

LA REPRÉSENTATION HUMORISTIQUE DE L'ÉTRANGER DANS LES CHRONIQUES DES QUOTIDIENS FRANÇAIS ET ESPAGNOLS

MARÍA DOLORES VIVERO GARCÍA

Un. Autónoma de Madrid

Nous nous proposons d'étudier, dans une perspective contrastive, la représentation de l'étranger et des identités culturelles dans les chroniques de la presse quotidienne française et espagnole qui déploient une stratégie humoristique. Nous examinerons, plus spécifiquement, les cibles de l'humour selon les contextes culturels, les différences concernant les types de visée (plus ou moins critique, plus ou moins purement ludique) et celles qui correspondent aux procédés utilisés soit pour renforcer une certaine représentation de l'étranger soit pour mettre en cause des stéréotypes culturels liés à cette représentation.

Nous tenterons de montrer que certains de ces procédés, telle l'ironie (définie comme une appréciation positive laissant entendre, par renversement axiologique, une appréciation négative), seraient plus aptes à mettre en cause les stéréotypes que d'autres, tel le sarcasme (entendu comme l'exagération du négatif), qui auraient tendance à renforcer les représentations *doxales*. Le cadre méthodologique adopté sera celui de l'analyse du discours. Nous nous appuyerons, plus particulièrement, sur les travaux de Charaudeau 2006, Fernandez & Vivero 2006 et Vivero 2006, 2010, 2011. Le corpus de travail est constitué de chroniques publiées dans les principaux quotidiens français et espagnols (*Le Monde*, *Le Figaro*, *El Mundo*, *ABC*, *El País*). La chronologie embrasse les années 80 (avec les chroniques de Claude Sarraute, qui sont encore d'actualité) et, plus près de nous, quelques échantillons en 1996 et 1997, puis les années 2001, 2002 et des échantillons divers en 2009 et 2010.

La caricature sarcastique des étrangers vus par les français

La caricature sarcastique, qui exagère, selon notre conception du sarcasme (Charaudeau, 2006, Vivero, 2006 et ss), un jugement négatif, se fonde souvent, dans notre corpus, sur des effets d'incohérence de deux types : le paradoxe, qui joue sur les contradictions, et l'insolite, qui connecte des univers différents sur la base d'un aspect commun.

Prenons un exemple d'insolite. Robert Solé, dans *Le Monde*, raconte comment Tony Blair aurait déclenché une alerte au feu en faisant griller des toasts pour son petit déjeuner, provoquant l'arrivée immédiate de quatre véhicules de pompier : « mais les hommes du feu n'ont pas eu à déployer la grande échelle (...) la fumée a été dissipée à l'aide d'un simple sèche-cheveux électrique » (relation entre le but et les moyens qui est certainement insolite). Et le chroniqueur de conclure : « Les Anglais ne sont pas comme nous : ils combattent les incendies avec des sèche-cheveux » (« Ecran de fumée », *Le Monde*, 6/4/2010)

Insolite et paradoxe s'articulent souvent pour dresser la caricature de l'étranger. L'incohérence paradoxale se greffe ainsi sur l'insolite globalement dominant dans une chronique sur la « carte du stress », une invention américaine dont, selon Claude Sarraute, seraient pourvus la plupart des pilotes de ligne américains :

Vous ne savez même pas ce que c'est, je parie. Forcément, ça vient des États-Unis. C'est une carte en plastique format carte de crédit, blanche, avec dans le coin à droite un carré noir. Vous appuyez sur ce carré avec le pouce. Vous comptez jusqu'à dix Vous enlevez le pouce. Et vous regardez le carré. Toujours noir? Stress. Rouge? Tendue, attention, danger! Vert? Calme. Bleu? Relax. Pas nette, la couleur? Elle oscille entre deux teintes? Cherchez pas, vous êtes d'humeur changeante. (...) L'impitoyable Food and Drugs Administration de Washington a dit que c'était O.K., alors! Elle a simplement exigé que la carte s'accompagne d'une notice explicative détaillée indiquant clairement les dispositions immédiates à prendre en cas d'alerte (...) (« Coup de sang », Sarraute, 1985: 205).

