

L'humour au risque de la diffamation. Quand la jurisprudence révèle les composantes de l'humour

Patrick Charaudeau
Université de Paris XIII
CNRS-LCP

On se méprendrait sur l'humour si l'on pensait qu'il fait rire en soi, c'est-à-dire que seule la réussite du jeu avec le langage provoque rire ou plaisir. Bien d'autres jeux avec le langage, comme on les trouve en poésie ou dans la publicité, produisent du plaisir mais ne prêtent pas à rire : ils ne relèvent pas de l'humour. La question de l'humour, du point de vue de son fonctionnement, est vraiment une affaire de discours et non point seulement de langue. Je veux dire que les repérages des procédés strictement linguistiques, tels les jeux avec le *signifiant* (calembours, contrepèteries, palindromes, mots valises et défigements), et les jeux sur *signifiant-signifié* (homonymes, polysémies, isotopies) sont nécessaires mais point suffisants pour expliquer le phénomène humoristique. Celui-ci relève d'une analyse psycho-socio-discursive et point seulement d'une analyse linguistique de la langue. C'est que tout acte de langage, considéré dans sa réalisation psychosociale comporte trois dimensions : une *dimension linguistique* qui relève, à la fois, des règles de conformation des mots (formes orales et graphiques) et du sens dénotatif porté par les mots ; une *dimension énonciative* où se joue la mise en scène discursive entre locuteur, énonciateur et destinataire, avec ses procédés d'organisation descriptive, narrative et argumentative ; une *dimension communicationnelle*, lieu des conditions psycho-sociales de production et d'interprétation, qui oblige à prendre en compte l'aspect externe de l'acte de langage et le sens social des mots en fonction de la situation de communication. C'est dans cette combinaison que se jouent la légitimité, la crédibilité et le pouvoir d'influence du sujet parlant. C'est en elle que se jouent les diverses interprétations d'un acte de langage, de la compréhension au malentendu en passant par la mauvaise foi. Parler, écrire, interpréter mettent en œuvre ces trois dimensions.

L'acte humoristique dépend donc, pour sa production, son interprétation et son analyse, des ces trois dimensions. Si on reprend l'exemple proposé par Sperber —auquel j'avais fait allusion dans mon précédent exposé¹ à savoir que Pierre déclare à Marie, alors qu'il pleut : « C'est une belle journée pour un pique-nique », on dira qu'au niveau linguistique il s'agit d'une *affirmation*, au niveau énonciatif d'un acte d'*ironie* (par la dissociation entre l'énonciateur et la personne-locuteur), et qu'au niveau communicationnel, divers effets de sens peuvent se produire : de *connivence* (« Faisons contre mauvaise fortune, bon cœur »), de *critique* (« Tu es toujours à contretemps ! »), de *fatalité* (« Y en a marre ! »).

Jusqu'à présent, je me suis attaché à définir des catégories (ironie, sarcasme, absurde, paradoxe, etc.) pour en montrer la pertinence, mais sans tenir compte, à proprement parler, des situations dans lesquelles étaient produits les actes humoristiques. Je voudrais donc reconsidérer ces actes dans le leur condition de production à propos de diverses situations qui en font tantôt un genre (spectacle de *one man show*), tantôt une stratégie (interview médiatique), pour les soumettre à la jurisprudence concernant l'humour et la liberté d'expression.

¹ Rappelons que ce travail s'inscrit dans un programme de recherche de l'université Autonome de Madrid, dirigé par María Dolores Vivero, qui a donné lieu à deux publications : Vivero Ma.D. (dir.), *Humour et crises sociales. Regards croisés France-Espagne*, L'Harmattan, Paris, 2011, et Vivero García D. (dir.), *Frontières de l'humour*, L'Harmattan, Paris, 2013.

Les composantes de l'acte humoristique

Il faut, pour cela, rappeler ce que sont les composantes de l'acte humoristique :

- Le *locuteur-énonciateur* qui produit l'acte humoristique se caractérise par une activité et une attitude. L'*activité* consiste pour le locuteur à jouer avec le langage : il est un joueur facétieux. L'*attitude* consiste pour celui-ci à ne pas croire à ce qu'il dit en tant qu'énonciateur : il se produit une dissociation et une distance locuteur-énonciateur. Cette dissociation ne veut pas dire qu'il ne croit pas au contenu de ce qu'il dit (surtout si c'est un locuteur engagé), elle veut dire qu'il ne croit pas à la façon dont il le dit. On voit là le paradoxe qui consiste à assumer ce que l'on dit sans croire à sa vérité. Si je dis de quelqu'un qui bégaie : « C'est un excellent orateur », je ne peux croire ce que je dis puisque je veux laisser entendre que c'est un mauvais orateur, mais j'assume en même temps cette façon de dire pour inviter mon interlocuteur à partager ce trait. C'est cela qui, entre autres choses justifie l'outrance dans l'humour.

