui fournit le principal critère de décision en matière de faisabilité d'un projet de recherche ». Ainsi, l'utilisation de YouTube comme banque de données vidéo vient répondre à cette exigence liée à l'accessibilité à l'information. De fait, cette plateforme de diffusion de vidéos en ligne comporte un outil de recherches par mots clés et des filtres. Plusieurs mots et expressions ont d'ailleurs été croisés dans l'objectif de maximiser les propositions de vidéos. Les mots « humour » et « Québec » ont fait partie de la plupart des croisements de recherche. Ils ont été associés à d'autres mots ou expressions, notamment « racisme », « immigration », « accommodement raisonnable », « religion », « islam », « vivre ensemble » et « identité ». Une recherche à partir de résultats secondaires un peu à la manière d'une recherche

algorithmique suggérée par la plateforme ou Google Chrome a aussi été effectuée. Il faut dire que Google Chrome et YouTube ont des vases communicants puisque ce dernier appartient à Google depuis 2006 (Le Monde 2006). Ajoutons que l'utilisation de mots clés faisant référence à des humoristes reconnus pour traiter des enjeux autour du vivre ensemble ou dont les propos en la matière s'avéraient plus présents dans leurs discours fut également sollicitée. On peut penser à « Sugar Sammy », « Nabila Ben Youssef » ou « Guy Nantel » pour ne nommer que ceux-là.

Certains sites Internet d'humoristes, de groupes humoristiques ou de producteurs de spectacles d'humour ont aussi été mis à contribution tels que le portail du *Groupe Juste pour rire* et celui de *Comedi Ha!*. La « liste du corpus d'étude de prestations d'humour francophone au Québec » de Brouard (2017b) et le « palmarès annuel des spectacles payants en arts de la scène au Québec » de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ 2018) sont venus compléter la sélection. Comme mentionné précédemment, cette recension a ainsi permis d'identifier 76 vidéos, lesquelles se regroupent en cinq catégories : extraits de numéros et de spectacles d'humour, extraits de *youtubers*, extraits d'émission de télé, extraits d'entrevues télévisées et publicités (voir annexe 2).

Évidemment, malgré toutes ces précautions, cette recension comporte certaines limites. D'une part, YouTube ne cesse d'être alimenté et de nouvelles vidéos peuvent apparaître. D'autre part, certaines combinaisons de mots clés ou d'expressions auraient peut-être permis d'identifier quelques extraits ou numéros d'humour supplémentaires. Mentionnons au passage que l'algorithme de YouTube impose également certaines limites, les résultats proposés répondants à des critères de nombre de vues, de nombre de mentions « j'aime ». Cela risque fort d'influencer les contenus référencés et par ricochet, le corpus de la présente recherche. Cependant, à la lueur de la méthode choisie, on aboutit à une récurrence des propositions, à une saturation du corpus. Il s'agit là d'un signe évident que le recensement tire à sa fin. Il en ressort un ensemble d'extraits de vidéos à caractère humoristiques suffisamment substantiel pour permettre une analyse de contenu pertinente, pouvant mener à des résultats fiables et éclairants à l'égard du sujet de recherche.

3.2 Le devis de l'analyse de contenu

Mais que disent ces discours humoristiques sur l'autre ? Comme précédemment évoqué, on opte pour une méthode mixte, à la fois qualitative et quantitative, pour répondre à cette question. Ainsi,

une analyse de contenu s’attardant essentiellement sur trois aspects à l’aide du logiciel RQDA a été effectuée. Ces trois aspects ou dimensions constituent ainsi les trois grands repères de la grille d’analyse (Tableau 2.1). Le premier aspect vise à identifier les groupes ou les communautés ciblées à l’intérieur de ces discours. Sans avoir une recension complète des vidéos de nature humoristique se retrouvant en ligne, l’échantillon considéré pour ce texte donne tout de même un aperçu des individus ou des groupes d’individus visés dans ces discours. Le second élément a pour objectif de mettre en lumière les principaux stéréotypes abordés en soulignant la manière dont on parle de certaines communautés. Le troisième élément porte une attention particulière à la provenance de ces stéréotypes, sur les plans ethniques et religieux en particulier, selon qu’ils soient livrés par des humoristes issus de la minorité ou de la majorité.

Tableau 2.1 : Grille d’analyse repère

Catégories	Contenu
1- Groupes ou communautés ciblés	Quels groupes d’individus ou quelles communautés sont visés ?
2- Stéréotypes identifiés	Quels sont les principaux stéréotypes véhiculés ?
3- Provenance des stéréotypes	De quels groupes entre minoritaire et majoritaire proviennent les stéréotypes ?

Dans une perspective davantage qualitative, la codification du contenu a été effectuée de manière relativement simple. Il s’agissait d’abord de retranscrire (verbatim) les passages traitant de diversité ethnique, religieuse et culturelle retrouvés au sein des 76 extraits retenus. L’examen de ce verbatim a ensuite permis d’identifier les trois grandes catégories reliées à la problématique et à la grille d’analyse. La première, appelée « communautés ciblées », renferme l’ensemble des communautés nationales et ethniques visées ainsi que les groupes religieux ou spirituels dont il est question dans les discours humoristiques. La seconde catégorie, nommée « stéréotypes », vise à relever les principaux stéréotypes identifiés à l’intérieur des extraits analysés. On évoquera alors quelques citations témoignant du sens davantage explicite de certains propos. La troisième catégorie permet enfin de classer les communautés ethniques et religieuses visées par rapport au groupe d’appartenance, entre majoritaire et minoritaire, des humoristes présents dans ce corpus. Sur le plan quantitatif, chacun des codes présents dans les catégories vise à répertorier les occurrences des mots et des expressions dont il est question pour la totalité des extraits vidéo analysés. Ainsi, ces résultats concernent le nombre de vidéos dans lesquelles on mentionne une ou plusieurs nationalités. Par exemple, le code « Arabe » révèle le nombre d’extraits mentionnant

spécifiquement ce terme. On ne s'attarde donc pas au nombre de fois par vidéo ou l'on cible une communauté en particulier.

4. Résultats

Un premier constat intéressant concerne la source de diffusion des vidéos mises en ligne. On constate en effet que la majorité des numéros ou des extraits de prestations humoristiques analysés, 35 sur 53 précisément, sont diffusés par les chaînes officielles c'est-à-dire, par les agences d'artistes, les maisons de production ou les humoristes eux-mêmes. Seule une minorité est le fruit d'une diffusion indépendante, de *youtubers* en particulier. En d'autres termes, une grande part des extraits de spectacles présents sur YouTube a été sélectionnée et diffusée intentionnellement par les humoristes et les travailleurs de l'humour ayant collaboré à la réalisation ou à la production des numéros concernés. Le second constat tend à témoigner de la catégorie d'individus susceptibles d'être davantage interpellés par les enjeux entourant la diversité ethnique, culturelle et religieuse au Québec. De fait, sur l'ensemble des 33 humoristes du corpus présentant des extraits de numéros ou de spectacles d'humours recensés (voir tableau 2.2), près de la moitié, 16 précisément, sont issus du groupe minoritaire.

Tableau 2.2 : Humoristes par groupe minoritaire et majoritaire

Groupe minoritaire	Groupe majoritaire
Adib Alkhalidey	Jérémy Demay
Mehdi Bousaidan	Fred Dubé
Rachid Badhour	Franck Dubosc
Neev Bensimhon	Roman Frayssinet
Nabila Ben Youssef	Cathy Gauthier
Boucar Diouf	Mario Jean
Anas Hassouna	Peter McLoad
Anthony Kavanagh	Guy Nantel
Eddy King	Dominic Paquet
Marianna Mazza	Laurent Paquin
Alex Pépin	Pierre-Bruno Rivard
Dorothy Rhau	Stéphane Rousseau
Rabi Rammal	Louis T
Sugar Sammy	Christian Vanasse
Reda Saoui	Guillaume Wagner
Richardson Zéphyr	Mike Ward
	Les Zapartistes

Cette diversité d'humoristes représentés dans la présente recension contraste avec le portrait actuel de l'industrie de l'humour québécois. Par exemple, quand on s'attarde aux données offertes par l'Institut de la statistique du Québec, seulement 5 des 35 humoristes les plus populaires en salle entre 2008 et 2017 sont issus de l'immigration⁴⁸. Il en va de même en ce qui concerne la représentation de la diversité ethnique et culturelle des humoristes ou artisans de l'humour issus de l'École nationale de l'humour (ÉNH). Ainsi, parmi les 149 finissants de l'ÉNH dans le volet « création humoristique » entre 2006 et 2018, à peine une douzaine entrent dans la catégorie « minorité non blanche » ou « issue de l'immigration »⁴⁹. C'est par ailleurs tout récemment, en 2017, que diplôme la première femme noire humoriste issue de l'ÉNH⁵⁰. En ce qui concerne le volet écriture humoristique, toujours pour la période 2006-2018, il semble qu'un seul finissant de l'ÉNH fasse partie de la minorité non blanche. Toute proportion gardée, on peut ainsi en déduire que le sujet de l'intégration des communautés ethniques, culturelles et religieuses interpelle particulièrement les humoristes provenant de ces communautés. Sur le plan de la représentation féminine, la faible proportion de femmes recensées dans le présent corpus correspond toutefois un peu plus à ce qui se passe dans la réalité. En effet, seulement quatre vidéos de l'ensemble des extraits de spectacles ou de numéros d'humour traitant des questions de diversité ethnique, religieuse ou culturelle proviennent de femmes humoristes. Une proportion qui est en dessous de la moyenne⁵¹, mais qui témoigne de l'espace considérable qu'occupent encore les hommes dans le domaine.

4.1 Communautés ethniques et religieuses visées

Nul doute par ailleurs que la diversité ethnique, culturelle et religieuse demeure présente à l'intérieur des contenus humoristiques analysés. De fait, au terme de cette analyse de contenu, on observe que 27 communautés nationales ou ethniques sont directement citées au sein des 76 vidéos recensées sur YouTube (voir figure 2.1). Certaines d'entre elles semblent cependant davantage ciblées que d'autres. Comportant 20 mentions directes, ce sont toutefois les communautés arabes et noires auxquelles on fait le plus référence. Évidemment, la communauté noire ne constitue pas

⁴⁸Ces données proviennent d'une compilation provenant de la recension des 25 spectacles les plus populaires chaque année en salle entre 2008 et 2017. Aucun palmarès n'est disponible avant 2008 (ISQ, 2018).

⁴⁹On peut obtenir ces données à partir du site de l'ÉNH (2018).

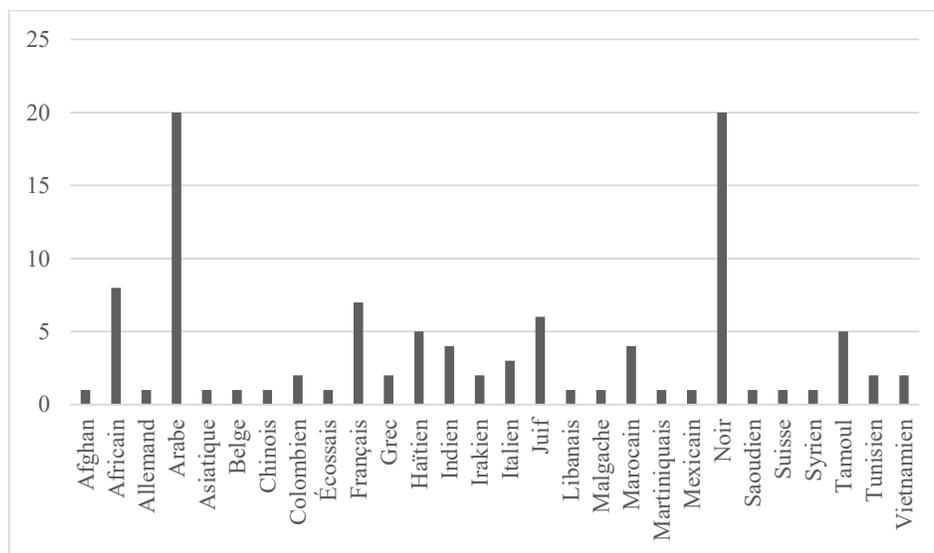
⁵⁰Il s'agit de Garihanna Jean-Louis qui est diplômée dans le volet « création humoristique » en 2017 (ÉNH, 2018).

⁵¹À titre d'exemple, un peu plus du quart des finissants dans le volet création humoristique de l'ÉNH entre 2006 et 2017 sont en fait des finissantes (ÉNH, 2018).

une nationalité ou une communauté nationale au même titre que les Français ou les Irakiens par exemple. Mais la répétition des références à ce groupe d'individus nous incite à considérer la communauté noire comme une catégorie ethnique et culturelle à part entière.

Ces deux catégories, arabe et noire, se retrouvent largement en tête puisqu'on y fait au-delà de deux fois plus référence que la troisième communauté la plus visée, à savoir la communauté africaine dont on parle directement à huit reprises. Viennent ensuite la nationalité française à laquelle on fait référence sept fois et les Juifs avec six mentions.

Figure 2.1 : Fréquence des communautés et groupes mentionnés (par nombre de vidéos)



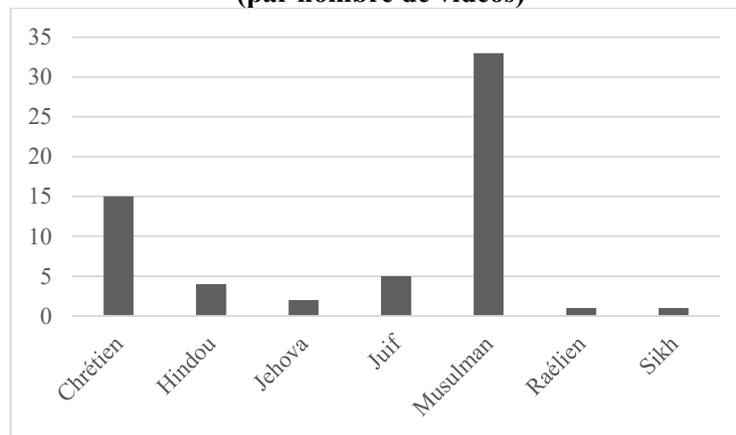
Les personnes d'origine tamoule sont aussi ciblées à quelques reprises, à cinq occasions précisément. Dans ce dernier cas cependant, le mot « Tamoul » fait généralement référence à la manière dont on désigne parfois l'ensemble des personnes immigrantes au Québec. C'est d'ailleurs ce que démontre cette citation des propos de l'humoriste Marianna Mazza lorsqu'elle réfère à la façon dont ses voisins parlent de sa famille et celle de Neev Bensimhon quand il blague sur une altercation avec un client québécois dans une boutique de téléphone portable.

- Mon Dieu Monique as-tu vu ça la gang de Tamouls a enfin décidé de déména... ah ben calice y r'vienne !
- Hey, le Tamoul, fait pas ton smart, mon téléphone y marche pas !

Nous sommes en présence d'un double stéréotype ici : d'abord celui évoquant une communauté ethnique précise, les Tamouls, pour décrire des immigrants sans égard à leurs origines et par la suite, celui insinuant que les Québécoises et les Québécois font régulièrement usage de ce terme pour parler de celles et ceux venus d'ailleurs.

Sur le plan religieux, c'est de loin la communauté musulmane qui constitue la cible principale des humoristes et des artisans de l'humour. En fait, ce groupe d'individus fait l'objet de mention dans 33 des extraits des numéros analysés (voir figure 2.2). C'est deux fois plus de références que le second groupe religieux, les chrétiens, lesquels sont visés dans une quinzaine de vidéos.

Figure 2.2 : Fréquence des communautés religieuses-spirituelles mentionnées (par nombre de vidéos)



Au total, ce sont sept communautés religieuses ou mouvements spirituels⁵² que l'on mentionne précisément dans les discours humoristiques analysés. Précisons qu'à l'instar de l'analyse des fréquences de mentions aux communautés ethniques et culturelles, il s'agit de mesure par nombre de vidéos.

4.2 Stéréotypes véhiculés

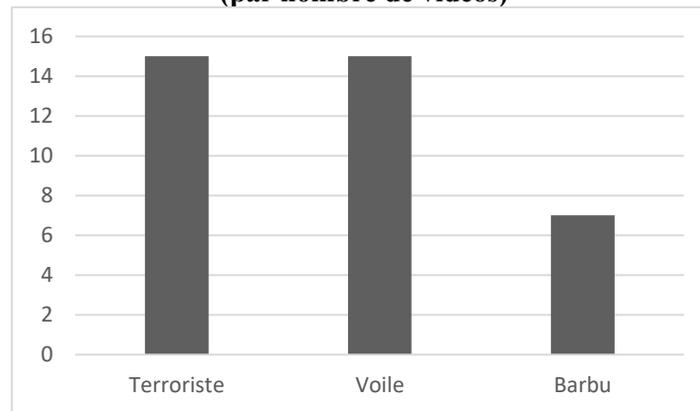
La communauté arabo-musulmane semble par ailleurs particulièrement l'objet de certains stéréotypes (voir figure 2.3). Les Arabes représentent la seule communauté au sein de ce corpus à faire à ce point les frais d'une « stéréotypisation » liant ethnicité et religion. De fait, la plupart des stéréotypes soulevés envers ce groupe sont accompagnés de références à l'extrémisme ou au

⁵²En fait, un seul groupe, les raéliens, n'entre pas dans la catégorie des communautés religieuses. Comme il n'y a pas de consensus sur la nature de ce groupe souvent considéré comme une secte, on le considère alors comme un mouvement spirituel.

radicalisme religieux. L'amalgame entre terrorisme, Arabe et islam est ainsi le plus souvent mentionné. Aucune autre communauté, de quelconque nature, ne fait l'objet d'une telle association.

Ainsi, 15 vidéos font un lien entre terrorisme et arabo-musulman. Par exemple, dans un numéro visant à dénoncer les préjugés, Anthony Kavanagh se glisse dans la peau d'un propriétaire d'un logement demandant, afin d'être rassuré sur un éventuel locataire, s'il ne s'agit pas d'un « Allahou Akbar ! », en feignant de se faire exploser.

Figure 2.3 : Fréquence des stéréotypes mentionnés envers les musulmans (par nombre de vidéos)



Cette relation est aussi mise de l'avant lorsque l'humoriste d'origine marocaine Neev Bensimhon relate son échange avec un client québécois à l'époque où il travaillait comme vendeur de téléphones portables. « Un terroriste qui va me vendre un cellulaire ! », s'exclame-t-il en soulignant la réaction du client. On peut également mentionner la blague de Sugar Sammy qui, confronté à un troisième spectateur d'origine arabe prénommé Mohamed, s'écrie « courez monsieur, courez ! », en ciblant une autre personne dans l'assistance. « Les Arabes, toute "une gang" de terroristes barbus ! C'est pas vrai, ils ne sont pas tous barbus ! », lance pour sa part Christopher Hall lors d'un numéro présenté au *Show raisonnable* en 2007. L'animateur du spectacle, Rachid Badouri ouvre d'ailleurs la soirée en demandant s'il y a des Arabes dans la salle. « Toujours en haut », ajoute-t-il en visant les gens assis au balcon, « parce qu'en bas, ils fouillent » ! De son côté, Marianna Mazza en rajoute lorsqu'elle affirme que sa mère d'origine libanaise ne peut pas être déportée du Canada puisqu' « ils prennent trop de risques si elle prend l'avion » !

Ce stéréotype envers la communauté arabo-musulmane est parfois dénoncé et remis en perspective par un procédé mariant humour et pédagogie. C'est cette façon de faire qui caractérise les capsules

humoristiques de Louis T. Par exemple, dans une vidéo portant sur le terrorisme, l'humoriste cherche à démonter l'argument du chroniqueur d'un quotidien québécois, Richard Martineau, qui affirmait en 2015 que « tous les musulmans ne sont pas terroristes, mais tous les terroristes sont musulmans »⁵³. S'appuyant sur un rapport d'Europol, Louis T. affirme que c'est plutôt une minorité, 2 % précise-t-il, des actes terroristes perpétrés en Europe qui procèdent de motifs religieux.

Par ailleurs, une quinzaine d'extraits font référence au voile islamique sous toutes ses formes, notamment le niqab et la burqa. Il en est d'ailleurs abondamment question dans les extraits de l'émission *Infoman* diffusés sur YouTube. À titre d'exemple, le segment de l'émission intitulée « Bernard vous écoute », en référence à la commission parlementaire portant sur le projet de charte du PQ instigué par le ministre de l'époque, Bernard Drainville, met en scène des intervenantes et des intervenants issus de la population. Ces personnes soumettent ainsi leurs préoccupations entourant le port du voile, tantôt en affirmant que « le voile est un symbole sexuel plutôt que religieux », tantôt en précisant que l'on ne verra « pas un homme, un enseignant, arriver avec son voile ». Le voile est d'ailleurs au cœur d'un autre extrait de l'émission *Infoman* alors que l'animateur Jean-René Dufort et son chroniqueur MC Gilles « défient » les interdits de la charte proposée par le PQ en revêtant un hijab.

Une des critiques humoristiques les plus sévères à l'égard du voile provient cependant de Nabila Ben Youssef. C'est ainsi que, dans un numéro où elle traite d'une conversation avec une amie musulmane prénommée Manon, l'humoriste met en doute le libre choix des femmes dans le port du voile islamique.

Quand j'ai demandé si c'est son ami saoudien qui l'a obligée à porter le voile, elle m'a répondu :

- Bien non voyons, c'est mon choix ! C'est un geste de soumission à Allah.
- J'ai dit Manon, t'es pas seulement tombée en amour hein, t'es tombée sur la tête aussi !

Manon m'a expliqué qu'elle n'en pouvait plus de l'hypersexualisation. [...] Alors elle préfère être voilée que trop dévoilée ! Mais, ça revient au même non ? C'est de la

⁵³Louis T. cite ici les propos tenus par Richard Martineau dans une de ses chroniques.

soumission pareille. Pour elle c'est le dictat d'Allah et pour les autres c'est le dictat de la mode. Lapidez-moi si je me trompe !

À nouveau, l'importante présence de la question du voile islamique dans les vidéos humoristiques en ligne démontre que le sujet demeure préoccupant. À tort ou à raison, on l'associe dans bien des cas à des gestes de soumission ou, à tout le moins, à une diminution des libertés chez les femmes.

Enfin, sept humoristes mentionnent le terme barbu pour désigner les membres de la communauté arabo-musulmane. C'est le cas de Sugar Sammy lorsque, pointant un membre de l'assistance lors d'un spectacle, il affirme avoir deviné qu'il s'agissait d'un Arabe notamment en raison de sa barbe. Pour sa part, c'est de nouveau à travers la critique et la dénonciation, à l'égard du gouvernement tunisien cette fois, que Nabila Ben Youssef fait usage de stéréotypes. « Pour la première fois de l'histoire en Tunisie qu'on vote à des élections libres et démocratiques, on a élu "une gang" de connards barbues rétrogrades. Ça, c'est comme des conservateurs, mais avec des barbes. » De toute évidence, l'humoriste en profite pour faire un parallèle avec la politique canadienne et québécoise, laquelle est marquée à l'époque par la présence du Parti conservateur à la tête du gouvernement fédéral. En outre, l'association entre communauté arabo-musulmane et terrorisme demeure présente en ce qui concerne la référence à la barbe comme en témoignent les propos de Cathy Gauthier. Sous les traits de sa mère inquiète de la voir quitter l'Abitibi pour Montréal, elle s'écrie : « C'est "ben" plein de barbues qui cachent des machettes dans leurs turbans ! »

Considérant la place importante que les humoristes et les artisans de l'humour réservent à la communauté arabo-musulmane, il semble que cette communauté fait l'objet d'une stigmatisation. Dans la majorité des cas, cette stigmatisation recèle évidemment un second degré. On souligne à grand trait cette relation entre Arabe, musulman et terrorisme pour en dénoncer la persistance. Cependant, sans égard au sens à donner et à l'efficacité potentielle du procédé humoristique, il n'en demeure pas moins que le portrait que l'on trace d'une communauté spécifique, à savoir les arabo-musulmans, correspond aux stéréotypes fréquemment véhiculés dans l'espace public, à travers les médias en particulier.

