

études françaises

DANIELA DINCĂ ALICE IONESCU
CAMELIA MANOLESCU VALENTINA RĂDULESCU
CRISTIANA-NICOLA TEODORESCU
Éds.

STÉRÉOTYPES ET CLICHÉS

Éds.

Daniela DINCĂ

Camelia MANOLESCU

Cristiana-Nicola TEODORESCU

Alice IONESCU

Valentina RĂDULESCU

Éds.

Daniela DINCĂ
Camelia MANOLESCU
Cristiana-Nicola TEODORESCU

Alice IONESCU
Valentina RĂDULESCU

STÉRÉOTYPES ET CLICHÉS

**Actes du Colloque international
de l'Université de Craiova
(28-29 septembre 2021)**



EDITURA UNIVERSITARIA
Craiova, 2022

Copyright © 2022 Editura Universitaria
Toate drepturile sunt rezervate Editurii Universitaria

ISBN 978-606-14-1836-7

Volumul a fost finanțat cu sprijinul Școlii Doctorale ALEXANDRU PIRU,
Universitatea din Craiova.

© 2022 by Editura Universitaria

Această carte este protejată prin copyright. Reproducerea integrală sau parțială, multiplicarea prin orice mijloace și sub orice formă, cum ar fi xeroxarea, scanarea, transpunerea în format electronic sau audio, punerea la dispoziția publică, inclusiv prin internet sau prin rețelele de calculatoare, stocarea permanentă sau temporară pe dispozitive sau sisteme cu posibilitatea recuperării informațiilor, cu scop comercial sau gratuit, precum și alte fapte similare săvârșite fără permisiunea scrisă a deținătorului copyrightului reprezintă o încălcare a legislației cu privire la protecția proprietății intelectuale și se pedepsesc penal și/sau civil în conformitate cu legile în vigoare.

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS9

PREMIERE PARTIE

Stéréotypes et clichés en langue et en discours

Maria Isabel GONZÁLEZ-REY

UN NOUVEAU TYPE DE PRAGMATÈMES : LES MOTS-DIÈSE (OU HASHTAGS)17

Liliana ALIC

LES ADJECTIFS DANS LES PHRASÈMES. APPROCHE CONTRASTIVE DE LA CONSTRUCTION DU SENS EN FRANÇAIS ET EN ROUMAIN....33

Ouafa BENJAAFAR

LE PROVERBE À IMAGES STÉRÉOTYPÉES : ENJEUX ET LIMITES DE TRANSMISSION45

Ionela Matilda BREAZU, Cecilia Mihaela POPESCU

LE RÔLE DE LA PRÉPOSITION DANS LA CONSTRUCTION DES CLICHÉS LINGUISTIQUES EN ROUMAIN.....59

Adriana COSTĂCHESCU

ÉVOQUER LES STÉRÉOTYPES : LE MD DES SAVOIRS PARTAGÉS, ANGL. *YOU KNOW* ET SES ÉQUIVALENTS ROMANS74

Liri CHAPELAN

LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES D'INFORMATION : VARIATIONS HÉTÉROTYPIQUES DU STÉRÉOTYPE92

Jan GOES

STÉRÉOTYPES DE PENSÉE ET STÉRÉOTYPES LINGUISTIQUES DANS *LES RACES HUMAINES* : LE CAS DES ADJECTIFS.....101

Alice IONESCU

LES PARÉMIES DANS L'ŒUVRE DE ION CREANGĂ – MIROIR DE L'ETHOS POPULAIRE ROUMAIN.....112

Stéphane KALUDI N'DONDJI, Diane LUFUNDA MATEDI

LES ÉLÉMENTS À CHARGE CULTURELLE PARTAGÉE DANS LES DISCOURS PUBLICITAIRES CONGOLAIS: ARGUMENTS PÉREMPTOIRES, CLICHÉS ET STÉRÉOTYPES.....128

| | |
|---|------------|
| Mihaela LUPU LE DÉFIGEMENT DE TYPE SUBSTITUTIF, CHAMPION EN TITRE (... DE PRESSE)..... | 139 |
| Yassia MANDÉ COMPORTEMENT MORPHOSYNTAXIQUE ET LEXICAL DES EXPRESSIONS FIGÉES FRANÇAISES DANS LA PRESSE ÉCRITE BURKINABÉ..... | 149 |
| Marinela PETROVA LE MIROIR DE L'UNIVERS À TRAVERS DES EXPRESSIONS TRADITIONNELLES EN FRANÇAIS..... | 160 |
| Anda RĂDULESCU LE PROVERBE COMME STÉRÉOTYPE DOXAL..... | 170 |
| Zakia RMIDA L'ASIATIQUE, SOURCE DE PROPAGATION DE CORONAVIRUS ?.... | 188 |
| Vanessa SAINT-MARTIN LE DÉFIGEMENT DANS LA DRAMATURGIE GROTESQUE DE L'ESPERPENTO VALLEINCLANIEN..... | 198 |
| Yoshiko SUTO LA FABRIQUE DE STÉRÉOTYPES SUR LE CINÉMA JAPONAIS, AFFICHES ET DÉPLACEMENT NOTIONNEL..... | 209 |
| Omer TAKAM LA STÉRÉOTYPATION DE LA FEMME DANS LA CROIX DU SUD DE JOSEPH NGOUÉ..... | 220 |
| Cristiana-Nicola TEODORESCU, Anca Gabriela NICOLAE (MIC) L'OPACITÉ DES TERMES GASTRONOMIQUES « POIRE » ET « POMME » DANS LES EXPRESSIONS FIGÉES..... | 235 |

DEUXIEME PARTIE

Stéréotypes et clichés en littérature

| | |
|---|------------|
| Mihaela CHAPELAN LES STÉRÉOTYPES DE L'EXOTISME TAHITIEN..... | 257 |
|---|------------|

Catherine CHUDZIA
DU RÔLE JOUÉ PAR LES STÉRÉOTYPES SUR L'ÉCHIQUIER DE LA LITTÉRATURE DE JEUNESSE267

Samira ETOUIL
STÉRÉOTYPES ET CLICHÉS DANS LE RÉCIT DE VOYAGE AU MAROC DE PIERRE LOTI ET MARRAKECH OU LES SEIGNEURS DE L'ATLAS DES FRÈRES THARAUD276

Abdelouahed HAJJI
ABDELFATTAH KILITO : LE DISCOURS STÉRÉOTYPIQUE ET LA RÉINTERPRÉTATION DE L'HÉRITAGE ARABE CLASSIQUE285

Agatino LO CASTRO
LE REGARD DE L'AUTRE : STÉRÉOTYPE(S) ET IDENTITÉ296

Ahlem MAMACHE
L'ENFANT NOIR : REPRÉSENTATIONS, STÉRÉOTYPES ET EXOTISME DANS L'ENFANT DU PEUPLE ANCIEN D'ANOUAR BENMALEK.....304

Camelia MANOLESCU
LE CLICHÉ FLAUBERTIEN DANS LA LÉGENDE DE SAINT JULIEN L'HOSPITALIER.....315

Nana Toumeni Julior MERLIN
LES CROYANCES DANS LA LITTÉRATURE AFRICAINE : ENTRE STÉRÉOTYPES ET PRÉJUGÉS. LE CAS DE LES TRIBUS DE CAPITOLINE 330

TROISIÈME PARTIE

Didactique et Traduction des stéréotypes et des clichés

Jean-Louis DUFAYS
TRAVAILLER LES STÉRÉOTYPES ET LES CLICHÉS, UN ENJEU CLÉ POUR LA LITTÉRATURE ET POUR LA CLASSE DE FRANÇAIS345

Naoufal El BAKALI
QUESTIONS DIDACTIQUES ET PHRASÉOLOGIQUES DU DISCOURS JURIDIQUE.....359

Dhurata HOXHA
FORMER LES FUTURS ENSEIGNANTS DE FLE À RÉEXPLOITER ET DÉPASSER LES REPRÉSENTATIONS STÉRÉOTYPÉES.....367

Enjung KIM, Aïssa MESSAOUDI
POUR LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES PHRASÉOLOGIQUES
DES APPRENANTS CORÉENS DU FRANÇAIS375

