

« Les organisations face à la dérision »

Nicole Denoit, Université de Tours, MICA EA 4426
Valérie Carayol Université de Bordeaux, MICA EA 4426

L'entreprise moquée plutôt que contredite frontalement sera ici le sujet de notre analyse. C'est en effet le mode de la dérision, de l'ironie que nous observerons comme stratégies de déconstruction de l'image, du discours, de l'action de l'entreprise.

C'est par le rire que nous aborderons la question de la contradiction opposée à l'entreprise communicante, le rire qui suscite la connivence et la complicité, permet d'abandonner le modèle argumentatif, persuasif classique au profit de l'humour, du second degré.

Caricatures et dessins d'humour dans la presse, sketches des humoristes dans l'espace public, grands succès de librairie de textes écrits sur le mode caricatural par des salariés d'entreprise, mouvements antipubs qui parodient les campagnes officielles, « entreprises critiques » portées par des artistes entrepreneurs qui portent un regard critique sur les phénomènes économiques, les problématiques de la société, tout en revendiquant un rapport ironique au monde seront nos terrains d'étude.

Nous aborderons la dérision en tant que « redoutable instrument de jugement social, de défoulement et d'agression mais aussi d'innovation car en contestant on s'affirme et on s'oppose à des codes existants pour en proposer d'autres ».

Mais l'intérêt d'une question comme celle de la dérision tient aussi à l'ambiguïté de ses effets. Ainsi « quand la dérision se fait catharsis elle peut être appréciée comme une respiration nécessaire à l'intérieur des cadres sociaux pour mieux les renforcer ». L'entreprise n'introduit-elle pas elle-même des formes d'autodérision sous la forme du théâtre d'entreprise ou de l'humour publicitaire qui serviraient à voiler ses stratégies ?

Ainsi, tourner en dérision l'entreprise serait une stratégie plus ambiguë dans ses effets recherchés que la contradiction franche et argumentée.

Si, selon Gilles Lipovetsky, l'humour est facticement devenu « un impératif social généralisé », moyen d'introduire une antidote au vide, à l'ennui que traversent nos sociétés, faut-il penser la profusion des formes parodiques de l'entreprise comme un seul exutoire à notre société qui peine à proposer un modèle d'opposition politique réel. Ces formes de dérision démultipliées seraient-elles un substitut à une critique constructive de l'opposition qui déboucherait sur un véritable programme d'action efficace ?