

Le problème de l'effet périssable de l'amusement comique

FREDERIC GAGNON, *Université de Montréal*

RÉSUMÉ : Dans cet essai, je présente l'amusement comique comme étant une émotion en résumant les arguments de Noël Carroll. Malgré certains détracteurs, Carroll prétend que l'amusement est bien une émotion à part entière et qu'elle s'inscrit dans la théorie de l'incongruité en humour. L'essai s'attarde particulièrement à l'objet de l'amusement qui semble soulever un enjeu philosophique. S'il s'agit bien d'une émotion, comment répondre au problème de l'effet périssable de l'amusement? J'entends par là le fait que le même objet, la même blague, ne génère pas le même effet après plusieurs répétitions. J'avance que l'effet transitoire peut trouver réponse dans une précondition (*background condition*), selon la théorie d'Oded Na'aman, et que cette précondition serait la surprise. Quoique Carroll exclut d'emblée la notion de surprise comme essentielle à l'amusement, je considère que celle-ci existe déjà, implicitement, dans le concept d'incongruité sur lequel Carroll appuie son argumentaire. Non seulement la surprise répond au problème de l'effet périssable, mais elle donne encore plus de poids à la notion de l'incongruité en humour.

Introduction

Lors d'une réunion universitaire, un ange apparaît soudain et dit au chef du département de philosophie : « Je t'accorderai, parmi trois faveurs, celle que tu choisiras : la sagesse, la beauté ou dix millions de dollars ».

Immédiatement, le professeur choisit la sagesse.

Un éclair de lumière envahit alors la salle et le professeur est comme transfiguré. Mais il reste assis là, les yeux rivés

sur la table. Un de ses collègues murmure tout bas : « Dis-nous quelque chose ».

Le professeur répond : « J'aurais dû prendre l'argent¹ ».

Cette blague légère est amusante la première fois qu'on l'entend. Après 10 fois, elle paraît moins drôle et pourtant, il s'agit de la même blague. Cela explique pourquoi nombre d'humoristes cherchent sans cesse à renouveler leur matériel, à proposer des idées nouvelles, afin d'amuser et de faire rire leurs audiences. S'ils écrivent une excellente blague et que celle-ci fait rire, ils pourront l'utiliser un certain temps puisque les spectacles sont répartis dans plusieurs villes en groupes limités. Cependant, s'ils font la même blague à la télévision dans une émission à grande écoute, les humoristes savent qu'ils devront rapidement se réinventer. L'excellente blague ne saura l'être pour longtemps. Cette mise en situation semble d'une évidence déconcertante, tout artiste du comique, celui que l'on nomme humoriste, doit se renouveler, générer de la nouveauté afin de poursuivre son but d'amuser ou de faire rire les gens. Pourtant, si nous nous penchons du côté des émotions, l'évidence l'est moins. La même blague qui génère de l'amusement la première fois ne semble pas en générer autant la dixième fois. L'objet n'ayant pas changé, la réaction devrait être la même. L'effet *périssable* ou transitoire de l'émotion d'amusement semble poser problème à première vue... pour autant que l'amusement soit une émotion. Cet article proposera une réponse à ce problème en avançant que l'amusement est une émotion et qu'elle dépend d'une précondition, à savoir, la surprise.

Dans la première partie, je présenterai les arguments de Noël Carroll sur l'amusement et la théorie de l'incongruité en humour pour démontrer de quelle façon et selon quels critères l'amusement est considéré comme une émotion. Dans la seconde partie, j'explicitierai davantage le problème de l'effet transitoire et certaines exceptions à considérer. Par la suite, j'introduirai l'idée de la surprise en tant que précondition (*background condition*) à l'amusement selon l'idée d'Oded Na'aman. Dans un quatrième temps, j'introduirai le modèle de la bissociation d'Arthur Koestler

afin de justifier l'importance de la surprise dans l'amusement et je terminerai, dans la cinquième section, en démontrant que la précondition de surprise existe déjà dans le concept même de la théorie de l'incongruité en humour.

1. L'amusement comique comme émotion

Noël Carroll, un philosophe américain considéré comme une figure emblématique dans la philosophie des arts, s'est intéressé à l'amusement en tant qu'émotion. Il affirme que l'amusement est une émotion à part entière et qu'il respecte les critères pour le définir comme tel. Cependant, l'auteur préfère utiliser l'expression *comic amusement* plutôt que de parler simplement d'amusement. La raison est que sa réflexion porte spécifiquement sur l'amusement dans un contexte d'humour. À cet égard, je me permets de faire une désambiguïsation terminologique, que Carroll ne fait pas, en utilisant mon expérience personnelle comme étudiant à l'École nationale de l'humour de Montréal et comme auteur humoristique auprès de quelques humoristes.