Maria KONTOZOGLOU
STÉRÉOTYPES ET CLICHÉS DU DISCOURS PUBLICITAIRE DES
COSMÉTIQUES DANS LA DÉMARCHE DU FRANÇAIS SUR OBJECTIF
SPÉCIFIQUE (FOS) POUR LES PROFESSIONNELS DE BEAUTÉ.....392

Carmen-Ecaterina CIOBĂCĂ
TRADUIRE LES STÉRÉOTYPES TERMINOLOGIQUES ET DISCURSIFS
DES CONTRATS DU DROIT ANGLO-SAXON : QUELLE APPROCHE ?..403

Mirela-Cristina POP
STRUCTURES PHRASÉOLOGIQUES RÉCURRENTES DANS LES
TEXTES ÉCONOMIQUES FRANÇAIS : REPÈRES POUR LA
TRADUCTION EN ROUMAIN425

AVANT-PROPOS

L'École Doctorale "Alexandru Piru", le Laboratoire *STUDI-TRANS* et le Département de langues romanes et classiques de l'Université de Craiova ont organisé, du 28 au 29 septembre 2021, le Colloque international *Stéréotypes et clichés* consacré à deux notions de grande actualité qui ont engendré de nombreuses études dans divers domaines et sous-domaines : anthropologie, linguistique, littérature, sémiologie, sociolinguistique, didactique des langues ou traduction spécialisée. L'architecture de cet ouvrage respecte les trois Axes du colloque : 1. *Stéréotypes et clichés en langue et en discours* ; 2. *Stéréotypes et clichés en littérature* ; 3. *Didactique et Traduction des stéréotypes et des clichés*.

La première partie *Stéréotypes et clichés en langue et en discours* regroupe des articles autour des sujets suivants : stéréotypes linguistiques et figement, stéréotypes lexicaux, le proverbe – forme de stéréotype culturel, expressivité des structures stéréotypées, clichés et prototypes, clichés intensifs et clichés métaphoriques.

La conférence plénière de **Maria Isabel González-Rey** a mis en exergue de nouvelles formes de manifestation des stéréotypes et des clichés dans la communication actuelle, comme c'est le cas des mots-dièses ou *hashtags*. En effet, l'article *Les nouveaux pragmatèmes sociaux : Les mots-dièse (hashtag)* réussit à nous convaincre que les mots-dièses ou *hashtags* sont « les nouvelles unités phraséologiques de la phraséologie d'aujourd'hui », malgré le paradoxe qu'ils enferment : même s'ils sont à la mode dans les réseaux sociaux et dans la vie réelle, étant considérés comme un pragmatème avec un aspect conversationnel et comportemental, ils sont utilisés pour « combattre les stéréotypes culturels négatifs et les préjugés ».

Les **proverbes** occupent une place de choix dans l'analyse des structures phraséologiques d'une langue-culture. Trois contributions soulignent leur importance pour la pérennité et le rajeunissement de la doxa, font leur analyse dans la perspective de la transmission des stéréotypes et des préjugés qui influencent le comportement des personnes dans le monde arabo-marocain ou les considère comme un véritable recueil de clichés caractéristiques de l'univers rural roumain du XIX^e siècle. Partant de la prémisse que le proverbe est un « élément important du patrimoine immatériel d'une communauté, dépositaire de la sagesse ancestrale », **Anda Rădulescu** (*Le proverbe comme stéréotype doxal*) fait une analyse poussée du sens phrastique compositionnel et du sens formulaire conventionnel du proverbe passant de l'analyse du sens littéral au sens métaphorique des proverbes, ce qui lui permet de prouver que la doxa est à la fois « pérennisée dans le proverbe » et « ravivée par le proverbe ». Dans le monde arabo-marocain, **Ouafa Benjaafar** (*Le proverbe à images stéréotypées : enjeux et limites de transmission*) analyse les stéréotypes, la stigmatisation et les préjugés véhiculés par les proverbes qui peuvent s'adapter non seulement aux changements culturels, mais aussi à tout changement langagier sous toutes ses formes de manifestation (lexique, morphologie et syntaxe).

L'article d'**Alice Ionescu** (*Les parémies dans l'œuvre de Ion Creangă – miroir de l'ethos populaire roumain*) dresse l'inventaire complet et propose le classement thématique des énoncés sentencieux présents dans l'œuvre de l'écrivain roumain classique Ion Creangă, qui mettent en évidence des éléments de psychologie populaire significatifs pour la communauté du village moldave du XIX^e siècle.

Dans *La stéréotypation de la femme dans La Croix du Sud de Joseph Ngoué*, **Omer Takam** analyse les modalités de stéréotypation du féminin à travers la mise en relation de divers positionnements discursifs présents dans le roman, qui s'inscrivent dans un cadre social déterminé. L'originalité de l'analyse réside dans le fait que l'étude « s'inscrit non dans une préconception de l'être ni dans la relation biunivoque du signe et de sa référence, mais dans une vue phénoménologique et factuelle inspirée de la praxis », comme le souligne son auteur.

Deux contributions prennent comme point de départ les adjectifs qualificatifs pour souligner leur rôle dans les stéréotypes et les clichés portant sur les aspects civilisationnels de deux espaces culturels reliés depuis de très longue date : français et roumain. **Jan Goes** (*Les clichés métaphoriques et les clichés intensifs dans Les races humaines* (Paris, Hachette, s.d., vers 1900) analyse l'emploi des adjectifs utilisés pour exprimer les deux facettes de la doxa dans la création de stéréotypes de pensée dans *Les races humaines* (1910) pour mettre en évidence les aspects civilisationnels des Français et les aspects extérieurs (morphologie, habitat) des Roumains. Un autre aspect pris en considération est le figement des syntagmes *nom + adjectif* qui sont classifiés en plusieurs catégories : expressions libres (*race musclée*), collocations non lexicalisées (*nez écrasé, nez épaté, yeux noirs, activité fiévreuse*) et figements (*péril jaune, sauvage comme...*). Partant de l'hypothèse que les adjectifs objectifs manifestent une capacité combinatoire plus grande que les adjectifs subjectifs, **Liliana Alic** (*Les adjectifs dans les phrasèmes. Approche contrastive de la construction du sens en français et en roumain*) nous offre une analyse contrastive des adjectifs de couleur du point de vue de leur capacité de combinaison dans les locutions et les collocations nominales, pour souligner la relation entre *stéréotypes de langue* et *stéréotypes de pensée* dans les deux langues cultures.

Les expressions françaises comparatives formées autour des noms de pays, de nationalités, de villes ou de monuments sont analysées par **Marinela Petrova** (*Le miroir de l'univers à travers les expressions traditionnelles en français*) comme des modèles mentaux d'une communauté où le sens figuré a une valeur expressive, émotionnelle, l'élément touristique étant partiellement ou entièrement désémantisé. La désémantisation contextuelle des expressions figées constitue aussi le propos de la contribution de **Cristiana-Nicola Teodorescu** et **Anca Gabriela Nicolae** (*L'opacité des termes gastronomiques « poire » et « pomme » dans les expressions figées*) qui fait l'analyse du processus d'opacification des expressions figées avec les termes gastronomiques « poire » et « pomme » subissant la transformation suivante : ([+fruit] [+concret] → [processus de métaphorisation] → [processus de métonymisation]) avec l'ajout de sèmes concrétisant l'interprétation globale de l'expression. Suivant le modèle de Haquin (2016), les auteures arrivent à la conclusion que « le sens gastronomique des termes *poire* et *pomme* s'est effacé, pour

faire place à de nouveaux sens *de re* », ce qui veut dire que leur sens se définit dans l'usage, quand ils sont utilisés contextuellement.

Dans une perspective pragmatique contrastive mettant en parallèle les marqueurs discursifs (MD) dans quatre langues romanes (l'anglais, le français, l'italien et le roumain), **Adriana Costăchescu** (*Évoquer les stéréotypes : le MD des savoirs partagés angl. you know et ses équivalents romans*) met en évidence, d'une part, que les MD sont des phénomènes métalinguistiques ayant un fonctionnement quasi identique dans les langues analysées et, d'autre part, que la pragmatique « offre une panoplie de concepts et de méthodes de recherche » pour l'étude des phénomènes translinguistiques.