- Le *destinataire-récepteur* est le partenaire de l'acte humoristique. Comme *destinataire*, il est l'image que s'en donne le locuteur sans être assuré qu'elle correspondra à ce qu'est le récepteur. Comme récepteur, il est la personne physique (individu ou public) qui reçoit l'acte humoristique ; il l'interprétera selon deux postures possibles : de *complicité*, ce qui le conduira à partager la vision décalée ou la critique du monde que propose l'humoriste ainsi que le jugement que celui-ci porte sur la cible ; d'*hostilité*, si celui-ci se sent visé, car il appartiendrait à la catégorie de la cible qui est moquée par l'humoriste à travers divers stéréotypes : handicapé, femme, Juif, Arabe, Noir. C'est ce qui fait que l'*effet visé* par l'humoriste et l'*effet produit* auprès du récepteur (c'est-à-dire construit par celui-ci) ne coïncident pas, et que se produisent, de part et d'autre, les malentendus.

- La *cible* et la *thématique*. La cible est ce *sur qui* porte l'acte humoristique. La thématique est ce *à propos de quoi* il s'exerce. Dans l'acte humoristique, cible et thématique sont souvent confondues, car derrière la cible (personne, ou catégorie d'individus) il y a une vision normée du monde, une topique, une doxa, une thématique², qui est mise en cause. La couverture du magazine *Marianne*, qui montrait la photo de Bernard Kouchner, ministre de la Santé, courir à côté du chef de l'État, Nicolas Sarkozy, avec la légende : « Quel art, pourtant, de ramper ! »³, prenait pour cible *Bernard Kouchner* en traitant du thème de la *courtisanerie* de l'entourage des hommes politiques (acte d'ironie). De même les sketches ayant l'air de s'en prendre aux Juifs ou aux Arabes, par ironie, traitent en réalité du thème du racisme.

- La *situation de communication*. Toute situation de communication se définit par un contrat de parole qui dépend de l'identité des partenaires de l'échange, de la finalité de celui-ci et des circonstances matérielles dans lesquelles il se déroule. Pour que l'on ait affaire à un contrat de parole humoristique, il faut que le locuteur ait la qualité d'humoriste, que la finalité soit de faire de l'humour, et donc que l'interlocuteur ou l'auditoire se reconnaisse dans le rôle d'avoir à partager un acte humoristique. C'est le cas d'un recueil d'histoires drôles, d'un livre écrit par un humoriste⁴, de certaines émissions radiophoniques ou télévisées qui s'annoncent comme étant de divertissement⁵, d'un spectacle d'humoriste faisant un *one man show* sur scène. Dans ce dernier cas, le contrat qui s'instaure entre locuteur et public est clair : d'un côté un acteur qui joue des sketches et en face un auditoire qui est venu pour voir et écouter un

² Ces expressions ne sont pas parfaitement équivalentes, car elles appartiennent à des théorisations différentes, mais ce n'est pas ici le lieu de les discuter. On en gardera un point commun : d'une façon ou d'une autre, il s'agit d'une représentation sociale du monde.

³ *Marianne* du 4 au 10 septembre 2010.

⁴ *Peut-on rire de tout ?*, de Philippe Geluck, JC Lattès, Paris, 2013.

⁵ Voir : *Les Grosses têtes* sur RTL, *On n'est pas couché*, *On n'demande qu'à en rire*, France 2.

humoriste, passer un moment de plaisir, dégagé de tout esprit de sérieux, marqué au coin du jeu avec le langage : on a affaire à un *genre*.

Mais l'acte humoristique ne se cantonne pas dans ce seul cas. Il peut apparaître subrepticement dans n'importe quelle situation de communication : une conversation (pour créer une connivence), une réunion de travail (pour établir des alliances), un débat politique (pour se moquer de son adversaire⁶), une conférence publique (pour détendre l'atmosphère et capter l'attention), une publicité (pour séduire le consommateur potentiel), un titre de journal (pour attirer l'attention du lecteur). L'acte humoristique n'est plus un genre en soi ; il s'immisce dans d'autres contrats en agissant comme une *stratégie* pour créer un moment de plaisir partagé à des fins de persuasion ou de séduction.

La jurisprudence sur l'humour et le contrat humoristique

La jurisprudence sur humour et liberté d'expression édicte un certain nombre de conditions qui circonscrivent le territoire juridique de « droit à l'humour » sous l'égide d'une formule jurisprudentielle : « le genre humoristique permet des exagérations, des déformations et des présentations ironiques, sur le bon goût desquelles l'appréciation de chacun reste libre ». Je reprendrai les six conditions que décrit l'avocat Basile Ader dans la *Revue mensuelle du droit de la communication*⁷, en les résumant, pour les mettre en regard des composantes de l'acte humoristique que je viens de définir.