Le comique est généralement admis comme étant ce qui tend à provoquer le rire. Bergson, lui-même, utilise ce terme dans *Le rire, essai sur la signification du comique* pour expliquer ce qu'est le comique et surtout comment il provoque le rire. À tort, nous utilisons parfois le terme humour comme d'un synonyme de comique. Même s'ils sont proches parents, l'humour possède au moins une condition supplémentaire et essentielle : l'intentionnalité. Il s'agit donc d'une forme intentionnelle du comique, une sous-catégorie précise du grand ensemble qu'est le comique. L'humour n'a pas besoin d'être créé par un humoriste, n'importe qui peut faire de l'humour à condition que ce soit intentionnel. Si nous voyons un homme qui glisse sur une peau de banane et qui tombe, la situation peut être comique à condition que l'homme ne soit pas blessé gravement, mais nous ne pouvons pas parler d'humour puisque c'est accidentel. La situation est comique, mais il n'y a pas d'humour. Si, d'un autre côté, l'homme marche sur la peau de banane pour orchestrer une chute de façon volontaire – ce que nous appelons

du *slapstick comedy* –, dans ce cas, nous parlerons d’humour... et ce, même s’il ne s’agit pas d’une blague racontée. Si l’humour doit être intentionnel, nul besoin que ce soit une blague narrée, ce peut aussi bien être une mimique de Charlie Chaplin qu’une caricature de Serge Chapleau. Quant au rire, il s’agit d’une réponse physiologique aux diverses formes du comique – ce qui inclut l’humour. Cependant, la réaction du rire n’est pas essentielle à l’humour ni au comique de façon générale même s’il y a normalement une attente, voire une corrélation, à cet égard.

Cette explication terminologique est importante afin de donner plus de sens à la théorie de Noël Carroll et son article «Comic Amusement, Emotion, and Cognition» (2013) et son livre *Humour A Very Short Introduction* (2014). Aussi bien dans son article que dans son livre, il ne s’intéresse pas à l’amusement de façon générale, mais l’amusement généré dans un contexte comique et plus particulièrement en humour. Plus loin encore, il recadre l’amusement comique dans la théorie de l’incongruité en humour. Bien que cette dernière partie sur l’incongruité semble, d’entrée de jeu, moins pertinente à la réflexion sur l’objet de l’amusement et son effet transitoire, l’incongruité joue un rôle important dans la théorie de l’auteur. Pour lui, l’incongruité c’est «a deviation from some presupposed norm – that is to say, an anomaly [...] relative to some framework governing the ways in which we think the world is or should be²». Donc, selon Carroll, l’incongruité serait «a subversion of expectations³». Ce n’est pas sans rappeler cette idée husserlienne de l’origine de la négation où «emerge a consciousness of otherness which disappoints the anticipation⁴». Ce serait donc à dire qu’il y a présupposition d’une norme attendue de façon quasi automatique, mais qui ne se réalise pas comme anticipée, donc est incongrue avec la norme. Cette introduction à la théorie de l’incongruité devient importante du fait qu’elle constitue l’élément fondamental de l’objet de l’amusement comique.

Dans son article «Comic Amusement, Emotion, and Cognition», dès le départ, après avoir raconté une blague comme je l’ai fait au début de cet essai, Carroll annonce ses couleurs : «For those of you who found this joke funny, let us call the state in

which you found yourself “comic amusement” where the object of comic amusement is humor⁵». Dans cet esprit, l'auteur dira parfois que l'objet est l'incongruité ou la perception de l'incongruité puisqu'il adhère à cette théorie en humour.

Carroll considère donc l'amusement comme une émotion à part entière à partir de certains critères et l'auteur utilise la peur comme comparatif. Les arguments qu'il avance, de façon résumée, sont les suivants :

1. L'émotion peut se présenter à divers degrés d'intensité. Il y a de plus grandes peurs que d'autres, certaines qui nous font fuir, d'autres que nous arrivons à contrôler. L'amusement aussi peut être plus ou moins grand en provoquant un grand éclat de rire incontrôlable ou simplement un petit sourire en coin.

2. L'émotion produit des effets physiologiques. La peur peut produire des sueurs froides, la contraction des muscles, une montée d'adrénaline. Dans ses degrés les plus élevés, l'amusement peut produire le rire, mais le rire n'est pas essentiel à l'amusement selon Carroll. Sans le rire, il y aurait tout de même un ressenti de légèreté, un relâchement créant une sorte de relaxation ou de détente.

3. L'émotion est dirigée. La peur est dirigée vers un objet qui nous apparaît comme effrayant, par exemple un ours. L'amusement est dirigé vers un objet qui est perçu comme humoristique ou incongru, par exemple une blague.

4. L'objet de l'émotion est intentionnel. L'objet auquel la peur s'attache est intentionnel, par exemple l'ours ou même l'idée qu'il puisse y avoir un ours dans un buisson sans pour autant voir l'ours. De même, l'amusement se porte sur la blague ou la caricature qui m'est présentée par exemple. Ce pourrait aussi bien être l'idée d'une blague qui ne m'a pas été racontée non plus, mais que je me construis mentalement.

5. L'émotion a un objet formel. Ce critère, au centre de la théorie de Carroll, est, nous le verrons plus tard, le cœur du problème de l'effet périssable de l'amusement comique. La peur a un objet particulier qui est perçu comme effrayant ou dangereux. L'amusement a pour objet particulier quelque

chose qui est considéré comme amusant, donc considéré comme incongru⁶.