Enfin, mis à part un ou deux humoristes, peu de personnalités publiques connues et reconnues font usage d'un discours radical. Par exemple, le numéro de Peter Macleod portant sur les accommodements raisonnables et l'intégrisme religieux, islamique en particulier, comporte des propos tranchants et généralisants envers certaines minorités. Il évoque d'ailleurs un « nous » plutôt exclusif se référant à « nos » traditions. Ce sont toutefois des personnes issues du public en général, souvent citées dans des contenus humoristiques, qui adoptent un discours frôlant le racisme, la xénophobie et l'islamophobie. On peut à cet égard citer les propos d'un intervenant de la commission Bouchard-Taylor entendus dans l'extrait de l'émission *Infoman* qui affirme : « J'ai vécu parmi les musulmans, je les ai endurés, et là je m'aperçois que je suis obligé d'endurer encore ! » C'est aussi dans ce même extrait qu'un autre intervenant déclare : « Sacre ton camp et n'oublie pas de ramasser tes guenilles et tes ordures avec toi ! » Dans le cas de cette dernière affirmation toutefois, on ignore le contexte de cette affirmation ou à quel groupe on s'adresse précisément.

4.2.1 Stéréotypes linguistiques

Outre les dimensions ethnique et religieuse, la langue demeure un aspect identitaire maintes fois abordé par les humoristes. Plus d'une trentaine des extraits analysés proposent des stéréotypes linguistiques, à commencer par ceux mettant en évidence les expressions et l'accent québécois. À ce propos, le recours fréquent au sacre⁵⁴ constitue sans doute le stéréotype langagier le plus répandu par les humoristes, qu'ils proviennent du groupe minoritaire ou majoritaire. C'est notamment le cas du numéro de Richardson Zéphir, lequel lance un vibrant « tabarnak » à son arrivée sur scène. Dans ce cas, on insiste sur le sacre afin d'en souligner le stéréotype. D'autres humoristes cependant, notamment Reda Saoui, Mariana Mazza, Mike Ward et Adib Alkhalidey, effectuent une utilisation, disons plus naturelle et parfois fréquente, du sacre. Ainsi, au-delà de l'usage d'un stéréotype linguistique largement répandu, le fréquent recours à ce procédé accorde un espace important au sacre à l'intérieur de l'identité québécoise.

On constate par ailleurs que la caricature de l'accent québécois est souvent accompagnée d'un changement d'attitude, voire de personnalité dans le jeu de l'humoriste. À titre d'exemple, dans un

⁵⁴ Le recours au sacre signifie l'utilisation de termes considérés comme sacrés au sein de l'Église catholique à des fins injurieuses ou pour exprimer un étonnement ou une colère. Il est fréquent au Québec de référer dans de tels contextes à ces expressions religieuses comme « calice », « ciboire » ou « tabernacle ».

numéro portant sur la fibre souverainiste de son personnage, Anas Hassouna, prends un ton grave et change littéralement de personnalité pour témoigner de sa volonté indépendantiste. « Moi j'veux pas que le Québec devienne un pays, j'veux que le Québec devienne une planète ! », s'exclame-t-il. Dans cette vidéo, l'humoriste tourne en dérision à la fois l'accent, le ton et l'attitude politique du Québécois indépendantiste. On peut enfin souligner la vidéo de la *youtubeuse* française d'origine québécoise Ina Mihalache qui, dans une de ses capsules « Solange te parle », propose un cours en accéléré du bien parler et comprendre le québécois. S'adressant essentiellement à un auditoire français, elle compare de façon humoristique le parler français québécois et celui de la France. Elle affirme ainsi que « le Québécois n'a pas envie que vous essayiez de l'imiter [...], mais il peut être touché d'un effort de votre part comme dans tout autre pays étranger ».

Il semble d'ailleurs que cette comparaison France – Québec, notamment sur des bases linguistiques, soit effectuée à quelques reprises. On peut prendre pour exemple Eddy King et Jeremy Demay qui parlent de leur « accent de merde » lorsqu'ils traitent des traits français de leur langage. C'est également le cas de Laurent Paquin qui, dans un spectacle axé sur la thématique France-Québec, invite justement les Français à cesser d'imiter les Québécois. Il affirme : « arrêtez de vous faire croire que vous êtes capables de faire l'accent québécois, vous l'avez pas ! ». Encore une fois, on met en lumière les nombreux stéréotypes entourant l'accent français. À ce propos, Jeremy Demay utilise l'autodérision soulignant le « manque de virilité » de l'accent français. Un trait de l'identité linguistique française également soulevé par les humoristes King et Paquin.

Plusieurs autres accents sont par ailleurs caricaturés. Les accents africain et haïtien par exemple font l'objet de bon nombre de stéréotypes. On caricature alors une certaine forme de prononciation, notamment en omettant les « r » ou en les remplaçant par un « w » pour illustrer le « parler noir ». Les humoristes Eddy King, Richardson Zéphir ou Alex Pépin, tous trois faisant partie de la communauté noire, adoptent ou exagèrent parfois cet accent afin de dénoncer la ténacité de ces stéréotypes linguistiques. On peut enfin souligner les stéréotypes à l'égard de la langue arabe, « inventée par une indigestion », comme l'affirme Roman Frayssinet ou l'accent latin manquant également de virilité tel qu'en fait mention à la blague l'humoriste Sugar Sammy.

4.2.2 Stéréotypes sur l'identité québécoise

Qu'est-ce qu'être Québécois ? Les réponses fluctuent bien sûr en fonction des discours. L'humoriste Guy Nantel propose une définition somme toute relativement complexe et inclusive : « Ce qu'on est, c'est pas compliqué. On est Québécois francophones, partiellement anglophones, multiethniques, semi-laïcs, multiconfessionnels, croyants, non-pratiquants. Me semble que c'est pas compliqué ça ! ». On peut ici souligner le caractère flou et parfois ambigu de l'identité québécoise aussi omniprésent dans le discours populaire. En réponse à une jeune femme interviewée lors d'un « vox pop » au sujet du port de signes ostensibles en public, Nantel lance : « Vous ne connaissez pas le mot ostentatoire [...] mais vous êtes pour ! Ça, c'est très Québécois ! » De toute évidence, on peut dire que Nantel propose lui aussi un certain nombre de stéréotypes entourant l'identité québécoise. Par exemple, soulignant l'importance pour les personnes immigrées de s'intégrer à la population d'accueil, il propose la nuance suivante : « Je ne leur demande pas [...] de se promener avec une ceinture fléchée, de taper des mains quand leur avion atterrit ! » Nantel évoque ici une image folklorique de l'identité québécoise. L'humoriste Nabila Ben Youssef y fait aussi mention quand elle affirme être si intégrée au Québec qu'elle a appris « à danser l'arabe sur le folklore québécois ».

Cette image à la fois folklorique et imprécise de l'identité québécoise est également soulignée par Neev. De fait, prenant les traits du personnage mythique d'Elvis Gratton, l'humoriste répondant à son propre questionnement identitaire répond : « J'oublie pas qui je suis. Comment je pourrais vous expliquer ? Je suis un Canadien-Marocain d'Amérique du Nord, un habitant "americano-colon" de souche, francophone, d'expression française, française ! Qui parle le bilingue puis l'allophone ! Je suis un Canadien français du Québec. Ah ben "tabarnak"... je suis un Québécois ! ».

4.2.3 Stéréotypes : la dichotomie Montréal et régions

Si on s'attarde uniquement aux documents tournant autour du débat sur les accommodements raisonnables, il semble qu'à certains égards, la population québécoise et ses traits identitaires sont passablement caricaturés. Ce sont sans doute les extraits de l'émission *Infoman* qui illustrent le mieux ce phénomène. De fait, les audiences publiques de la Commission Bouchard-Taylor sur les pratiques d'accommodements raisonnables sont dépeintes comme un exercice trivial, mettant en scène des intervenantes et des intervenants aux propos tantôt incohérents, tantôt non pertinents.

L'animateur Jean-René Dufort décrit ainsi la Commission : « Le principe de la commission est simple, une madame vous tend le micro, et vous chialez deux minutes ! » *Infoman* ajoute aux extraits de la commission une trame musicale aux allures folkloriques et une facture visuelle qui rappelle le Québec des années 1940 ou 1950. L'extrait mettant en scène Dufort vêtu d'une burqa et se promenant dans les rues du petit village d'Hérouxville vient certainement ajouter au stéréotype des ruraux réfractaires ou du moins, plus craintifs envers l'immigration que les citadins. « [...] Je l'savais que ça arriverait ! », peut-on entendre de la bouche d'un résident de la petite municipalité voyant Dufort en burqa passer devant sa résidence. C'est sans doute là une constante de bon nombre des documents vidéo analysés, à savoir la dichotomie entre les régions du Québec et la ville centre, Montréal.

En effet, d'autres humoristes mettent de l'avant la dichotomie Région-Montréal. On peut à ce sujet souligner un extrait du *Bye Bye 2007* de RBO intitulé « Hérouxville, la tite ville intolérante », dans lequel les résidentes et les résidents de Hérouxville apparaissent comme de véritables ermites réfractaires à la diversité et à la différence. Ce sont par ailleurs à nouveau les communautés arabo-musulmanes qui font les frais de ces ruraux dépeints comme réactionnaires et sortis d'une autre époque. Cette dualité entre la région et la grande ville est aussi omniprésente dans le discours humoristique de Sugar Sammy, notamment dans un extrait de spectacle offert à Alma. Ciblant un spectateur d'origine martiniquaise, Sammy prend le rôle d'un résident de la localité issu de la majorité blanche en s'écriant : « Le connaissez-vous ? Qui a laissé ça rentrer ? On n'a jamais vu ça nous autre ! Appelle le shérif ! [...] Une ethnie par week-end » !

Il en ressort une impression de retour en arrière et un portrait somme toute, assez peu flatteur de la capacité d'accueil des habitants des régions de la province. Cela devient particulièrement évident en regard de l'extrait du témoignage de la famille Pineault-Caron à la commission parlementaire sur le projet de charte du PQ d'abord diffusé à l'émission *Infoman* et repris sur la chaîne YouTube du blogueur Mathieu Charlebois⁵⁵. Le témoignage de la famille, bien que présenté dans un contexte sérieux et offert de bonne foi, tend à offrir une image plutôt négative de la dimension régionale du

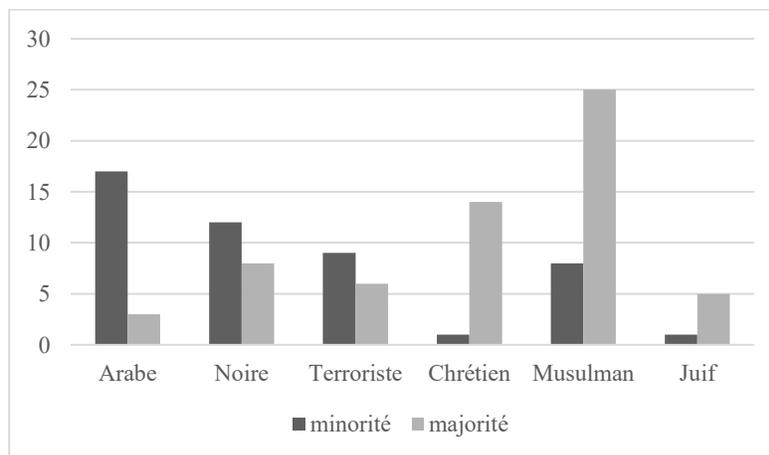
⁵⁵Il s'agit du témoignage de la famille Pineault-Caron, lors de la commission parlementaire de 2012 sur le projet de la 60 du PQ, qui a été en partie diffusé sur *YouTube* et visionné plus de 500 000 fois. Un des extraits disponibles en ligne intitulé, « La famille Pineault-Caron raconte ses voyages en musulmanie », témoigne par ailleurs d'une volonté du diffuseur de mettre de l'avant la dérision dans le traitement de cette vidéo.

Québec. On peut se dire : ces habitants voyagent peu, semblent peu cultivés et sont remplis de préjugés envers les personnes issues d'autres cultures, les arabo-musulmans en occurrence. Mais, une autre forme de stigmatisation, évoquée d'ailleurs par Charlebois sur la page de la vidéo, semble se manifester : celle de la famille Pineault-Caron elle-même et plus largement, des familles québécoises issues de la majorité. Évidemment, c'est le propre de la caricature : grossir les traits, généraliser et mettre en évidence les travers ou les référents considérés partagés par un grand nombre d'individus. Il ne s'agit pas, faut-il le répéter, d'offrir un jugement moral sur les blagues ou sur les propos des humoristes. Cependant, dans la mesure où l'on considère les portées politiques et sociales du discours humoristique, on doit tenir compte de son contenu et de la direction que peut prendre ce discours.

5. Comparaison entre groupes minoritaire et majoritaire

On remarque par ailleurs que la concentration des mentions à certaines communautés ainsi qu'à certains stéréotypes fluctue selon que l'on appartienne au groupe majoritaire ou au groupe minoritaire (voir figure 2.4).

Figure 2.4 : Groupes mentionnés par minorité et majorité (par nombre de vidéos)



En ce sens, on constate que des 20 discours humoristiques ciblant la communauté arabe, 17 proviennent de la minorité non blanche. Ce n'est pas la seule catégorie à être dominée par les groupes minoritaires. On fait le même constat, dans des proportions moins fortes toutefois, en ce qui concerne les propos à l'égard des communautés noires et ceux faisant l'amalgame terrorisme et islam. La situation s'inverse lorsqu'il s'agit de cibler des groupes religieux. On observe en effet qu'une forte proportion des discours humoristiques issus de la majorité traite des trois principales religions ciblées dans les vidéos, à savoir les musulmans, les chrétiens et les juifs. Par exemple, les

humoristes issus de la majorité semblent plus disposés, dans une proportion de 25 sur 33 extraits au total, à blaguer sur la communauté musulmane. Les ratios sont sensiblement les mêmes pour les 2 autres communautés religieuses mentionnées dans la figure 2.4.

Sans pouvoir tirer de grandes conclusions de ces observations, ces dernières soulèvent tout de même quelques pistes de réflexion sur les sujets abordés par les humoristes en fonction de leur groupe d'appartenance. Premièrement, les humoristes issus de la minorité font davantage allusion à des clichés et des stéréotypes liés à la race ou à l'ethnicité. Cela apparaît tout à fait cohérent avec ce que l'on retrouve dans la littérature, à savoir une certaine forme d'autodérision et une volonté de témoigner de sa différence et de souligner les stéréotypes auxquels ces humoristes issus de la minorité non blanche font face. Deuxièmement, les blagues visant les communautés religieuses sont plus présentes à l'intérieur des discours humoristiques provenant de la majorité. Si cette même majorité demeure tout à fait à l'aise de rire du catholicisme ou du christianisme, elle cible de façon toute particulière et dans une proportion nettement plus élevée la communauté musulmane. Cette observation apparaît également logique dans la mesure où, comme précédemment souligné, le contexte post septembre 2001 a propulsé à l'avant-scène le terrorisme islamique. Ce stéréotype devient alors un référent évident et efficace pour bon nombre d'humoristes québécois. À l'évidence, la communauté arabo-musulmane représente une cible de choix pour une majorité d'humoristes, qu'ils proviennent du groupe majoritaire ou du groupe minoritaire.

Conclusion

L'objectif général de cette recherche consistait à déterminer comment, dans les discours humoristiques, parle-t-on des enjeux identitaires au Québec. Trois questions spécifiques visant à répondre à l'objectif général de la recherche ont formé les trois principales catégories de la grille d'analyse. La première concernait les groupes d'individus ou les communautés ciblées. À ce sujet, si on évoque un large éventail de nationalités et de groupes ethniques, certaines communautés sont ciblées de façon plus claire et sans équivoque, les communautés arabe et noire tout particulièrement. Sur le plan religieux, la communauté musulmane, avec plus de 30 extraits et les chrétiens, avec 15 vidéos sont clairement les plus visés. Ainsi, lorsque l'on combine la dimension ethnique ou culturelle et la dimension religieuse, la communauté arabo-musulmane fait l'objet

d'une attention particulière. Il s'agit sans doute d'un des éléments les plus saillants de la présente étude.

En ce qui concerne la seconde question au sujet des stéréotypes véhiculés, à la lumière des résultats proposés, on peut conclure d'une part que, de façon générale, les discours humoristiques demeurent somme toute dans le cadre de la caricature. On retrouve fort peu de propos à tendance clairement radicale frisant le racisme ou la xénophobie. D'autre part, on remarque que plusieurs stéréotypes ethniques, culturels et religieux sont persistants, tenaces. Encore une fois, les musulmans font l'objet de plusieurs railleries et moqueries, notamment en ce qui a trait à la relation entre islam et terrorisme alors que 15 des 76 extraits analysés, soit près de 20 %, font cet amalgame. En s'appuyant sur la littérature, on peut certes prétendre que le contexte suivant les attentats de septembre 2001 joue un rôle, mais aussi la volonté plus ou moins consciente de diminuer les tensions ou certaines craintes liées aux stéréotypes du terrorisme islamiste. Plusieurs stéréotypes linguistiques sont par ailleurs évoqués. On peut penser aux accents africains ou haïtiens que l'on caricature à maintes reprises ou à l'accent français ou latino que l'on associe souvent à un manque de virilité. Toutefois, la fameuse dualité anglophone-francophone n'est que peu évoquée, de même que le caractère « menacé » de la langue française au Québec. Ce sont encore une fois plus les questions de nature ethnique, culturelle qui semblent préoccupantes. L'accent québécois, l'usage du sacre et plus largement, la langue québécoise comme trait identitaire des Québécoises et des Québécois semblent également faire consensus. La question du territoire est en outre abordée en opposant fréquemment la métropole, Montréal, aux autres régions du Québec. Dans ce cas, les stéréotypes décrivent des régions québécoises plus réfractaires, voire parfois craintives face à la diversité ethnique et religieuse.

La troisième question avait pour but d'observer la divergence des groupes et communautés ciblées et des principales préoccupations soulevées selon que l'on soit issu de la minorité ou de la majorité. À ce chapitre, on constate deux différences majeures. Les blagues abordant les dimensions ethniques ou raciales sont davantage servies par les humoristes issus de la minorité. En revanche, les références aux aspects religieux, les stéréotypes envers la communauté musulmane tout particulièrement, sont plus largement évoqués par le groupe majoritaire. Comme mentionné en introduction, cette étude ne permet pas de témoigner des effets engendrés par ces discours

humoristiques. Sur le plan de la stigmatisation cependant, en s'appuyant sur la littérature, on peut croire que les nombreuses références à la communauté arabo-musulmane relevées dans cette analyse, si elles peuvent tracer des ponts, risquent également d'alimenter certains stéréotypes et peut-être même quelques préjugés à leur égard. Le second degré souvent évoqué par les humoristes et les artisans de l'humour pourrait ainsi, à l'image du « vidéo malaise » de Mutz et Reeves (2005), engendrer un « humour malaise ».

Annexe 2 : Corpus des vidéos sur YouTube

Humoristes (extraits de numéros et spectacles) :

1. **Alkhalidey, Adib :**
 1. <https://www.Youtube.com/watch?v=xQKiEa5um7s> : 107 466 vues – 31 mars 2017
 2. <https://www.Youtube.com/watch?v=cCIckxWvjQE&t=41s> : 195 269 vues – 1^{er} mars 2012
 3. <https://www.Youtube.com/watch?v=QxBWFzlhP0I> : 11 593 vues – 14 oct. 2015:
 4. https://www.Youtube.com/watch?v=ssbcO1sPj_c : 111 622 vues – 17 février 2015
2. **Pause Kahwa** (Adib Alkhalidey, Mehdi Bousaidan, Anas Hassouna, Roman Frayssinet) :
 5. <https://www.Youtube.com/watch?v=HJ7SUMvxSDw> : 40 407 vues – 10 avril 2016
3. **Badhour, Rachid :**
 6. https://www.Youtube.com/watch?v=K__AekAxkRE: 33 653 vues – 27 juillet 2018
 7. <https://www.Youtube.com/watch?v=FnVHM2YE7nI>: 20 456 vues – 23 juillet 2018
 8. <https://www.Youtube.com/watch?v=iNPWIUP7SPk> : 408 354 vues - 16 févr. 2017
4. **Ben Youssef, Nabila :**
 9. <https://www.Youtube.com/watch?v=Ywrclo3rsAk> : 79 499 vues – 21 sept. 2013
 10. https://youtu.be/_Ps2dCZ9AZQ: 275 882 vues – 15 sept. 2013
 11. https://www.Youtube.com/watch?v=2Woc_2XRPLM_: 37 634 vues – 29 juillet 2013
5. **Demay, Jérémy :**
 12. https://www.Youtube.com/watch?v=eTIAwa_o5BQ : 32 641 vues – 27 nov. 2015
6. **Diouf, Boucar :**
 13. <https://www.Youtube.com/watch?v=XKrfednMmdg> : 38 465 vues – 15 sept. 2017
7. **Divers (Le show raisonnable) :**
 14. <https://www.Youtube.com/watch?v=WGJ9KI7Smco> : 131 622 visionnements – 7 déc. 2007
8. **Dubé, Fred :**
 15. <https://www.Youtube.com/watch?v=8S2DxzI2JY8> : 3 008 vues – 19 août 2017
 16. <https://www.Youtube.com/watch?v=FTm85nTQVsA> : 3 545 vues – 8 oct. 2014.
9. **Dubosc, Franck et Rousseau, Stéphane :**
 17. https://www.Youtube.com/watch?v=8yoow-Bgt60_: 208 898 vues – 13 mai 2008
10. **Frayssinet, Roman :**
 18. https://www.Youtube.com/watch?v=gHQ6br990og_: 286 344 vues – 11 oct. 2017
11. **Gauthier, Cathy :**
 19. <https://www.Youtube.com/watch?v=oL3aAs0XtDw> : 144 474 vues – 24 janv. 2010
12. **Hassouna, Anas :**
 20. https://www.Youtube.com/watch?v=Up6fVo3micg_: 5 982 visionnements – 3 juillet 2017
 21. https://www.Youtube.com/watch?v=siMPnYwVhJw_: 104 202 vues – 5 juillet 2017
 22. <https://www.Youtube.com/watch?v=HzFaQDAX9ac> : 9 464 visionnements – 10 juillet 2017
13. **Jean, Mario :**
 23. <https://www.Youtube.com/watch?v=emQqEktnvaI>: 20 370 vues – 2 juin 2013

14. Kavanagh, Anthony :

24. <https://www.Youtube.com/watch?v=J1L4pmR-acE> : 118 772 vues – 6 oct. 2017

15. King, Eddy :

25. <https://www.Youtube.com/watch?v=6GwXIPBLT5U> : 53 067 visionnements – 24 août 2015

26. <https://www.Youtube.com/watch?v=p19Nn8882I0> : 25 409 visionnements – 4 août 2017

27. <https://www.Youtube.com/watch?v=oJKTU58SB4E> : 508 visionnements – 13 octobre 2016

16. Louis T :

28. https://www.Youtube.com/watch?v=f0vAM5_WiyQ&t=162s&list=PL7GSvd9nSfi0hntqcwto8Sq2s21WZcCMJ&index=25 : 4 356 visionnements – 13 mars 2017

29. <https://www.Youtube.com/watch?v=-QQ1Xz0Xdhc> : 3 940 vues – 13 mars 2017

17. Mazza, Marianna :

30. <https://www.Youtube.com/watch?v=nSKD5UKI1js> : 443 155 vues – 6 sept 2013

31. <https://www.Youtube.com/watch?v=mAU12CIX9Io> : 118 313 vues – 24 fév. : 2017

18. McLoad, Peter :

32. <https://www.Youtube.com/watch?v=qpu0yUpGW4w> : 276 475 vues – 30 juin 2010

19. Nantel, Guy :

33. <https://www.Youtube.com/watch?v=wA6fSSigwpQ> : 50 249 vues – 23 juillet 2017

34. <https://www.Youtube.com/watch?v=xz9WNwHfiDc> : 360 594 vues – 23 oct. 2013

20. Neev, Bensimhon :

35. https://www.Youtube.com/watch?v=_vJ2maDChLk : 60 581 vues – 9 mai 2012

21. Paquet, Dominic :

36. <https://www.Youtube.com/watch?v=oAosqeTTF8E> : 875 355 vues – 5 Mai 2010

22. Paquin, Laurent :

37. <https://www.Youtube.com/watch?v=Zjb97RIGA8U> : 233 265 vue – 4 juin 2017

23. Pépin, Alex :

38. <https://www.Youtube.com/watch?v=uky02JszK5c> : 25 716 vues – 23 août 2009

24. Rammal, Rabi :

39. https://www.Youtube.com/watch?v=PGYNGqlvu6s_ : 3 308 vues – 27 mars 2016

25. Rivard, Pierre-Bruno :

40. <https://www.Youtube.com/watch?v=-pHV9CYr1ek> : 1 447 vues – 1^{er} mai 2015

26. Rhau, Dorothy :

41. <https://www.Youtube.com/watch?v=GAm7v7qZHJc> : 11 316 visionnements – 5 août 2010

42. https://www.Youtube.com/watch?v=z1n63PCYwhQ_ : 3 900 visionnements – 11 avril 2014

27. Sammy, Sugar :

43. <https://www.Youtube.com/watch?v=AMtJvL9efYs> : 1 154 280 vues – 17 déc.