Les stéréotypes et les clichés sont également utilisés comme stratégie de l'argumentation publicitaire, alors que dans le discours de la presse le défigement des formules stéréotypes en devient une. **Mihaela Lupu** (*Le défigement de type substitutif, champion en titre (... de presse)*) s'attache à expliquer les effets discursifs créés par le défigement de type substitutif apparaissant dans les titres de presse français et francophones (expressions, formules parémiques, répliques célèbres, etc.) consultables en ligne (périodiques, télévisions, radios, etc.). Sur la même ligne, **Yassia Mandé** (*Comportement morphosyntaxique et lexical des expressions figées françaises dans la presse écrite burkinabé*) analyse les principaux procédés de défigement (la substitution phonétique, lexicale, syntaxique, par emprunt et les insertions de morphèmes étrangers à l'intérieur de l'expression figée d'origine) qui conduisent vers la construction de sens dénotatifs, connotatifs et contextuels permettant au journaliste d'exprimer de façon plus expressive sa position par rapport à l'actualité sociopolitique du pays.

Le défigement est aussi analysé dans les structures utilisées dans la conversation courante. Dans ce sens, se proposant de mettre en évidence le rôle de la préposition à l'intérieur des formules de politesse (le salut, le remerciement, le souhait ou les structures lexicales figées pour achever des messages écrits), **Ionela Matilda Breazu** et **Cecilia Mihaela Popescu** (*Le rôle de la « préposition » dans la construction des clichés linguistiques en roumain*) soulignent que la préposition est définie soit contextuellement, soit elle est désémantisée complètement dans le cas des (quasi) locutions prépositionnelles. S'y enchaîne aussi l'article de **Stéphane Kaludi Ndongji** et **Diane Lufunda Matedi** (*Les éléments à charge culturelle partagée dans les discours publicitaires congolais : arguments péremptoires, clichés et stéréotypes*) qui analyse, dans le discours publicitaire congolais, les clichés et les stéréotypes comme une « sorte de commémoration » ou comme un « regard nostalgique ». À son tour, **Vanessa Saint-Martin** focalise sa recherche sur *Le défigement dans la dramaturgie grotesque de l'esperpento valleinclanien*. Les dialogues de *Lucas de bohemia*, pièce qui instaure l'esthétique subversive et grotesque de l'*esperpento* et qui s'attaque aux stéréotypes du théâtre dominant au début du XX^e siècle en Espagne, constituent le corpus analysé par l'auteure. La démarche analytique surprend les modalités de détournement des expressions figées dans les conversations entre les personnages, ainsi que les effets et les enjeux du défigement dans le dispositif dialogique novateur proposé par Valle-Inclán.

Pour ce qui est de la propagation des stéréotypes dans la presse ou dans l'art cinématographique, deux articles mettent en évidence leur capacité de créer l'image d'un miroir déformant une réalité donnée. Il s'agit de l'article de **Zakia Rmida** (*L'Asiatique, source de propagation du coronavirus*) qui démontre le fait que les stéréotypes constituent un réservoir d'idées et de conceptions qui nourrissent et s'alimentent des débats d'actualité illustrant le besoin humain de puiser dans des moules des préconceptions, comme c'est le cas de l'image de l'Asiatique en tant que source de propagation du coronavirus. Le rôle des *éléments graphiques d'information* en tant que stéréotypes dans l'art cinématographique apparaît dans l'article de **Liri Chapelan** (*Les éléments graphiques d'information : variations hétérotypiques du stéréotype*) qui traite du cas spécifique de l'utilisation de ces images stéréotypées au cinéma dans deux cas de figure : d'abord, celui de la critique de ce langage à l'aide du langage lui-même, illustrée par le court-métrage *Aufstellung* du cinéaste Harun Farocki, et celui de l'animation minimaliste de Don Hertzfeldt. L'article de **Yoshiko Suto** est consacré à *La fabrique de stéréotypes sur le cinéma japonais, affiches et déplacement notionnel*. Les centres d'intérêt de la réflexion sont représentés par les différents niveaux de stéréotypes auxquels renvoient les affiches japonaises et américaines, l'analyse des raisons de la construction de stéréotypes culturels, de même que l'analyse de la manière dont des supports de diffusions et des discours théoriques peuvent créer des stéréotypes.

Les articles réunis dans la deuxième partie intitulée ***Stéréotypes et clichés en littérature*** proposent des éclairages variés sur le fonctionnement des stéréotypes et des clichés dans des œuvres provenant de diverses aires francophones. La variété des corpus étudiés et la complexité des approches soulignent la fréquence du stéréotype et la persistance du phénomène de stéréotypisation.

Dans *Les stéréotypes de l'exotisme tahitien*, **Mihaela Chapelan**, se plaçant dans la perspective critique des études postcoloniales, développe sa réflexion autour de la relation entre les deux concepts fondamentaux annoncés dans le titre : *exotisme* et *stéréotype*, qui interfèrent également avec ceux d'*identité*, *altérité*, *diversité*. L'analyse se concentre sur les sources culturelles de l'exotisme tahitien et sur les marqueurs de son image stéréotypée, ancrée dans l'imaginaire occidental. **Catherine Chudzia** (*Du rôle joué par les stéréotypes sur l'échiquier de la littérature de jeunesse*) privilégie une acception particulière des stéréotypes, envisagés comme « des universaux du langage métamorphiques qui se transforment à travers les siècles et les époques ». Ayant comme support des œuvres très connues de la littérature de jeunesse, l'auteure analyse le rôle essentiel des stéréotypes dans la construction de l'identité personnelle et collective, dans la communication au sein d'une collectivité, dans l'ordonnancement et la référentialisation de « notre champ mental, cognitif et affectif ». La réflexion porte également sur la relation stéréotype – contre-stéréotype, ainsi que sur l'importance de l'utilisation du stéréotype comme instrument didactique, comme stratégie rhétorique permettant de transmettre des messages positifs.

L'étude de **Samira Étouil** (*Stéréotypes et clichés dans le récit de voyage Au Maroc de Pierre Loti et Marrakech ou les seigneurs de l'Atlas des frères Tharaud*) se focalise sur le fonctionnement des stéréotypes dans les deux récits de voyage,

définissant le phénomène de la stéréotypie en relation avec le concept d'*écart*, auquel sont associés les stéréotypes de l'hermétisme, de la réclusion, de l'exotisme et de la légende. L'article d'**Abdelouahed Hajji** (*Abdelfattah Kilito : le discours stéréotypique et la réinterprétation de l'héritage arabe classique*) étudie la manière dont l'écrivain marocain réussit à déconstruire l'image stéréotypée conformément à laquelle la littérature arabe classique « n'est pas importante en soi *puisque'elle est régénérée grâce à l'épreuve de l'étranger* » et à démonter le stéréotype de l'infécondité, de l'infériorité de la littérature arabe classique, en rompant de la sorte avec la tutelle culturelle colonialiste.

Agatino Lo Castro (*Le regard de l'autre : stéréotype(s) et identité*) se propose d'analyser la construction du stéréotype d'identité au regard de l'Autre du personnage principal du roman *Bleu Blanc Rouge* d'Alain Mabanckou. Le rapport avec l'Autre s'instaure dans un déséquilibre culturel qui empêche la rencontre transculturelle. En s'appuyant sur les travaux de Ruth Amossy sur les stéréotypes et les clichés et sur des études d'imagologie littéraire et culturelle, **Ahlem Mamache**, dans *L'enfant noir : représentations, stéréotypes et exotisme dans L'enfant du peuple ancien d'Anouar Benmalek*, analyse la manière dont l'écrivain franco-algérien exploite des stéréotypes raciaux et culturels pour construire l'image stigmatisée, stéréotypée, de l'enfant noir d'origine aborigène, du point de vue des Blancs. Dans l'article *Le cliché flaubertien dans La légende de Saint Julien L'Hospitalier*, **Camelia Manolescu** se penche, dans un premier temps, sur la relation cliché – stéréotype, pour analyser ensuite, dans la perspective des théories évoquées, le cliché du nombre trois, envisagé comme étiquette du profane et des prédictions/malédiction, du péché et de la rédemption accordée par Jesus-Christ et comme effet de style à l'aide de la phrase ternaire flaubertienne. Enfin, **Nana Toumeni Julior Merlin** met en discussion *Les croyances dans la littérature africaine : entre stéréotypes et préjugés. Le cas de Les Tribus de Capitoline de P.-C. Ombété-Bella* partant des acquis de la théorie postcoloniale afin de montrer ses conséquences positives ou négatives pour l'individu ou pour la société camerounaise contemporaine.