John Morreall, qui a aussi réfléchi sur l'amusement comique et qui ne considère pas qu'il s'agisse d'une émotion, propose d'utiliser les 4 composantes standards d'une émotion de Jerome Shaffer pour déterminer s'il s'agit d'une émotion ou non : la composante cognitive (croyances et désirs par rapport à l'objet), la composante physiologique (changements corporels), la composante motivationnelle (l'urgence de passer à l'acte) et la composante proprioceptive (la sensation des changements corporels). Morreall considère que l'amusement comique ne répond pas aux composantes cognitive et motivationnelle⁷. Carroll reconnaît que l'amusement comique ne comporte pas de composantes cognitives, de désirs ou de croyances, ni n'a pas d'aspect motivationnel en soi ; l'amusement comique n'incite pas à prendre une direction ou une autre ou à agir de quelque façon que ce soit. Cela dit, il considère que ces dimensions ou ces composantes ne sont pas toujours nécessaires. « Emotional responses to fictional characters and events need not to rest upon beliefs⁸ ». Il propose l'exemple du personnage d'Anna Karénine de Tolstoï. Si le lecteur peut éprouver de la peine pour Anna, le lecteur ne croit pas pour autant qu'Anna Karénine existe et cela n'incite aucun désir en particulier. De fait, cette même peine par rapport au personnage qui ne génère aucun désir n'a pas besoin de motiver à faire quoi que ce soit, car toute action serait vaine puisqu'Anna n'existe pas. Carroll reconnaît que certaines formes d'humour pourraient tout de même motiver à agir. La satire, par exemple, pourrait nous faire changer d'idée face à une situation donnée. L'aspect fictionnel de l'humour rend d'autant plus significative la notion d'intentionnalité. L'humoriste crée, intentionnellement, une situation incongrue et cette création, même si elle est collée sur la réalité, demeure une forme de fiction. Cela fait en sorte que les objections de Morreall ne s'appliquent pas à l'amusement comique dans une situation d'humour.

Comme Carroll considère l'objet formel comme un point fondamental de sa théorie et parce que c'est justement cet aspect

qui semble générer un problème par rapport à l'effet transitoire, il incombe de vérifier si l'argumentaire de l'auteur répond aux critères pour parler d'un objet formel. Selon la définition de Fabrice Teroni, un objet formel doit répondre à 3 requis :

1. Requis d'individuation: chaque type d'émotion a son objet formel distinct. L'amusement a pour objet formel l'amusant, ce que l'on perçoit comme incongru. La propriété de l'objet d'être amusant est caractéristique de l'amusement.

2. Requis d'intelligibilité: les objets formels sont requis pour donner du sens à l'émotion. C'est parce que c'est amusant ou que c'est incongru que nous ressentons de l'amusement.

3. Requis d'exactitude: les objets formels sont nécessaires pour justifier qu'une émotion soit appropriée ou non (*fittingness*) par rapport à l'objet particulier. Le fait que la blague soit amusante et soit perçue comme incongrue justifie que l'on ressente de l'amusement⁹.

Selon le modèle de Teroni, et *a contrario* de Carroll et Morreall, il serait possible de considérer qu'il existe une croyance dans le contexte de l'amusement. L'amusement d'un individu X est intelligible s'il croit qu'une blague est amusante. Cependant, sa croyance ne s'étend pas à l'incongruité qui, elle, est une propriété de l'objet, une caractéristique qui répond à des critères ou une définition comme celle que propose Carroll. Donc, l'individu X entend une blague qui répond aux critères de l'incongruité et il croit, face à ces éléments, que la blague est amusante – caractéristique propre à l'amusement. L'amusement est considéré comme *fitting* si, effectivement, la blague est amusante. Or, existe-t-il des caractéristiques universelles pour déterminer qu'une blague soit amusante ou non ? Il s'agit d'une question importante, mais qui n'est pas le point central de cette analyse. Cela dit, même si nous considérons qu'elles ne sont pas universelles, n'en demeure pas moins qu'elles peuvent exister pour un groupe, peu importe sa grosseur, selon un système de valeurs. Ce qui est amusant pour un groupe A peut ne pas l'être pour un groupe B. Si l'individu X, qui est amusé de la blague, fait partie du groupe A et que

le groupe A a un système de valeurs partagées sur ce qui est amusant, alors l'émotion de X sera considérée comme exacte ou *fitting* par rapport aux circonstances. Cependant, la réaction de l'individu X pourrait être *unfitting* pour le groupe B, qui a un système de valeurs différent, mais tout de même être *fitting* si le groupe B connaît les valeurs du groupe A et reconnaît l'appartenance de X au groupe A. Le groupe B pourrait ne pas être d'accord sur la définition de ce qui est amusant, mais tout de même comprendre la réaction de X et reconnaître l'exactitude de l'émotion dans les circonstances. Ici, il est important de distinguer le jugement moral et le fait de comprendre une circonstance. Le fait de comprendre l'histoire d'un peuple peut nous permettre de donner du sens à un rite ou une tradition sans pour autant la considérer comme moralement acceptable. Dans cette optique, l'amusement comique peut donc être *fitting* dans une circonstance particulière, même si les valeurs en cause ne sont pas partagées de tous.

Donc, selon la définition de Teroni, il serait acceptable de penser que l'objet formel de l'amusement comique réponde aux critères requis pour être considéré comme tel.