44. https://www.Youtube.com/watch?v=8_lx9wR_vo : 111 092 vues – 19 nov. 2013

45. <https://www.Youtube.com/watch?v=2t7hpwpviVE> : 161 613 vues – 22 oct. 2015

28. Saoui Reda :

- 46. https://www.Youtube.com/watch?v=mBwWat9ICTw_ : 22 545 visionnements – 12 juin 2013
- 47. https://www.Youtube.com/watch?v=irfKAqgvlxo_ : 8 983 vues – 21 juin 2017

29. Ward, Mike :

- 48. <https://www.Youtube.com/watch?v=3F-D3-6kVqI> : 64 146 vues – 15 nov. 2017

30. Wagner, Guillaume :

- 49. <https://www.Youtube.com/watch?v=Ts1sFej57ok> : 461 514 vues – 24 juillet 2010
- 50. <https://www.Youtube.com/watch?v=ZPYT57ejAIU> : 45 573 vues – 2 sept 2016

31. Zapartistes, Les :

- 51. <https://www.Youtube.com/watch?v=ApSx4iVkb1Q> : 19 065 vues – 13 juin 2008

32. Vanasse, Christian :

- 52. <https://www.Youtube.com/watch?v=rIBYp6E5x3Q> : 5 711 vues – 18 sept. 2011

33. Zéphyr, Richardson :

- 53. <https://www.Youtube.com/watch?v=vhelTidTT9E> : 27 947 vues – 12 fév. 2013

Youtubers :

Charlebois, Mathieu (Pineault-Caron) :

- 54. <https://www.Youtube.com/watch?v=RhFfkxTrkbw> : 543 397 vues – 17 janv. 2014

Gouin, Philippe (Riposte laïque):

- 55. <https://www.Youtube.com/watch?v=Tpe4UKOKR1M> : 76 592 vues – 21 déc. 2009

« Meme » du film « La Chute » :

- 56. <https://www.Youtube.com/watch?v=IiPpbDKjOLA> : 8 614 vues – 3 avril 2014

« Meme » d'Elvis Gratton :

- 57. <https://www.Youtube.com/watch?v=HvGETWQVyLM> : 55 614 vues – 25 nov. 2006

Robert Robert :

- 58. <https://www.Youtube.com/watch?v=x-Hnbrma-88> : 487 vues – 21 mars 2014

Solange te parle :

- 59. <https://www.Youtube.com/watch?v=qYm83H5TOMM> : 2 300 845 vues – 16 nov. 2015

Extraits d'émission de télé :

Infoman :

- 60. https://www.Youtube.com/watch?v=xHHu1aGn2-c_ : 47 413 vues – 6 janv 2008
- 61. https://www.Youtube.com/watch?v=_ArecT-gdoU_ : 95 667 vues – 6 janv. 2008
- 62. https://www.Youtube.com/watch?v=hnOhIwJhwBQ_ : 23 094 vues – 29 nov. 2007
- 63. <https://www.Youtube.com/watch?v=IZ-p9uVZL3k> : 51 150 vues – 25 oct. 2013
- 64. https://www.Youtube.com/watch?v=GVzI3oQIG3s&t=80s_ : 6 722 vues – 24 janv. 2014
- 65. https://www.Youtube.com/watch?v=ipLbJ1aQt3Q_ : 5 976 vues – 17 janv. 2014
- 66. https://www.Youtube.com/watch?v=9aHxzCUc9yQ_ : 4 244 vues – 31 janv. 2014
- 67. https://www.Youtube.com/watch?v=wXadsJWEw0c_ : 5 344 vues – 24 janv. 2014
- 68. <https://www.Youtube.com/watch?v=6zn0LUX3L8k> : 15 641 vues – 6 oct. 2013

Bye Bye :

- 69. https://www.Youtube.com/watch?v=x2-dmSdvT7U_ : 16 171 vues – 15 janv. 2014
- 70. <https://www.Youtube.com/watch?v=MmIp7c-MatM> : 58 156 vues – 2 mars 2010
- 71. <https://www.Youtube.com/watch?v=jKRpXNaOYDo> : 3 640 vues – 13 janv. 2014

Louis T (Bazzo.tv) :

- 72. https://www.Youtube.com/watch?v=ZTzvYhioz-I_ : 80 453 vues – 4 déc. 2015

Entrevues télévision :**Diouf, Boucar :**

- 73. <https://www.Youtube.com/watch?v=mVHboexsAn4> : 29 271 vues – 26 fev. 2014

Lepage, Guy A :

- 74. <https://www.Youtube.com/watch?v=sQJmtCKTqOM> - 1 043 vues – 20 nov. 2013

Publicités :**Pub Charte PQ :**

- 75. https://www.Youtube.com/watch?v=hGSLQ9eDJZM_ : 134 966 visionnements – 9 sept. 2013
- 76. <https://www.Youtube.com/watch?v=bUbtfVEfNfo> : 89 226 visionnements – 9 sept. 2013

Chapitre 3

C'est juste une blague ! Vraiment ? Quand l'humour et la religion alimentent les stéréotypes^{56 57}

Article soumis et en cours d'évaluation à la *Revue canadienne de science politique*

⁵⁶ Je remercie particulièrement le Centre pour l'étude de la citoyenneté démocratique (CECD) pour son appui financier et son expertise dans l'élaboration et la mise en œuvre de l'expérience menée dans le cadre de cette étude.

⁵⁷ Je tiens également à remercier Jean-Herman Guay, professeur à l'École de politique appliquée de l'Université de Sherbrooke pour son aide dans le traitement quantitatif des données de ce chapitre.

Introduction

C'est juste une blague ! Voilà une expression maintes fois évoquée pour exprimer l'importance de relativiser un propos humoristique jugé offensant, dénigrant, voire humiliant. Il faut admettre que c'est généralement le propre de la caricature et de l'ironie de provoquer, de choquer et de se moquer de ce que l'on considère « les travers » d'une société ou de ce qui apparaît comme plus préoccupant ou saillant dans l'espace public. Certaines personnalités, groupes ou communautés en particulier peuvent être la cible moqueries et de railleries, notamment en raison de leur omniprésence dans l'actualité médiatique. On le remarque entre autres à l'égard des arabo-musulmans, lesquels font l'objet de multiples numéros d'humour, particulièrement depuis les attentats de septembre 2001. Au Québec, ce groupe constitue la communauté la plus ciblée, tant par les humoristes en provenance de la majorité que ceux des minorités⁵⁸, dans les sketches humoristiques traitant de diversité⁵⁹ ethnique, culturelle et religieuse entre 2006 et 2018 (Choquette - à paraître). On peut expliquer cette fixation sur certaines catégories d'individus, les arabo-musulmans en particulier, par plusieurs facteurs, notamment l'idée d'évacuer des peurs ou des stress liés au terrorisme islamique largement couvert dans les médias ou par un désir de diminuer des tensions et de tracer des ponts envers différentes communautés. Mais, au-delà de ces facteurs explicatifs, l'humour visant des groupes ou des individus issus de la diversité culturelle et religieuse peut-il encourager certaines personnes à adopter des attitudes négatives à leur égard ? Cette question constitue le point de départ de cette recherche empirique.

⁵⁸ Dans cette étude, on définit les minorités par rapport à la majorité québécoise de la façon suivante : toutes « personnes [...] qui ne sont pas de race blanche ou qui n'ont pas la peau blanche » (Statistique Canada 2008). On inclut cependant les Autochtones, contrairement à la définition proposée par Statistique Canada. Bien qu'une grande part du groupe majoritaire ainsi que des participants à la recherche soient de confession catholique (chrétienne), la référence à la majorité ne prend pas en compte la religion. Certes, on considère la religion comme une variable importante, mais les mentions de majorité ne font pas systématiquement référence aux chrétiens. Des non croyants par exemple peuvent faire partie de la majorité. Le critère de la langue a aussi été exclu, mais l'ensemble des contenus et du déroulement de la recherche s'est déroulé en français.

⁵⁹ Ce texte fait maintes fois référence à la diversité sur des bases ethniques, religieuses ou culturelles. On convient bien sûr que le terme évoque aussi plusieurs autres types de diversité, notamment sexuelle ou de genre. Sauf indication contraire toutefois, par diversité, on entend exclusivement diversité ethnique, religieuse et culturelle dans cette étude. De plus, on parlera parfois de diversité culturelle ou de diversité ethnique. Évidemment, la culture et l'ethnicité ne sont généralement pas synonymes non plus. Mais, on naviguera entre ces deux termes dans ce texte pour évoquer sensiblement la même chose : des personnes ou des groupes de personnes faisant partie des minorités visibles.

On a ainsi mené une expérience de visionnement de numéros humoristiques en ligne auprès de plus de 200 participants séparés en deux groupes. Une centaine de personnes ont été exposées à des contenus véhiculant des stéréotypes à l'égard des minorités culturelles et religieuses et une centaine d'autres à des blagues exemptes de ce genre de propos. Bien que, sur le plan des effets directs, les différences entre les deux groupes sont parfois moins importantes, on remarque que c'est à l'égard des communautés immigrantes et des Arabes et des musulmans que les écarts apparaissent les plus marqués. Dans ces cas précis, la participation religieuse semble particulièrement jouer un rôle significatif dans l'entretien d'une perception négative à l'égard de la communauté arabo-musulmane de la part des individus issus de la majorité. Cet article propose quelques pistes d'explications pouvant justifier cette influence de la participation religieuse dans la perception de certaines communautés dans un contexte d'exposition à des numéros d'humour « stéréotypisants ». Ce constat souligne ainsi la nécessité de considérer des facteurs modérateurs ou amplificateurs afin de mesurer plus précisément les impacts des diverses manifestations de la communication politique, dont l'humour, sur certaines attitudes liées à la diversité.

1. Revue de la littérature

Bien que l'on ne puisse parler d'abondance en ce qui concerne les recherches traitant de ce type d'effets, on retrouve tout de même plusieurs études qui abordent le sujet de façon directe et moins directe. À cet égard, les prochaines lignes visent à présenter certains de ces travaux soulignant tantôt le rôle, tantôt les effets des discours humoristiques sur les attitudes et les comportements. Il semble par ailleurs qu'aucun consensus clair ne ressorte en la matière. On retrouve même un certain nombre d'oppositions, notamment sur la portée positive de l'humour sur l'ouverture et la tolérance à la différence.

D'un côté, on retrouve des articles visant à démontrer, d'un point de vue davantage théorique, que l'humour contribue à réduire les conflits au sein des collectivités, à atténuer les différences et à favoriser les rapprochements (Begag 2001; Jérôme 2010; Charaudeau 2013). De l'autre, on retrouve des études qui mettent en lumière les dimensions exclusives et « stigmatisantes » de l'humour (Boskin 1990; Weaver 2011; Quemener 2017a). Ces travaux s'appuient sur l'évolution ou la constance des discours humoristiques dans le temps (Boskin 1990; Quemener 2017a) ou sur l'analyse de certains contenus de façon plus exhaustive auxquels on a accès sur Internet notamment

(Weaver 2011). Dans l'ensemble de ces publications, on évoque la possibilité qu'une blague ou qu'un propos ironique puisse contribuer à alimenter les stéréotypes et les préjugés à l'égard de personnes ou de certaines communautés souvent issues des minorités. D'autres analyses de contenus humoristiques, provenant notamment d'émissions de télévision (Béru 2011) ou de vidéos en ligne (Da Silva 2015), soulignent que ces discours peuvent entretenir des perceptions négatives à l'encontre de personnes issues de l'immigration ou de la diversité ethnique, religieuse ou culturelle, même lorsqu'ils émanent d'humoristes provenant de ces groupes. En outre, Weaver (2011) évoque une part de racisme incorporé (*embodied racism*) en humour, faisant référence à certaines blagues racistes, lesquelles semblent être généralement tolérées et admises dans l'espace public. Dans la même veine, Jacobs-Huey (2006), à travers une recherche ethnographique dans des « comedy clubs » aux États-Unis, observe une certaine stigmatisation à l'égard des Arabes en provenance de « stand-up » américains visant de façon récurrente cette communauté depuis septembre 2001.

À ces deux visions s'ajoutent pour ainsi dire la perspective mitoyenne de Meyer (2000) selon qui, l'humour comporte deux grandes catégories de fonctions : celles qui unissent et celles qui divisent. Les fonctions unificatrices comportent deux sous-fonctions : l'identification, décrivant la capacité d'un discours humoristique d'identifier des lieux de discussion communs afin d'établir un climat d'échanges favorables (Meyer 2000, 318) et la sous-fonction de clarification permettant de simplifier des enjeux et de les mettre en lumière (Meyer 2000, 319). En ce qui concerne les sous-fonctions « divisives », Meyer réfère à la fonction « d'établissement de normes » (*enforcement*) de l'humour. Celle-ci viendrait déterminer ce qui serait acceptable pour l'ensemble d'un groupe et, par effet contraire, ce qui devrait être rejeté ou considéré comme marginal (Meyer 2000, 320). Enfin, la sous-fonction de différenciation viendrait établir un rapport du « nous » envers les « autres ». L'humour contribuerait ainsi à la formation d'alliances et de groupes distincts entre ceux qui partagent ou s'identifient au discours et ceux qui en seraient la cible (Meyer 2000, 321). Ajoutons par ailleurs que l'ensemble des travaux mentionnés précédemment ne constituent pas des études empiriques visant à mesurer les effets d'un discours humoristique de façon précise. Sur ce plan, on reste sur le terrain de la réflexion théorique en substance.

Par contre, en ce qui a trait aux recherches empiriques, il existe une littérature scientifique relativement importante en communication politique traitant des liens entre humour et politique, au sujet des *talk shows* et des émissions d'infodivertissement en particulier. À titre d'exemple, en France, on s'est notamment attardé au rôle des émissions de satires politiques. Les recherches de Collovald et Neveu se sont ainsi penchées sur les effets de l'émission satirique *Les Guignols de l'info* pendant la campagne présidentielle de 1995. Les auteurs arrivent à la conclusion que, contrairement à ce que l'on peut croire, la personnification du candidat Jacques Chirac loin de nuire à l'image du futur président⁶⁰, a contribué à « humaniser » le personnage, à le rendre plus accessible. Les auteurs soulignent également qu'à l'époque, l'émission constituait la principale source d'informations de campagne pour le quart des 15-24 ans (Collovald et Neveu 1996, 107). Des conclusions tirées aussi par Tournier (2005). Son analyse des impacts politiques des « Guignols de l'info » démontre que ce type d'émission représente une forme de socialisation politique auprès des jeunes.

On observe aussi sensiblement le même phénomène aux États-Unis en ce qui concerne les effets de l'humour sur les attitudes politiques. Par exemple, Lichter *et al.* (2014) ont observé une corrélation entre l'augmentation du nombre de blagues visant des personnalités politiques dans les *talk shows* ou les émissions satiriques et une diminution de popularité de ces personnes auprès de l'opinion publique. S'ils vont dans le même sens que Collovald et Neveu ou de Tournier en soulignant le rôle informatif des blagues politiques, les chercheurs demeurent toutefois prudents sur les explications causales des corrélations observées et sur l'interprétation des effets de l'humour sur les comportements politiques en général. L'enquête par sondage de Baumgartner *et al.* (2012) propose toutefois des avenues empiriques intéressantes à cet égard. En effet, les auteurs démontrent que la caricature que fait la comédienne Tina Fey de la candidate à la vice-présidence américaine en 2008, Sarah Palin, à l'émission *Saturday Night Live* (SNL) tend à donner une impression négative de la politicienne auprès d'un certain électorat. Ces effets de perceptions négatives de la colistière de John McCain seraient plus significatifs auprès des électeurs républicains, ce qui peut sembler surprenant à première vue.

⁶⁰ Les personnages de l'émission, généralement des politiciennes et des politiciens, sont en fait des marionnettes et bon nombre d'acteurs politiques ont eu droit à leur représentation.

D'autres études empiriques liant humour et politique présentent également certains résultats étonnants. C'est le cas de celle réalisée par Baumgartner et Morris (2008) qui analyse l'influence des émissions américaines à caractère « politicohumoristique » sur les comportements et les attitudes politiques. On démontre qu'en dépit de la critique sévère à l'endroit des conservateurs américains présentée à l'époque de la populaire émission *The Colbert Report*, les moqueries et les railleries de l'animateur Stephen Colbert ont engendré des effets contraires auprès des électeurs, des jeunes en particulier. On a remarqué en effet que les jeunes exposés au *Colbert Report* avaient tendance à adopter une perception et une attitude plus positive envers des acteurs politiques reconnus pour être plus conservateurs, notamment George W. Bush ou les représentants du Parti républicain au Congrès. Les auteurs expliquent ce phénomène par la possibilité que l'auditoire de Colbert serait en partie constitué de jeunes électeurs moins politisés et plus vulnérables aux discours véhiculés dans les émissions de divertissements. Ce serait donc le fait de parler davantage d'un groupe de politiciens plutôt que d'un autre et non celui d'en parler en bien ou en mal qui ferait réagir positivement cet électorat à l'égard des élus conservateurs. En extrapolant ces conclusions au milieu de l'humour, il est envisageable que les effets de types de discours humoristiques spécifiques puissent aussi varier en fonction de certains facteurs individuels, comme l'âge ou le degré d'intérêt ou de connaissance politique. Dans le même ordre d'idées, Becker (2011) soutient que l'exposition aux *talk shows* de fin de soirée comme le *Daily Show* avec John Stewart contribue à augmenter la confiance politique des jeunes électeurs américains envers la politique. Bien que son étude empirique est rigoureuse, Becker est aussi d'avis qu'il faut pousser plus loin la recherche en matière d'analyse des effets de l'humour sur l'information et la confiance politiques. À l'instar d'autres de ses collègues, elle estime qu'il faut s'attarder sur ce phénomène non seulement envers les jeunes, mais auprès de l'ensemble de la population (Becker 2011, 248).

D'autres études empiriques n'ont toutefois pas décelé d'effets de l'humour sur les attitudes sociales. On peut souligner celle d'Olson *et al* (1999) qui s'appuie sur la réalisation de trois expériences auprès d'une centaine de participants ayant lu des textes et des bandes dessinées pouvant comporter des stéréotypes à l'égard des hommes et des avocats. Les résultats démontrent que le fait d'être exposé à ce genre d'humour n'a pas pour effet d'alimenter de façon significative les stéréotypes envers ces catégories d'individus. Cette recherche qui remonte à plus de vingt ans maintenant n'a toutefois pas considéré de facteurs amplificateurs (ou modérateurs), comme le

niveau de scolarité ou l'âge, ayant potentiellement un rôle à jouer dans l'évaluation des effets d'un discours humoristique.

Cette recension des écrits scientifiques permet de soulever quelques éléments moins abordés dans les recherches liant humour et attitudes politiques. Premièrement, on constate que les études portant sur les effets des discours humoristiques concernent davantage les émissions satiriques ou d'infodivertissement que les numéros ou les spectacles d'humour comme tels. Deuxièmement, à quelques exceptions près, dont les travaux d'Olson *et al*, les effets analysés sont davantage liés à des comportements politiques, aux notions d'intérêt ou d'information politique en particulier, qu'à des attitudes à l'égard des individus entre eux, notamment envers les personnes issues de la diversité culturelle et religieuse. Enfin, les études sur l'humour traitant de ces enjeux sont essentiellement dans le registre des recherches théoriques. On retrouve peu de travaux empiriques, dans le monde francophone encore moins, venant observer et mesurer les effets de l'humour sur les attitudes politiques à l'égard des personnes issues des minorités culturelles ou religieuses. De plus, il ne semble pas exister de recherche expérimentale sur le sujet au Québec. Ceci apparaît étonnant considérant la place de l'humour au sein de la société québécoise. Il faut toutefois admettre que la question des attitudes politiques liées à la diversité ethnique, culturelle et religieuse est plutôt récente dans la province.

Conséquemment, la présente recherche vise à répondre à la question spécifique suivante : les numéros d'humour véhiculant des stéréotypes culturels et religieux alimentent-ils une perception négative des personnes issues de ces communautés ? Considérant le contexte post-septembre 2001 et celui suivant la « crise » des accommodements raisonnables au Québec, on portera une attention particulière à ces effets sur la communauté arabo-musulmane.

2. Cadre théorique

Il importe à ce propos de tracer les contours des différents éléments pouvant engendrer des effets de l'humour sur les attitudes des individus, non seulement à l'endroit des arabo-musulmans, mais à l'égard des personnes issues de la diversité culturelle et religieuse en général. Un survol des études en communication et en psychologie politiques, celles possédant un devis expérimental en particulier, contribuera à mettre en relief les facteurs pouvant influencer le sens ou l'ampleur des

impacts de certains types de messages et de discours sur l'opinion publique, notamment ceux du domaine humoristique.