1- *L'absence de « sérieux »*. Il est nécessaire de percevoir une *absence de sérieux*, dit la jurisprudence, pour ne pas prêter à confusion avec de l'information. Ce serait par exemple le cas des plagiat qui est sanctionné en matière de droit d'auteur. Personne ne doit se méprendre sur la teneur des propos émis. Cela correspond bien au contrat de non sérieux de l'acte humoristique, dans quelque situation que ce soit, dès lors qu'il est reconnu comme tel. C'est, en effet, ce qui distingue, du point de vue discursif, la parodie et le pastiche du plagiat : la *parodie* reprend l'original en le transformant pour le mettre dans un autre contrat de communication ; le *pastiche* est un « à la manière de... » dont on reconnaît le modèle stylistique. Dans un cas comme dans l'autre, on a affaire à un jeu de simulation d'un texte ou d'une forme d'origine que l'on est susceptible de reconnaître, ce qui en fait le plaisir. Le *plagiat*, en revanche est une contrefaçon qui veut se faire passer pour l'original sans le dire ; on a affaire effectivement à une tromperie puisqu'il fait passer pour authentique ce qui n'est qu'une copie. Il y a là usurpation d'auteur et tromperie sur le contenu ce qui n'est pas le cas de la parodie et du pastiche.

A ce propos, on ne voit pas pourquoi « les tribunaux ont jugé fautive ladite « contrefaçon » de *Bécassine* en *Becassexine* ». D'abord, le terme de contrefaçon est inapproprié, car une contrefaçon fait passer le produit pour l'original comme dans le cas d'un plagiat. Or, ici, tout le monde peut reconnaître la bande dessinée originale *Bécassine* : *Becassexine* parodie *Bécassine* mais ne s'y substitue pas.

2- Concernant la *qualité-identité de l'auteur du message litigieux*. Les juges posent une forme de présomption : « tout le monde ne peut pas s'improviser humoriste. Le tribunal n'a pas à statuer sur la drôlerie ou sur le bon goût d'une plaisanterie, il lui suffit simplement de constater que l'humoriste ne peut qu'avoir conscience du caractère blessant de ses propos ». Ce qui est ici en cause est la caractéristique particulière du

⁶ Voir : « L'arme cinglante de l'ironie et de la raillerie dans le débat présidentiel de 2012 », in Humour et ironie dans la campagne présidentielle de 2012, Revue Langage & Société n° 146, 2013.

⁷ *Légipresse* n° 108, cahier II, p.1, janvier-février 1994. On pourra également se reporter à sa contribution intitulée « Les "lois du genre" du discours humoristique ». dans l'ouvrage *Humour et engagement politique*, sous la direction de P. Charaudeau, Limoges, Lambert-Lucas, 2015.

sujet humoriste : on a dit qu'il se dédoublait en sujet locuteur et sujet énonciateur, qu'entre les deux se produisait une dissociation, et que le locuteur ne croyait pas à ce qu'il disait (énonciateur) tout en l'assumant. Le fait d'« avoir conscience » que pointe la jurisprudence se trouve là, et si elle n'envisage que le cas de « propos blessants » c'est parce qu'il lui faut prévoir une sanction. Mais il est évident que, en son fondement, l'acte humoristique cherche à plaire, à établir une connivence, la cible visée n'étant là que comme prétexte. Cela nous renvoie à la condition suivante concernant *l'intention*.

3- *L'intention* : « Le message humoristique aussi "choquant" soit-il, ne doit pas chercher à nuire, de sorte qu'il dégénère dans l'insulte ou la calomnie. » Le juge alors examine ce qu'il y a sans doute de plus difficile à déterminer : *l'intention coupable*. C'est ici que l'analyste du discours est perplexe : qu'est-ce qui permet de repérer une « intention de nuire » ? L'intention du sujet parlant ne peut être repérée, par l'interlocuteur ou le lecteur, que par inférence : en mettant en relation ce qui est dit avec ce que l'on sait du locuteur et de la situation dans laquelle il parle, on infère son intention. Mais il ne s'agit que d'une supputation parmi d'autres. Donc l'intention humoristique ne peut être inférée qu'à partir du jeu de distorsion entre le dit et le non dit, l'énoncé explicite et l'implicite, ce qui est affirmé et ce qui est laissé à entendre. Quant à savoir si l'intention est volontaire dans sa visée insultante, qui peut en juger ? Pour reprendre l'exemple de *Bécassine* transformée en *Becassexine*, transformation qui fut condamnée par la Cour d'appel de Paris, en 1977, au motif qu'il s'agissait de la « transposition d'un personnage enfantin dans un monde de bas érotisme *pour en tirer profit* », peut-on conclure à une intention de nuire ? Comme on l'a dit, il s'agit d'une parodie (il n'y a pas tromperie) qui, dans ce cas, transgresse un ordre moral (ne touchez pas à la pauvre, naïve et chaste Bécassine qui a bercé nos enfances). Forte transgression dans un jeu de dissociation qui révèle un manque de respect d'une tradition, mais ne permet pas de conclure à l'intention de nuire. D'autant qu'il n'est pas dit que cet ouvrage soit destiné à la lecture des enfants, comme bon nombre d'autres parodies qui changent leur destinataire et donc le contrat.

4- *Finalité* : « Il ne faut pas que la caricature ou la satire soit en fait dictée par un but commercial. » Est donnée en exemple l'affaire des *Giscartes*, cartes faisant figurer Valéry Giscard d'Estaing en lieu et place du Roi dans un dessin le représentant avec une couronne. Celui-ci, alors Président de la République, avait fait interdire, ce jeu de cartes. On peut faire ici un parallèle avec l'affaire des publicités de Benetton. Celles-ci, avec ses affiches, présentaient sous les aspects d'une campagne humanitaire ce qui est une campagne publicitaire pour vendre des vêtements. Il y a, dans ces deux cas tromperie et rupture de contrat : une finalité apparemment noble (Benetton) ou purement ludique (Giscartes) à des fins commerciales⁸. Les juges peuvent bien sanctionner cette tromperie.