2. Le problème de l'effet transitoire de l'amusement

À partir de ce qui précède, tenons pour acquis que l'amusement comique est une émotion. Cependant, cela n'explique pas de quelle façon l'amusement tend à disparaître après plusieurs répétitions. Carroll propose tout de même de considérer 5 critères nécessaires pour qu'une personne soit amusée par l'humour ou, plus spécifiquement, par une blague. La personne (i) perçoit la blague comme incongrue ou contenant des éléments d'incongruité, (ii) elle ne la perçoit pas comme menaçante ou produisant de l'anxiété (iii) ni ne trouve la blague ennuyeuse, (iv) elle n'aborde pas la blague comme un problème à résoudre et (v) elle apprécie la perception de l'incongruité¹⁰. Ce complément d'information ne semble pas apporter d'explication sur le côté périssable de l'amusement.

Le premier critère sur la perception de l'incongruité paraît être une propriété évaluative de l'objet, un élément intrinsèque

à ce dernier. La blague contient, en elle-même, des éléments d'incongruités qui sont des déviations des normes généralement attendues. Le contenant de la blague, sa structure et sa forme, ou bien le contenu, le propos et les idées, ne correspondent pas aux schémas mentaux dits normaux qui dirigent notre façon de voir le monde tel qu'il est ou devrait être. En revanche, cette incongruité est toujours la même et est toujours vraie après la première fois ou la dixième fois où nous entendons une même blague.

Le second critère sur le fait de ne pas être menaçant ou ne pas produire d'anxiété m'apparaît être de nature différente du premier critère. Il ne semble pas qu'il s'agisse d'un critère propre à l'objet, mais plutôt un jugement que chaque individu peut porter sur la blague. Est-il possible que la première fois où une blague est entendue, elle ne soit pas menaçante et que la dixième fois, elle le soit devenue ? Cette hypothèse semble plutôt étrange puisque l'objet n'a pas changé. Il faudrait des circonstances extérieures pour qu'une menace soit ressentie la dixième fois et non la première fois. Il apparaît fort peu probable que l'effet transitoire se trouve dans ce critère et, de plus, ce n'est pas un élément propre à l'objet, mais propre à chaque individu qui entend ou lit la blague.

Le critère qui concerne le fait de ne pas trouver la blague ennuyeuse semble un argument sans valeur ajoutée, voire foncièrement antinomique. Je suis amusé si je ne suis pas ennuyé. De façon caricaturale, je pourrais dire que je perçois une chose comme blanche à condition qu'elle ne soit pas noire. Si un individu ressent de l'amusement, est amusé, par rapport à une blague, il est tout à fait logique qu'il ne ressente pas d'autres émotions contraires ou qu'il ne perçoive pas la blague comme étant à l'opposé d'amusante. En revanche, il serait possible de penser que la répétition crée l'ennui. Cela voudrait dire, dans ce cas, qu'à deux temps différents, le même objet produise deux émotions différentes. Dès que la blague X ne produit plus de l'amusement, la blague X produirait maintenant de l'ennui. Cette perspective dichotomique aussi pose problème pour un même objet.

Le fait de ne pas aborder la blague comme un problème à résoudre ne relève pas du tout de l'objet, mais d'un état ou d'une

attitude de l'individu face à l'objet. Il semble peu probable qu'à la dixième audition d'une même blague, l'individu se mette dans un état d'esprit où il tente de résoudre la blague. Ce critère n'apporte guère d'éclairage sur l'effet transitoire de l'amusement par rapport à la blague.

Finalement, le dernier critère sur l'appréciation de l'incongruité ressemble, en essence, au troisième critère, sur le fait que la blague n'est pas ennuyeuse. De pouvoir apprécier la propriété d'incongruité de la blague ne semble pas apporter de réponse à l'effet périssable. Ce qui fait en sorte qu'aucun des critères proposés par Carroll sur ce qui rend un objet amusant ne semble répondre à l'effet transitoire.

Reprenons l'exemple de la peur avec laquelle il compare régulièrement l'amusement. Si j'ai peur des araignées, même si je croise 3 ou même 10 fois la même araignée, ma peur devrait revenir. Aucun besoin que ce soit une araignée différente à chaque fois. Or, la même blague, jugée amusante la première fois, perd de son aspect amusant la 3^e ou 10^e fois. Comme si la blague avait *périmé* après la première consommation. Même si tous les critères précédemment mentionnés sont toujours vrais, la blague ne semble plus aussi amusante. Il apparaît donc possible qu'il y ait au moins un autre élément à considérer dans la *chaîne phénoménologique* de l'amusement comique. Avant même d'introduire l'idée de la surprise comme précondition, il semble nécessaire de considérer deux exclusions potentielles par rapport à l'amusement comique et l'effet transitoire :

1. Un individu A pourrait entendre la même blague pour une 10^e fois en présence d'un groupe qui, lui, l'entend pour la première fois. Il est possible que le groupe soit amusé par la blague et qu'il rie. L'individu A, même s'il connaît la blague, pourrait être amusé et rire. Dans ce cas, l'objet intentionnel de l'amusement de A n'est plus la blague, mais la réaction du groupe, l'amusement ou le rire des autres. Bergson écrivait : « il semble que le rire ait besoin d'un écho [...] c'est quelque chose qui voudrait se prolonger en se répercutant de proche en proche [...] Notre rire est toujours le rire d'un groupe¹¹ ». Comme il y a un déplacement par rapport à l'objet, cela justifie d'exclure cette situation.