2.1 L'effet de cadrage

Une notion fréquemment abordée dans la littérature en communication politique apparaît incontournable dans l'évaluation des effets des messages et des discours sur les attitudes : la notion de cadrage (*framing*). Celle-ci suggère [...] que « la manière de caractériser les nouvelles (ou informations médiatisées) puisse avoir une influence sur la façon dont ces nouvelles sont interprétées par le public des médias [...] » (Hébert et al 2015). Par exemple, les recherches de Cappella et Jamieson (1997) ont démontré que le fait de mettre l'accent dans les médias sur le côté stratégique de la politique et des campagnes électorales tend à entretenir une perception plus négative de la politique et de ses acteurs. Même constat du côté de Mutz et Reeves (2005) au terme de leur étude expérimentale sur les impacts des débats télévisés sur la perception des politiciens. S'appuyant sur le concept de « vidéomalaise » développé par Robinson (1975), les auteurs démontrent que les échanges ponctués d'incivilités affectent le niveau de confiance envers les politiciens des électeurs exposés à ce genre de contenu. On estime même que cette diminution de confiance affecte non seulement la classe politique aux États-Unis, mais l'ensemble des institutions et du gouvernement américain également (Mutz et Reeves 2005, 13). Gilliam et Iyengar (2000) ont également utilisé la méthode expérimentale pour mesurer les effets de cadrage sur les attitudes raciales. Leur étude démontre que la mention de l'origine ethnique d'un criminel lors d'un bulletin d'actualité télévisé a pour effet de renforcer la méfiance envers les personnes issues de cette communauté. Iyengar (1991) fait le même constat dans une autre recherche, laquelle révèle que les Afro-Américains sont souvent dépeints comme plus individuellement responsables des problèmes vécus dans leurs communautés que les Blancs. En outre, l'étude de Saleem et Anderson (2012) trace un lien entre le cadrage négatif des arabo-musulmans dans l'espace public aux États-Unis et la perception négative que plusieurs Américains entretiennent à l'endroit de cette catégorie d'individus. Leurs travaux observent des effets sur l'alimentation des préjugés envers ce même groupe auprès d'utilisateurs de jeux vidéo dans lesquels cette catégorie d'individus est présentée comme des terroristes. Des études associent d'ailleurs la montée de la méfiance envers les musulmans, voire d'une certaine islamophobie dans les pays occidentaux à l'omniprésence de cette

communauté dans les médias suite aux événements de septembre 2001 (Sirin et Balsano 2007; Kunst *et al.* 2011). Un constat clairement évoqué par Best (2009).

Par exemple, les attaques du 11 septembre 2001, la chasse à Ben Laden, la défaite de Saddam Hussein, l'adoption d'une loi visant à interdire aux filles de porter le voile à l'école en France, le débat sur les tribunaux d'arbitrage sont tous des événements qui ont été fortement médiatisés et qui d'une manière ou d'une autre sont mis en relation avec les musulmans ou l'islam. Nous supposons donc, sans aucun risque, que les mots islam ou musulman suscitent une certaine image chez les gens qui les entendent (Best 2009, 2).

Si on effectue un parallèle avec l'humour, on peut croire que la récurrence de certains discours humoristiques dépeignant de manières négatives certaines communautés, les immigrants et les arabo-musulmans par exemple, risque d'alimenter les préoccupations, voire les craintes à leur égard. Ainsi, en transposant la notion de cadrage à l'humour dans le contexte québécois, on peut soumettre l'hypothèse suivante (H1): les individus exposés aux numéros présentant des stéréotypes à l'égard de communautés issues de la diversité ethnique et religieuse entretiendront une perception plus négative de ces groupes que ceux placés devant des vidéos n'en comportant aucun. On postule alors qu'un numéro d'humour « stéréotypisant » peut engendrer des effets directs sur les attitudes à l'égard de la diversité culturelle et religieuse. Considérant qu'une grande part du contenu des blagues présentées durant l'expérience associe les arabo-musulmans au terrorisme et à l'anti-modernisme⁶¹, on peut envisager que les impacts seront négatifs et plus importants à l'endroit de cette communauté.

2.2 La religion en tant qu'effet modérateur

Par ailleurs, si certaines études comme celle d'Olson *et al* (1999) n'ont pas observé d'effet direct de l'humour sur les attitudes des individus, c'est peut-être que d'autres facteurs pouvant amplifier les impacts des discours humoristiques n'ont pas été pris en considération. On parle alors d'effets modérateurs (*moderated effects*). Brièvement résumé, ce type d'effets se « définit par la présence d'une ou plusieurs variables qui modulent l'influence d'une variable X sur une variable Y, en impactant la nature, le sens et/ou la force de cette influence qui varierait selon les valeurs de la

⁶¹ Les numéros faisant partie de l'expérience sont présentés à la section 4.1. Les liens Internet permettant de les visionner s'y retrouvent également en note de bas de page.

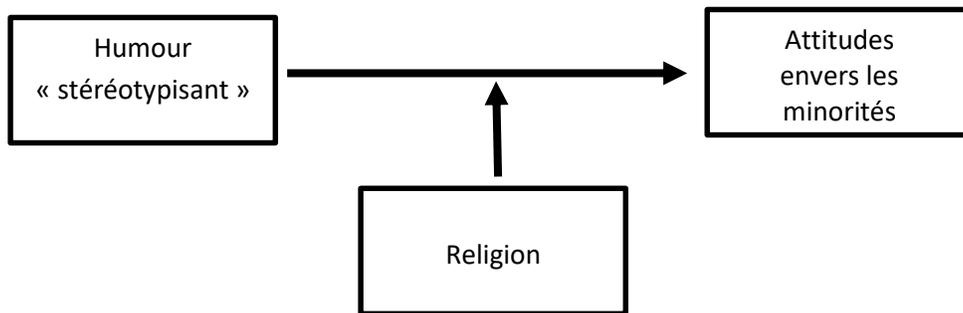
variable modératrice [...]. » (Borau *et al.* 2015, 96). Ces effets peuvent être de plusieurs natures comme par exemple l'âge, le niveau d'éducation ou la participation religieuse. Certains parlent également de facteurs conditionnels (Hébert *et al.* 2015) pour désigner cette catégorie de variables pouvant diminuer ou amplifier les impacts d'un message sur les attitudes politiques. Dans cette perspective, il est envisageable que certains de ces éléments puissent influencer les impacts des discours humoristiques. Nabi *et al.* (2007) affirment d'ailleurs que les effets de l'humour sont davantage liés à des facteurs de perceptions individuels des sujets traités que par le strict contenu des blagues. La présente étude se penche sur le rôle de la religion comme facteur de modération potentiel. Comme précisé dans les prochaines lignes, ce choix repose en grande partie sur la persistance de l'influence de l'héritage catholique dans la construction identitaire d'une partie de la majorité francophone au Québec.

De fait, il semble important de considérer l'aspect religieux en tant que facteur pouvant influencer les effets de l'humour sur les attitudes liées à la diversité. D'une part, tels qu'évoqués en introduction, les stéréotypes et les clichés véhiculés par les humoristes concernent une communauté religieuse davantage présente dans l'espace public depuis septembre 2001 : les musulmans. D'autre part, ce contexte semble avoir remis de l'avant les enjeux entourant la place du religieux dans l'espace public québécois. Ces débats ont donné lieu à des questionnements autour des traces laissées par l'héritage catholique du groupe formant la majorité de la population dans la province.

Ces traces se retrouvent en partie dans l'identité québécoise. En effet, certains chercheurs estiment que, malgré l'éloignement des Québécois de la religion catholique et la sécularisation de l'État et de ses institutions après la Révolution tranquille, une part de la majorité québécoise conserve un attachement envers l'Église (Koussens 2013; Gagnon-Tessier 2014). Wilkins-Laflamme et Milot (2017) estiment ainsi que la présence de religions minoritaires dans l'espace public québécois représente une menace à l'identité québécoise pour certaines personnes provenant de la majorité catholique. « [C]ertains croyants ont tendance à accentuer leurs pratiques et attitudes religieuses, mettant plus de distance sociale entre un "nous" séculier associé à la majorité et cet "eux" associé aux minorités religieuses dont la visibilité choque parfois l'opinion publique sécularisée » (Wilkins-Laflamme et Milot 2017, 163). De plus, les événements de septembre 2001 ont également remis la religion « au centre des enjeux identitaires » (Rousseau 2016, 299). La recherche de Best

(2009) trace un lien direct avec la période suivant les attentats de 2001 démontrant que la perception des musulmans de la part des Québécois est nettement plus négative qu'à l'égard des chrétiens. Best précise que cette aversion envers la religion musulmane peut s'expliquer en raison d'un rejet de la présence des religions en général sur la place publique. En d'autres termes, le passé judéo-chrétien et le processus de sécularisation de la majorité québécoise de confession catholique alimenteraient la méfiance de ce groupe envers des personnes issues d'autres communautés religieuses. Prenant en compte la forte présence de l'islam dans l'espace médiatique québécois, comme en bien des endroits, on peut penser que le ressentiment à l'égard de cette communauté est davantage présent, particulièrement chez les personnes dont l'attachement à la religion catholique est plus fort. C'est en particulier cette possibilité que l'on veut tester. Cette influence d'une variable modératrice liée à la religion pouvant amplifier l'effet d'un discours humoristique véhiculant des stéréotypes sur la perception des minorités culturelles et religieuses pourrait être illustré ainsi (figure 3.1 inspiré d'un schéma de Rasclé et Irachabal 2001, 99).

Figure 3.1 : Rôle de la variable modératrice



Dans une perspective plus large, d'autres études font état du rôle de la religion sur certaines attitudes. En effet, bien que dans bon nombre de pays occidentaux la pratique religieuse semble moins fréquente, Muxel soutient tout de même que « les convictions politiques et religieuses sont, toujours aujourd'hui, ce qui se transmet le mieux » (Muxel 2008, 35). De plus, l'étude de Hayes (1995) démontre que les personnes plus pratiquantes, en particulier les catholiques et les anglicans, adoptent des attitudes plus conservatrices et moins progressistes que leurs contemporains ayant rejeté la religion.

Conséquemment, on peut soumettre l'hypothèse (H2) que les blagues comportant des stéréotypes à l'égard de la diversité culturelle et religieuse auront des effets plus marqués auprès des individus de confession catholique, auprès des participants dont la participation religieuse est plus élevée tout particulièrement. En outre, il semble envisageable que les perceptions négatives soient plus importantes et significatives à l'endroit de la communauté musulmane.

3. Méthodologie

Afin de procéder à la vérification de ces deux hypothèses, cette recherche s'appuie sur un devis expérimental. On a ainsi effectué une expérience de visionnement de contenus humoristiques auprès de 216 participants de plus de 18 ans, séparés de façon aléatoire en deux groupes. Le premier ensemble constitue le « groupe traitement », lequel est composé de 111 personnes qui ont été exposées à trois numéros d'humour véhiculant des stéréotypes culturels et religieux. Le second ensemble, le « groupe contrôle » compte 105 participants ayant pour leur part été confrontés à trois prestations humoristiques ne comportant aucun stéréotype de ce genre. Les deux groupes ont également répondu au même sondage accompagnant les vidéos, l'objectif général de cette méthode étant de mesurer les variations entre les deux groupes et d'observer, le cas échéant, les effets des propos « stéréotypisants » sur les individus exposés à ce genre de contenu. Précisons que l'on a finalement considéré les données de 187 participants, tous provenant du groupe majoritaire, et non de la totalité des 216 personnes qui ont participé à l'expérience. D'une part, cela correspond à l'un des principaux objectifs de la présente étude, c'est-à-dire d'évaluer la perception des gens de la majorité par rapport aux personnes en provenance des minorités. D'autre part, le nombre de répondants se disant membre d'une minorité visible s'est avéré trop petit pour obtenir des résultats probants. Ajoutons que la majeure partie des participants est formée d'universitaires, 67 % précisément et que plus de la moitié d'entre eux (55 %) est âgée de 35 ans ou moins. On compte également 113 femmes et 73 hommes et la presque totalité des répondants, plus de 96%, ont le français comme langue maternelle.

3.1 Présentation des numéros

Six critères ont été privilégiés pour effectuer la sélection des vidéos destinées à l'expérience. Premièrement, les numéros (six au total – trois par groupe) devaient être présentés par les mêmes trois humoristes pour les deux groupes afin d'augmenter l'efficacité des comparaisons.

Deuxièmement, on a priorisé les extraits provenant sensiblement de la même période pour éviter les écarts de perceptions liés à la date de réalisation. Troisièmement, afin d'aller au-delà des effets des discours transmis par le groupe majoritaire, au moins un des trois humoristes choisis devait provenir des minorités. Deux sur trois sont issues de cette catégorie d'individus au final. Quatrièmement, par souci de représentativité, on s'est aussi assuré qu'une des prestations soit l'œuvre d'une femme. Cinquièmement, le contenu des extraits du groupe traitement devait véhiculer clairement des stéréotypes à l'égard des minorités ethniques et culturelles et cibler de façon plus importante les personnes issues de la communauté arabo-musulmane. Enfin, sixièmement, pour assurer le respect des droits d'auteur, l'ensemble des documents devaient être disponibles sur la plateforme de visionnement YouTube et être mis en ligne par les diffuseurs officiels, c'est-à-dire les maisons de production, de diffusion ou les humoristes eux-mêmes.

Concernant les vidéos du groupe traitement, la première durant près de quatre minutes provient d'un extrait du spectacle de 2013 de l'humoriste Sugar Sammy⁶². Ce dernier effectue une performance d'improvisation avec la complicité de trois membres de l'auditoire d'origine arabe. Sammy évoque plusieurs stéréotypes entourant la communauté arabo-musulmane, notamment en faisant souvent référence au terrorisme. La seconde vidéo dure plus de sept minutes et met en scène l'humoriste Peter MacLeod⁶³. La date de diffusion du spectacle n'est pas précisée, mais la mise en ligne de l'extrait concerné remonte à 2019. Son numéro, présenté dans le cadre du gala humoristique ComediHa !, met aussi l'accent sur les stéréotypes envers les arabo-musulmans. Il y joue le rôle d'un Québécois terroriste de retour d'un pays affecté par l'extrémisme islamique (sans préciser le lieu, MacLeod réfère à « là-bas ») et chargé d'une « mission de recrutement et d'attaques au Québec ». L'humoriste en profite aussi pour caricaturer certains aspects de la société québécoise, notamment la persistance des constructions routières à Montréal et la force des syndicats. La troisième et dernière vidéo, de quatre minutes environ, est l'œuvre de Mariana Mazza⁶⁴. Aussi tiré d'un gala du ComediHa !, mais datant de 2013, le numéro propose notamment un survol

⁶² On peut visionner ce document à l'adresse suivante :

https://www.youtube.com/watch?time_continue=221&v=AMtJvL9efYs&feature=emb_logo, consulté le 26 août 2020.

⁶³ On peut visionner ce document à l'adresse suivante :

https://www.youtube.com/watch?time_continue=9&v=ZgO4z-IQ-3U&feature=emb_logo, consulté le 26 août 2020.

⁶⁴ On peut visionner ce document à l'adresse suivante :

https://www.youtube.com/watch?v=0GzzUlZgwQI&feature=emb_logo, consulté le 26 août 2020.

humoristique des origines ethniques et culturelles du « stand-up comic ». D'entrée de jeu, Mazza fait mention des multiples identités qui la caractérisent et évoque ses racines latines, arabes et québécoises. Elle fait également référence à des clichés au sujet des communautés arabe et noire. La majeure partie de la vidéo traite cependant de son expérience entourant son arrestation pour conduite en état d'ébriété. Par ailleurs, les trois numéros du groupe contrôle⁶⁵ ont été réalisés sensiblement à la même époque et proviennent des mêmes humoristes que les extraits du groupe traitement. Ceux-ci ne font aucunement référence à des stéréotypes culturels et religieux, mais présentent notamment des clichés autour des hommes et des femmes ou des relations de couple. On se moque aussi de certains attributs physiques.

3.2 Déroulement de l'expérience

Le recrutement des participants s'est effectué en ligne, essentiellement grâce aux médias sociaux numériques. Outre le recours à des réseaux personnels, notamment les comptes Facebook, Twitter et LinkedIn de l'auteur, on a également mobilisé certains comptes institutionnels comme les groupes Facebook de l'Association des étudiantes et des étudiants de l'Université de Sherbrooke (FEUS) et de l'Association étudiante de science politique et d'études internationales de l'Université de Montréal (AESPEIUM). Les membres du Syndicat des chargés de cours de l'Université de Sherbrooke (SCCCUS) et de l'Université de Montréal (SCCCUM) ont également été sollicités par courriel et via Facebook. L'ensemble des étudiants du département de science politique de l'Université de Montréal et de l'École de politique appliquée de l'Université de Sherbrooke, tous cycles confondus, ont aussi été contactés par courriel interne. Afin d'obtenir un taux plus élevé de participation, celles et ceux prenant part à l'expérience couraient la chance de remporter un des 20 lots de 100 \$ remis lors d'un tirage effectué parmi l'ensemble des personnes recrutées. Pour prendre part à la recherche, les participants devaient transmettre leur adresse courriel et confirmer leur participation à l'auteur soit par courriel, soit par message personnel sur les différents médias sociaux. Ces personnes ont ainsi reçu les explications entourant le fonctionnement de l'expérience, la fiche de consentement et un des deux liens de sondages, l'un pour le groupe contrôle ou l'autre

⁶⁵ On peut visionner les numéros à ces adresses :

Sugar Sammy : <https://youtu.be/RqbQIBq09G0>, consulté le 2 novembre 2020.

Peter MacLeod : <https://youtu.be/2ziL3azv6PI>, consulté le 2 novembre 2020.

Mariana Mazza : <https://youtu.be/2UrynU3q49E>, consulté le 2 novembre 2020.

pour le groupe traitement. Précisons qu'un numéro unique a été attribué à chaque questionnaire dans le but d'effectuer le tirage et de conserver l'anonymat des participants.

Ainsi, deux sondages permettant d'insérer des documents vidéos ont été créés et mis en ligne grâce à l'application *Google forms*. Celle-ci possède plusieurs avantages dont la simplicité d'utilisation, la possibilité d'insérer des vidéos provenant de YouTube et aucune limite du nombre de questions et de sections. Le premier sondage, considéré comme le traitement, proposait les trois numéros dont les contenus véhiculaient des stéréotypes à l'égard de communautés culturelles et religieuses. Le second, considéré comme contrôle ou neutre, ne contenait que les vidéos humoristiques dont le propos était exempt de ce genre de « stéréotypisation ». Chaque sondage comptait une trentaine de questions⁶⁶ identiques séparées en deux volets. Le premier, précédant le visionnement des vidéos, visait essentiellement à obtenir les caractéristiques sociodémographiques des participants, notamment leur âge, leur niveau de scolarisation et leur revenu individuel. Des interrogations visant à connaître l'importance de la pratique religieuse auprès d'eux et leur intérêt pour l'humour ont aussi fait partie de ce premier volet. La réalisation de cette partie de l'enquête, en particulier les questions portant sur le revenu, le niveau de scolarité, les origines ethniques et la participation religieuse, s'appuie sur le questionnaire de recensement de Statistique Canada (2016) et celui d'un sondage SOM-Université de Montréal (2018) sur la radicalisation.

Le second volet du sondage, suivant le visionnement des vidéos, comportait des questions plus spécifiques aux effets mesurés. Elles visaient donc à évaluer les impacts des numéros d'humour sur la variable dépendante, c'est-à-dire sur les attitudes des participants à l'égard de la diversité culturelle et religieuse.

3.3 Construction des variables et des mesures

De façon plus précise, la construction des variables entourant l'évaluation des effets des discours humoristiques sur les attitudes liées à la diversité s'inspire de travaux ayant mobilisé trois échelles d'évaluation en la matière. On retrouve tout d'abord la mesure de ressentiment racial développée par Kynder et Sanders (1996), notamment reprise par Jardina et Traugott (2019). Cette mesure, mise en place aux États-Unis, concerne généralement la perception des Américains à l'égard de la

⁶⁶ Voir questionnaire annexe 3

communauté afro-américaine, mais elle a été transposée au contexte de la présente étude à l'évaluation des perceptions à l'égard des minorités culturelles et religieuses au Québec. On vise à évaluer si l'exposition aux vidéos d'humour véhiculant des stéréotypes peut augmenter le degré de méfiance à l'égard de certaines communautés culturelles et religieuses. Quatre questions faisaient partie de cette mesure, deux proposaient un biais négatif, mettant l'accent soit sur la volonté réelle des minorités de s'intégrer, soit sur la menace à la culture québécoise qu'elles représenteraient. Deux autres questions reflétaient plutôt un biais positif, demandant s'il ne serait pas plus difficile pour les personnes issues des minorités de réussir au Québec ou si elles ne devraient pas disposer de droits particuliers. L'échelle de réponses comportant six options a été codifiée de la façon suivante : 0 = fortement d'accord à 1 = fortement en désaccord.

On a également sollicité la mesure de stéréotypes notamment mobilisée par Madon *et al.* (2001) qui reprennent une étude de l'Université Princeton (Katz et Braly 1933), considérée comme pionnière en matière d'évaluation du degré de stéréotypes. On a donc appliqué cette mesure à la recherche actuelle pour quantifier l'effet des expositions à des numéros d'humour véhiculant des stéréotypes culturels et religieux. Les questions ciblaient cinq communautés précises à savoir : les Blancs, qui forment la majorité au Québec; les Noirs, qui sont visés dans un numéro; les Arabes, maintes fois ciblés par les humoristes choisis; les chrétiens, qui représentent la religion de la majorité; et les musulmans, l'autre religion évoquée à plusieurs reprises dans les vidéos du groupe traitement. Chaque question évoquait les mêmes stéréotypes pour l'ensemble des communautés considérées. L'objectif ici consistait d'une part, à observer si certains clichés s'avéreraient davantage attribués à des groupes spécifiques et d'autre part à comparer les différences entre les deux groupes. Les stéréotypes proposés, oscillant entre violent et pacifique, indigne de confiance et digne de confiance de même que rétrograde et progressiste, correspondaient à ceux fréquemment entendus dans l'espace public à l'égard de divers membres des minorités. L'échelle en sept points a été également recodée de 0, pour les stéréotypes négatifs et 1 pour les stéréotypes positifs.

Enfin, le thermomètre de perception (*feeling thermometer*), prend entre autres appui sur les recherches de Brader *et al.* (2009) et vient mesurer les différences de perceptions entre les mêmes cinq groupes ethniques et religieux que pour la mesure de stéréotypes. Le thermomètre fait partie de l'*American National Election Survey* (ANES) depuis 1964 et constitue une mesure de perception

des différentes communautés, notamment la communauté noire, par la majorité blanche aux États-Unis. Il a aussi été utilisé dans l'étude de LaBouff *et al.* (2011) venant mesurer les attitudes en matière de diversité religieuse et de conservatisme. Dans le cadre de cette recherche, après avoir été exposés aux différentes vidéos, les participants devaient indiquer leur perception des cinq communautés proposées (Blanc, Noir, Arabe, chrétien, musulman) sur une échelle de 0, s'ils n'aimaient pas du tout, à 100, s'ils aimaient beaucoup. Indiquer 50 signifiait que l'on avait une attitude neutre. Encore une fois, ces valeurs ont été recodées de 0 à 1 pour à des fins d'uniformisation. Précisons enfin que l'ensemble des analyses statistiques effectuées dans cette étude a été réalisé à l'aide du logiciel R.

Évidemment, ce type d'expérience possède une validité externe relativement limitée considérant qu'il demeure difficile de reproduire le contexte usuel de réception des numéros d'humour. Il ne fait cependant aucun doute que la construction des variables et le partage de façon aléatoire des participants à travers les deux groupes accroissent la validité interne en ce sens où on contrôle plus précisément le stimulus dont on désire connaître les effets. Soulignons aussi qu'avec le partage de multiples contenus sur Internet, les numéros humoristiques sont fréquemment visionnés hors contexte, à l'extérieur d'une salle de spectacle par exemple.