5- *Cible et thématique* : « Il ne faut pas cacher sous les oripeaux de l'humour, un discours idéologique. Le juge va alors chercher à savoir s'il y a bien un second degré, une distanciation ou une clé de lecture qui fait que c'est bien "de l'humour" et qu'il s'agit uniquement de cela. » Cela touche le problème délicat de l'amalgame entre cible et thématique, et la question du degré d'acceptabilité de la transgression. Voici un cas : dans les années quatre-vingt-dix, l'imitateur, Patrick Sébastien, a été dénoncé par le MRAP pour avoir parodié une chanson de Patrick Bruel (« Casser la voix ») en « Casser du Noir » sous les traits de Jean-Marie Le Pen chantant dans un meeting politique, le refrain étant repris par le public⁹. Pourtant toutes les conditions de l'acte humoristique

⁸ Ce qui est en question ici n'est pas la parodie en soi, mais le détournement qui est mis au service d'un profit.

⁹ Émission *Osons !* du 25 septembre 1995.

étaient réunies : distanciation de l'humoriste, jeu parodique (donc pas de confusion avec la forme d'origine), cible qui n'étaient pas les Noirs mais Jean-Marie Le Pen, raciste notoire, et thématique du racisme stigmatisée. Un autre cas de la même veine fut la condamnation du *Bébête show* pour avoir représenté la marionnette de Jean Marie Le Pen avec le casque allemand de la deuxième guerre mondiale et la faisant parler avec l'accent allemand. La cour d'appel a estimé que l'intention de nuire était patente par « l'amalgame fait de l'image traditionnelle d'un ennemi du peuple Français et de l'image d'un représentant élu par ce même peuple, constitutive d'un outrage délibéré. »¹⁰ On aurait pu avancer le droit à l'outrance comme dans le cas des caricatures de Mahomet qui ne furent pas condamnées en France. Deux poids, deux mesures ?

6- *L'effet* : « Il faut aussi que la "victime" ait en quelque sorte tacitement accepté d'être moquée. » La jurisprudence parle d'une « tolérance présumée ». Ce qui est le cas, depuis le roi et son "fou", et pour les personnalités publiques. En analyse du discours, *l'effet* est l'aspect de l'acte de communication le plus délicat à évaluer. On a précédemment distingué les *effets visés*, ceux qui correspondent aux intentions, plus ou moins conscientes, du sujet parlant, et les *effets produits*, ceux qui dépendent de la façon dont le sujet récepteur comprend et interprète l'acte de langage. Et comme ceux-ci sont variables selon les caractéristiques des récepteurs et les circonstances de la réception, il se produit souvent un écart entre effets visés et effets réellement produits. Étudier ces derniers engage des procédures d'enquête sociologique ou d'expérimentation psychosociologique auprès de diverses catégories d'individus, avec la double difficulté qui réside, d'une part, dans le pouvoir s'assurer que ce que les gens déclarent dans les enquêtes correspond à ce qu'ils pensent ou ressentent, d'autre part, dans le savoir si ce qu'ils disent témoigne de leur propre individualité ou de leur appartenance à un groupe. Étudier les effets visés suppose de faire des hypothèses sur les intentions du sujet parlant en articulant ce qu'il dit avec ce qu'il peut déclarer vouloir dire. Mais, on l'a dit, il ne s'agit que de supputations sans aucune garantie de vérité.

Pour ce qui concerne les effets produits chez une personne ou un public, le phénomène est complexe. En effet, plusieurs cas peuvent se présenter : (i) le récepteur (une fois de plus, personne ou public) ne se reconnaît pas dans la cible moquée, ce qui lui permet de se faire le complice de l'humoriste et d'adhérer à ses propos moqueurs (effet de connivence) ; (ii) le récepteur se reconnaît dans la cible moquée, mais, dans l'instant de l'acte humoristique, il s'en distancie, se dédouble lui-même, et accepte la moquerie (effet de catharsis) ; (iii) le récepteur se reconnaît dans la cible et s'en trouve blessé, mais il faut encore considérer les circonstances de réception : s'il est dans un spectacle, noyé dans le public, il peut tolérer (et se mettre entre parenthèse) ; si c'est une personne particulière, il faut savoir si l'acte humoristique est direct, explicite à son endroit, ou indirect, par tiers interposé, s'il l'a entendu de ses propres oreilles ou si on le lui a rapporté, s'il s'est produit en présence ou non de témoins (la vexation n'est pas la même). On a connu bien des cas d'interprétation ou de réaction différents à partir d'un même sketch humoristique, et ce jusqu'au contresens, comme ce fut le cas avec celui des *Vacances à Marrakech* de Guy Bedos¹¹.