2. Il pourrait arriver que l'individu A rentre chez lui, quelques heures après avoir entendu une blague et qu'il repense à ladite blague et rie de nouveau. Dans ce cas, nous sommes davantage dans une forme de mémoire émotive. De façon générale, l'intensité de l'émotion sera moins grande et perdra en intensité dans le temps. D'autre part, il y a aussi une forme de modification quant à l'objet, il ne s'agit plus uniquement de la blague, mais du souvenir d'un moment vécu au moment d'entendre la blague. C'est une mémoire d'un ressenti dans un moment donné du passé. De plus, nous savons que la réminiscence d'un souvenir peut altérer légèrement la réalité. De ce fait, il m'apparaît juste de considérer ici aussi une modification de l'objet et donc d'exclure cette situation.

Considérant ces exceptions, introduisons ce qui me semble être la clé de voûte du problème de l'effet périssable de l'amusement.

3. La surprise comme background condition

S'il est admis que l'amusement comique est une émotion, l'amusement comique a un effet transitoire particulier. Certaines émotions vont tranquillement perdre de leur intensité sur une plus ou moins longue période. Par exemple, le chagrin du deuil – dont l'objet est l'être aimé décédé – finira par disparaître presque entièrement après quelques mois. Pour ce qui est de l'amusement, ce n'est pas le temps à proprement parlé qui agira sur son effet transitoire, mais la répétition. C'est face à ce problème que la notion de précondition – *background condition* – de Na'aman devient pertinente. Il propose une analyse contextuelle de l'émotion. Le contexte de l'objet ou certaines conditions relationnelles auraient un impact sur la *fittingness* d'une émotion. Na'aman écrit : « What amusement “says” about its object often depends on context. With regard to some jokes at least, it is fitting to be amused by them the first time one hears them but the same amusement would not be fitting upon the joke's eleventh hearing [...] Rather, repeated amusement might cease to represent what is funny about the joke and therefore would not be fitting¹² ». La répétition d'une même

blague semble donc avoir un effet important sur l'aspect *fitting* de l'amusement voire le ressenti face à l'objet.

Na'aman propose de mettre l'amour de l'être décédé comme précondition nécessaire pour que le chagrin du deuil ait du sens. Dans ce cas particulier, une émotion est conditionnelle à une autre émotion et lui donne du sens. Cette émotion d'amour est empreinte d'un contexte passé qui donne du sens au chagrin du deuil dans le présent. Dans le cas de l'amusement, je considère que la surprise serait la précondition nécessaire. En prenant la surprise comme *background condition*, on intègre une émotion comme condition à une autre émotion. Dans les faits, la surprise deviendrait la condition première pour un passage vers l'amusement comique. Sans surprise, l'amusement comique n'est pas *fitting*, il n'est pas approprié.

Paul Ekman introduit une idée pertinente en ce sens : « surprise is the briefest of all the emotions, lasting only a few seconds at most. In a moment surprise passes as we figure out what is happening, and then surprise merges into fear, amusement, relief, anger, disgust, and so forth, depending upon what it was that surprised us¹³... » Évidemment, la surprise n'est pas toujours requise pour qu'il y ait de la peur, de la colère, du soulagement ou du dégoût, mais ce peut être une émotion transitoire vers ces autres émotions. Dans le cas de l'amusement comique, *a contrario* des autres émotions énumérées, il m'apparaît essentiel que la surprise pave la voie à une transition émotionnelle. Tout comme l'amusement comique, la surprise a un effet périssable très rapide, une consommation unique. « Surprise can only be triggered by a sudden, unexpected event [...] When an expected event unfolds slowly, we aren't surprised. It must be sudden, and we must be unprepared¹⁴ ». Ici, l'idée de *unexpected* et *unprepared* me semblent être le point fondamental pour faire le parallèle avec l'amusement comique.

La surprise survient rapidement et met en lumière quelque chose de surprenant dont nous n'avions pas conscience. Or, une fois la surprise vécue et *consommée*, la nouvelle information devient consciente et ne peut donc plus être surprenante. Il faut ne pas savoir pour être surpris. La nouvelle information pourrait

demeurer choquante, déstabilisante, perturbante, mais elle n'est plus surprenante, il n'y a plus de surprise. L'après-surprise devient la nouvelle norme à laquelle l'esprit se réfère ou peut se référer.

Dans cette optique, la blague amusante la première fois, même si elle répond à tous les critères de Carroll, ne l'est plus autant la 3^e ou 10^e fois. La chute de la blague, le *punch*, est déjà connue, anticipée, et donc ne surprend plus l'individu. Cela dit, revenons sur l'un des critères de Carroll, celui de la passivité où l'individu n'est pas dans une approche de résolution de problème. Cette *passivité* est nécessaire à la surprise. Si l'individu A regarde le monde autour de lui afin d'identifier tous les éléments qui pourraient survenir, afin de déterminer tous les scénarios possibles, lorsqu'il écoute une blague lui être racontée, il serait à la recherche du *punch* et s'il venait à l'identifier d'avance, l'effet de surprise serait gâché et l'amusement serait limité dans sa possibilité d'exister. Au mieux, A pourrait être surpris d'avoir trouvé la chute de la blague avant que celle-ci ne soit donnée par l'humoriste et A pourrait tout de même être amusé de cela. Cependant, l'objet de son amusement ne serait pas la blague à proprement parler, mais le fait qu'il ait anticipé ladite blague.