Le volet didactique intitulé *Stéréotypes en classe de FLE* couvre la problématique des stéréotypes et des clichés dans la didactique du FLE, de même que les méthodes, les stratégies et les techniques mises en place pour la formation des compétences idiomatiques des apprenants de FLE, des professionnels de beauté ou des professionnels travaillant dans le domaine juridique.

Dans la conférence plénière *Travailler les stéréotypes et les clichés, un enjeu clé pour la littérature et pour la classe de français*, **Jean-Louis Dufays** met en exergue les fonctions didactiques fondamentales de la notion de *stéréotypie* par rapport à la littérature ou à l'apprentissage de la lecture et de l'écriture. Les lecteurs retiennent l'idée conclusive de son article qu'« enseigner une langue-culture ou la littérature, c'est toujours travailler à la fois *contre* les stéréotypes et *avec* eux ».

Restant dans le domaine des représentations stéréotypées dans les pratiques d'enseignement, l'article de **Hoxha Dhurata** (*Former les futurs enseignants de FLE à réexploiter et dépasser les représentations stéréotypées*) souligne leur rôle dans l'exercice du métier d'enseignant de FLE et fournit des

pistes pour les déconstruire et les réutiliser afin de faciliter et dynamiser l'enseignement du FLE en Albanie. Dans *Développement des compétences idiomatiques des apprenants coréens du français : le cas des phraséologismes du type « A + comme + B*, **Enjung Kim** et **Aïssa Messaoudi** mesurent la compétence phraséologique des apprenants coréens à travers un premier test autour des locutions idiomatiques comparatives (*verbe + comme + nom*).

Dans le domaine du FOS, l'article de **Maria Kontozoglou** (*Stéréotypes et clichés du discours publicitaire des cosmétiques dans la démarche du Français sur objectif spécifique (FOS) pour les professionnels de beauté*) analyse les stéréotypes et les clichés dans le discours spécialisé de la vente des cosmétiques (notices d'utilisation, articles de presse féminine et communiqués de presse des marques cosmétiques) afin d'élucider les figements dans la langue-culture française et la mesure dans laquelle ils se transfèrent dans une autre langue-culture.

La contribution de **Naoufal El Bakali** (*Questions didactiques et phraseologiques du discours juridique*) porte sur l'analyse de la structure phraséologique du discours juridique et, plus spécifiquement, sur la manière dont les enseignants de français au cycle supérieur, ayant comme objet d'étude l'analyse lexicale et syntaxique de l'énoncé juridique, abordent la phraséologie. Dans le même domaine, **Carmen-Ecaterina Ciobăcă** (*Traduire les stéréotypes terminologiques et discursifs des contrats du droit anglo-saxon : quelle approche ?*) fait une analyse des stratégies de traduction des stéréotypes terminologiques (expressions figées de nature lexicale et conceptuelle) et discursifs (tournures stéréotypes de nature stylistique) des contrats de la *Common law* : traduction littérale, quasi-littérale, exercices de réécriture stylistique, paraphrases ou explicitations. À son tour, **Mirela-Cristina Pop** propose un article suggérant, dès le titre, son objectif principal : *Structures phraséologiques récurrentes dans les textes économiques français : repères pour la traduction en roumain*. En fait, l'auteure se propose d'identifier et de classer les structures verbales lexémisant la *hausse*, la *baisse* et la *stabilité* du langage économique du domaine boursier afin de fournir des pistes possibles pour la traduction du français vers le roumain, soulignant l'importance de la phraséologie dans les langues de spécialité et surtout les enjeux de la traduction dans les textes économiques.

À la suite de cette incursion dans la thématique de ce volume, nous espérons vous donner l'envie de le feuilleter à la recherche des approches pluridisciplinaires qui mettent en exergue les nombreuses formes de manifestation des stéréotypes et des clichés dans les domaines de la linguistique, de la littérature, de même que dans la didactique des langues et la traduction des langues de spécialités.

PREMIÈRE PARTIE

***STÉRÉOTYPES ET CLICHÉS EN LANGUE
ET EN DISCOURS***

UN NOUVEAU TYPE DE PRAGMATÈMES : LES MOTS-DIÈSE (OU *HASHTAGS*)

Maria Isabel GONZÁLEZ-REY
Université de Santiago de Compostela, Espagne
misabel.gonzalez.rey@usc.es

Résumé

Les mots-dièses ou *hashtags* sont à la mode. Il s'en produit des milliers chaque jour sur les réseaux sociaux numériques (RSN), mais pas tous les mots-dièse survivent, seuls ceux qui sont associés à un thème à impact social. C'est le cas pour les campagnes contre le harcèlement sexuel, telles que le mouvement *#MeToo*, ou contre le racisme, avec *#BlackLivesMatter*. Leur forme figée et leur usage répété les transforment en un nouveau type d'unité phraséologique, à l'intérieur, notamment, du groupe des pragmatèmes (Vidak, 2016 ; Jackiewicz et Vidak, 2016 ; Alberdi Urquizu, 2018 ; Hernández Muñoz, 2019). C'est donc ce genre de formules que nous allons explorer dans cette étude sur les nouveaux pragmatèmes qui naissent dans les réseaux sociaux et passent à la vie réelle comme moteur de mobilisation.

Abstract

A NEW TYPE OF PRAGMATEMES: THE HASHTAGS

Hashtags are all the rage. Thousands of them are produced every day on digital social networks (DSNs) but not all hashtags survive, only those associated with a social impact theme. This is the case for campaigns against sexual harassment, such as the *#MeToo* movement, or against racism, with *#BlackLivesMatter*. Their fixed form and their repeated use turn them into a new type of phraseological unit, within, in particular, the group of pragmatic phrasemes or pragmatemes (Vidak, 2016; Jackiewicz et Vidak, 2016; Alberdi Urquizu, 2018; Hernández Muñoz, 2019). It is therefore this kind of formula that we will explore in this study on these new pragmatemes that are born in social networks and move to social movements, as a motor of mobilisation.

Mots-clés : *mot-dièse, stéréotype, unité phraséologique, pragmatème, réseau social numérique.*

Keywords: *hashtag, stereotype, phraseological unit, pragmateme, digital social network.*

1. Introduction

C'est arrivé le 7 janvier 2015, vers 11h30 : un attentat contre l'hebdomadaire satirique français *Charlie Hebdo* se produit, suite à une caricature du prophète Mahomet sur la couverture de son journal. Bilan de l'attaque : 12 morts. Le jour même, le mot-dièse *#JeSuisCharlie* est utilisé pour la première fois sur Twitter. Au plus fort de la soirée du jeudi 8 janvier, il est employé à près de 6 500 tweets par minute. Le lendemain, plus de 5 millions de tweets sont créés avec cette expression. Il est devenu, depuis, l'un des mots-dièse (ou *hashtags*) d'actualité les plus populaires de l'histoire de ce réseau social numérique (RSN).

Une semaine plus tard, une autre caricature est publiée dans le même hebdomadaire, dans un numéro tiré à 7 millions d'exemplaires en 6 langues¹. Le mot-dièse *#JeSuisCharlie* sort alors des réseaux sociaux et le directeur artistique français, Joachim Roncin, s'en sert pour créer le logo *Je suis Charlie*. Il est adopté par les partisans de la liberté d'expression et de la liberté de presse, et l'expression finit par entrer dans la langue comme le signe mondial de la solidarité contre les attaques de toutes sortes.