Le « Il faut aussi que la "victime" ait en quelque sorte tacitement accepté d'être moquée » est donc difficile à apprécier, surtout quand la cible moquée est une catégorie d'individus et non une personne en particulier, et que ce sont des associations de défense de ces catégories (entités abstraites) qui s'érigent en leur porte-parole et engagent des procès. Il en est de même pour *l'insulte* et la *calomnie*, qui ne peuvent être jugées que dans le rapport cible-destinataire. Si cible et destinataire coïncident, encore faut-il

¹⁰ Cour d'Appel de Paris du 22 novembre 1984.

¹¹ Les deux personnages de touristes, que jouaient Guy Bedos et Sophie Daumier, déclaraient avoir été déçus parce que le pays était plein d'Arabes. Il fut félicité par des spectateurs d'avoir "cassé du bougnoule", alors qu'il s'agissait d'une critique des touristes français.

considérer si le destinataire est adressé directement ou par tiers interposé : le « Casse-toi, pauvre con ! », lancé par Nicolas Sarkozy, lors de sa visite au Salon de l'agriculture en février 2008, à une personne ayant refusé sa poignée de main, n'est pas de la même aune que le « Sarkozy, je te vois ! », lancé par un voyageur de la gare Saint-Charles à Marseille aux policiers qui effectuaient des contrôles d'identité. Dans le premier cas, il s'agit bien d'une insulte adressée directement, dans le second d'un commentaire¹². Si cible et destinataire ne coïncident pas (comme c'est le cas de l'affaire Guerlain que j'analyse plus loin), ce ne peut être qu'un tiers qui, représentant de la cible, considère que celle-ci a été insultée, mais point le représentant lui-même : si le MRAP intente un procès à une personne ou à un humoriste pour insulte à la catégorie d'individus qu'il représente, ce n'est pas en tant que destinataire (l'institution), c'est en tant que porte-parole. Mais un autre tiers peut juger qu'il n'y a pas eu insulte mais seulement critique sévère ou acte humoristique. Se pose alors la question de la légitimité de ce tiers, comme elle se pose pour tout porte-parole. En tout état de cause, on voit que l'estimation de l'insulte, comme de la calomnie ou de la diffamation, est on ne peut plus subjective.

Des jugements au regard d'une analyse discursive

Je reprendrai ici un des jugements rapportés dans l'article de Basile Ader déjà cité, et un autre commenté par l'avocat Jean-Marc Delas, pour les interroger à partir des conditions de réalisation de l'acte humoristique ci-dessus définies. Dans son intervention à la journée organisée par le laboratoire "Communication et Politique" du CNRS, en avril 2013, l'avocat, Basile Ader, rappelait que le droit est là pour protéger, autoriser, encadrer les relations humaines et sociales, et la loi sur l'information et la liberté d'expression ne pose pas expressément d'exception qui viendrait garantir à l'humoriste une impunité. Mais il précisait sur la lancée que pourtant cette impunité existe et a été consacrée à maintes reprises, ces dernières années, par les juges, et surtout la Cour de cassation, pour la raison qu'ils considèrent que ce n'est pas de l'information, mais l'expression d'une opinion. Or, les délits d'opinions ne sont pas interdits en France, sauf si celle-ci dégénère en injure ou en provocation à la haine ou à la discrimination. Il constate donc que, en France, la jurisprudence est relativement compréhensive. Pour autant, si certaines décisions correspondent à l'analyse que pourrait en faire un sémiologue, d'autres ne laissent pas de l'étonner.

L'affaire de la campagne anti-tabac

Des élèves d'un collège de Quimper ont réalisé, en avril 1991, des affiches publicitaires pour simuler une campagne de critique de la publicité sous l'intitulé : « La pub tue » Pour ce faire, ils détournèrent les logos de divers paquets de cigarette : la danseuse du paquet de Gitane avec des bras en pinces de crabe ; le casque du paquet de Gauloise en forme de tête de mort ; le chameau de Camel devenu squelette ; et l'entour du paquet de Marlboro en tache de goudron qui sortait du paquet. [Voir les logos en fin d'article]

La société Marlboro intenta un procès contre le collège de Saint-Brieuc jugeant que ce détournement lui portait préjudice, en s'appuyant sur la jurisprudence qui dit que « la caricature en matière de contrefaçon de marque n'est admissible que si elle ne porte pas atteinte au titulaire de l'œuvre caricaturée. » La Cour d'appel de Rennes a statué qu'il n'y avait pas « abus du droit à critique et à liberté d'information dans le domaine de la santé publique », car la caricature n'était pas tournée contre l'entreprise de tabac mais contre

¹² Après un premier procès qui avait requis une amende de 100 euros à l'encontre de la personne incriminée, celle-ci a été relaxée par le juge de proximité.

la publicité qui en use. L'entreprise a donc été déboutée. Cependant, il se trouve que des associations contre le tabagisme se sont emparées de ces affiches pour faire une campagne anti-tabac largement diffusée. Les fabricants de tabac se sont retournés contre elles et cette fois ils ont gagné, la Cour d'appel de Paris arguant, en Juin 1992, que : « Si le principe fondamental de la liberté d'expression autorise toute opération artistique, notamment la caricature, pour transmettre un message d'intérêt public, la liberté de création invoquée par les Associations n'est pas recevable car elles ne sont pas les auteurs. »¹³