Si cette idée d'ajouter la surprise comme *background condition* à l'amusement comique semble logique et justifier l'effet périssable de l'émotion par rapport à un même objet, Carroll, lui, rejette cette proposition. «[A] reason to suspect that surprise is not necessary for comic amusement is that researchers have discovered that people derive more pleasure from jokes where they see the punchline coming – that is to say, from jokes where they are not surprised¹⁵». Ici, il me semble que Carroll fasse fausse route et qu'il mélange le contenu et le contenant de la blague. Un individu A peut se présenter à un spectacle d'humour en sachant qu'il y aura des blagues faites et s'amuser tout de même de la blague. Une blague peut être amorcée et le spectateur s'attend à entendre un *punch*. L'École nationale de l'humour de Montréal enseigne une douzaine de procédés humoristiques, des mécaniques préétablies pour structurer une blague. Un exemple de procédé est la triade ou la règle de trois qui consiste à énumérer deux éléments (ou plus) de même nature et de

terminer avec un dernier élément surprenant qui est incongru, qui n'est pas de même nature que les premiers. Voici un exemple :

« J'apprécie la façon dont vous parlez sans être intimidé, dit le patron à son employé. Vous êtes franc, vous êtes sincère et vous êtes renvoyé ! »

L'individu A qui est au spectacle d'humour peut très bien sentir qu'une chute s'en vient. Il n'est pas surpris de constater qu'il y a un *punch*, il attend cette fin. Cependant, s'il peut reconnaître la mécanique, il ne connaît pas le contenu de la chute, la surprise qui vient générer un renversement dans la mécanique, une incongruité par rapport à la première partie de l'énumération. L'exemple aurait pu être à l'inverse aussi, l'individu A anticipe le contenu de la chute, mais l'humoriste le joue d'une façon incongrue, inattendue, ce qui vient surprendre l'individu A. Bref, il ne semble pas y avoir d'enjeu si une anticipation trouve réponse comme attendu, pourvu qu'il y ait une surprise par rapport à au moins un autre élément qui ne répond pas à l'anticipation, que ce soit dans le contenant ou le contenu.

4. Bissociation, incongruité et surprise

Arthur Koestler, un journaliste considéré par certains comme un philosophe, a écrit sur l'humour et l'acte de la création humoristique en parlant de bissociation. Lorsque Koestler introduit l'idée de bissociation, c'est en parlant de la créativité de façon générale. Il utilise l'humour pour expliquer la bissociation puisqu'elle est une base essentielle à cette dernière : « C'est le choc brusque entre deux codes qui s'excluent mutuellement (ou entre deux contextes [...]) qui produit l'effet comique. Il nous oblige à percevoir la situation simultanément dans deux cadres de référence autonomes et incompatibles¹⁶ ». Du même coup, la bissociation de Koestler introduit l'idée d'une rupture de déterminisme, d'une association incompatible de deux schémas mentaux distincts qui existent en parallèle. L'humoriste joue donc sur deux plans de la pensée en même temps. Il amorce son histoire du point A et donne l'impression de se rendre au point B, mais à la dernière minute, bifurque vers le point C.

C'est aussi, à mon avis, une continuité de l'idée d'Husserl sur l'origine de la négation : « The original constitution of an object of perception is realized in intentions (in the case of external perception, in apperceptive apprehensions) which, in the conformity with their essence, can always undergo a modification by the disappointment of protentional anticipations of belief. This modification takes place in unity with the superposition, occurring essentially in such case, of intentions directed against one another¹⁸ ». Cette idée de superposition entre ce qui est attendu et ce qui dévie de la conformité s'inscrit aussi dans l'idée de l'incongruité de Carroll et de rupture de déterminisme de Koestler.

Koestler propose 3 dimensions essentielles pour que l'humour puisse produire l'effet escompté : l'originalité, l'insistance et l'économie. « Les mérites de l'originalité sont évidents : c'est elle qui provoque l'effet de surprise et bouleverse les prévisions¹⁹ ». Cette première dimension propose l'idée selon laquelle la surprise est nécessaire, qu'il faut donc être original pour surprendre et proposer quelque chose de nouveau, inattendu. Quant à l'insistance, Koestler parle d'une « couleur locale », d'être collé sur la réalité des gens, de comprendre qui ils sont, leurs habitudes. Nous pourrions voir dans cette insistance la capacité de l'humoriste à identifier les schémas mentaux de l'auditoire, les normes qui semblent régir la façon de vivre ou de penser des personnes présentes dans la salle. Au-delà de les connaître, il faut les utiliser adéquatement dans les blagues et le faire avec originalité. Finalement, l'économie englobe l'idée de suggérer plutôt que d'expliquer. L'économie peut aussi servir la surprise. Lorsque nous laissons croire que nous partons de A pour aller à B, il faut directement nous rendre à C, lors de la chute de la blague, pour surprendre, sans expliquer le chemin. C'est l'individu lui-même qui fera le chemin dans son esprit et qui verra que C n'est pas B et que la coexistence de C et B est surprenante.