Et voici ce qu'un commandant aurait expliqué répondant à la question :

Trois des moteurs de votre 747 tombent en panne, au-dessus de l'Atlantique, sur la ligne New York-Paris. Qu'est-ce que vous faites avec votre copilote? – On sort nos cartes. On appuie. On voit rouge. Moi je me couche immédiatement à plat dos, genoux légèrement relevés, mains croisées sur le ventre et j'inspire très lentement sur quatre temps. Je souffle. Et je recommence par séries de douze. – Et le copilote? –Lui, il fait le poirier. C'est bon pour la circulation et ça ne prend pas trop de place dans la cabine (*ibidem*).

Le caractère insolite de l'invention, qui mènerait à traiter les situations de stress de façon inappropriée enchaîne sur le paradoxe issu de l'inefficacité des soi-disant « dispositions immédiates à prendre en cas d'alerte ». Les deux sont au service d'une caricature ludique de l'engouement américain pour la psychologie bon marché permettant notamment de positiver au moment où tout dégringole.

Dans une autre chronique de Robert Solé, il s'agit d'un curé américain, exerçant son ministère en Caroline du Sud, qui remplit les caisses de sa paroisse avec l'argent qu'il gagne au poker. Si l'association de la religion au jeu est en elle-même insolite du point de vue des Français, Solé en accentue le côté paradoxale en jouant sur des contradictions : « Le saint homme a été saisi par le démon du jeu pour mieux servir le bon Dieu (...) un homme de foi peut-il faire preuve de mauvaise foi pour la bonne cause? (...) peut-on dire d'un ecclésiastique, n'ayant épousé que la parole divine, qu'il a eu une chance de cocu? » (« Poker chrétien », Solé, *Le Monde*, 23/9/2010). Effectivement la nouvelle d'un jeune prêtre ayant gagné au poker une petite fortune qu'il destine à la reconstruction de son église avait circulé dans la presse française dès décembre 2009 (*Le Figaro*, 25/12/2009). Elle est reprise par Solé, qui en exacerbe les contradictions, renforçant au passage le stéréotype de l'Américain du sud des États-Unis faisant du poker un mode habituel de gagner de l'argent.

Dans les chroniques françaises, les Anglais sont peut-être la cible la plus fréquente de cet humour ludique sur l'étranger qui renforce, en général, les représentations *doxales*. Nous ne citerons qu'un exemple de caricature des Anglais :

(...) le martyr de Stephen Stoburn, épicier ambulancier du Sunderland qui avait gravement offensé l'orthodoxie pondérale des nouvelles normes européennes en vendant sur les marchés, comme son père et ses pairs avant lui, ses courges à la livre (stone), ses poireaux à l'once (once), sa guimauve au pouce (inch). Une tête de lard d'épicier anglais

(...). Par un matin brumeux, ce fondamentaliste de l'étalonnage [fut paradoxalement traîné devant les tribunaux pour] non respect du système métrique (...) des centaines de manifestants et des personnalités soutiennent ce héros de l'immobilisme (« Mieux vaut toucher en euros que peser en onces », de Vezins, *Le Figaro*, 4/12/2001).

L'image comique de l'Anglais réticent vis-à-vis de l'Europe (fondé sur le mythe de l'insularité) passe dans cet exemple par le rapprochement insolite avec le domaine religieux, exprimé par l'emploi de termes comme « martyr » ou « fondamentaliste », et par le paradoxe que représente cet Anglais attaché aux traditions accusé de non-respect du système. (« Mieux vaut toucher en euros que peser en onces », de Vezins, *Le Figaro*, 4/12/2001). Car, pour les français, les Anglais se distinguent ; ils s'attachent à leurs traditions et à leurs habitudes.

Dans la presse espagnole, les caricatures de l'étranger ont en général une visée plus critique. Quand elles concernent, par exemple, les Anglais, elles visent souvent la monarchie. Ainsi Juan José Millás, partant de la nouvelle que Harry, le cadet de Charles d'Angleterre fumerait du hachich, essaie d'imaginer la perception que sous l'effet de la drogue il peut avoir de sa famille, des grands chapeaux de ses tantes, du Kilt de son père, des inaugurations ou des changements de garde à Buckingham, pour conclure que Harry ne devrait pas avoir besoin de se droguer, puisqu'il suffit de vivre dans une famille royale comme l'anglaise pour avoir l'impression d'être tout le temps sous l'influence de la drogue : « Con un padre así de alucinante, ¿para qué necesita uno la marihuana? ». Il se demande, enfin, si ce ne serait pas en fait tous les autres membres de la famille qu'il faudrait désintoxiquer (« El chivo », Millás, *El País*, 18/1/2002). L'insolite vient, dans cette chronique, de l'assimilation d'un problème de toxicomanie au mode de vie traditionnel de la monarchie. De son côté, le paradoxe met en cause la frontière entre les drogués et les autres, les deux procédés allant dans le sens d'une représentation caricaturale à visée critique de la monarchie anglaise.