Dans cette double affaire, on dira, de notre point de vue, que le juge a bien distingué le travail des élèves du collège de Quimper et l'exploitation que voulaient en faire les associations contre le tabagisme. Dans le premier cas, il y avait une double finalité et une double cible, puisqu'il s'agissait de mettre en cause à la fois la publicité et les cigarettiers, et une thématique : les effets nocifs du tabac. Les juges ont bien distingué les deux cibles. Mais il n'y a pas eu contrefaçon, puisqu'il ne s'agissait pas de vendre un nouveau produit et que le résultat ne pouvait bénéficier du même support publicitaire ; il s'agissait plutôt d'une parodie par détournement explicite d'une première forme passant d'un contrat de lecture publicitaire à un contrat de lecture humoristique. Et si la forme humoristique apparaît outrancière et dénonciatrice, on peut considérer que cela est de règle dans un combat social pour des raisons de santé publique. Dans le second cas, les associations contre le tabagisme en voulant exploiter le travail réalisé par les élèves du collège, entraient, elles, dans un contrat de propagande anti-tabac, avec des affiches dont elles n'étaient pas les auteurs. Il y a donc ici une double usurpation d'identité d'auteur et de finalité (contrat). L'analyse discursive rejoint la raison jurisprudentielle.

L'affaire Guerlain

Le 15 octobre 2010, au cours du Journal télévisé de 13h, sur France 2, la journaliste Élise Lucet interview Jean-Paul Guerlain à propos d'un livre où il raconte comment il a créé certains de ses parfums. Celui-ci relate comment il a créé son premier parfum "Vétiver" à l'âge de seize ans, puis "Samsara" pour séduire « une dame dont il était tombé éperdument amoureux », et déclare à ce propos : « Pour une fois, je me suis mis à travailler comme un nègre. Je ne sais pas si les nègres ont toujours tellement travaillé, mais enfin... »

Pour ce dernier propos, Jean-Paul Guerlain fut condamné à une amende ferme de 6000 euros, au motif que : « le prévenu n'est pas un humoriste mais une personnalité connue interviewée dans un contexte professionnel (...) Le tribunal n'a pas à statuer sur la drôlerie ou sur le bon goût d'une plaisanterie, il lui suffit simplement de constater que même s'il n'avait pas la volonté de blesser la communauté noire, Jean-Paul Guerlain ne pouvait qu'avoir conscience du caractère blessant de ses propos. » Les juges posent ainsi une forme de présomption selon la qualité de l'auteur du message litigieux. Il est reconnu qu'il n'y pas eu intention de nuire, mais que ce n'est pas suffisant pour être innocenté judiciairement.¹⁴

Pourtant, la jurisprudence insiste bien sur le fait que, pour juger d'une imputation injurieuse, il faut que soit prouvée l'intention de nuire ou qu'il y ait conscience d'employer un terme de mépris. Peut-on dire que, dans ce cas, il y ait eu intention de nuire. Sur quels indices on pourrait s'appuyer pour affirmer cela. D'après la situation d'interview, la déclaration s'adressait à la journaliste, et à travers elle à un public, que Guerlain essayait de rendre complice d'un jeu de mots : cible et destinataire sont différents. L'expression toute faite « travailler comme un nègre » est une locution figée

¹³ Basile Ader « "Humour et liberté d'expression" : aperçus jurisprudentiels », in *Légipresse* n° 108, cahier II, p.1, janvier-février 1994.

¹⁴ *Légipresse* n°294, mai 2012, rubrique *Cours & tribunaux*, « Guerlain, jugement exemplaire. »

dont la caractéristique est de faire perdre à ses composants leur sens d'origine : il se produit une démotivation sémantique et ne reste que le sens global de l'expression : "travailler énormément". D'ailleurs le tribunal en a tenu compte. Mais le commentaire qui s'en est suivi : « Je ne sais pas si les nègres ont toujours tellement travaillé » défige en partie l'expression toute faite précédemment énoncée, redonnant un certain sens aux éléments qui la composent. Dans la première partie, « nègre » ne renvoie pas à une personne, dans la seconde, « nègre », par effet de défigement, renvoie à une catégorie d'individus, réactivant ainsi (mais possiblement) le stéréotype du "paresseux". Mais c'est le prix du jeu de mots, car sans ce défigement, il n'y a pas de jeu. Et du fait d'englober cette catégorie dans un jeu de mots, elle n'est plus à considérer en soi (elle n'a pas d'existence propre), mais comme simple prétexte audit jeu de mots. On ne voit donc pas pourquoi le tout (ces deux parties de la déclaration) n'est pas considéré comme un acte humoristique, à savoir, de la part du locuteur : ne pas croire le contenu tout en assumant le jeu. C'est d'ailleurs, ce qu'il déclare à l'audience : « Quant à l'autre partie de la phrase, c'est une imbécillité de ma part. C'était pour faire rigoler la journaliste. » On peut trouver que le jeu de mots est maladroit, mauvais, inconvenant, mais cela n'entre pas ici en ligne de compte : « Le tribunal n'a pas à statuer sur la drôlerie ou sur le bon goût d'une plaisanterie ... »