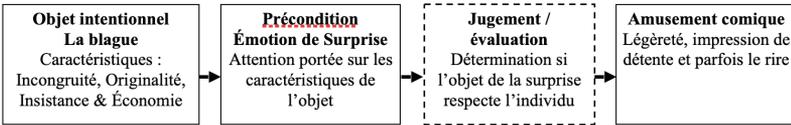
L'intérêt de la théorie de Koestler repose sur plusieurs dimensions : d'abord, la bissociation s'inscrit dans l'idée de l'incongruité, il propose une vision qui inclut la surprise comme une dimension essentielle et, finalement, les 3 dimensions qu'il

présente sont intrinsèques à l'objet et non dépendantes de l'état mental ou du jugement de l'individu qui entend ou lit la blague. Est-ce que la proposition de Koestler permet de justifier à elle seule les propriétés de ce qui est amusant? Sans doute que non et ce n'est pas l'objectif de cet essai, mais elle propose certainement un nouveau regard pour réfléchir à l'amusement comique en contexte d'humour. Ce qu'apporte Koestler est surtout un lien fort avec l'incongruité, l'addition de la surprise comme condition et ces deux éléments permettent de justifier et de comprendre l'effet périssable de l'amusement comique.

5. L'incongruité et le germe de la surprise

Avec toutes les explications précédentes, il est possible de se demander pourquoi Carroll exclut la surprise comme élément essentiel. Comme je l'ai mentionné précédemment, son refus semble porter sur une confusion entre le contenant et le contenu. Cela dit, ce qui frappe davantage, c'est le fait que Carroll appuie fortement sur la notion d'incongruité, élément fondamental de l'amusement comique et objet principal de l'émotion. Quand on y regarde de plus près, dans la définition de l'incongruité que donne Carroll semble se trouver le germe de la surprise. Tous les ingrédients sont réunis : une norme attendue, une anticipation déçue, un élément différent de notre façon de penser le monde tel qu'il est ou devrait être. Il ne me semble pas utile d'en ajouter davantage pour démontrer que surprise et incongruité sont de proches parents. S'ils sont proches parents, il s'agit tout de même de deux choses distinctes qui sont liées dans une chaîne phénoménologique. L'incongruité semble être une série de caractéristiques qui décrivent l'objet, comme l'originalité, l'insistance ou l'économie de Koestler. C'est propre à l'objet, c'est sa façon d'être organisé. La surprise, quant à elle, est l'émotion qui surgit quand l'individu est face à l'incongruité et aux caractéristiques spécifiques de l'objet. La surprise met donc au jour et donne de l'importance à ces caractéristiques de l'objet, à l'incongruité, et fait réaliser à l'individu qu'il a été déjoué dans ses attentes. La surprise est ce court moment où l'individu accepte

et reconnaît qu’il ne savait pas et qu’il sait maintenant. Pour que la surprise puisse devenir amusement comique, le critère de Carroll autour de la non-menace devient pertinent. S’il y a menace, il est difficile pour l’individu de ressentir de la légèreté, un relâchement ou une détente. Cette surprise semble donc passer à travers un *filtre* de jugement qui peut s’accorder ou non à certaines valeurs de l’individu. Dans ce cas-ci, la non-menace pourrait entrer dans cette catégorie des éléments évalués par l’individu, de façon très rapide, pour permettre le passage à l’amusement comique ou non. Grossièrement, la séquence phénoménologique pourrait ressembler à ceci :



L'étape du jugement et de l'évaluation a volontairement été mise en pointillés. Cette étape semble être en lien avec la vision de Carroll et même être en lien avec l'aspect *fitting* de ce qui est amusant, mais la question de savoir si cette étape est essentielle dans la chaîne phénoménologique de l'amusement est une autre question en soi. Ce n'est pas l'objet de ce présent essai qui s'attarde uniquement à l'objet et à l'effet périssable. Cependant, une analyse plus approfondie de la notion de jugement ou de l'évaluation de la valeur de l'objet comique pourrait peut-être aussi contribuer à identifier des critères ou des circonstances où un individu modifie son jugement sur une même blague dans le temps et, donc, génère une émotion différente ou atténuée. Même sans avoir la réponse à cette question, la surprise semble suffisante pour justifier l'effet transitoire de l'émotion.

La séquence ci-haut induit une idée importante : si la précondition, l'émotion de surprise, est retirée de l'équation, donc que les caractéristiques de l'objet ne génèrent plus de surprise, la chaîne est fragilisée et les chances de voir de l'amusement comique se générer une dixième fois pour le même objet intentionnel sont

faibles. Ce n'est pas nécessairement impossible, surtout si l'objet change légèrement, comme dans le cas des exceptions proposées plus haut (l'amusement d'un groupe qui devient l'objet ou la mémoire circonstancielle de l'émotion passée). La surprise n'est pas une étape de l'expérience de l'amusement qui peut être retirée de l'équation.