En somme, les incohérences insolites et paradoxales jouent un rôle essentiel dans la représentation caricaturale de l'étranger.

En ce qui concerne le sentiment d'identité nationale on trouve des effets d'humour à visée critique aussi bien dans le contexte français que dans l'espagnol. En France sont souvent critiquées les nationalités minoritaires comme les Bretons. Ainsi, dans le journal *Libération*, Pierre Marcelle fonde son humour sur l'assimilation insolite du

sentiment national à une maladie. Cette assimilation insolite est au service d'une caricature cinglante des nationalistes bretons :

Et quel drôle d'effet ça fait toujours, ces masses de jeunes gens en apparence bonne santé mais se grattant le prurit national et bramant tels forcenés la suprématie induite de leur clocher, village, havre ou province, sur tous autres... (...). Le syndrome identifié par Brassens « des imbéciles heureux qui sont nés quelque part », on croyait que ça venait sur le tard, entre retraite et cimetière. Il faudra se faire à cette évidence il frappe de plus en plus précocement (« Bretonnitude », Marcelle, *Libération*, 4/7/2001)

Le paradoxe et l'insolite ironiques

Le paradoxe et l'insolite apparaissent dans des configurations très différentes lorsqu'ils sont au service non pas du sarcasme, comme dans les exemples vus jusqu'à maintenant, mais articulés à une énonciation ironique. Nous prendrons pour illustration l'exemple d'une chronique de Maruja Torres, dans *El País*, qui, à propos toujours d'identité nationale, réclame un « espagnomètre » pour mesurer le degré d'amour de la patrie ; elle compare de manière insolite le sentiment d'être Espagnol à quelque chose de matériel susceptible d'être tâté, calibré et mesuré sur une échelle :

Personalmente, siempre tropiezo con dificultades para a la hora de palparme España (...) España, estrictamente España no me la encuentro. (...) Como no albergo la ilusión de ser única, creo que resultaría de gran utilidad el envío masivo de españómetros, cuyo contacto con nuestra epidermis pondría de manifiesto el nivel de amor patrio incondicional que llevamos en las entrañas o donde quiera que se suela llevar semejante cosa. Podría incluso señalarse una escala del 1 al 10. Ejemplo menos de tres, necesita reeducación en campos dirigidos por José Manuel Parada; entre tres y siete, bastará con que escuche marchas militares antes de dormir; de siete a diez, estamos ante un ciudadano modelo. Y al que se salga del baremo por arriba se le somete a estricta vigilancia, no vaya a ser que nos salga más patriota que el afiebrado jefe ("España", Torres, *El País*, 13/12/2001)

L'insolite prend dans cette chronique des accents ironiques lorsque le niveau entre 7 et 10 d'amour de la patrie est attribué à un citoyen « modèle », positivement évalué, pour suggérer bien entendu l'appréciation contraire. En effet, l'ironie peut renverser dans une visée critique les valeurs convenues. Ainsi, lorsque, dans une autre chronique, Torres ironise sur le caractère positif que représente la découverte dans le génome humain de l'existence d'information sur la race, elle suggère une critique des identités nationales et religieuses dans la mesure où celles-ci peuvent être à l'origine des guerres et du racisme.