On ne peut affirmer qu'il y a manque de respect à la dignité de la personne humaine, car il a été fait allusion à un stéréotype qui a été démotivé mais sans prendre véritablement en charge la démotivation. De plus, il a été exprimé sur le mode dubitatif, et non point affirmatif, autre aspect du jeu qui laisse la possible interprétation littérale en suspend. On pourrait arguer que des phrases comme : « Je ne sais pas si pendant la guerre tous les Français ont été résistants », ou comme : « Dans cette affaire, je m'en tiens au jugement du Tribunal. Bon, je ne sais pas si tous les juges sont honnêtes, mais... », seraient du même acabit. Mais on pourrait rétorquer, à juste titre, que la catégorie mise en cause n'est pas de même nature : dans le cas de « nègres », on touche à ce qui est constitutif de la personne, une marque de "nature" (de destin diraient certains) que l'on ne choisit pas ; dans les deux autres phrases, avec « résistants » et « juges », on touche à un rôle, une fonction, résultat du choix de la personne qui pourrait être autre.

Quant à dire que Jean-Paul Guerlain « ne pouvait qu'avoir conscience d'employer un terme de mépris », le reproche est curieux. Certes la jurisprudence insiste bien sur le fait que, pour juger d'une imputation injurieuse, il faut que soit prouvée l'intention de nuire ou qu'il y ait conscience d'employer un terme de mépris. Or, peut-on affirmer dans ce cas qu'il y a eu intention de nuire ? Conscience et intention sont intrinsèquement liées, et on peut se demander si la personne incriminée avait conscience d'employer un terme de mépris. Du point de vue discursif, si intention de blesser il y a, ce doit être à l'adresse d'une certaine cible. Or, ici, on ne peut pas dire que les « nègres » représentent la cible visée : l'emploi de ce terme est plutôt prétexte à parler de la thématique du travail. Du point de vue psychologique, il a bien été vérifié que Guerlain n'a jamais eu de propos racistes. On peut alors considérer que la formulation des juges : « même s'il n'avait pas la volonté de blesser la communauté noire, Jean-Paul Guerlain ne pouvait qu'avoir conscience du caractère blessant de ses propos » est quelque peu paradoxale. Réactivation inconsciente d'un stéréotype insultant donc, mais atténué par la pulsion du jeu de mots.

Enfin, ce qui est peut-être le plus curieux dans l'attendu des juges est : « Le prévenu n'est pas un humoriste mais une personnalité connue interviewée dans un contexte professionnel. » Autrement dit, seuls les humoristes peuvent bénéficier d'une tolérance, au nom de ce que j'ai appelé le "contrat du spectacle humoristique". Tout le monde ne peut pas s'improviser humoriste, ce qui veut dire que, au regard de la justice, il ne faut surtout pas essayer d'être drôle si on n'est pas un professionnel du rire. Un Guy Bedos qui dans ses sketches prend Chirac comme tête de Turc, un Plantu qui avec ses caricatures fait un portrait complètement déjanté de Nicolas Sarkozy, atteignant ainsi la

personnalité du chef de l'État, ou les Guignols de l'Info qui critiquent vertement, par leurs dires et leurs marionnettes, les personnalités politiques jusqu'à mettre en cause leur fonction ou leur caractère psychologique, un Dieudonné qui s'en prend aux Juifs, ne peuvent être poursuivis pour atteinte à la dignité de la personne au motif qu'ils sont des humoristes professionnels. Alors que celui qui se laisse aller à un mauvais jeu de mots, lui, est condamné. Il est vrai que ce que n'a pas mesuré Guerlain, c'est que, à parler à la télévision, sa parole devient publique, et donc à interprétations multiples. Il est probable que cette même saillie prononcée dans une conversation privée aurait fait rire la journaliste et d'autres personnes, sans que cela prêtât à conséquence. L'avocat Jean-Marc Delas qui commente cette affaire termine en concluant : « Surtout n'essayez pas d'être drôle si vous n'êtes pas un professionnel du rire : voilà l'enseignement (évident) qu'il faut tirer de ce jugement. A y regarder de plus près, il est assez rassurant »¹⁵. On ne voit pas en quoi ce jugement est rassurant, car il entretient un politiquement correct et un abus de dévoilement d'une parole que l'on fait passer de la présomption d'innocence pour acte humoristique à de la diffamation. La limite à la liberté d'expression ne serait pas jugée sur le sens que revêt un acte de parole dans des circonstances bien précises, mais sur le statut de qui le prononce selon qu'il est ou non un professionnel de l'humour (*ethos prédiscursifs*).

Entendons-nous bien, il ne s'agit de prendre la défense de Jean-Paul Guerlain. Il s'agit de montrer qu'au regard d'une analyse de discours des propos tenus dans une certaine circonstance de communication (identité du sujet parlant, dispositif de parole, cible visée et thématique, effets de sens), il n'est pas possible d'affirmer « l'intention de nuire » à une catégorie d'individus. C'est le fait de dénoncer ces propos comme racistes qui crée l'imputation d'« intention et conscience ». Il est vrai que l'on est entré dans un monde de surveillance, dans un monde où les sensibilités communautaires sont exacerbées, mais appartient-il aux juges de statuer en fonction de cet « air du temps » ? Si le *second degré* dans les paroles prononcées n'est plus possible, il n'y a plus d'humour possible, partant plus de vie possible.