4. Résultats

On présente ici les résultats d'une mesure directe et d'une autre prenant en compte des facteurs modérateurs (*moderated effects*) dans l'évaluation des effets des discours humoristiques « stéréotypisants » sur les attitudes envers la diversité culturelle et religieuse. Précisons que dans le cas de la mesure des facteurs modérateurs, c'est à travers la création d'une variable interactive que l'on peut observer le plus d'impacts significatifs des discours humoristiques véhiculant des stéréotypes sur les attitudes liées à la diversité. Ainsi, on a croisé la variable « participation religieuse » avec la variable groupe. Notons qu'il s'agit d'une variable dichotomique (0= moins d'une fois par année 1= plusieurs fois par année) créée à partir de la question A9 portant exclusivement sur la fréquence de participation à des services religieux (excluant les mariages et les funérailles). Au total, un peu plus 10% des répondants (19) affirment participer plusieurs fois par année et 90% (168) ne participent peu ou pas du tout.

4.1 Évaluation des effets directs

Le tableau 3.1 présente, pour chaque mesure d'attitude envers la diversité, le score moyen observé dans chacun des deux groupes, la différence de moyennes et sa signification statistique établie par un test T. Notons que plus les valeurs sont élevées, plus les attitudes à l'égard de la diversité sont positives. Le libellé complet des questions apparaît en annexe. D'entrée de jeu, bien que l'on observe certaines variations dans les comparaisons de moyenne, cette opération ne permet pas de confirmer la première hypothèse (H1). En effet, aucune des différences observées ne sont significatives au seuil habituel ($p < .05$). On remarque toutefois que 10 des 11 résultats obtenus vont dans la direction attendue, c'est-à-dire que les personnes exposées aux numéros comportant des stéréotypes adoptent des perceptions plus négatives pour la plupart des cinq communautés proposées dans les choix de réponses. Par ailleurs, des valeurs les plus proches du degré de signification de 0,10 concernent les membres de la diversité culturelle et religieuse fréquemment ciblés dans l'espace public à savoir, les minorités en général, les musulmans et les Arabes.

Tableau 3.1 : Comparaison de moyennes (t-test) entre les variables (N=187)

Variables	Contrôle	Traitement	Diff.	p
Ressentiment racial ¹	.71	.66	5	.15
Stéréotypes blancs ²	.69	.66	3	.47
Stéréotypes noirs ²	.69	.67	2	.41
Stéréotypes Arabes ²	.65	.59	6	.07
Stéréotypes chrétiens ²	.59	.56	3	.40
Stéréotypes musulmans ²	.56	.52	4	.19
Thermomètre perception ³ blancs	.67	.66	1	.68
Thermomètre perception ³ noirs	.65	.66	-1	.86
Thermomètre perception ³ Arabes	.62	.58	4	.20
Thermomètre perception ³ chrétiens	.53	.52	1	.62
Thermomètre perception ³ musulmans	.53	.48	5	.11

¹ Moyenne des questions C2, C3, C4, C5 (alpha de Cronbach .77)

² Moyenne des questions D1, D2, D3 (alpha de Cronbach.74)

³ Questions E1, E2, E3, E4, E5 - Échelle 0 à 100 convertie 0 à 1
(0= Je n'aime pas du tout 1 = J'aime beaucoup)

De plus, contrairement aux autres différences qui ne dépassent pas -.03, celles pour ces trois catégories d'individus oscillent entre -.04 et -.06. On observe ainsi une différence de -.05 sur le thermomètre de perception à l'égard des musulmans tandis que l'on voit un écart de -.06 sur l'échelle des stéréotypes envers les Arabes. L'écart de moyenne apparaît d'ailleurs significatif si l'on considère un seuil un peu moins restrictif ($p < .10$) à l'égard de cette communauté précisément pour cette mesure.

Ainsi, bien que ces comparaisons de moyennes viennent infirmer la première hypothèse, deux éléments méritent tout de même d'être soulignés. D'une part, constatant la récurrence des valeurs moins élevées pour le groupe traitement, il semble que les vidéos ironisant à propos des groupes culturels et religieux peuvent engendrer des effets négatifs sur la façon dont on perçoit non seulement les groupes visés, mais la plupart des communautés en général, incluant celles liées à la majorité. Un effet qui rappelle d'une certaine façon les effets autour du concept de vidéo malaise observés par Mutz et Reeves (2005). D'autre part, c'est à l'égard des immigrants en général, grâce à la mesure de ressentiment et envers les Arabes et les musulmans, en fonction de l'échelle de stéréotypes, que l'on note les écarts les plus négativement marqués. Cela témoigne d'un impact potentiellement plus substantiel des contenus humoristiques contenant des clichés culturels et religieux sur les attitudes des personnes exposées à ce genre d'humour. On peut croire qu'il s'y retrouve des effets liés à la répétition de groupes ciblés engendrant une forme de mise à l'agenda et des impacts reliés au cadrage de ces individus. Si par contre l'observation d'une influence directe, sans prise en compte de facteurs amplificateurs, est modeste à certains égards, des effets clairement significatifs apparaissent cependant lorsque l'on prend en considération l'effet modérateur de la participation religieuse.

4.2 Effets de la variable modératrice

On part ici du principe suivant : si les effets de l'humour sur l'alimentation des stéréotypes culturels et religieux semblent moins directement perceptibles au départ, c'est peut-être que d'autres aspects doivent être considérés. Ceux-ci pourraient alors amplifier ou diminuer les impacts d'un propos humoristique. Sur la base des résultats présentés dans cette section, on peut croire en effet que c'est en fonction du croisement de certaines variables que l'on peut mesurer l'influence de l'humour de manière plus précise. La considération de ce type de variables met ainsi en relief l'influence du

croisement de la pratique religieuse et de l'exposition à un humour « stéréotypisant » dans l'alimentation des perceptions négatives de certains membres de la diversité culturelle et religieuse. Encore une fois, il semble que ce soit envers les minorités en général et les arabo-musulmans que l'on observe les effets les plus substantiels.

De fait, en tenant compte de la participation religieuse, on obtient des résultats clairement significatifs et pour ainsi dire conformes aux attentes représentant à l'évidence un facteur de modération important lorsque l'on mobilise la variable interactive. Ainsi, à partir de l'échelle de ressentiment racial (tableau 3.2), il semble que plus la religion occupe une place importante pour quelqu'un, plus cette personne confrontée à des discours humoristiques véhiculant des stéréotypes religieux et culturels risque d'avoir une perception négative des minorités et des immigrants. Les résultats sont tout aussi révélateurs avec l'échelle de mesure des stéréotypes.

Tableau 3.2 : Échelle de ressentiment¹ et participation religieuse²

Variables	Résultats
Groupe	-0.003 (0.032)
Participation religieuse	0.102 (0.085)
Interactive (Groupe X Part. rel.)	-0.351*** (0.105)
Constante	0.700*** (0.022)
R2 : 0.105 N=180	

Signification : *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

¹ Moyenne des questions C2, C3, C4, C5 (alpha de Cronbach .77)

² Variable dichotomique (0= moins d'une fois par année 1= plusieurs fois par année)

À nouveau, l'interaction du groupe traitement avec la participation religieuse engendre des résultats clairement significatifs (voir tableau 3.3). Qui plus est, c'est à l'endroit des Arabes et des musulmans que les données sont probantes. Comme on le dénote pour l'échelle de ressentiment, la mesure de stéréotypes permet d'établir que la participation religieuse joue un rôle de variable conditionnelle quant aux effets des numéros d'humour évoquant des clichés culturels et religieux sur les individus. Autrement dit, plus une personne se dit religieuse, plus le fait qu'elle soit exposée à des généralisations ethniques ou religieuses la rend sujette à entretenir des stéréotypes en la

matière. En outre, ce sont les stéréotypes en direction des arabo-musulmans qui semblent davantage renforcés par ce phénomène.

Tableau 3.3 : Échelle de stéréotypes¹ et participation religieuse²

Variables	Blancs	Noirs	Arabes	Chrétiens	Musulmans
Groupe	-0.014 (0.030)	-0.005 (0.030)	-0.018 (0.031)	-0.015 (0.031)	-0.015 (0.033)
Participation religieuse	0.061 (0.084)	0.057 (0.082)	0.056 (0.087)	0.118 (0.087)	0.062 (0.090)
Interactive (Groupe X Part. rel.)	-0.085 (0.102)	-0.163 (0.100)	-0.305*** (0.106)	-0.141 (0.106)	-0.222** (0.110)
Constante	0.681*** (0.021)	0.685*** (0.020)	0.642*** (0.022)	0.580*** (0.022)	0.559*** (0.023)
R2	0.008	0.029	0.119	0.017	0.053
N	159	159	159	160	160

Signification : *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

¹ Moyenne des questions D1, D2, D3 (alpha de Cronbach .74)

² Variable dichotomique (0= moins d'une fois par année 1= plusieurs fois par année)

La situation demeure sensiblement identique avec les thermomètres de perception. De fait, la variable interactive génère encore une fois des effets significatifs et dans le sens attendu (voir tableau 3.4).

Tableau 3.4 : Thermomètres de perception¹ et participation religieuse²

Variables	Blancs	Noirs	Arabes	Chrétiens	Musulmans
Groupe	-0.014 (0.030)	0.001 (0.028)	-0.004 (0.030)	-0.019 (0.033)	-0.027 (0.032)
Participation religieuse	0.084 (0.094)	0.089 (0.089)	0.165* (0.095)	0.209** (0.104)	0.114 (0.102)
Interactive (Groupe X Part. rel.)	-0.036 (0.109)	-0.035 (0.103)	-0.344*** (0.110)	-0.105 (0.122)	-0.231* (0.119)
Constante	0.666*** (0.021)	0.648*** (0.020)	0.610*** (0.021)	0.523*** (0.023)	0.523*** (0.023)
R2	0.010	0.013	0.084	0.041	0.043
N	172	172	172	170	170

Signification : *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

¹ Questions E1, E2, E3, E4 et E5

² Variable dichotomique (0= moins d'une fois par année 1= plusieurs fois par année)

De cette façon, la perception négative des Arabes et des musulmans risque d'être plus présente auprès des individus à la fois plus religieux et confrontés à des discours humoristiques « stéréotypisant » ces communautés en particulier. Ces résultats significatifs avec les trois mesures privilégiées viennent ainsi confirmer la seconde hypothèse (H2) au sujet des effets modérateurs. Ainsi, la participation religieuse constitue effectivement une variable conditionnelle. Cette dernière

vient amplifier les effets négatifs d'une exposition à des contenus humoristiques véhiculant des stéréotypes culturels et religieux sur les attitudes des individus, à l'endroit des membres de la communauté arabo-musulmane tout particulièrement.

Discussion

L'ensemble des résultats présentés dans cette recherche permet de tirer certaines conclusions à propos des effets de l'humour sur les attitudes des individus à l'égard de la diversité culturelle et religieuse. Tout d'abord, en dépit de résultats abondant dans le sens attendu, la première hypothèse (H1) liée aux effets directs, sans considérer de facteurs conditionnels, du cadrage des numéros humoristiques ne peut être confirmée. Ainsi, bien que les comparaisons de moyenne n'offrent pas d'écarts significatifs entre les deux groupes en dessous du seuil de .05, on remarque tout de même une différence, négative dix fois sur onze, plus marquée chez les participants exposés au traitement. Cet écart est plus fort en ce qui concerne les immigrants et les arabo-musulmans. En outre, on remarque une différence significative à partir du seuil de .10 en ce qui a trait à la mesure de stéréotypes à l'égard de la communauté arabe. Ces résultats correspondent donc aux attentes théoriques de la recherche. Il semble en effet que les immigrants et, de façon encore plus claire, les arabo-musulmans sont davantage victimes des perceptions négatives alimentées par l'exposition aux trois numéros d'humour soumis au groupe traitement. Bien sûr, on sait qu'en raison du contexte post-septembre 2001 cette communauté souffre déjà d'une image publique négative. Cependant, l'expérience révèle, tant du côté de la considération des comparaisons de moyennes que de celui de la prise en compte d'un facteur conditionnel, que des différences entre les participants exposés au traitement et ceux exposés au contenu neutre concernent directement les arabo-musulmans. Ces résultats, mis en relation avec le contexte, sont fort probablement attribuables au fait que la majorité des blagues contenues dans le groupe traitement ciblait cette catégorie, notamment en liant cette communauté au terrorisme.

Le second constat concerne la considération de la participation religieuse à titre de facteur modérateur. De fait, à la lueur des données obtenues, la deuxième hypothèse (H2) est confirmée et met en lumière le rôle de « l'élément religion » dans les effets des numéros humoristiques « stéréotypisants » sur les attitudes des individus à l'égard de la diversité culturelle et religieuse. Ces résultats doivent par contre être remis en perspective considérant le nombre relativement

modeste de répondants affirmant participer plusieurs fois par année à des services religieux. Cependant, en plus de valider la seconde hypothèse, ce résultat confirme qu'il demeure difficile d'observer des impacts directs d'une blague ou d'un sketch sur la façon de comprendre ou d'interpréter un phénomène, des réalités précises. En ce sens, les conclusions de cette étude proposent une réponse aux personnes estimant que l'humour n'engendre peu ou pas d'effets sur les comportements ou sur les façons de penser. Il faut à l'évidence mobiliser d'autres facteurs, prendre en compte des variables conditionnelles pour véritablement analyser les répercussions d'un propos humoristique. À l'instar d'autres types de discours, on peut penser à la publicité ou au discours politique, l'humour suit un chemin cognitif complexe, lequel est notamment influencé par des variables de nature sociodémographique ou reliées à des expériences personnelles.

Mais, pourquoi observe-t-on un écart significatif tout de même important pour les trois mesures prises en compte – le ressentiment racial, l'échelle des stéréotypes et le thermomètre de perception – lorsque l'on sollicite la participation religieuse ? La réponse à cette interrogation réside sans doute en partie dans la littérature et dans la nécessité d'approfondir cet aspect dans d'autres recherches. On sait toutefois que pour bon nombre de membres de la majorité québécoise, la religion catholique constitue une forme d'héritage identitaire. En ce sens, malgré l'éloignement de plusieurs Québécois de l'Église et de la pratique religieuse chrétienne, plusieurs ont conservé un attachement à cette institution sur le plan symbolique, notamment comme fondement de l'identité des Franco-québécois (Koussens 2013; Gagnon-Tessier 2014). Ce sentiment risque d'être renforcé par une participation accrue à des services religieux des chrétiens catholiques auprès de qui on constate des effets plus importants et significatifs. On peut penser d'une part, comme on le souligne aussi dans la littérature (Wilkins-Laflamme et Milot 2017), que l'omniprésence de la religion musulmane dans l'espace public représente pour certains une menace à cet héritage. D'autre part, ce sentiment risque d'être exacerbé en fonction d'un intérêt plus important pour l'Église catholique et une plus grande pratique religieuse. Conséquemment, pour ce groupe de personnes, l'exposition à des numéros d'humour véhiculant des stéréotypes à l'égard des arabo-musulmans peut susciter un réflexe de craintes ou à tout le moins une perception plus négative des membres de cette communauté.

Soulignons par ailleurs que d'autres éléments ont été considérés à partir des données recueillies afin de vérifier la présence de variables conditionnelles supplémentaires pouvant jouer un rôle sur les effets des discours humoristiques « stéréotypisants ». Par exemple, des tests de corrélation prenant en compte d'autres facteurs de modération potentiels, notamment avec l'âge et le degré de scolarité ont été effectués et se sont révélés pour la plupart non significatifs. À première vue, les impacts limités de ces variables représentent des observations surprenantes. Bien qu'il faille explorer davantage les recherches de ce côté, les résultats de ces tests peuvent s'expliquer de quelques manières. On peut d'une part souligner que ces conclusions reposent sur le visionnement de documents humoristiques. Il est tout à fait possible que la plupart des gens, sans égard à leur âge ou à leur niveau de scolarisation, ne soient pas particulièrement vulnérables à des clichés ciblant des groupes ou des communautés précises. Ce type de réaction correspondrait alors à l'idée que placés devant des numéros d'humour, bon nombre d'individus conviendraient que ce ne sont que des blagues. L'autre avenue, et c'est à la fois celle qui explique que cette étude porte son regard sur un autre facteur et celle qui suggère qu'il faut poursuivre les recherches, prend en considération les limites de cette étude. Il faut admettre qu'en dépit du caractère aléatoire de la répartition des groupes, la majorité de l'ensemble des participants à cette expérience possède un profil sociodémographique similaire. Il s'agit pour la grande part d'universitaires généralement âgés de moins de 35 ans. La réalisation d'autres expériences de ce genre, mais parvenant à diversifier le profil des participants, notamment en recrutant des individus plus âgés et comportant davantage de non-universitaires, pourrait aboutir à des conclusions différentes, autour de l'âge et de la scolarité tout particulièrement. Ajoutons qu'aucune question visant à vérifier si les participants avaient déjà vu les numéros d'humour avant de prendre part à l'expérience n'a été posée. Il est en effet possible que le fait d'avoir été exposé à ces extraits auparavant puisse influencer la façon dont on interprétera le contenu après un second ou un troisième visionnement, le chemin cognitif étant déjà tracé pour ainsi dire. À la limite, cela pourrait expliquer le fait que l'on n'obtienne aucun effet direct, sans facteurs de modération, clairement significatifs dans la première partie de l'expérience. Cette affirmation invite encore une fois à interpréter avec prudence les résultats de cette étude. On doit par contre préciser que les trois humoristes présentant des numéros dans cette étude sont des personnalités bien connues dans le paysage artistique québécois. On peut penser qu'un grand nombre de participants à l'expérience connaissait déjà leur style d'humour.

Par ailleurs, cette étude expérimentale engendre plusieurs possibilités en matière de recherche liant humour et attitudes politiques. Sur le plan méthodologique, le devis de recherche trace des repères fiables pour la réalisation d'enquêtes similaires. La sollicitation d'outils numériques dont la vidéo et une application de création de sondage en ligne ainsi que la mobilisation des médias sociaux proposent des avenues intéressantes et porteuses pour la recherche, tant en science politique que dans les *humor studies*. La portée de cette recherche n'est également pas à négliger. Rappelons le nombre restreint d'études empiriques, expérimentales en particulier, se penchant sur les effets de l'humour à partir des prestations d'humoristes exclusivement. Ce genre de travaux reste marginal dans la recherche en sciences sociales au Canada et c'est encore plus le cas au Québec et plus largement dans la francophonie. En ce sens, les conclusions de cette étude peuvent déboucher sur des débats entourant les effets des discours humoristiques invitant d'autres membres de la communauté de chercheurs à prendre le relais. Il pourrait par exemple s'avérer pertinent de réaliser des études comparatives. À l'heure des questionnements autour de la liberté d'expression et de la représentation des personnes issues des minorités visibles et de la diversité culturelle et religieuse dans l'espace public, cela apparaît pour ainsi dire essentiel.

ANNEXE 3 – Questionnaire
(Identique pour les deux groupes. Seuls les trois numéros présentés diffèrent)

Section A – Questions générales

QA1. Quel est votre groupe d'âge ? Encerclez la réponse qui correspond à votre groupe.

- 18 à 24 ans
- 25 à 34 ans
- 35 à 44 ans
- 45 à 54 ans
- 55 à 64 ans
- 65 ans et plus
- Je préfère ne pas répondre

QA2. Quel est votre genre ?

- Homme
- Femme
- Autre
- Je préfère ne pas répondre

QA3. Quel est votre revenu personnel annuel brut ?

- Moins de 15 000 \$
- De 15 000 \$ à 24 999 \$
- De 25 000 \$ à 34 999 \$
- De 35 000 \$ à 44 999 \$
- De 45 000 \$ à 54 999 \$
- De 55 000 \$ à 74 999 \$
- De 75 000 \$ à 99 999 \$
- De 100 000 \$ et plus
- Je préfère ne pas répondre

QA4. De quelle communauté parmi les suivantes faites-vous partie ?

- Blanche
- Autochtone, c'est-à-dire Première Nation (Indien de l'Amérique du Nord), Métis ou Inuk (Inuit)
- Sud-Asiatique (ex.: Indien de l'Inde, Pakistanais, Sri-Lankais, etc.)
- Chinoise
- Noire
- Philippine
- Latino-Américaine
- Arabe
- Asiatique du Sud-Est (ex.: Vietnamien, Cambodgien, Laotien, Thaïlandais, etc.)
- Asiatique occidental (ex.: Iranien, Afghan, etc.)
- Coréenne
- Japonaise

- Autre
- Je préfère ne pas répondre

QA5. Quelle est votre langue maternelle ?

- Français
- Anglais
- Autre
- Je préfère ne pas répondre

QA6. Quel est le plus haut diplôme, certificat ou grade que vous possédez ou avez complété ?

- Aucun
- Certificat d'études secondaires ou l'équivalent (D.E.S. diplôme d'études secondaires)
- Certificat ou diplôme d'une école de métiers (D.E.P. diplôme d'études professionnelles)
- Certificat ou diplôme collégial (autre certificat ou diplôme non universitaire obtenu d'un Cégep, collège communautaire, institut technique, etc.)
- Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
- Baccalauréat (ex. : B.A., B.Sc., LL.B.)
- Certificat ou diplôme universitaire supérieur au baccalauréat
- Maîtrise (ex. : M.A., M.Sc., M.Ed.)
- Diplôme en médecine, en médecine dentaire, en médecine vétérinaire ou en optométrie (M.D., D.D.S., D.M.D., D.M.V., O.D.)
- Doctorat acquis (ex. : Ph.D., D.Sc., D.Ed.)
- Je préfère ne pas répondre

QA7. Quelle est votre religion (même si vous ne la pratiquez pas) ?

- Aucune appartenance religieuse
- Bouddhiste
- Chrétienne (catholique, protestants, orthodoxes)
- Hindoue
- Juive
- Musulmane
- Sikhe
- Spiritualité autochtone traditionnelle
- Autre
- Je préfère ne pas répondre

QA8. Quelle est l'importance de la religion dans votre vie ?

- Très importante
- Assez importante
- Pas très importante
- Pas du tout importante
- Je préfère ne pas répondre

QA9. En excluant les mariages et les funérailles, à quelle fréquence participez-vous actuellement à des services religieux ?

- Une fois par semaine ou plus
- Une ou deux fois par mois
- Quelques fois par année

- Une fois par année ou moins
- Jamais ou presque jamais
- Je préfère ne pas répondre

QA10. Sur une échelle de 1 à 7 (1 étant "aucun intérêt" et 7 étant "beaucoup d'intérêt"), quel est votre niveau d'intérêt pour l'actualité politique ?

QA11. Quels types de contenus parmi les suivants correspondent le mieux à votre consommation de numéros d'humour ?

- Spectacle en salle
- Émission de télévision
- Contenu sur le Web (vidéo en ligne, baladodiffusion – *podcast*)
- DVD
- Je ne consomme pas vraiment de numéros d'humour
- Autre
- Je préfère ne pas répondre

QA12. Sur une échelle de 1 à 7 (1 étant "aucun intérêt" et 7 étant "beaucoup d'intérêt"), quel est votre niveau d'intérêt pour les spectacles ou les numéros d'humour ?

Section B - Visionnement

Regardez les vidéos suivantes au complet et répondez à la question par la suite.

QB1. (Vidéo 1 : Sugar Sammy) Sur une échelle de 1 à 7, quelle est votre appréciation de ce numéro d'humour ? (1 étant "pas drôle du tout" et 7 étant "vraiment très drôle")

QB2. (Vidéo 2 : Peter McLoad) Sur une échelle de 1 à 7, quelle est votre appréciation de ce numéro d'humour ? (1 étant "pas drôle du tout" et 7 étant "vraiment très drôle")

QB3. (Vidéo 3 : Mariana Mazza) Sur une échelle de 1 à 7, quelle est votre appréciation de ce numéro d'humour ? (1 étant "pas drôle du tout" et 7 étant "vraiment très drôle")

QB4. Quelle description parmi les suivantes correspond le mieux à votre expérience d'écoute des vidéos précédentes ?