Mais l'ironie ne renverse pas toujours les idées reçues. Elle peut également les renforcer. Ainsi en va-t-il de cette chronique de Robert Solé à propos des possibles candidats à l'élection présidentielle de 2012, dans laquelle le chroniqueur ironise sur l'intérêt pour eux d'avoir un accent étranger : « Mieux vaut, en effet, se distinguer par la sonorité, la diction ou l'intonation (...) Un accent belge ou québécois ferait merveille en 2012 » (« Accents de vérité », Solé, *Le Monde*, 21/4/2010) La connexion insolite entre l'accent et les différences politiques sert à donner une image ironiquement positive non seulement du panorama électoral navrant mais aussi de la perception moqueuse qu'ont les français vis-à-vis de certains accents comme le belge ou le québécois. L'ironie ne met pas en cause dans ce cas le stéréotype : en renversant l'évaluation positive attachée, dans le contexte d'une élection politique entre candidats concurrents, au verbe « se distinguer », elle renforce l'évaluation négative doxale attachée par ailleurs à l'accent québécois, réputé difficile à comprendre, et surtout à l'accent belge dont se moquent en général les Français.

De manière semblable, l'ironie renforce, dans le passage suivant, certaines des idées reçues sur les japonais :

Au Japon comme ailleurs, les femmes passionnées de golf n'ont pas toujours le temps de se rendre sur un terrain homologué pour pratiquer leur jeu favori. Le créateur de lingerie Reiko Aoyama a donc eu la riche idée de mettre au point un soutien-gorge qui, une fois dégrafé, se transforme en un mini-parcours, d'une longueur d'un mètre et demi. Les bonnets font office de trous dans lesquels la balle doit venir se loger. C'est simple et intelligent. On s'étonne que personne n'y ait pensé avant lui. (« Golfeuses », Solé, *Le Monde*, 15/11/2009).

L'humour procède essentiellement du caractère insolite de l'invention, très proche de l'absurde, car il y a peu de chose en commun entre les deux domaines représentés. Son évaluation ironiquement positive suggère une forte dévaluation et de l'invention et de l'inventeur, qui renforce le stéréotype du japonais vivant à l'étroit créateur de dispositifs miniaturisés.

Parodie caricaturale des discours stéréotypés

La forme d'humour qui fait tomber le mieux les stéréotypes est peut-être la parodie des discours stéréotypés sur l'étranger. C'est bien le cas dans une chronique de Claude Sarraute, qui parodie avec humour en exagérant le caractère réducteur certains discours stéréotypés : « Il y a tout plein de peuples qu'on a bien l'intention de mépriser, de détester, jusqu'à la fin des temps. A commencer par les Allemands, tous de brutes, des Teuton, qui ne peuvent même pas prononcer les 'p' » (Sarraute, 1985: 94), que Sarraute compare ensuite aux Suisses, citoyens du pays des droits démocratiques, de l'organisation et de la propreté : « Non, le seul pays vraiment démocratique, c'est la Suisse » (Sarraute, 1985: 107). La parodie réactive le stéréotype que le lecteur doit reconnaître avant de le remettre en cause.

Ce sont les stéréotypes sur les Anglais que reprend dans une visée parodique Pierre George dans un passage à propos des services secrets britanniques « corporation dont l'éloge n'est plus à faire d'un point de vue continental. Vu que si les Anglaises sont rousses, les James Bond sont bons. Et ainsi de suite » (« Toupies ou lanternes », Georges, *Le Monde*, 11/2/2003). Il reprend également la représentation stéréotypée qu'ont les Américains des Français :

Avec French Can Can, ou French Com Com, danseuses-jarretelles, croissant et champagne pour tout le monde. Il faudra bien se faire une raison. Français nous sommes, Français nous resterons dans l'imaginaire américain (...) Formidable atavisme. Mais qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu pour que notre vie, notre pays, notre art d'être, tout ce que nous sommes et espérons être se résumant toujours à un remake hollywoodien de nos trucs en plume, en pain et en vin! Plus nous sommes modernes, plus on nous renvoie à notre Belle Époque, à nos petites femmes de Paris, à nos moustaches en guidon de vélo, à notre conservatoire de chanteurs de rue et à nos « Oh là là », à nos « C'est la vie! ». Encore que l'idée d'écrire cette chronique, une danseuse sur chaque genou, en trempant une baguette typiquement française dans un bol de champagne aussi frappé

que l'auteur, ne soit pas fondamentalement déplaisante, elle ne nous est jamais venue! (« Youp la boum! », Georges, *Le Monde*, 22/10/1997).