Cet événement nous sert à introduire le thème de cette étude centrée sur la manière dont les nouvelles formes de communication sociale sont capables de produire de nouveaux stéréotypes linguistiques sous la forme de mots-dièse et comment ces expressions se consolident dans le réel dans la lutte contre les préjugés et en faveur de causes communes. Le paradoxe qui semble s'établir entre leur forme stéréotypée et leur fonction comme mots d'ordre employés contre les stéréotypes culturels négatifs et les préjugés attire de plus en plus l'attention des spécialistes sur ces éléments lexicaux. Ainsi, en phraséologie, des phraséologues tels que Vidak (2016), Jackiewicz et Vidak (2016), Alberdi Urquizu (2018) ou encore Hernández Muñoz (2019) les considèrent comme des unités phraséologiques (UP) et les situent même dans le groupe des pragmatèmes.

En ce qui nous concerne, nous partageons cette idée et nous soutenons qu'il s'agit là d'un nouveau type de pragmatèmes à double nature, virtuelle et réelle, et à caractère hybride, conversationnels, d'une part, et comportementaux, d'autre part. Ceci nous permet de définir les mots-dièse comme des pragmatèmes sociaux selon une typologie des pragmatèmes établie par nos soins (González-Rey, 2021). Pour illustrer cette proposition de définition et de classification, nous présentons cette étude sur les mots-dièse d'abord dans leur milieu naturel, le virtuel, et ensuite dans leur passage à la langue à travers des exemples qui montrent comment et pourquoi ils peuvent être considérés comme des unités phraséologiques, notamment comme des pragmatèmes sociaux.

¹ Jusque-là, la moyenne était d'environ 60000 exemplaires par numéro pour le français seulement.

2. Les nouvelles générations d'internautes et les modes de communication

Les nouvelles générations de jeunes s'autodéfinissent comme des usagers digitaux, des internautes, et leur moyen de communication préféré est, sans le moindre doute, les réseaux sociaux. Cela dit, voyons d'abord quelles sont ces nouvelles générations, comment elles communiquent, et ensuite, quels sont les nouveaux stéréotypes linguistiques qui découlent de cette communication, avant de nous intéresser finalement à un type particulier : les mots-dièse.

La première chose à prendre en compte consiste dans le fait que la nouvelle forme prise par les stéréotypes linguistiques est essentiellement liée à la communication moderne, à travers les nouveaux médias technologiques et leurs formats numériques. En effet, le besoin que nous avons de continuer à nous exprimer s'est adapté aux nouvelles technologies. Or celles-ci en tirent le meilleur profit, le technologique étant pour les jeunes générations le principal pôle d'attraction. Ces nouvelles technologies offrent, par le biais de dispositifs électroniques et de plateformes qui nous relient les uns aux autres 24 heures sur 24, un moyen de communication privilégié. Cependant, si le support a changé, notre façon de communiquer aussi. Ainsi, plus le mot est court, plus son impact est grand et plus sa probabilité de se consolider est élevée, surtout s'il est soutenu par un moyen puissant : les réseaux sociaux.

C'est le cas de ces nouveaux stéréotypes linguistiques nés avec les générations Y et Z², —également appelées générations *millennial* (ou *digital natives*) et *post millennial* ou *centennial* (ou génération du zapping), respectivement—, qui utilisent internet et les réseaux sociaux dès leur plus jeune âge. L'association entre ces générations et leur manière de communiquer sur les RSN conduit même certains spécialistes à les différencier en fonction des nouvelles ressources linguistiques qu'elles utilisent, en appelant la génération Y *la génération @* et la génération la génération Z *la génération #*³ (Feixa, Fernández-Planells et Figueras-Maz, 2016). Ces auteurs attribuent cette transition non seulement à l'évolution technologique mais aussi à la montée en puissance des mouvements sociaux chez les jeunes et à leur mode de communication.

² La segmentation de la population par générations (BB – Baby-Boom-, X, Y, Z, α) est une méthode employée surtout en marketing dû à l'enjeu commercial des grandes entreprises poussées à s'adapter aux changements rapides des besoins de leurs clients. Ceci leur permet d'anticiper ces besoins et d'élaborer leurs produits en fonction de chaque type de clients (Sima, 2016).

³ Des 5 générations généralement reconnues, la génération Y est celle des jeunes nés entre 1980 et 2000, et la génération Z, celle des jeunes nés entre 2001 et 2010 (Sima, 2016, p. 472). Or, la première coïncide avec l'apparition du courrier électronique (@) et la seconde avec celle du tweet (#). D'où les noms qui leur sont été associés par Feixa, Fernández-Planells et Figueras-Maz (2016).

3. Les mots-dièse comme stéréotypes linguistiques

Attribuer d'emblée aux mots-dièse la qualité de stéréotypes linguistiques demande sans doute une justification qui se trouve non seulement dans les traits formels et fonctionnels de ce type désignés, mais aussi dans les éléments qui contribuent à leur diffusion pour passer du virtuel au réel. Il nous faut donc voir quels sont, d'une part, ces traits inhérents et, d'autre part, ces éléments de propagation.

3.1. Les traits formels et fonctionnels du mot-dièse

Les mots-dièse ont été utilisés pour la première fois sur le réseau social Twitter en 2007. C'est Chris Messina, un ancien employé de Google, qui a suggéré aux premiers employés de Twitter d'adopter cette formule pour créer des groupes de tweets connexes au sein de l'entreprise afin de faciliter la communication interne. Le symbole qui le caractérise (#) a fini par être si largement utilisé au sein même de l'entreprise que Twitter l'a officiellement adopté en 2011.

Le mot-dièse a une forme linguistique très particulière : il peut s'agir d'un seul mot ou de plusieurs agglutinés, c'est-à-dire sans espace entre eux, mais transcrit chacun d'eux avec des majuscules, le tout précédé d'un croisillon (#). Ce symbole, —*hash* en anglais—, est devenu le symbole de Twitter. Son utilisation transforme la phrase en une étiquette de métadonnées qui est immédiatement reconnue par le système et par l'utilisateur. La dénomination “mot-dièse”⁴, même si elle contredit le symbole du croisillon⁵, —le symbole de Twitter n'étant pas un dièse mais un croisillon—, a été décrétée par la Commission d'enrichissement de la langue française⁶ en 2013⁷.

Le mot-dièse a une double fonction : d'une part, il sert à étiqueter le contenu d'une conversation (appelée “tweet” dans le RSN Twitter)⁸; d'autre part, il a le pouvoir de la connectivité, reliant les interlocuteurs entre eux à travers un hyperlien qui donne accès au contenu de la conversation. Ceci donne au mot-dièse une double condition : celle d'être à la fois un signe linguistique et un élément numérique, ce que Paveau (2013) appelle un « technomorphème »⁹. L'objectif étant celui de capter le maximum d'utilisateurs susceptibles d'adhérer au sujet de la conversation étiquetée, ceux-ci se sentent interconnectés, ce qui donne au groupe un sentiment immédiat d'appartenance à une communauté, indépendamment des opinions exprimées pour ou contre la thématique liée au mot-dièse en question.

Cela dit, la place du mot-dièse est libre dans le corps du message qu'il étiquette : il peut être placé au début, au milieu ou à la fin de la conversation. Or, dans un même fil thématique, il peut y avoir des mots-dièse qui renvoient à d'autres conversations numériques. Cette forme langagière permettant d'indexer les conversations autour d'un sujet particulier et partagé, les usagers peuvent alors

⁴ Au Québec, le terme employé est “mot-click”.

⁵ La raison en est qu'il n'existe pas sur les claviers français.

⁶ Appelée *Commission générale de terminologie et de néologie* jusqu'en 2015.

⁷ Journal Officiel n° 0019, 23/01/13.

⁸ D'abord limité à 140 signes, le tweet a doublé sa capacité de longueur en novembre 2017.