- J'ai regardé l'ensemble des vidéos et j'ai trouvé cela fort agréable.
- J'ai regardé l'ensemble des vidéos même si certaines m'ont ennuyé.
- J'ai n'ai regardé qu'une partie des vidéos, je n'avais pas le temps ou cela ne m'intéressait pas assez.
- Je n'ai pas regardé les vidéos, je n'avais pas le temps ou cela ne m'intéressait pas.

Section C – Questions d'opinions

Pour chacun des énoncés suivants, indiquez si vous êtes :

- Fortement d'accord
- Plutôt d'accord

- Ni en accord ni en désaccord
- Plutôt en désaccord
- Fortement en désaccord
- Je préfère ne pas répondre

QC1. On peut tout dire en humour. Choisissez la réponse qui correspond le mieux à votre opinion.

QC2. Trop de personnes issues des minorités ethniques et religieuses ne veulent simplement pas s'intégrer à la société québécoise.

QC3. Il est plus difficile pour les minorités non blanches que pour les blancs de réussir dans la société québécoise.

QC4. Les groupes minoritaires ont besoin de droits particuliers.

QC5. La culture québécoise est menacée par les minorités ethniques et religieuses.

Section D – Échelles de réponses

QD1. Sur une échelle de 1 à 7, où placez-vous les communautés ethniques et religieuses suivantes (1 étant "violent" et 7 étant "pacifique") ?

	1 violent	1	2	3	4	5	6	7 pacifique
Blanc								
Noir								
Arabe								
Chrétien								
Musulman								

QD2. Sur une échelle de 1 à 7, où placez-vous les communautés ethniques et religieuses suivantes (1 étant "indigne de confiance" et 7 "digne de confiance") ?

	1 indigne de confiance	1	2	3	4	5	6	7 digne de confiance
Blanc								
Noir								
Arabe								
Chrétien								
Musulman								

QD3. Sur une échelle de 1 à 7, où placez-vous les communautés ethniques et religieuses suivantes (1 étant "rétrograde" et 7 étant "progressiste") ?

	1 rétrograde	1	2	3	4	5	6	7 progressiste
Blanc								
Noir								
Arabe								
Chrétien								
Musulman								

Section E – Thermomètre de perception

QE1. Comment percevez-vous la communauté blanche sur une échelle de 0 à 100 (0 étant "je n'aime pas du tout", 50 étant "neutre" et 100 indiquant "vous aimez beaucoup") ? Passez cette question si vous refusez de répondre.

Réponse courte :

QE2. Comment percevez-vous la communauté noire sur une échelle de 0 à 100 (0 étant "je n'aime pas du tout", 50 étant "neutre" et 100 indiquant "vous aimez beaucoup") ? Passez cette question si vous refusez de répondre.

Réponse courte :

QE3. Comment percevez-vous la communauté arabe sur une échelle de 0 à 100 (0 étant "je n'aime pas du tout", 50 étant "neutre" et 100 indiquant "vous aimez beaucoup") ? Passez cette question si vous refusez de répondre.

Réponse courte :

QE4. Comment percevez-vous la communauté chrétienne sur une échelle de 0 à 100 (0 étant "je n'aime pas du tout", 50 étant "neutre" et 100 indiquant "vous aimez beaucoup") ? Passez cette question si vous refusez de répondre.

Réponse courte :

QE5. Comment percevez-vous la communauté musulmane sur une échelle de 0 à 100 (0 étant "je n'aime pas du tout", 50 étant "neutre" et 100 indiquant "vous aimez beaucoup") ? Passez cette question si vous refusez de répondre.

Réponse courte :

Merci de votre participation !

Conclusion

La conclusion de ma thèse, qui comporte aussi plusieurs éléments de discussion, s'attarde d'abord sur les éléments plus saillants se retrouvant dans chacun des trois articles. J'en profiterai pour discuter de certaines limites entourant les résultats de ces recherches, mais aussi pour évoquer des pistes de réflexion qui pourraient être pertinentes d'explorer éventuellement. Je jette enfin un regard général sur l'ensemble de mes travaux doctoraux pour à nouveau discuter des éléments révélateurs s'y retrouvant. L'apport de cette thèse, à la science politique certes, mais aussi dans le champ des *humor studies* et de la communication politique sera finalement souligné témoignant du caractère visiblement multidisciplinaire de ce document. Rappelons toutefois la question transversale de ma thèse : quels rôles et quels effets peuvent avoir les discours humoristiques dans la construction des attitudes sociales et politiques des individus en matière de vivre ensemble, notamment sur la compréhension et l'interprétation des enjeux de la diversité et de l'immigration dans la province ? En regard des différentes conclusions tirées dans mes trois recherches, il subsiste un écart entre la responsabilité ou les impacts des créations humoristiques tels que perçus par les humoristiques et ce que leurs numéros contiennent et les effets que ces derniers engendrent sur le terrain. Plus précisément, les acteurs de l'industrie de l'humour rencontrés, les humoristiques de façon plus spécifique, s'ils reconnaissent que l'humour peut jouer un rôle dans l'établissement du vivre ensemble, n'ont généralement pas témoigné de préoccupations particulières à cet égard. La fameuse expression « c'est juste une blague » semble tenir lieu de crédo pour nombre d'entre eux. Ce qui apparait clairement par contre, c'est que les stéréotypes culturels et religieux particulièrement à l'égard des arabo-musulmans sont omniprésents dans les discours humoristiques. Les effets de ces stéréotypes sur les attitudes politiques envers les minorités culturelles et religieuses doivent par contre être remis en perspective à la faveur de facteurs conditionnels comme on le remarque dans mon étude expérimentale.

1. Synthèse des résultats et limites

Le premier article avait pour objectif de répondre à l'interrogation spécifique suivante : quels sont les facteurs qui déterminent la création, la production et la diffusion d'un numéro d'humour traitant de la diversité culturelle ou religieuse au Québec ? Au terme de cette recherche, on constate ainsi que le principal facteur de création humoristique demeure l'individu : l'humoriste par lui-même, ses perceptions, sa compréhension de la réalité ou des phénomènes qu'il veut décrire. Cette volonté

de partir de soi est intimement liée, à la lueur des réponses obtenues lors des entrevues semi-dirigées, à un souci d'originalité. Dans cette optique, on comprend que le fait de s'inspirer de sa propre réalité contribue à donner une dimension originale, unique, individuelle à la création. Le paradoxe mis en évidence en conclusion du premier article à ce propos soulève quelques éléments confondants ou à tout le moins questionnables au sujet de l'évocation de stéréotypes culturels et religieux en humour. Premièrement, comme précisé dans l'article, comment expliquer que cette volonté de proposer des contenus originaux se traduisent par le recours à des clichés et à des stéréotypes récurrents et ciblant souvent les mêmes communautés ? À cet égard, l'analyse de contenu démontre clairement que les arabo-musulmans constituent la principale « cible » des humoristes lorsqu'il est question de pluralisme culturel et religieux. La réponse la plus évidente à cette interrogation se résume donc en deux mots : le référent. Ainsi, la nécessité d'établir des lieux communs et de rejoindre les publics oblige ou encourage des humoristes à faire appel à des idées préconçues, à des généralisations. Sur le plan des contenus donc, le souci d'originalité évoqué par les membres de l'industrie de l'humour interviewés se confronte à l'importance du référent. On pourrait toutefois ajouter que si, sur le fond, l'humoriste perd en originalité, il peut en gagner sur la forme et la livraison, c'est-à-dire dans la manière dont il transmet son propos. Ce dernier aspect, traçant une ligne plus claire entre contenant et contenu, mériterait d'être approfondi dans le cadre d'autres entrevues.

Il subsiste tout de même un autre paradoxe liant le facteur individuel et le facteur contractuel entre l'humoriste et les publics. Il concerne également la notion du « je personnage », soulevé par Charaudeau (2017). À cet égard, les propos des personnes rencontrées alimentent une certaine part de confusion. C'est que d'un côté, plusieurs humoristes affirment partir d'eux-mêmes, de leur esprit et faire part de ce qu'ils pensent ou de leurs points de vue par rapport à une situation donnée. De l'autre, bon nombre de ces mêmes personnes insisteront sur l'importance du second degré en humour et de faire la différence entre ce que l'on dit et ce que l'on pense. Mais, comment dans ce contexte être certain qu'il s'agit là d'un second ou d'un troisième degré ? Cette confusion, relevée à quelques reprises durant mes rencontres, vient alimenter ce débat entourant le rôle et les fonctions de l'humour dans le vivre ensemble. Dans cette perspective, une blague comportant un stéréotype peut donner l'impression qu'elle constitue une opinion en partie partagée par l'humoriste. De plus, comme ce propos prend notamment appui sur le référent, cette personne peut présumer qu'une

généralisation est largement partagée aussi par la population. C'est de cette manière que peuvent s'imposer les discours dominants à mon avis, en humour, comme dans bien d'autres domaines.

Ce dernier élément soulevé m'apparaît le plus important à approfondir dans le cadre d'éventuelles recherches. Il reste en effet quelques points en suspens puisque cette étude effleure à peine cette question des intentions des créateurs de contenus humoristiques. Toutefois, les quatre facteurs considérés (individuels, contractuels, institutionnels et contextuels) apportent un éclairage important sur la manière dont les humoristes procèdent pour réaliser leurs numéros. D'un point de vue pratique, cette compréhension du *modus operandi* en humour peut sensibiliser les membres de cette industrie sur leur rôle dans la société, en particulier au Québec sachant le statut privilégié qu'occupe ce milieu dans la province.

La seconde question spécifique de ma thèse comportait trois volets que j'énumère à nouveau ici : 1- Quels groupes ou communautés sont davantage stigmatisés ? 2- Quels stéréotypes sont véhiculés par les humoristes ? 3- Quelles différences y a-t-il entre les stéréotypes véhiculés par le groupe majoritaire et ceux évoqués par les minorités ? Le premier volet visait à identifier les groupes ou les communautés davantage stigmatisés dans les discours humoristiques traitant de diversité culturelle et religieuse. Le second volet avait pour objectif de reconnaître les principaux stéréotypes véhiculés par les humoristes tandis que le troisième effectuait une comparaison entre les propos « stéréotypisants » selon qu'ils proviennent des humoristes du groupe majoritaire ou ceux issus des minorités. Sur le plan des groupes ciblés, l'article vient confirmer que les arabomusulmans représentent la communauté la plus visée par les humoristes ou les artisans de l'humour lorsque l'on parle de diversité ethnique et culturelle. Comme mentionné à plusieurs reprises, le contexte post-septembre 2001 joue probablement un rôle de référent, mais le constat demeure le même : 20 % des vidéos d'humour analysées font un lien entre musulman et terrorisme. Il ne s'agit pas, faut-il le répéter, de porter un jugement de valeur ou moral sur ce résultat, mais plutôt de reconnaître qu'il existe en humour des individus et des catégories de personnes plus sujettes à être l'objet de dérision, de railleries, de moqueries ou de caricatures. Ces blagues viennent parfois, voire souvent, des humoristes issus de communautés dont ils se moquent eux-mêmes, un constat aussi soulevé dans le premier article. À ce sujet, l'autre conclusion pertinente à relever de cette deuxième étude, le troisième volet de celle-ci, concerne le type de stéréotypes véhiculés selon que l'on

proviennent de la majorité ou des minorités. Le fait par exemple, que les références humoristiques de nature ethnique ou culturelle sont davantage sollicitées par les personnes issues des groupes minoritaires ne représente pas nécessairement une surprise. Il apparaît tout à fait dans l'ordre des choses, d'autant plus à notre époque, qu'un humoriste réserve une bonne partie du contenu de ses blagues à la communauté dont il se réclame. Mais, il en va tout autrement sur le plan religieux. De fait, les humoristes et les artisans de l'humour provenant de la majorité ne semblent pas hésiter à cibler d'autres communautés religieuses, les musulmans tout particulièrement. D'une part, on peut penser que l'on sent plus de légitimité chez ces humoristes de véhiculer des stéréotypes religieux plutôt que des clichés culturels ou ethniques. D'autre part, encore une fois, on peut croire que le référent contextuel donne un prétexte à ces humoristes pour évoquer cette catégorie d'individus de façon spécifique. Prenant en compte que la grande part des membres de la majorité québécoise est de confession catholique, la question du lien entre religion et identité se pose ici selon moi. Il est pensable que le recours aux stéréotypes musulmans en humour cache une certaine menace ressentie par une partie de la majorité québécoise à l'égard de l'islam plus présent dans l'espace public. Le troisième et dernier article apportera des pistes de réponses à cet égard.

Par ailleurs, il faut bien admettre que l'analyse de contenu comporte également certaines limites, notamment en matière d'interprétation. La récurrence d'un mot, si elle reste révélatrice de l'importance qu'on lui accorde, en dit fort peu sur le sens qu'un auteur d'humour veut lui donner. J'aborde cette question plus qualitativement dans l'article, en particulier lorsqu'il est question des clichés linguistiques, mais il serait en effet intéressant de compléter cette recherche par un autre travail axé davantage sur l'analyse de discours que sur l'analyse de contenu. Par contre, une des contributions non négligeables de cet article, à la science politique tout particulièrement, concerne le paradigme de la reconnaissance évoqué par Taylor (1997). Si, comme plusieurs le soulignent, l'humour est le reflet de la société, il a donc un rôle à jouer dans l'identification des communautés qui en font partie. Ainsi, les résultats de cette thèse mettent en évidence l'importance de considérer l'humour comme outil de reconnaissance des minorités culturelles et religieuses et ultimement, en tant que vecteur de vivre ensemble.

La troisième et dernière étude de ma thèse abordait pour sa part la possibilité que l'humour véhiculant des stéréotypes culturels et religieux puisse alimenter une perception négative des

personnes issues de la diversité culturelle et religieuse. À ce sujet, trois éléments des conclusions soumises par cet article m'apparaissent particulièrement révélateurs. Le premier, constituant une certaine part de surprise, a trait à l'absence d'effets directs, sans facteurs amplificateurs, significatifs observés dans la cadre de l'expérience. Les attentes théoriques allaient plutôt dans la direction contraire sur le plan des différences entre les deux groupes exposés à des numéros humoristiques. On s'attendait donc à observer des écarts plus marqués et significatifs entre les deux groupes. Ces résultats recèlent tout de même quelques pistes explicatives à considérer tout en soulevant d'autres interrogations. Au sujet de l'absence d'effets directs excluant des facteurs conditionnels significatifs, cela peut signifier que, bien souvent, on saisit le second degré d'une blague et que ce n'est pas parce que l'on est exposé à des stéréotypes humoristiques que l'on adhère pour autant à ces généralisations. Cette hypothèse m'apparaît tout à fait valable. Une autre piste met toutefois ce point de vue en perspective considérant qu'en dépit du manque de résultats clairement significatifs, les écarts les plus marqués sont dirigés vers les immigrants, les Arabes et les musulmans. L'effet des visionnements de contenus « stéréotypisants » ne semble pas tout à fait nul, en particulier à l'endroit des personnes issues de ces communautés. Il y aurait lieu d'investiguer davantage, voire à reproduire cette expérience auprès d'autres groupes, avec plus de participants pour accroître le pouvoir statistique et détecter un éventuel effet direct. C'est d'ailleurs ici une des limites de cette étude, c'est-à-dire la composition de l'échantillon. Comme il s'agit majoritairement d'universitaires, on peut penser qu'un plus grand bassin de participants incluant plus de personnes issues de l'extérieur des universités pourrait faire fluctuer certains résultats. Il importe toutefois de souligner que ceux obtenus ont tenu compte du degré d'éducation et que, par exemple, la considération des répondants n'ayant pas de diplôme universitaire n'a pas généré davantage de mesures significatives.

Le deuxième élément de conclusion révélateur concerne l'importance des effets modérateurs (*moderated effects*) dans l'évaluation des impacts des discours humoristiques sur les attitudes politiques et sociales des individus. On le voit, dans le cas de l'expérience menée dans le troisième article, la participation religieuse joue un rôle de modération non négligeable. Plus les membres du groupe majoritaire, les catholiques en occurrence, possèdent un degré élevé de religiosité, plus ces personnes sont susceptibles d'être affectées par des numéros d'humour évoquant des stéréotypes culturels et religieux. En outre, ce sont à nouveau les arabo-musulmans qui sont visés par ces

risques de perceptions négatives. Sur le strict plan de la variable religieuse, ce résultat correspond à ce qui a été observé dans d'autres recherches liant humour et religion, aux États-Unis en particulier. Il vient également apporter des appuis empiriques aux réflexions théoriques entourant la fonction identitaire de la religion catholique qui semble encore opérer dans l'inconscient collectif de plusieurs personnes au Québec. Sur un plan plus élargi, les conclusions de cette expérience révèlent une fois de plus l'importance de considérer d'autres facteurs pouvant affecter la façon dont on risque de recevoir un discours ou un message. Cela vient témoigner des frontières poreuses délimitant la notion de second degré. On n'interprète pas toutes et tous une blague de la même manière. Un discours humoristique emprunte un parcours cognitif particulier et surtout non universel, lequel possède des bornes à géométrie variable selon les individus.

Le troisième et dernier élément de conclusion à mettre en lumière évoque le fait que véhiculer des stéréotypes ciblant les Arabes et les musulmans peut contribuer à alimenter une perception négative des personnes provenant de ces communautés. Ce constat doit être nuancé toutefois. D'une part, ce n'est pas un impact aussi direct qu'on pourrait le croire, on le voit bien en considérant les effets modérateurs. D'autre part, ce n'est pas systématique non plus. Il ne faut surtout pas en conclure que les blagues envers cette catégorie de personnes alimentent automatiquement les craintes à leur égard. Il s'agit plutôt d'une tendance, laquelle, en regard aux conclusions de cette étude, se révèle toutefois assez significative. Ce constat à lui seul apporte à mon avis la preuve qu'un discours humoristique constitue bien plus qu'une simple blague.

Certaines limites de cette étude doivent par contre être soumises à la discussion. Sur le plan des mesures par exemple, bien que la recherche s'inspire d'échelles existantes et ayant fait leurs preuves, il reste toujours difficile d'avoir l'assurance de ce qui est véritablement évalué. On doit reconnaître que les mesures d'attitudes politiques demeurent tributaires d'autres facteurs, comme les biais, les mauvaises interprétations ou même le manque d'honnêteté dans les réponses offertes. On peut répondre à ces réserves en soulignant notamment que cela reste un obstacle constant pour la plupart des expériences de ce genre. Forcément, l'interprétation de ces résultats expérimentaux doivent être interprétés avec prudence. Il demeure cependant que peu d'outils se montrent aussi efficaces à mon point de vue pour mesurer concrètement les effets d'un message ou d'un discours. Par ailleurs, le contexte de réception des numéros d'humour peut également représenter un facteur

venant affecter l'interprétation et la validité externe de ces résultats. En ce qui concerne la validité, comme précédemment soulevé, on la sait plus limitée malheureusement considérant l'échantillon restreint de l'étude. En ce qui a trait à l'interprétation, il est vrai que le contexte de réception d'un message humoristique importe. On risque fort de comprendre une blague ou un numéro différemment sur Internet que si on assiste directement à un spectacle d'humour. D'une certaine manière, le « gag » est décontextualisé. Je suis tout à fait de cet avis. Toutefois, à l'ère numérique et des médias sociaux, le nombre de propos humoristiques sortis de leur contexte se multiplie et circule abondamment sur la toile. Il n'est pas rare de trouver des montages humoristiques proposant des clichés et des stéréotypes sur YouTube, Facebook, Instagram et Twitter pour ne nommer que ces quelques tribunes. Sans doute, plus que jamais, les contenus de tous ordres, de nature humoristique en particulier, sont sortis de leur contexte. Cela explique et justifie selon moi qu'il importe de s'y attarder, en termes d'effets en particulier. Dans la perspective politique, on peut penser à l'impact des blagues au sujet d'élus ou en provenance d'élus ou de politiciens, de chefs d'État, de groupes de pression ou encore, comme c'est le cas pour cette thèse, des membres de communautés culturelles et religieuses. Le spectre d'analyse est large et les possibilités de sujets nombreuses.

2. Contributions de la thèse

Mais, au-delà des résultats soulignés dans les précédentes lignes, cette thèse renferme dans son ensemble un certain nombre de contributions et soulève quelques interrogations. En ce qui concerne son apport à la science politique, elle jette un regard sur un objet d'étude clairement négligé à mon avis. Elle démontre, en particulier à travers le rôle et les effets de l'humour dans l'établissement du vivre ensemble, une dimension politique importante de l'acte humoristique méritant d'être davantage pris au sérieux. Au Québec, la place privilégiée de cette industrie, son soutien par les institutions publiques et ses implications sur le plan social et collectif confèrent à l'humour une dimension politique substantielle. En prendre conscience et lui accorder un espace appréciable dans la discipline notamment en communication politique m'apparaît d'ailleurs démontré de manière efficace dans cette thèse. À ce propos, le troisième article a permis de parfaire et de mettre à l'épreuve les outils méthodologiques fréquemment utilisés en psychologie politique lors d'élaboration d'expériences dans le but de mesurer les effets de l'humour. L'expérience a aussi permis de solliciter des applications numériques en ligne donnant un caractère encore plus novateur

à ces recherches. En outre, l'accent mis sur la dimension politique de l'humour doublé d'une perspective francophone constitue une véritable contribution aux *humor studies* à mon point de vue. En ce sens, le croisement des méthodes, quantitatives et qualitatives, l'utilisation de plusieurs champs et disciplines dont la communication et la psychologie politiques ainsi que les *humor studies* représente les fondements multidisciplinaires de la présente thèse.

Au sujet de sa contribution à la collectivité, cette thèse remet en perspective de façon plus nuancée le rôle de l'humour dans la consolidation du tissu social. De fait, elle abat un certain nombre d'idées préconçues sur l'impact et les fonctions de l'humour dans l'évolution des comportements et des attitudes des individus. L'idée selon laquelle une blague demeure juste une blague doit être clairement mise de côté. Il en va sensiblement de même pour celle affirmant que l'humour contribue beaucoup plus à concilier les différences ou, à l'opposé, que de se moquer davantage d'un groupe engendre forcément une forme de stigmatisation. C'est beaucoup plus compliqué et d'autres facteurs entrent en ligne de compte, certains qui prennent source dans les fondements historiques et culturels d'une société, comme on le constate avec le cas québécois. À cet égard, il serait intéressant d'effectuer des comparaisons avec d'autres États ou d'autres collectivités, comme la France ou la Belgique par exemple.

Pour terminer, il me semble essentiel d'émettre deux mises en garde ou, dépendamment de l'interprétation que l'on peut en faire, deux aspects à conserver à l'esprit au terme de ces recherches. Des précisions qui s'avéreront utiles aux décideurs politiques, souvent appelés à prendre position sur les débats entourant l'encadrement des discours dans l'espace public et aux citoyens en général, à la fois consommateurs et vecteurs de contenus humoristiques.