Conclusion

Pour conclure provisoirement un travail qui mérite approfondissement sur le rapport entre la jurisprudence concernant la liberté d'expression et les actes humoristiques jugés litigieux, j'en reviens à mon introduction : la question de l'humour, du point de vue de son fonctionnement, est vraiment une affaire de discours et non point seulement de jeux de langue, et relève donc d'une analyse psycho-socio-discursive et point seulement d'une analyse linguistique. C'est là que se jouent la légitimité, la crédibilité et le pouvoir d'influence du sujet parlant. C'est là que se jouent les diverses interprétations d'un acte de langage, les intercompréhensions, les malentendus, ou que se révèlent les cas de mauvaise foi.

Pour juger du sens d'un acte humoristique, il faut donc prendre en considération ses diverses composantes : la *qualité-identité* de celui qui le produit : son statut, sa notoriété, sa légitimité ; la *cible* (personne, public, idée) qui est visée par l'acte humoristique et la *thématique* qui est mise en cause (les topiques, les doxas, les imaginaires sociaux) ; la *personne* ou le *public* auquel il s'adresse et la place dans laquelle ils sont institués ; le *dispositif situationnel* dans lequel l'acte humoristique est produit (lieu, scène, support de diffusion, etc.) qui définit le contrat de communication qui relie humoriste et auditoire.

C'est dans ce cadre que l'on doit se poser la question de savoir si on peut faire de l'humour sur tout. Quels sont les tabous, et quelles sont les limites à ne pas dépasser selon les cultures : « Jusqu'où peut-on aller trop loin ? ». Peut-on faire de l'humour sur ce qui est considéré sacré : la mort, les croyances religieuses ; sur les malheurs de la vie,

¹⁵ « Guerlain, jugement exemplaire », *Légipresse* n°294, mai 2012.

la vieillesse, la pauvreté, la faim ; sur les exactions que commettent les hommes, les tortures, les massacres, les génocides. Mais il ne faut pas se contenter de considérer le seul contenu des propos, car le sens des mots dépend du processus de mise en scène qui les fait vivre. Ainsi, il sera possible de juger dans quelle mesure l'humour prenant pour cible des Juifs, des Arabes, des Noirs, relève de l'antisémitisme ou du racisme, signe un manque de respect, une insulte, une diffamation, ou ne fait que stigmatiser un aspect particulier, un comportement particulier, un défaut particulier d'un groupe particulier, ou bien même est une manière, par ironie, de lutter contre toutes les formes de racisme. Sans oublier, bien évidemment, que le sens des mots et la perception de l'humour dépendent de la prégnance des imaginaires sociaux qui circulent dans chaque groupe socioculturel, comme en témoigne l'affaire des caricatures de Mahomet.

Les juges, pour aussi honnêtes qu'ils soient, ne sont pas à l'abri de l'influence des divers mouvements sociaux, des orientations imposées par le monde politique, de la pression des opinions publiques du moment mesurées par les sondages, ces miroirs quelque peu déformants de la société. L'insulte, la diffamation viennent toujours de l'extérieur de l'acte de langage, du jugement que les individus ou groupements d'individus (MRAP, LICRA, SOS Racisme, etc.) portent sur ce qui est dit, et qui ne prouve en aucune façon qu'elles correspondent à une intention. Détecter celle-ci suppose un travail délicat d'articulation entre ce que l'on peut inférer de l'acte humoristique, qui aboutit toujours à un ensemble de possibles interprétations, ce que sont les circonstances de son apparition, et ce que l'on peut savoir de celui qui l'a proféré. La jurisprudence devrait tenir compte de ce que certaines disciplines des sciences humaines peuvent lui apporter.

RÉFÉRENCES

- Ader B., *Légipresse* n° 108, cahier II, p.1, janvier-février 1994.
- Ader B., « Les "lois du genre" du discours humoristique ». in Charaudeau P. (dir.), *Humour et engagement politique*, Limoges, Lambert-Lucas, 2015.
- Charaudeau P., « L'arme cinglante de l'ironie et de la raillerie dans le débat présidentiel de 2012 », *Revue Langage & Société* n° 146, 2013, pp. 35-48.
- Delas J-M., « Guerlain, jugement exemplaire », *Légipresse* n°294, mai 2012.
- Geluck P., *Peut-on rire de tout ?*, Paris, JC Lattès, 2013.
- Vivero García D. (dir.), *Humour et crises sociales. Regards croisés France-Espagne*, L'Harmattan, Paris, 2011.
- Vivero García D. (dir.), *Frontières de l'humour*, L'Harmattan, Paris, 2013.
- Émission de radio : *Les Grosses têtes*, RTL.
- Émission de télévision : *On n'est pas couché, On n'demande qu'à en rire*, France 2.
- Magazine *Marianne* du 4 au 10 septembre 2010.