⁹ <https://technodiscours.hypotheses.org/488>

interagir en synchronie sur ledit sujet et mais aussi en diachronie sur d'autres sujets déjà amorcés par le biais de mots-dièse incorporés comme hypertextes au fil thématique. Par ce moyen, comme l'affirme Thiault (2015, 67), reprenant la pensée de Paveau (2013)¹⁰, « Les discours mis en relation forment un graphe d'univers partagés dans une communauté en ligne ».

Or la nature de la relation qu'entretient le mot-dièse avec le contenu du tweet et son contexte d'émission est si varié qu'elle a fait l'objet d'une première tentative de typologie heuristique réalisée par Paveau (2013)¹¹ et que Thiault (2015: 67-68) résume comme suit :

- Balise d'identification pour les événements en direct ;
- Balise d'identification et de catégorisation pour les domaines thématiques ;
- Balise générique/pratique ;
- Balise de modalisation pour les commentaires métadiscursifs, les instructions interprétatives, les marques expressives ;
- balise-phrase « sur-discursive » ;
- *hashtag* ludique, *méta-hashtag*.

Or cette tentative, toute admirable qu'elle puisse être—car, comme l'indique Paveau, « tout peut être hashtag » et de ce fait, les emplois des mots-dièse sont infinis—, se limite à analyser la pratique technodiscursive du signe à l'intérieur de son milieu naturel, le virtuel. Mais le mot-dièse se contente-t-il vraiment de rester dans les RSN ?

3.2. Du virtuel au réel

Le mot-dièse naît et se propage d'abord dans le virtuel. Sur Twitter, il sert à ouvrir un dialogue dans un groupe entre des individus qui ne se connaissent pas. Or son succès a été tel qu'il a non seulement franchi les frontières de son propre réseau social en passant à d'autres réseaux tels que Instagram ou Facebook mais il a aussi fait le saut à d'autres domaines, en l'occurrence, les médias (la publicité, notamment), qui demandent à attirer l'attention des masses dans des campagnes publicitaires ou même politiques.

Cela dit, le mot-dièse se trouve de nos jours dans le monde réel, lié aux mouvements sociaux : ce dialogue né dans le virtuel peut tourner au débat et à l'appel au ralliement pour la défense de causes communes. Il sort ainsi du virtuel et entre dans le réel : il sert alors de mot d'ordre pour se rassembler et défendre un droit dans des mobilisations telles que la lutte contre les stéréotypes culturels négatifs et les préjugés. Dans ce passage, il garde le croisillon comme signe de son origine virtuelle, mais la forme peut changer (séparation des mots par des blancs et sans majuscules) : il entre alors dans la langue.

¹⁰ <https://technodiscours.hypotheses.org/431>.

¹¹ <https://technodiscours.hypotheses.org/488>.

L'utilisation des mots-dièse, dont le parcours s'est amorcé dans le domaine privé, à l'aune des conversations particulières, est devenue publique à de nombreuses occasions. Réfléchissant au pouvoir de sa création, Messina souligne que c'est sa nature ouverte et inclusive pour les cybernautes qui lui a donné une dimension extraordinaire dans l'écosystème communautaire d'internet. Il existe des *tags* numériques totalement anecdotiques et aussi éphémères que le motif qui les sous-tend, mais il y en a d'autres qui peuvent être si puissants qu'ils contribuent à rendre visibles des mouvements sociaux populaires. Ce sont des sortes de slogans qui parviennent à faire bouger les masses au sein de leurs revendications. Pour son créateur, le fait de participer à un flux de *hashtags* permet de rendre pertinent un sujet particulier qui, autrement, passerait inaperçu¹². Pour sa part, Biz Stone, l'un des fondateurs de Twitter, qualifie d'impressionnante l'évolution des *hashtags*, depuis leur fonction de tweets privés à leur pouvoir de déclencher de véritables mobilisations sociales. Permettre aux gens de voir « ce qui se passe dans le monde et de voir ce dont les gens parlent » l'amène à affirmer que le mot-dièse représente un modèle différent pour aider à améliorer le monde¹³. En ce sens, en tant qu'acte social, le mot-dièse est aujourd'hui le symbole le plus évident de l'activisme.

4. La double stéréotypie des mots-dièse

Selon le sens primitif du terme *stéréotype*—comme pièce mobile formant un texte que l'on reproduit—, les étiquettes ou *tags* numériques sont aussi des textes fixes ayant vocation à se figer et à se répéter. Et ils le font, d'ailleurs, de manière virale dans de nombreux cas, devenant alors un *Trending Topic* (TT) ou tendance.

Cela dit, un paradoxe se fait jour : les mots-dièse, que l'on peut définir comme des stéréotypes linguistiques, s'emploient justement pour lutter contre les stéréotypes culturels négatifs et les préjugés lorsqu'ils sont liés aux mouvements sociaux. En effet, la reproduction et la diffusion de ces étiquettes à travers l'activisme rendent encore plus évidente leur valeur de stéréotype au sens de Walter Lippmann (1922), c'est-à-dire comme moteur de la formation de l'opinion publique. Pour illustrer ce paradoxe, voyons-en une démonstration dans l'exemple suivant.

4.1. Naissance et viralité du #MeToo

Le mouvement #MeToo est peut-être l'exemple le plus évident du pouvoir d'un stéréotype linguistique employé pour lutter contre un stéréotype culturel négatif. Cette étiquette existait déjà bien avant sa diffusion actuelle. Elle est née grâce à Tarana Burke, militante afro-américaine des droits des femmes, qui travaille

¹² Depuis sa naissance, le 23 août 2007, le *hashtag* célèbre chaque année son anniversaire avec le #*HashtagDay*. Voir, pour ses 10 ans, les entretiens accordés par Chris Messina à l'agence EFE le 23 août 2017 [El "*hashtag*", símbolo del activismo y la cháchara en Twitter, cumple 10 años [https://www.efe.com/efe/america/tecnologia/el-hashtag-simbolo-del-activismo-y-la-chachara-en-twitter-cumple-10-anos/20000036-3359790] ou à *L'Express* [Le créateur du hashtag: "A l'époque, on tweetait par SMS" [https://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/le-createur-du-hashtag-a-l-epoque-on-tweetait-par-sms_1937147.html].

¹³ Cf. l'entretien de Messina à l'agence EFE.

depuis 2006 sur une initiative du même nom, “Me Too”, dans le but d’accompagner les femmes noires américaines survivantes de violences sexuelles (cf. Mendes, K., Ringrose, J. y Keller, J., 2018). Mais, c’est à partir du tweet d’Alyssa Milano (“Si vous avez été victime de harcèlement ou d’agression sexuelle, écrivez “*moi aussi*” en réponse à ce tweet”¹⁴) sur son compte Twitter le 15 octobre 2018, à l’issue de l’affaire Weinstein¹⁵, que le *hashtag* est devenu viral. En effet, “plus de soixante mille messages lui feront directement écho dans les cinq jours qui suivirent”, affirme Croquet (2018)¹⁶.

Or l’impact n’en finit pas là. De tous les mouvements sociaux que les mots-dièse ont déclenchés, celui-ci est de loin celui qui a eu le plus d’effets en langue. Pour commencer, du point de vue intralinguistique, une kyriade de variantes sont apparues dans la langue d’origine, en l’occurrence l’anglais: #YesAllWomen, #WhatWhereYouWearing, #TimesUp, #BeenRapedNeverReported. Du point de vue interlinguistique, le terme a été d’abord adopté tel quel dans d’autres pays, bien que dans certains cas il ait même été traduit pendant sa viralité. Ainsi #MeToo est allé de pair en France avec #MoiAussi et en Espagne avec #YoTambien. Sa force de ralliement se trouve alors dans la solidarité avec la victime, sympathisant avec l’agressée afin de la rendre visible aux yeux du monde. Mais, le mot a également fait l’objet d’adaptations dans des cas liés au même sujet, comme pour l’espagnol, où #Metoo se transforme en #Yositecreo ou bien en #La manada somos nosotras dans l’affaire de La Manada¹⁷, ou pour l’allemand, où il devient #keineKleinigkeit (« pas une broutille »). Dans l’expression espagnole, l’accent est mis, une fois de plus, sur la solidarité du public avec la victime, dénonçant implicitement le regard accusateur que la société continue d’avoir à l’égard des femmes agressées. En revanche, l’expression allemande est plutôt orientée vers le phénomène du sexisme en général et son importance. Pour le français, par contre, le mot-dièse #Balancetonporc (“débarrasse-toi de ton cochon”) a vu le jour juste avant #Metoo. Il a été créé par la journaliste Sandra Muller le 13 octobre 2017¹⁸ en pleine affaire Weinstein et, vu la déferlante de messages que ce *hashtag* a provoquée sur les réseaux sociaux, elle finit par en faire un livre qui sort en octobre 2018. Dans ce cas, l’expression n’est pas un cas d’adaptation mais une création *ex nihilo* ayant, en outre, comme particularité

¹⁴ Dans le tweet original : “If you’ve been sexually harassed or assaulted write ‘me too’ as a reply to this tweet.” <https://t.co/k2oeCiUf9n> — Alyssa_Milano (@Alyssa Milano)

¹⁵ L’affaire Weinstein éclate en octobre 2017. Le producteur de cinéma Harvey Weinstein est soupçonné de viols, d’agressions sexuelles et de chantage aux actrices. Il sera condamné en 2020.