Premièrement, l'intention du créateur et de l'émetteur du discours humoristique reste difficile à déterminer avec assurance. C'est d'ailleurs là une autre limite importante de ma thèse. J'y aborde en effet fort peu les questions de liberté d'expression. À nouveau, ce n'était pas l'objet de mes travaux, mais ceux-ci apportent tout de même quelques éléments de réponses à ce sujet. Ainsi, cette thèse met en évidence l'importance de ne pas confondre l'intention, souvent le facteur pris en compte dans la volonté de légiférer en matière d'encadrement des discours humoristiques et les effets, sans doute plus « mesurables » ou « observables » de manière concrète. Cela veut dire d'une

part que ce n'est pas parce qu'un discours peut alimenter les stéréotypes envers des communautés ou des individus qu'il témoigne des intentions de son auteur. D'autre part, et c'est là une autre contribution de mes recherches en matière de portée sur le terrain à mon avis, les humoristes et les artisans de l'humour doivent tout de même être avisés que les blagues, les railleries et les caricatures peuvent engendrer des répercussions sur les attitudes politiques, en particulier à l'égard des personnes issues de la diversité culturelle et religieuse. Les membres de l'industrie de l'humour ont donc un rôle à jouer dans l'établissement et la consolidation du vivre ensemble. Je rejoins ici les propos de Noël-Thomassaint (2020) et sa notion de « marché à l'alliée », laquelle invite les membres du groupe dominant, que l'on peut associer à la majorité québécoise dans le cas de cette étude, à œuvrer activement à la reconnaissance et à l'intégration des minorités. Elle lance d'ailleurs l'invitation de façon toute particulière aux artistes.

D'autre part les personnes dont l'activité concerne des secteurs fortement liés à la représentation, à la création ou à la production intellectuelle (chercheur·euses, artistes, écrivain·es, créatif·ves, journalistes) qui sont réputées progressistes. Il est donc cohérent de penser qu'il y a des chances non négligeables de trouver parmi eux des personnes sensibles aux concepts d'allié·es et de privilégié·es et de ce fait plus enclines à voir les bénéfices des rétributions symboliques qui vont avec le fameux statut d'allié·e. (Noël-Thomassaint 2019, 48)

Je pense entre autres à l'apport incontestable de l'ÉNH dans la formation des artistes et des artisans du milieu humoristique québécois. Plusieurs éléments de cette thèse peuvent être utilisés dans l'enseignement de l'humour et dans la compréhension des enjeux périphériques au vivre ensemble, en ce qui a trait aux questions de diversité notamment. Cela reste d'autant plus important à préciser considérant, doit-on le rappeler, la place de choix qu'occupe ce secteur au Québec.

Deuxièmement, évoquer ce risque de conséquences moins positives de l'humour ne constitue en rien un appel à la censure ou à prioriser la rectitude politique. En fait, la rédaction de cette thèse vient plutôt mettre en évidence le défi de taille que représente la conciliation des intentions premières, généralement admises, d'un humoriste à savoir, déclencher le « rire collectif » et des effets du discours humoristique au final. Un procédé qui, notamment révélé à l'intérieur de cette thèse, emprunte une trajectoire complexe et qui mérite d'être pris au sérieux, particulièrement à

l'heure où de nombreux débats entourant la reconnaissance des minorités, des groupes minorisés, racisés et les luttes contre le racisme sous toutes ses formes se poursuivent.

Bibliographie

AFP [Agence France Presse] (2017). « Dieudonné condamné pour propos antisémites », *LaPresse.ca*, [En ligne], 8 novembre 2017, <https://www.lapresse.ca/arts/spectacles-et-theatre/humour-et-varietes/201711/08/01-5142851-dieudonne-condamne-pour-propos-antisemites.php>, consulté le 3 décembre 2019.

Aillaud, Marlène et Annie Piolat (2013). « Compréhension et appréciation de l'humour : approche cognitivo-émotionnelle », *Psychologie française*, 58, pp.255–275.

Aird, Robert (2004) , *Histoire de l'humour au Québec de 1945 à nos jours*, Montréal, VLB.

Aird, Robert (2008). « De coullée au stand up comique. L'évolution du monologue québécois, de 1900 à nos jours », *Globe - Revue internationale d'études québécoises*, 11:2, pp. 23-41.

Aird, Robert (2010). *Histoire politique du comique au Québec*, Montréal, VLB.

Aird, Robert (2016). « L'humour au service de l'effort de guerre: les Fridolinades (1938-1945) », dans Dufort, Julie et Lawrence Olivier (2016). *Humour et politique : De la connivence à la désillusion*, Québec, Presses de l'Université Laval, Coll. Monde Culturel, pp. 109-138.

Aird, Robert et Mira Falardeau (2009), *Histoire de la caricature au Québec*, Montréal, VLB.

American Humor Studies Association (2020). *Home*, [En ligne], <https://americanhumorstudiesassociation.wordpress.com/>, consulté le 21 octobre 2020.

Amey, Patrick et Pierre Leroux (dir), (2012). *L'échange politique à la télévision : interviews, débats et divertissements politiques*, Paris, L'Harmattan.

Amossy, Ruth (2014). *Apologie de la polémique*, Paris, Presses universitaires de France.

APIH (2020). « À propos », [En ligne], *Association des professionnels de l'industrie de l'humour*, <http://apih.ca/a-propos>, consulté le 7 octobre 2020.

Archakis, Argiris, Sofia Lampropoulou et Villy Tsakona (2018). « "I'm not racist but I expect linguistic assimilation": The concealing power of humor in an anti-racist campaign », *Discourse, Context & Media*, 23, pp. 53–61.

Argaud, Evelyne, Malek Al-Zaum, Elena Da Silva Akborisova et Thomas Szende (2017). *Le proche et le lointain / The Near and the Far. Enseigner, apprendre et partager des cultures étrangères / Teaching, Learning and Sharing of Foreign Cultures*, Paris, Éditions des archives contemporaines.

Attardo, Salvatore, Donalee Hughes Attardo, Paul Baltes et Marnie Jo Petray (2009). « The linear organization of jokes: analysis of two thousand texts », *Humor*, 7:1, pp. 27-54.

Baldensperger, Fernand (1907). *Études d'histoire littéraire*, Vol.1, Paris, Hachette.

Bali, Taradheesh, Vikram Ahuja, Navjyoti Singh (2018). « What makes us laugh? Investigations into Automatic Humor Classification », *Proceedings of the Second Workshop on Computational Modeling of People's Opinions, Personality, and Emotions in Social Media*, pp.1-9.

Balthazar, Louis (2013). *Nouveau bilan du nationalisme au Québec*, Montréal, VLB.

Barrette, Pierre (2019). « RBO et la télévision », dans Joubert, Lucie et Christelle Paré (2019). *Rock et Belles Oreilles : analyse de l'œuvre d'un groupe mythique*, St-Laurent, Lévesque éditeur, pp. 71-125.

Bastien, Frédérick (2013). *Tout le monde en regarde ! La politique, le journalisme et l'infodivertissement à la télévision québécoise*, Québec, Presses de l'Université Laval.

Baumgartner, Jody C. et Jonathan S. Morris (2008). « One “Nation,” Under Stephen? The Effects of The Colbert Report on American Youth », *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52:4, pp. 622–643.

Baumgartner, Jody C. *et al.* (2012). « The Fey Effect Young Adults, Political Humor, And Perceptions Of Sarah Palin In The 2008 Presidential Election Campaign », *Public Opinion Quarterly*, 76:1, pp. 95-104.

Becker, Amy B. (2011). « Political Humor as Democratic Relief? The Effects of Exposure to Comedy and Straight News on Trust and Efficacy », *Atlantic Journal of Communication*, 19, 2011, pp. 235-250.

Begag, Azouz (2001) « L'humour comme distance dans l'espace interculturel », *Écartés d'identité*, 97, 2001, pp.3-6.

Béland, Daniel. (2002). « Néo-institutionnalisme historique et politiques sociales : une perspective sociologique », *Politique et Sociétés*, 21 :3, pp.21-39.

Berger, Arthur Asa (1993). *An Anatomy of Humor*, New York, Routledge.

Bergson, Henri (1900). *Le rire : essai sur la signification du comique*, Paris, Éditions Alcan.

Béru, Laurent (2011). « Un humour ethnoculturel et socio-générationnel: L'exemple du programme télévisuel *Jamel Comedy Club* », *French Cultural Studies*, 22:2, pp. 163–172.

Best, Monique (2009). *La perception et la méta-perception de l'altérité religieuse au Québec : images des chrétiens et des musulmans*, Thèse de doctorat, Université Laval et Université de Sherbrooke.

Bibliothèque publique d'information - Centre Pompidou de Paris (2016). « L'humour dans les médias », Sylvain Bourmeau, présentation de Marlène Coulomb-Gully, Christelle Paré, [En ligne], <https://www.youtube.com/watch?v=e0gjDQcL5D4>, consulté le 7 octobre 2020.

Borau, Sylvie *et al.* (2015). « L'analyse des effets de médiation modérée : Applications en marketing », *Recherche et Applications en Marketing*, 30:4, pp. 95–138.

Boskin, Joseph (1990). « American Political Humor : Touchables and Taboos », *International Political Science Review / Revue internationale de science politique*, 11:4, 1990, pp.473-482.

Bouchard, Gérard (2011). « L'interculturalisme québécois. Esquisse d'un modèle », Gérard Bouchard, Gabriella Battaini-Dragoni, Céline Saint-Pierre, Geneviève Nootens et François Fournier (2011), *L'interculturalisme. Dialogue Québec-Europe*. Actes du Symposium international sur l'interculturalisme, Montréal.

Bouchard, Gérard et Charles Taylor (2008). *Fonder l'avenir. Le temps de la réconciliation. Rapport final de la Commission de consultation sur les pratiques d'accommodement reliées aux différences culturelles*, Gouvernement du Québec, 2008, 307 p.

Bottin, Isha. (2013). « Job : Humoriste »: *Vécu de la professionnalisation de l'humoriste québécois francophone*, Mémoire de maîtrise, Département de communication, Faculté des arts et des sciences, Université de Montréal.

Bouquet, Brigitte et Jacques Riffault (2010). « L'humour dans les diverses formes du rire », *Eres*, 2, pp.13-22.

Brader, Ted, Nicholas A. Valentino et Ashley E. Jardina (2009). *Immigration Opinion in a Time of Economic Crisis: Material Interests versus Group Attitudes*, [En ligne], APSA 2009 - Toronto Meeting Paper, <https://ssrn.com/abstract=1449415>, consulté le 29 octobre 2020.

Brouard, François (2017a). *Liste de thèses de doctorat et de mémoires de maîtrise associés à l'humour au Québec*, Sprott School of Business, Carleton University, Observatoire de l'humour. [En ligne], <https://carleton.ca/profbrouard/wp-content/uploads/NoteOHBibliographieTheseMemoireHumourQCFB20170126.pdf>, consulté le 21 octobre 2020.

Brouard, François (2017b). *Liste du corpus d'étude de prestations d'humour francophone au Québec*, Montréal, Observatoire de l'humour, [En ligne], <http://http-server.carleton.ca/~fbrouard/documents/NoteOHCORpusprestationsHumourQCFB20170227.pdf>, consulté le 27 juillet 2017.

Brouard, François et Christelle Paré (2015). *Profil et écosystème de l'industrie de l'humour francophone au Québec, Rapport de recherche SCSE/CSES*, Sprott pour les entreprises sociales et IPSO FACT, <https://carleton.ca/profbrouard/wp-content/uploads/RapportProfilIndustriehumourQuebec201501.pdf>, consulté le 3 novembre 2020.

Brouard, François et Christelle Paré (2020). *Industrie de l'humour et l'après-COVID : Six mois d'expériences après le début de la pandémie*, [En ligne], Sprott pour les entreprises sociales et IPSO FACTO, <https://carleton.ca/profbrouard/wp-content/uploads/GRIHNote202005NRexperience6mois20200930FBCP.pdf>, consulté le 8 octobre 2020.

Cappella, Joseph. N. et Kathleen H Jamieson (1997). *Spiral of Cynicism : The Press and the Public Good*, Oxford University Press, Oxford.

Cazamian, Louis (1906). *Pourquoi nous ne pouvons définir l'humour*, Paris, F. Alcan.

CEFRIO (2015). *L'état du Québec numérique en 2015 : des Québécois très branchés, mobiles et actifs sur les réseaux sociaux*, [En ligne], http://www.cefrio.qc.ca/media/uploader/QC_Numerique_CEFRIO_PRSQ_FINAL_.pdf, consulté le 14 juin 2017.

CEFRIO (2018). *Quel usage les Québécois font-ils des médias sociaux en 2018?*, [En ligne], <https://cefrio.qc.ca/fr/enquetes-et-donnees/netendances2018-medias-sociaux/>), consulté le 8 avril 2019.

Charaudeau, Patrick (2006). « Des catégories pour l'humour ? », *Questions de communication*, 2006, 10, pp. 19-41.

Charaudeau, Patrick (2013). « De l'ironie à l'absurde et des catégories aux effets. » dans María Dolores Vivero García (dir), *Frontières de l'humour*, Paris, L'Harmattan, 2013, pp. 14-27.

Charaudeau, Patrick (2017). « Le contrat de communication. Une catégorie qui interroge le droit à propos de l'humour », dans Arzoumanov Anna et al (dir), *Le démon de la catégorie. Retour sur la qualification en droit et en littérature*, Paris, Presses universitaires de Sceaux, pp. 61-68.

Charaudeau Patrick et Dominique Maingueneau (dir), (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Le Seuil.

Charron, Jean et Florence Le Cam (dir) (2019). « Médias, institutions et espace public : le contrat de communication publique », [En ligne], *Les Études de communication publique*, 21, https://www.flsh.ulaval.ca/sites/flsh.ulaval.ca/files/flsh/communication/recherche/cahier_21_etudes_communication.pdf.

Chaurand, Nadine (2013). « Stéréotypisation : catégorisation sociale », *Dictionnaire historique et critique du racisme*, Paris, Presses universitaires de France.

Choquette, Emmanuel (2016). « L'humour : entre actes politiques et intérêts communs », dans Dufort, Julie et Lawrence Olivier (dir), (2016). *Humour et politique. De la connivence à la désillusion*, Québec, Presses de l'Université Laval, pp. 39-69.

Choquette, Emmanuel (à paraître). « Humour et vivre ensemble : stéréotypes et clichés identitaires au sein des groupes minoritaire et majoritaire québécois », *Politique et sociétés*, 35p.

Collovald, Annie et Érik Neveu (1996). « Les "Guignols" ou la caricature en abîme », *Mots*, 48, pp. 87-112.

Comedi Ha ! (2019). *Faire rire le monde partout dans le monde*, [En ligne], <https://comediha.com/wp-content/uploads/2018/11/Presentation-AgenceComediHa-francais.pdf>, consulté le 28 novembre 2019.

Cotte, Jérôme (2012). « Humour et émancipation » *Relations*, 761, pp.13-16.

Cotte, Jérôme (2015). « Les féministes n'ont pas d'humour », dans Diane Lamoureux et Francis Dupuis-Déri (dir), (2015). *Les antiféminismes*, Montréal, Remue-ménage, pp. 55-72.

Courville, Serge (1986). « L'habitant canadien dans la première moitié du XIXe siècle: survie ou survivance? », *Recherches sociographiques*, 27:2, pp. 177-193.

Dalibert, Marion (2018). « Les masculinités ethnoracialisées des rappeur·se·s dans la presse », *Mouvements*, 4 :96, pp. 22-28.

Da Silva, Emanuel (2015). « Humor (re)positioning ethnolinguistic ideologies: "You tink is funny?" », *Language in Society*, 44, pp. 187-212.

David, Michel (2018). « La question de l'urne », *Le Devoir*, 11 septembre 2018, consulté sur Internet (<https://www.ledevoir.com/opinion/chroniques/536476/la-question-de-l-urne>), consulté le 2 novembre 2018.

Davison, Phillips W. (1983). « The Third-Person Effect in Communication », *Public Opinion Quarterly*, 47:1, pp. 1-15.

Delwit, Pascal (2013). *Introduction à la science politique*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles.

Demczuk, Irène (dir), (1998). *Des Droits à reconnaître, les lesbiennes face à la discrimination*, Montréal, Remue-ménage.

Destrempes, Mickael (2019). « Les Bad Boys du rire : Quand l'entrepreneuriat et la diversité culturelle se rencontrent », *Journal de Montréal*, [En ligne], 12avril 2019, <https://www.journaldemontreal.com/2019/04/12/les-bad-boys-du-rire--quand-lentrepreneuriat-et-la-diversite-culturelle-se-rencontrent>.

Devars, Thierry (2011). « Pour une poétique de l'"audiovitie" : l'impensé de la culture audiovisuelle Le cas des vidéos politiques », *Communication & langages*, 167, pp. 123-139.

Dexter, Lewis. A. (2006). *Elite and Specialized Interviewing*, 2e édition, Colchester, ECPR.

Dufort, Julie (2016). « Le développement du champ des études sur l'humour en sciences sociales », dans Dufort, Julie et Lawrence Olivier (dir), (2016), *Humour et politique : De la connivence à la désillusion*, Québec, Presses de l'Université Laval, Coll. Monde Culturel, pp. 1-35.

Dufort, Julie (2018). *Prendre l'humour au sérieux : une étude des controverses dans le stand-up états-unien de 1960 à 2017*, Thèse de doctorat, UQAM.

Dufort, Julie et Lawrence Olivier (dir), (2016). *Humour et politique. De la connivence à la désillusion*, Québec, Presses de l'Université Laval.

Dufort, Julie, Martin Roy et Lawrence Olivier (dir) , (2020). *Humour et violence symbolique*, Québec, Presses de l'Université Laval.

Duhamel, André et Mireille Estivalèzes (2013). « Vivre-ensemble et dialogue : du programme québécois d'éthique et culture religieuse à la délibération démocratique », *Journal Of Education*, 48:1, pp. 79-98.

Dumont, Fernand (1993), *Genèse de la société québécoise*, Montréal, Éditions Boréal.

English, Kristin, Kaye D. Sweetser et Monica Ancu (2011). « YouTube-ification of Political Talk: An Examination of Persuasion Appeals in Viral Video », *American Behavioral Scientist*, 55:6, pp. 733-748.

ÉNH (2018). *Diplômés, consulté sur Internet* [En ligne], <http://www.enh.qc.ca/a-propos/diplomes/#results>, consulté le 24 octobre 2018.

ÉNH (2019). *Une école indépendante avec une histoire qui fait sourire*, [En ligne], <https://enh.qc.ca/a-propos/historique/>, consulté le 28 novembre 2019.

ÉNH (2020). *Une école indépendante avec une histoire qui fait sourire*, [En ligne], <https://enh.qc.ca/a-propos/historique/>, consulté le 7 octobre 2020.

ÉNH (2021). *Diplômés, consulté sur Internet* [En ligne], <http://www.enh.qc.ca/a-propos/diplomes/#results>, consulté le 28 avril 2021.

Ervine, Jonathan (2017). « L'islam et l'humour : un rire communautaire ou un rire universel ? », *Le Temps des médias*, 1:28, pp. 144-157.

Europe1 (2020). *Plantu : « Le nombre de fois où j'entends "vos copains ont été tués, c'est bien fait" ... »*, [En ligne], <https://www.europe1.fr/medias-tele/plantu-le-nombre-de-fois-ou-jentends-vos-copains-ont-ete-tues-cest-bien-fait-3941489>, consulté le 28 mai 2020.

Falardeau, Mira (2014). *Femmes et humour*, Québec, Presses de l'Université Laval.

Falardeau, Mira (2015). *Humour et liberté d'expression: les langages de l'humour*, Québec, Presses de l'Université Laval.

Favre, Pierre (2007). « La question de l'objet de la science politique a-t-elle un sens? », dans Pierre Favre, Olivier Fillieule et Fabien Jobard (dir), *L'atelier du politiste : théories, actions, représentations*, Paris, La Découverte, pp. 17-31.

Fortier, Claude (2011). « La fréquentation des arts de la scène en 2010 », *Optique Culture*, [En ligne], <https://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/bulletins/optique-culture-08.pdf>, consulté le 27 juillet 2020.

Fortier, Claude (2013). « La fréquentation des arts de la scène en 2012 », *Optique culture*, 28, pp. 1-20.

Fortier, Claude (2018). « La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2018 », *Optique Culture*, [En ligne], <https://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/bulletins/optique-culture-68.pdf>, consulté le 8 octobre 2020.

Fortin, Marie-Fabienne (2010). *Fondements et étapes du processus recherche*, 2e édition, Chenelière éducation, Montréal, 2010, 632 p.

Gagné, Rachel (2017). *L'humour et les mouvements sociaux : l'utilisation de l'humour durant la grève de 2012*, Mémoire de maîtrise, UQAM.

Gagnon-Tessier, Louis-Charles (2014). *Catholicisme et postmodernité : analyses philosophiques à partir de débats publics québécois*, Thèse de doctorat, Sciences des religions, Université de Montréal

Gaudet, Agnès (2011). « Les olympiques de Lise Dion », *Journal de Montréal*, [En ligne], <http://fr.canoe.ca/cgi-bin/imprimer.cgi?id=1060800>, consulté le 17 mars 2017.

Gazibo, Mamadou et Jane Jenson (2015). *La politique comparée: Fondements, enjeux et approches théoriques*, 2e édition, Montréal, PUM.

Giasson, Thierry *et al.* (2010). « La couverture médiatique des accommodements raisonnables dans la presse écrite québécoise : Vérification de l'hypothèse du tsunami médiatique », *Canadian Journal of Communication*, 35, pp.431-453.

Gilliam, Franklin D. Jr. and Shanto Iyengar (2000). « Prime Suspects: The Influence of Local Television News on the Viewing Public », *American Journal of Political Science*, 44:3, pp. 560-573.

Goldstein, Jeffrey et Paul Mc Ghee (1972). *The Psychology of Humor: Theoretical Perspectives and Empirical Issues*, Cambridge, Academic Press.

Goody, Jack (1979). *La raison graphique, la domestication de la pensée sauvage*, Paris, Les éditions de Minuit.

Gouvernement du Québec (2016). *Recueil de statistiques sur l'immigration et la diversité au Québec*, Ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion.

Gouvernement du Québec (2020). *Laïcité de l'État*, [En ligne], <https://www.quebec.ca/gouv/politiques-orientations/laicite-etat/>, consulté le 27 mai 2020.

Grand Montréal Comique (2019), *À propos*, [En ligne], <https://grandmtlcomique.com/a-propos/>, consulté le 28 novembre 2019.

Grawitz, Madeleine (2001). *Méthode des sciences sociales*, Paris, Dalloz, (11^e édition).

Gray, Jonathan *et al.* (2009). *Satire TV: Politics and Comedy in the Post-Network Era*, New York, NYU Press.

GRIH (2020). *Humour*, [En ligne], <https://carleton.ca/profbrouard/humour/>, page consulté le 21 octobre 2020.

Groupe entourage (2017). *Nantel*, [En ligne], <https://guynantel.com/biographie/>, consulté le 4 septembre 2020.

Guimelli, Christian et Jean-Claude Deschamps (2000). « Effets de contexte sur la production d'associations verbales. Le cas des représentations sociales des Gitans », *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, 47-48, pp. 44-54.

Gurak, Nina Marie (2016). *Why Did the Rapist Cross the Road? A Case for the Feminist Rape Joke*, Dissertation, Middletown, Wesleyan University.

Hakoköngäs, Eemeli , Halmesvaara, Otto et Inari Sakki (2020). « Persuasion Through Bitter Humor: Multimodal Discourse Analysis of Rhetoric in Internet Memes of Two Far-Right Groups in Finland », *Social Media + Society*, pp.1-11.

Hayes, Bernadette C. (1995). « The Impact of Religious Identification on Political Attitudes: An International Comparison », *Sociology of Religion*, 56:2, pp. 177-194.

Hébert, Virginie, Gabrielle Sirois et Émilie Tremblay-Potvin (2015). *Les effets des médias à l'ère du 2.0*, GRCP, Rapport de recherche présenté au Centre d'études sur les médias, Université Laval.

Hester, Leslie Collins (2007). *Rebellious Revelry: The Rhetorical Functions Of Anna Howard Shaw's Humor*, Mémoire de maîtrise, Fresno, California State University.