Conclusion

Dans cette réflexion, je crois avoir pu démontrer que l'amusement comique, comme défini par Noël Carroll, a toutes les apparences d'être une émotion à part entière malgré les objections quant aux croyances, aux désirs et à la motivation. D'autre part, la théorie mise de l'avant par Carroll autour de l'incongruité semble être porteuse du germe de la surprise, et ce, même si ce dernier ne croit pas que ce soit un élément nécessaire. Arthur Koestler pose un regard différent, mais tout à fait aligné avec l'incongruité, dans lequel la surprise devient une condition essentielle ou une *background condition* pour que l'amusement comique puisse se produire.

Évidemment, plusieurs questions restent en suspens, des éléments qui mériteront un approfondissement ultérieur, qui ne concernaient pas le sujet fondamental de cette réflexion sur l'émotion d'amusement et son effet transitoire. Par exemple, les caractéristiques intrinsèques à l'objet que nous avons proposées suffisent-elles à générer de la surprise et, par extension, de l'amusement comique? Quels jugements de valeur doivent nécessairement être faits et *respectés* par l'individu pour qu'il y ait amusement comique? Ces mêmes jugements sont-ils réellement nécessaires, y a-t-il un chemin direct sans passer par une forme d'évaluation? Je pense particulièrement à des situations où un individu A entend une blague, se met à rire et rapidement, se sent mal d'avoir ri, car il réalise que la blague était cruelle en fonction de son propre système de valeurs. Peut-être que cette situation nous dévoile, indirectement, l'importance réelle qu'accorde l'individu A par rapport à certaines valeurs. Une différence démontrée par

l'expression de l'émotion d'amusement entre ce que l'individu se dit qu'il serait bon de penser aux regards des autres et ce qu'il pense réellement sans considération du regard des autres. Quoiqu'il en soit, je me propose d'explorer, dans mes recherches futures, ces questions autour de l'amusement comique et ses conditions d'existence dans le cadre du phénomène de l'humour. Cela me permettra, je le crois, de démontrer que le travail d'humoriste ou d'auteur humoristique est beaucoup plus complexe qu'il n'y paraît, qu'il requiert un effort de créativité constant et une connaissance suffisante de son auditoire, de leurs schémas mentaux, des normes qui régissent leurs pensées.

Un homme roule à travers la campagne quand soudain sa voiture tombe en panne. Il marche pendant plusieurs kilomètres jusqu'à une ferme et demande au fermier s'il dispose chez lui d'un endroit où il pourrait passer la nuit. « Bien sûr », dit le fermier, « ma femme est morte il y a plusieurs années, mes deux filles sont à l'université, et je suis tout seul, donc j'ai des tas de chambres à vous proposer ».

En entendant cela, l'homme tourne les talons et reprend la route en direction du village.

Le fermier le rattrape : « Vous n'avez pas entendu ce que j'ai dit ? J'ai des tas de chambres ».

« Je vous ai bien entendu », répond l'homme, « mais je crois que je me suis trompé de blague²⁰ ».

-
1. Thomas Cathcart et Daniel Klein, *Platon et son ornithorynque entrent dans un bar – la philosophie expliquée par les blagues [sans blague ?]*. Paris, Seuil, 2008, p. 112.
 2. Noël Carroll, « Comic Amusement, Emotion, and Cognition » dans John Deigh (dir.), *On Emotions : Philosophical Essays*, Oxford, Oxford University Press, 2013, p. 80.
 3. *Ibid.* p. 80.
 4. Edmund Husserl, *Experience and Judgment – Investigations in a Genealogy of Logic*, Evanston, Northwestern University Press, 1973, p. 88.
 5. Noël Carroll, *op. cit.*, p. 77.

6. Noël Carroll, *Humour - A Very Short Introduction*, Oxford, Oxford University Press, 2014, p. 55-58.
7. John Morreall, «Is Humorous Amusement an Emotion?», dans *Israeli Journal for Humor Research*, vol. 4, n° 2, (2015), p. 6-11.
8. Noël Carroll, «Comic Amusement, Emotion, and Cognition», *op. cit.*, p. 89.
9. Fabrice Teroni, «Emotions and Formal Objects» dans *Dialectica*, vol. 61, n° 3, (2007), p. 399.
10. Noël Carroll, *Humour - A Very Short Introduction*, *op. cit.*, p. 37.
11. Henri Bergson, *Le rire (essai sur la signification du comique)*, Paris, Presses Universitaires de France, 1999, p. 4-5
12. Oded Na'aman, «The Rationality of Emotional Change: Toward a Process View» dans *Nous*, (2019) p. 12-13
13. EKMAN, Paul, *Emotions Revealed – Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life*, New York, St. Martin's Press, 2003, p. 148.
14. *Ibid.*, p. 149.
15. Noël Carroll, *op. cit.*, p. 17.
16. Arthur Koestler, *Janus*, Paris, Calmann-Lévy, 1994, p. 122.
17. Noël Carroll, «Comic Amusement, Emotion, and Cognition», *op. cit.*, p. 80.
18. Edmund Husserl, *op. cit.*, p. 91.
19. Arthur Koestler, *op. cit.*, p. 135.
20. Thomas Cathcart et Daniel Klein, *op. cit.*, p. 235-236.