¹⁶ Cf. *Le Monde* [#MeToo, du phénomène viral au « mouvement social féminin du XXI^e siècle » (lemonde.fr)]

¹⁷ L’affaire de la Manada est le nom donné à un viol produit sur une jeune Madrilène de 18 ans pendant les fêtes de la San Fermin de l’été 2016 par Cinq Sévillans âgés de 27 à 29 ans et qui se surnommaient eux-mêmes “La Meute”.

¹⁸ Dans son tweet (#balancetonporc !! toi aussi raconte en donnant le nom et les détails un harcèlent[sic] sexuel que tu as connu dans ton boulot. Je vous attends”), Sandra Muller dénonce un patron de chaîne de télévision française qui l’avait humiliée verbalement lors d’une soirée en marge du congrès professionnel où ils se trouvaient pour le travail. Aujourd’hui, le mot-dièse #balancetonporc est une marque verbale déposée.

celle de ne pas mettre la victime en avant, mais le harceleur qui est pointé du doigt dans le terme “cochon”¹⁹. Cette formule invite toutes les victimes à réagir contre l’agresseur et devient le mot d’ordre des femmes en France pour dénoncer les agressions sexuelles subies.

4.2. Le défigement du #MeToo

Or le mot-dièse #MeToo a donné lieu aussi à des détournements sémantiques pour signaler d’autres sujets bien différents, mais toujours en lien avec des thèmes de dénonciation. C’est le cas du hashtag #KuToo, un jeu de mots sur les mots *kutsu*, “chaussure”, *kuutsuu* “agonie, douleur” et #MeToo, lancé par la Japonaise Yumi Ishikawa en janvier 2019. Son tweet, où elle se plaignait de l’utilisation de talons au travail, a reçu 29 000 retweets rien que le premier jour ; il en comptait plus de 100 000 en juin de la même année. Cela l’a amenée à lancer une demande sur Change.org qui a atteint 30 000 signatures. Aujourd’hui, le port des talons n’est plus obligatoire dans son entreprise et d’autres sociétés japonaises ont également levé l’obligation pour leurs employés de les porter, bien que le ministre japonais de la Santé, du Travail et des Affaires sociales, Takumi Nemoto, ait exprimé son opposition à leur interdiction car il estime que “C’est quelque chose qui est socialement accepté et qui tombe dans le domaine de ce qui est professionnellement nécessaire et approprié”²⁰.

4.3. Du message individuel au message collectif

La démultiplication de ce mot-dièse qui nous sert ici d’exemple montre bien la façon dont il est passé de l’individuel au collectif d’abord dans le milieu virtuel, puis dans la vie réelle, au point de finir par entrer dans la langue en tant qu’expression lexicalisée. La notion de viralité, si en vogue dans le monde virtuel, n’est autre que celle de discours répété en linguistique, ou de figement en phraséologie, avec son antonyme, le défigement. Dans le cas du #MeToo, les chiffres sont éloquentes : “en trois mois, ce sont trois millions de tweets #MeToo qui sont recensés par Twitter. Chaque semaine, d’octobre à janvier, plus de 38 000 font référence au harcèlement sexuel. En un an, #BalanceTonPorc comptabilise 930 000 tweets ; #MeToo, 17,2 millions”, déclare Croquet (2018) dans *Le Monde*²¹.

Le mot-dièse #MeToo n’est qu’un exemple parmi tant d’autres qui suivent la même voie, tels que le #BlackLivesMatter, l’un des mots-dièse les plus utilisés en 2020, juste après celui de #Covid19²². Or nous l’avons déjà dit : le paradoxe se trouve dans le fait que le mot-dièse, en tant que stéréotype linguistique employé dans les mouvements sociaux, sert à lutter contre les stéréotypes culturels négatifs et les préjugés. Lorsqu’il passe du milieu virtuel à la vie réelle, comme dans ces exemples,

¹⁹ Or Harvey Weinstein était appelé « le porc » à Cannes.

²⁰ Cf. *L’Express* [https://www.lexpress.fr/actualite/monde/asia/au-japon-un-ministre-defend-les-entreprises-imposant-les-talons-hauts-aux-femmes_2082632.html].

²¹ Cf. *Le Monde* [#MeToo, du phénomène viral au « mouvement social féminin du XXI^e siècle » (lemonde.fr)].

²² Cf. *Sud-Ouest* [Réseaux sociaux : quels ont été les événements les plus commentés et relayés sur Twitter en 2020 ? (sudouest.fr)].

il contribue à « mettre le débat sur la place publique », comme l'indique Lieber à Rfi en 2017²³:

Toute manifestation, si elle arrive à rassembler, contribue à changer, même si c'est de façon marginale, la représentation du problème. Le débat est mis sur la place publique, et même si ça ne fera pas disparaître le sexisme du jour au lendemain, cela permet de diffuser la réalité de ces pratiques, et c'est déjà important.

Mais est-ce que tous les mots-dièse sont des stéréotypes linguistiques et servent-ils tous à lutter contre les stéréotypes culturels et les préjugés ?

5. Le mot-dièse comme stéréotype linguistique

Cent vingt-cinq millions de *hashtag* sont publiés chaque jour²⁴. Cela dit, pour s'inscrire dans la durée, certaines conditions sont exigées, dont la plus nécessaire : il faut que la forme et le fond s'allient pour lancer un message percutant, concernant le plus grand nombre possible de gens. Si c'est le cas, ce type de mots a le pouvoir de déclencher une révolution comme celle du #*Metoo*, produisant des changements visibles dans la société. La répercussion de ce mouvement en question a conduit les chercheurs à s'intéresser davantage au rôle joué par le *hashtag*, à sa transformation depuis sa fonction d'étiquetage des conversations au sein de cet immense océan qu'est la Toile à celle de porte parole de causes sociales qui autrement passeraient inaperçues dans le quotidien, englouties sous le poids de milliers de faits divers.

De nos jours, de plus en plus de gens sont conscients du pouvoir de mèche que peut avoir un mot-dièse. Une fois activé, il peut déclencher un effet de boule de neige aux dimensions planétaires. Les publicistes ont très vite réalisé tout le potentiel des RSN et l'utilisation en masse qu'en fait la *génération #*. Des guides d'aide à la rédaction ne cessent de paraître sur la façon de rédiger un bon *label* digital et de le positionner sur Google²⁵. Comment en une seule formule attirer l'attention des gens et gagner du terrain ? C'est la question que se posent la plupart des utilisateurs de *hashtag* publicitaires dont l'objectif est de se rendre visibles : plus de *likes*, de commentaires ou de *followers* ils obtiennent, mieux se portent leurs affaires. Dans ces guides, les conseils sont nombreux : quels mots utiliser dans l'étiquette digitale, dans quelle langue doit-elle être conçue, doit-elle être longue ou courte, faut-il ou non mettre un point — car tout ce qui passe après un point ne fait pas partie de l'étiquette—, comporte-t-elle des termes déjà utilisés dans les moteurs de recherche, doit-elle contenir des mots en majuscule ou non, ainsi de suite. On l'aura bien compris : le but recherché est fondamentalement celui de transformer ce *hashtag* en

²³ Cf. RFI (*Radio France Internationale*) [<https://www.rfi.fr/fr/hebdo/20171027-metoo-twitter-vie-reelle-harcelement-sexuel-societe-reseaux-sociaux>].