Dans les chroniques espagnoles, qui prennent volontiers pour cible non pas l'Anglais moyen (comme en France), mais la monarchie anglaise, on trouve également des reprises parodiques du stéréotype du conservatisme anglais. Ainsi, Carmen Rigalt, dans *El Mundo*, attribue aux Anglais dans une visée parodique des positions conservatrices concernant la tradition monarchique, selon lesquelles ils préféreraient des princesses nostalgiques victimes du sort, n'exerçant surtout pas de profession, rendant visite aux enfants handicapés, recevant des bouquets de fleurs, bref jouant le rôle traditionnel de la princesse (« El ejemplo de Sophie », Rigalt, *El Mundo*, 10/4/2001).

En France, font particulièrement l'objet des parodies démystificatrices les discours de l'extrême droite sur l'identité française et la présence dans l'équipe de France d'étrangers,

ces joueurs, de provenance incertaine et de francité aléatoire (...) Jean-Marie l'a dit: footballeurs, pas vraiment Français! (...) Ce n'est pas une équipe de France (...), mais pour partie, une phalange hétéroclite, cosmopolite, métissée et carrément rastaquouère, bleu, blanc, noir. C'est la Légion étrangère (...) (« Bleu, blanc, noir », Georges, *Le Monde*, 25/6/1996).

De manière comparable, dans *El País*, Maruja Torres parodie le discours raciste :

De tan obvio resulta exasperante. Los gitanos son delincuentes (...). Los musulmanes, fanáticos. Los inmigrantes nos quitan los trabajos. Los chinos se quedan con los mejores comercios. Todos los que no son como yo son peores que yo. Y no quiero tenerlos cerca ¿Exagero? Espera y verás (« Apesta », Torres, *El País*, 16/11/2010).

Notre conclusion sera double. Premièrement, concernant les cibles et les visées, l'on peut souligner quelques différences entre les contextes français et espagnols : alors que la représentation de l'étranger et notamment de l'Anglais moyen a un caractère plus ludique dans la presse française, notamment dans *Le Figaro*, cette représentation humoristique revêt souvent, dans la presse espagnole, un caractère plus critique, comme nous l'avons vu, lorsqu'il s'agit, par exemple, de la monarchie anglaise.

Deuxièmement, en ce qui concerne les procédés, l'humour fondé sur les incohérences insolites ou paradoxales est le plus souvent au service d'une représentation caricaturale de l'étranger qui renforce les stéréotypes. Ce n'est que lorsque ces procédés sont associés à l'ironie ou encore lorsque l'humour prend une dimension parodique que les stéréotypes peuvent être éventuellement renversés.

Bibliographie :

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

FERNANDEZ, Manuel, VIVERO GARCÍA M.D. (2006). « L'humour dans la chronique de la presse quotidienne », *Questions de communication*, n° 10, pp. 81-101.

SARRAUTE, Claude (1985). *Dites-donc!*. Poitiers: Editions Jean-Claude Lattès.

VIVERO GARCÍA, María Dolores (2006). « Procedimientos discursivos y formas de humor en las columnas periodísticas francesas y españolas », *Sintagma. Revista de Lingüística*, n° 18, pp. 67-80.

VIVERO GARCÍA, María Dolores (2010a). « Humor e interculturalidad. Características del humor en el discurso periodístico francés y español », in Azucena Penas, Raquel Martín (dir). *Traducción e interculturalidad: aspectos prácticos y teóricos*. Rabat: Université de Rabat, pp. 261-278.

VIVERO GARCÍA, María Dolores (2010b). « L'humour dans l'enquête criminelle chez Fred Vargas », in Gilles Menegaldo, Maryse Petit (dir.), *Manières de noir. La fiction policière contemporaine*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, pp. 251-263.

VIVERO GARCIA María Dolores (2010c). « Les fausses vraisemblances. Parodie et mise en abyme du vraisemblable fictionnel dans *Les Caves du Vatican* », *Poétique*, n° 161, pp. 75-88.

VIVERO GARCÍA María Dolores (2011). « Ironía y sarcasmo en las columnas periodísticas francesas y españolas », in Leonel Ruiz Miyares, María Rosa Alvarez Silva (eds). *Comunicación social en el siglo XXI*, Vol. II. Santiago de Cuba: Centro de Lingüística Aplicada, pp. 1036-1040.