Humor in America (2011). *Humor Studies: An Interview with Don Nilsen*, [En ligne], <https://humorinamerica.wordpress.com/2011/09/19/interview-with-don-nilsen/>, consulté le 21 octobre 2020.

Humor Research Lab (2015). *Benign Violation Theory*, [En ligne], http://leeds-faculty.colorado.edu/mcgrawp/Benign_Violation_Theory.html, consulté le 11 juin 2020.

Influence communication (2013). *État de la nouvelle : bilan de l'année 2013*, [En ligne], <http://www.influencecommunication.com/sites/default/files/bilan-2013-qc.pdf>, consulté le 26 avril 2017.

ISHS (2020). *About the Journal, HUMOR*, [En ligne], <http://www.humorstudies.org/JournalCenter.htm?>, consulté le 21 août 2020.

ISQ, 2018, *Palmarès des spectacles payants en arts de la scène les plus fréquentés*, consulté sur Internet (<http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/arts-scene/palmares/palmares-spectacles-payants.htm>) le 24 octobre 2018.

ISQ (2019a). *Fréquentation des spectacles*, [En ligne], <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/arts-scene/frequentation-spectacles/index.html>, consulté le 21 novembre 2019.

ISQ (2019b). *Le Québec chiffres en main*, [En ligne], https://www.stat.gouv.qc.ca/quebec-chiffre-main/pdf/qcm2019_fr.pdf, consulté le 27 mai 2019.

Iyengar, Shanto (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*, Chicago, University of Chicago Press.

Iyengar, Shanto et Donald. R. Kinder, (2010). *News that Matters : Television and American Opinion*, University of Chicago Press, Chicago.

Jacobs-Huey, Lanita (2006). « “The Arab is the new n*****” : African American Comics Confront the Irony and Tragedy of September 11 », *Transforming Anthropology*, 14, 1, pp. 60-64.

Jardina, Ashley et Michael Traugott (2019). « The Genesis of the Birther Rumor: Partisanship, Racial Attitudes, and Political Knowledge », *Journal of Race, Ethnicity and Politics*, 4, pp. 60–80.

Jérôme, Laurent (2010). « Les rires du rituel : humour, jeux et guérison chez les Atikamekw », *Anthropologica*, 52:1, pp.89-101.

Jonas, Peter M.(2012). « Successfully Teaching with Humorous Videos: Videagogy », *New Horizons for Learning*, [En ligne], <http://jhepp.library.jhu.edu/ojs/index.php/newhorizons/article/view/20/19>, consulté le 29 août 2017.

Joubert, Lucie, 2014, « Les groupes de filles comiques au Québec : filiation en folies », *Cahiers de l'IREF*, 6, pp. 17-28.

Joubert, Lucie et Christelle Paré (dir), (2019). *Rock et Belles Oreilles : analyse de l'œuvre d'un groupe mythique*, St-Laurent, Lévesque éditeur.

Joubert, Lucie et Robert Aird (2013). *Les Cyniques : Le rire de la Révolution tranquille*, Montréal, Tryptique.

Kalin, Andrea, dir. (2008). *Allah Made Me Funny: The Official Muslim Comedy Tour*. Potomac Falls, VA: Unity Productions Foundation.

Katz, Daniel, et Kenneth W. Braly, (1933). « Racial stereotypes of one-hundred college students », *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, pp. 280-290.

Kinder, Donald et Lynn M. Sanders (1996). *Divided by Color*, Chicago, University of Chicago Press.

Koussens, David (2013). « Une mise en scène nationaliste de la laïcité en porte-à-faux avec la réalité des aménagements laïques canadiens », *RDUS*, Hors-Série, pp. 183-204.

Kunsta, Jonas R., Hajra Tajamala et David L. Rønningsdalen (2011). « Coping with Islamophobia: The effects of religious stigma on Muslim minorities' identity formation », *International Journal of Intercultural Relations*, 36, pp. 518–532.

Kutz-Flamenbaum, Rachel V. (2014) « Humor and Social Movements », *Sociology Compass*, 3:8, pp.294-304.

Kymlicka, Will (2001). *La citoyenneté multiculturelle*, Montréal, Boréal, 2001.

Labelle, Micheline et Jean-Claude Icart (2007). « Lecture du débat sur les accommodements raisonnables », *Globe*, 10:1, pp. 121-136.

LaBouff, Jordan P., Wade Rowatt, Megan Johnson Shen et Callie Finkle (2011). « Differences in Attitudes Toward Outgroups in Religious and Nonreligious Contexts in a Multinational Sample: A Situational Context Priming Study », *International Journal for the Psychology of Religion*, 22:1, pp. 1-9.

Lafontaine, Thomas (2017). Stratégies d'écriture humoristique et constructions d'identités dissidentes: le stand-up comme espace de résistance et de transformation, *Pop en stock*, [En ligne], <http://popenstock.ca/dossier/article/strat%C3%A9gies-d%C3%A9criture-humoristique-et-constructions-didentit%C3%A9s-dissidentes-le-stand>, consulté le 1^{er} octobre 2020.

LaMarre, Heather L. *et al.* (2014). « Humor Works in Funny Ways: Examining Satirical Tone as a Key Determinant in Political Humor Message Processing », *Mass Communication and Society*, 17:3, pp. 400-423.

Landry, Jeanne (1998). « Les monologues d'Yvon Deschamps comme outils d'apprentissage au collégial », *Québec français*, 110, pp. 87–89.

Larkin-Galiñanes, Cristina (2017). « An Overview of Humor Theory », dans Attardo, Salvatore (2017). *The Routledge Handbook of Language and Humor*, Londres, Routledge, pp.4-16.

Lecours, André (2002). « L'approche néo-institutionnaliste en science politique », *Politique et Sociétés*, 21:3, pp.3-19.

Légal, Jean-Baptiste et Sylvain Delouée (2015). *Stéréotypes, préjugés et discrimination*, Paris, Dunod, 128 p.

Leibovici, Franck et Valérie Pihet (2011). « Pour une école des arts politiques? » *Tracés. Revue de Sciences humaines*, 11, pp.101-122.

Le Monde (2006). « Google rachète Youtube et devient ainsi le leader de la vidéo sur Internet », *Le Monde*, 10 octobre 2006, [En ligne], https://www.lemonde.fr/technologies/article/2006/10/10/google-rachete-Youtube-et-devient-le-leader-de-la-video-sur-internet_821697_651865.html, consulté le 14 juin 2018.

Le Monde (2015). *Dieudonné condamné pour provocation à la haine raciale*, En ligne, https://www.lemonde.fr/societe/article/2015/03/19/dieudonne-m-bala-m-bala-condamne-pour-provocation-a-la-haine-raciale_4597236_3224.html, consulté le 7 octobre 2020.

Lichter, Robert S. *et al.* (2014). *Politics Is a Joke!: How TV Comedians Are Remaking Political Life*, Boulder, Westview Press.

Lockyer, Suzanne et Michael Pickering (2019). « You Must Be Joking: The Sociological Critique of Humour and Comic Media », *Sociology Compass*, 2:3, pp. 808-820.

Longpré, Louis (2010). *Le phénomène RBO : Ceci n'est pas THE BIOGRAPHIE*, Mariville, Les Éditeurs Réunis.

Macé, Éric (2013). « La fiction télévisuelle française au miroir de The Wire : Monstration des minorités, évitement des ethnicités », *Réseaux*, 5:181, pp. 179-204.

Mace, Gordon et François Pétry (2000). *Guide d'élaboration d'un projet de recherche*, Québec, Presses de l'Université Laval, (2^e édition).

Maclure, Jocelyn (1998). « Authenticités québécoises. Le Québec et la fragmentation contemporaine de l'identité », *Globe*, 1:1, pp. 2-21.

Madon, Stephanie *et al.* (2001). « Ethnic and National Stereotypes: The Princeton Trilogy Revisited and Revised Stephanie », *Personality & Social Psychology Bulletin*, 27:8, pp. 996–1010.

Manoliu, Ioana Alexandra et Frédérick Bastien (2018), « Does my favorite political TV series make me cynical? », *Canadian Journal of Communication*, 43:4, pp. 47-566.

Marcos, Maria Lucília (2014). « L'humour et la communication. Le lien entre émotions et cognition », [En ligne], *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 5, <https://journals.openedition.org/rfsic/1064>, consulté le 11 juin 2020.

Marin, Stéphanie (2018). « Gilbert Rozon accusé de viol », *Le Droit*, [En ligne], <https://www.ledroit.com/actualites/justice-et-faits-divers/gilbert-rozon-accuse-de-viol-b4136a92c47f2eee866dd6c93d8a8ffb>, consulté le 7 octobre 2020.

Marland Alex et Anna Esselment (2018). « Tips and Tactics for Securing Interviews with Political Elites », dans, Alex Marland *et al.* (2018), *Political Elites in Canada: Power and Influence in Instantaneous Times*, Vancouver, UBC Press, pp.29-50.

- Martin, Rod A. et Thomas Ford (2002). *The Psychology of Humor: An Integrative Approach*, Amsterdam, Elsevier.
- Mazalto, Marie (1994). *L'humour comme facteur d'identité collective : le cas du Québec*, Mémoire de maîtrise en sociologie, Montréal, UQAM.
- McCombs, Maxwell E. et Donald L. Shaw (1972). « The Agenda-Setting Function Of Mass Media », *Public Opinion Quarterly*, 36:2, pp. 176-187.
- McGraw, Peter A. et Caleb Warren (2010). « Benign Violations: Making Immoral Behavior Funny », *Psychological Science*, 21:8, pp. 1141–1149.
- Meyer, John C. (2000). « Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication », *Communication Theory*, 10:3, pp.310–331.
- Meyer, John C. (1990). « Ronald Reagan and Humor: A politician's velvet weapon », *Communication Studies*, 41:1, pp. 76-88.
- Michael, Jaclyn (2013). « American Muslims stand up and speak out: trajectories of humor in Muslim American stand-up comedy », *Cont Islam*, 7, pp. 129–153.
- Milot, Micheline (2009). « Laïcité au Canada », *Archives de sciences sociales des religions*, 149, pp. 61-80.
- Mocarski, Richard (2014). *Health Mythologies: Developing An Understanding Of Health Myths And How They Stick And Spread Through The Vaccines Cause Autism Myth*, Thèse, Tuscaloosa, University of Alabama.
- Morin, Anne (20 février 2017). « Attentat de Québec: un écho médiatique international sans précédent », *Journal Le Soleil*, [En ligne], <http://www.lapresse.ca/le-soleil/actualites/societe/201702/20/01-5071443-attentat-de-quebec-un-echo-mediatique-international-sans-precedent.php>, consulté le 26 avril 2017.
- Morreall, John (1983). *Taking laughter seriously*. Albany, Suny Press.
- Moura, Jean-Marc (2010). *Le sens littéraire de l'humour*, Paris, Presses universitaires de France.
- Mutz, Diana. et Reeves, Byron (2005). « The new videomalaise : Effects of televised incivility on political trust », *American Political Science Review*, 99, pp. 1–15.
- Muxel, Anne (2008). *Toi, moi et la politique. Amour et convictions*, Paris, Le Seuil.
- Nabi, Robin L., Emily Moyer-Guse, Sahara Byrne (2007). « All Joking Aside: A Serious Investigation into the Persuasive Effect of Funny Social Issue Messages », *Communication Monographs*, 74:1, pp. 29-54.
- Neuma, William Lawrence (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 6e édition, New York, Pearson.

Nilsen, Don Lee Fred et Alleen Pace Nilsen (2000). *Encyclopedia of 20th-Century American Humor*, Westport, Greenwood.

Noël-Thomassaint, Fania (2020). *Afrocommunautaire : appartenir à nous-mêmes*, Paris, Syllepse.

OH (2020). *Observatoire de l'humour – membres*, [En ligne], <https://observatoiredelhumour.org/membres/>, consulté le 21 octobre 2020.

Olivier, Lawrence (2016). « Humour et politique : jeux de langage et procédés rhétoriques », dans Dufort, Julie et Lawrence Olivier, *Humour et politique : De la connivence à la désillusion*, Québec, Presses de l'Université Laval, Coll. Monde Culturel, pp. 215-242.

Olson, James M. , Gregory R Maio et Karen L. Hobden (1999). « The (Null) Effects of Exposure to Disparagement Humor on Stereotypes and Attitudes », *International Journal of Humor Research*, 12:2, pp. 195-219.

Paré, Christelle (2015). *L'industrie du spectacle d'humour francophone du Québec contemporain : industrie culturelle et territorialité*, Thèse de doctorat, INRS.

Paré, Christelle, Jean-Marie Lafortune et François Brouard (2019). « RBO à la conquête du monde... médiatique et commercial », dans Joubert, Lucie et Christelle Paré (dir), (2019). *Rock et Belles Oreilles : analyse de l'œuvre d'un groupe mythique*, St-Laurent, Lévesque éditeur, pp. 33-69.

Paré, Christelle et Christian Poirier (2016). « L'industrie québécoise de l'humour comme champ du politique : groupes d'intérêts et quête de légitimité », dans Dufort, Julie et Lawrence Olivier (dir), *Humour et politique : De la connivence à la désillusion*, Québec, Presses de l'Université Laval, Coll. Monde Culturel, pp.71-108.

Perreault, Laura-Julie (2018). « Le Québec et l'immigration : des points de vue inconciliables? », [En ligne], *La Presse*, <https://www.lapresse.ca/actualites/national/201809/08/01-5195807-le-quebec-et-limmigration-des-points-de-vue-inconciliables.php>, consulté le 28 juillet 2020.

Perron, Louis-Samuel (2019). « Affaire Jérémy Gabriel: Mike Ward s'en va en Cour suprême », *LaPresse.ca*, [En ligne], 28 novembre 2019, <https://www.lapresse.ca/actualites/justice-et-faits-divers/201911/28/01-5251602-affaire-jeremy-gabriel-mike-ward-sen-va-en-cour-supreme.php>, consulté le 3 décembre 2019.

Platow, Michael J. *et al* (2005). « "It's not funny if they're laughing": Self-categorization, social influence, and responses to canned laughter », *Journal of Experimental Social Psychology*, 41, pp.542–550.

Provencher, Normand (2019). « La progression exponentielle de ComediHa ! », *LaPresse.ca*, [En ligne], <https://www.lapresse.ca/arts/humour/201907/26/01-5235248-la-progression-exponentielle-de-comediha.php>, 28 juillet 2019, consulté le 28 novembre 2019.

Quemener, Nelly (2009). « Performativité de l'humour : enjeux méthodologiques et théoriques de l'analyse des sketches dans les talk shows », *Questions de communication*, 16, [En ligne], <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/364>, consulté le 15 octobre 2020.

Quemener, Nelly (2013). « Stand-up ! L'humour des minorités dans les médias en France », *Terrain : Revue d'ethnologie de l'Europe*, 61, pp. 66-83.

Quemener, Nelly (2017a). « "Je suis pas raciste hein !" : racisme et masculinité blanche dans le comique des années 1970-1980 », *Le Temps des médias*, 28, pp. 61-74.

Quemener, Nelly (2017b). « Mascarade de la diversité. Stéréotypes et feintises dans la série Inside Jamel Comedy Club », *Mots. Les langages du politique*, pp. 113-126.

Radio-Canada (2006). *La Chambre reconnaît la nation québécoise*, [En ligne], <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/331287/vote-nation>, consulté le 15 octobre 2020.

Radio-Canada (2020). « Attentat dans une mosquée à Québec », *Radio-Canada.ca*, [En ligne], 3 février 2020, <https://ici.radio-canada.ca/dossier/505185/attentat-terroriste-mosquee-quebec>, consulté le 17 juin 2020.

Radio-Canada (2020). *Liberté d'expression : Mike Ward interpelle la Cour suprême*, [En ligne], <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1486527/jeremy-gabriel-humour-condamnation-discrimination-appel>, consulté le 7 octobre 2020.

Rasclé, Nicole et Sandrine Irachabal (2001). « Médiateurs et modérateurs : implications théoriques et méthodologiques dans le domaine du stress et de la psychologie de la santé », *Le travail humain*, 64:2, pp.97-118.

Raskin, Victor (2009). *The Primer of Humor Research*, Berlin, de Gruyter.

Rishel, Mary Ann (2002). *Writing Humor: Creativity and the Comic Mind (Humor in Life and Letters)*, Détroit, Wayne University Press.

Robinson, Michael J. (1975). « American Political Legitimacy in an Era of Electronic Journalism: Reflections on the Evening News », dans *Television as a Social Force: New Approaches to TV Criticism*, New York, Praeger.

Roeckelein, Jon E. (2002). *The psychology of humor: A reference guide and annotated bibliography*, Westport, Greenwood Press.

Ross, Alison (1998). *The Language of Humour*, New York, Routledge.

Rousseau, Louis (2016). « Le travail obscur de la mémoire identitaire dans les débats nés d'une nouvelle diversité religieuse au Québec », *Recherches sociographiques*, 57:2-3, pp. 289-310.

Roussel, Clémentine (2014). *Le regard des humoristes montréalais immigrants sur leur pratique artistique et leur environnement social*, Mémoire de maîtrise, Département de communication, Université du Québec à Montréal.

Roy, Martin (2016). « L'humour : un mauvais sujet politique », dans Dufort, Julie et Lawrence Olivier (dir.), (2016). *Humour et politique : De la connivence à la désillusion*, Québec, Presses de l'Université Laval, Coll. Monde Culturel, pp. 243-269.

Saillant, Francine (2016). *Pluralité et vivre ensemble*, Québec, Presses de l'Université Laval.

Saint-Jacques, Sylvie (2002). *La fin du monde est à 7 heures : une parodie d'information-spectacle*, Mémoire de maîtrise, Département de communication, Université du Québec à Montréal.

Salée, Daniel (2010). « Penser l'aménagement de la diversité ethnoculturelle au Québec : mythes, limites et possibles de l'interculturalisme », *Politique et Sociétés*, 29 :1, pp. 145-180.

Saleem, Muniba et Craig A. Anderson (2013). « Arabs as Terrorists: Effects of Stereotypes Within Violent Contexts on Attitudes, Perceptions, and Affect », *Psychology of Violence*, 3:1, pp. 84-99.

Salvatore Attardo, Donalee Hughes Attardo, Paul Baltes et Marnie Jo Petray (1994). « The linear organization of jokes: analysis of two thousand texts ». *Humor*, 7:1, pp.27–54.

Sansone, Carol, Morf, Carolyn C., Panter A. T. (2004), *The Sage Handbook of Methods in Social Psychology*, New York, SAGE.

Sills, Elizabeth Anne (2011). *Assessing the balance: Burkean frames and Lil'Bush*, Mémoire de maîtrise, Missoula, University of Montana.

Sirin, Selcuk R., & Balsano, Aida B. (2007). « Editors' Introduction: Pathways to identity and positive youth development among Muslim youth in the west », *Applied Developmental Science*, 7:3, pp. 109-111.

SOM – Université de Montréal (2018). *Sondage Radicalisation*, Le processus de la radicalisation menant à la violence (RMV) : perceptions de la population québécoise, influence qu'exercent les médias traditionnels de masse et les nouveaux médias sociaux (MMS).

Statistique Canada (2008). *Minorité visible*, [En ligne], <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/81-004-x/def/4068739-fra.htm>, consulté le 28 novembre 2019.

Statistique Canada (2011). *Effectif et proportion de la population ayant déclaré le français selon la caractéristique linguistique, Québec, 2006 et 2011*, [En ligne], https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/as-sa/98-314-x/2011003/tbl/tbl3_1-2-fra.cfm, consulté le 15 avril 2019.

Statistiques Canada (2016). « Recensement 2016 », [En ligne], *Gouvernement du Canada*, http://www.statcan.gc.ca/fra/programmes-statistiques/instrument/3901_Q2_V4-fra.pdf, consulté le 29 août 2020.

Studies in American Humor (2020). *Welcome*, [En ligne], <https://studiesinamericanhumor.org/>, consulté le 21 octobre 2020.

Suls, Jerry M. (1972). « A Two-Stage Model for the Appreciation of Jokes and Cartoons: An Information-Processing Analysis », dans Goldstein, Jeffrey H. et Paul E. McGhee, *The Psychology of Humor: Theoretical Perspectives and Empirical Issues*, New York, Academic Press, pp. 81-100.

Tajfel, Henri (1974). « Social identity and intergroup behaviour », *International Social Science Council*, 13:2, pp. 65–93.

Tansey, Oisín (2007). « Process Tracing and Elite Interviewing: A Case for Non-probability Sampling », *Political Science and Politics*, 40:4, pp.1-23.

Taylor, Charles (1997). *Multiculturalisme, différence et démocratie*, Montréal, Flammarion.

Tournier, Vincent (2005). « Les "Guignols de l'Info" et la socialisation politique des jeunes (à travers deux enquêtes iséroises) », *Revue française de science politique*, 4:55, pp. 691-724.

Trouvain, Jürgen et Khiet P. Truong (2017). « Laughter », dans *The Routledge Handbook of Language and Humor*, Attardo, Salvatore, Londres, Routledge, pp.340-355.

Vallet, Stéphanie (2017). « Extrémis: humoristes de l'extrême », *LaPresse.ca*, [En ligne], 12 juillet 2017, <https://www.lapresse.ca/arts/festivals/juste-pour-rire/201707/12/01-5115451-extremis-humoristes-de-lextreme.php>, consulté le 28 novembre 2019.

Vanasse, Christian (2019). « Relecture de RBO : l'irrévérence comme stratégie », dans Joubert, Lucie et Christelle Paré, (dir) (2019). *Rock et Belles Oreilles : analyse de l'œuvre d'un groupe mythique*, St-Laurent, Lévesque éditeur, pp. 33-69.

Vincent, Mélissa. (2008). *Le sens du patrimoine culturel immatériel dans la formation de l'identité propre aux Québécois d'origine canadienne française*, Mémoire de maîtrise, Trois-Rivières, UQTR.

Viennot, Camille (2015). « Les caricatures de Mahomet appréciées par les juridictions françaises », *Les Cahiers de la Justice*, 2, pp. 265-282.

Vivero García, María Dolores (2013). « La contestation par l'humour. Étude contrastive de l'humour dans la littérature espagnole et française contemporaine », *Cahiers de Narratologie*, 25, pp. 1-12.

Weaver, Simon (2011). « Jokes, rhetoric and embodied racism: a rhetorical discourse analysis of the logics of racist jokes on the internet », *Ethnicities*, 1:4, pp. 413–435.

Wilkins-Laflamme, Sarah et Micheline Milot (2017). « La polarisation entre le religieux et le séculier dans les représentations des Québécois et Canadiens », *Studies in Religion / Sciences Religieuses*, 46:2, pp. 162–165.

Ylagan, Christian (2019). « Who We Are Is What Makes Us Laugh: Humour as Discourse on Identity and Hegemony », *Interlitteraria*, 24:1, pp.113–127.

Young, Dannagal Goldthwaite (2008). « The Privileged Role of the Late-Night Joke : Exploring Humor's Role in Disrupting Argument Scrutiny », *Media Psychology*, 11, pp.119–142.

Young, Iris Marion (1989). « Polity and Group Difference: A Critique of the Ideal of Universal Citizenship », *Ethics*, 99:2, pp. 250-274.

Zimbardo, Zara (2014). « Cultural Politics of Humor in (De)Normalizing Islamophobic Stereotypes », *Islamophobia Studies Journal*, 2:1, pp. 59-81.

Ziv, Avner. (1984). *Personality and sense of humor*. New York, Springer.

Ziv, Avner (2010). « The Social Function of Humor in Interpersonal Relationships », *Society*, 47:1, pp. 11–18.