²⁴ Cf. *France info* [Origines, succès, délires... Retour sur 10 ans de hashtags sur Twitter (francetvinfo.fr)].

²⁵ Cf. *Blog Swello* [Comment créer un hashtag réussi pour votre marque ? (swello.com)].

tendance, c'est-à-dire, le sujet dont tout le monde parle, non seulement au sein des réseaux sociaux mais dans la vraie vie, dans la rue.

Cela dit, de ces 125 millions de *hashtags* qui sont créés par jour, très peu arrivent à passer du virtuel au réel. Ceux qui y réussissent portent un message percutant pour l'opinion publique. Mais de quel type ? Lippman a été le premier en 1922 à relier les stéréotypes et la formation de l'opinion publique à travers les médias, notamment la presse écrite à son époque. De nos jours, ce sont les réseaux sociaux tels que Twitter avec ses étiquettes digitales qui prennent le relais des moyens de communication dans la diffusion de stéréotypes, ceux de type linguistique, à formes courtes et faciles à mémoriser. Leur saut dans la vraie vie, en tant que slogans de mouvements sociaux populaires, continue à former l'opinion publique et ensemble ils font tourner la roue de la transformation sociale, de la prise de conscience des problèmes qu'ils véhiculent, et donc des réformes nécessaires au changement.

#JesuisCharlie ou *#Metoo* sont des créations linguistiques qui naissent dans un format numérique qui les conditionne mais aussi qui les définit et les rend facilement reconnaissables. Ce format numérique, qui impose une série de repères comme le croisillon # et l'agglutination des mots, est aussi la marque d'une nouvelle façon d'écrire et de communiquer. Mais cette convention n'aurait pas assez de force à elle seule, si elle n'était accompagnée d'une dimension pragmatique particulière. Le contenu associé au sujet qu'il nomme doit obtenir l'adhésion du plus grand nombre possible d'utilisateurs, c'est-à-dire devenir viral jusqu'à se transformer en tendance. Autrement dit, devenir populaire.

Le mot-dièse qui atteint ce niveau de popularité doit son succès à la force d'attraction non seulement de sa formulation initiale, telle qu'elle a été créée à l'origine, mais aussi à celle de sa transformation. Ainsi, *#JesuisCharlie* s'utilise tel quel encore aujourd'hui, sans traduction dans d'autres langues, mais sans que cela n'empêche que l'idée ne se retrouve dans d'autres formulations antérieures, associées à des événements similaires : ainsi, l'expression « Je suis américain », liée aux attentats du 11 septembre en 2001 à New York²⁶, ou celle de « J'étais aussi dans ce train », en référence au 11 Mars 2004 à Madrid²⁷, entre autres, sont des formes qui témoignent de la même solidarité avec les victimes que celle dans la formule de Joachim Rocin pour le cas de *Charlie Hebdo*.

Dans ces exemples, une nouvelle manière de créer des stéréotypes linguistiques se fait sentir dans un sens à la fois primitif, celui du texte qui est reproduit, et médiatique, celui d'un moyen de façonner l'opinion publique. Cela dit, un changement important s'opère ici quant au sens à donner au terme par rapport au passé, lorsqu'il était synonyme de préjugés²⁸. En effet, ces nouveaux stéréotypes

²⁶ Cf. L'attaque terroriste aux deux tours du World Trade Center qui a fait au total 2977 morts.

²⁷ Cf. L'attaque terroriste aux trains de banlieue madrilènes qui a provoqué la mort à 191 personnes et blessé 1800 passagers.

²⁸ Cf. Le troisième sens que donne Le Larousse au terme *stéréotype*: « Caractérisation symbolique et schématique d'un groupe qui s'appuie sur des attentes et des jugements de routine ».

linguistiques changent de camp : leur association avec les mobilisations populaires les situe précisément dans la lutte contre toutes sortes d'idées reçues.

6. Le mot-dièse en phraséologie

Une fois les mots-dièse définis comme des stéréotypes linguistiques, nous sommes en mesure désormais de les classer, d'un point de vue linguistique, comme des unités phraséologiques. Leur forme polylexicale, figée et répétée permet de leur attribuer ce statut, puisque ce sont là les traits d'une UP. Une différence, toutefois : le mot-dièse naît d'emblée dans le figement à l'écrit par le biais de ses traits formels (croisillon + agglutination des mots + majuscules pour les différencier). Ce n'est que lorsqu'il passe du virtuel au réel que le figement se fait aussi à l'oral à travers les multiples productions langagières des usagers. Il finit par entrer dans la langue quand le croisillon, l'agglutination et les majuscules disparaissent à l'écrit : le mot-dièse devient alors une véritable UP. Or la question est de savoir maintenant de quel type d'unité il s'agit.

De par leur dimension pragmatique, Vidak (2016), Alberdi Urquizu (2018), Hernández Muñoz (2019) les situent notamment dans le groupe des formules routinières (ou pragmatèmes). En effet, comme l'indiquent Jackiewicz et Vidak (2016 : 2044), ils fonctionnent « de manière comparable aux 'formules' », et ce fait, pour Vidak (2016: 223), « est un des critères nécessaires pour reconnaître [leur] statut de SF (séquence figée) ». Or, voyons en quoi les mots-dièse et les pragmatèmes ont une manière comparable de fonctionner.

6.1. Les pragmatèmes en phraséologie

Né du grec *pragmatikos*, le néologisme *pragmatème*²⁹ s'emploie en phraséologie pour nommer une unité phraséologique qui s'actualise dans le discours sous la forme d'un énoncé syntactiquement autonome, mais dont le figement formel, sémantique et pragmatique le rend dépendant de la situation d'énonciation. Cette dénomination, concurrencée par bien d'autres telles que *formules routinières*, *énoncés liés*, *locutions-phrases*, *clichés-répliques*, entre autres, a été créée par Mel'čuk (1995) et elle commence à être la plus répandue parmi les spécialistes (Blanco et Mejri, 2018), surtout dans le cadre de la phraséologie pour désigner un type d'énoncés étroitement liés à des situations d'énonciation déterminées. Dans ce cadre, c'est la notion de fixation pragmatique, ou figement situationnel, qui prévaut sur toute autre caractéristique pour définir ce type d'unités phraséologiques dont le paradoxe réside dans le fait d'être à la fois syntaxiquement indépendants et pragmatiquement dépendants des situations d'énonciation dans lesquelles elles se manifestent.

²⁹ Voir A. Rey (2018, p. 7-8) pour plus de détail sur l'évolution du terme « pragmatique » et son influence sur le mot *pragmatème* en phraséologie.

6.2. Typologie des pragmatèmes

À partir de cette définition, nous³⁰ avons établi deux grands ensembles : d'un côté, celui qui regroupe des situations d'interlocution (quand dire, c'est faire dire) ; d'un autre côté, celui qui regroupe des situations comportementales (quand dire, c'est faire faire). D'où la distinction entre *pragmatèmes conversationnels* et *pragmatèmes comportementaux*.

Les pragmatèmes conversationnels

Nous appelons *pragmatèmes conversationnels* les énoncés phraséologiques qui s'inscrivent dans une situation ritualisée de communication dialogique, c'est-à-dire dans le cadre d'une interaction discursive réglée. En effet, ils se distinguent par le fait d'être reliés à un type de discours qui est à la fois contextualisé et situationnalisé, c'est-à-dire pourvu d'éléments linguistiques (contexte) et non linguistiques (situation) qui contribuent à en justifier l'emploi. López Simó (2016) dans son étude sur ce qu'elle nomme « les formules conversationnelles » de la langue les considère précisément comme des actes de langage pourvus d'une dimension locutoire, illocutoire et perlocutoire. Elle établit une typologie de ces unités phraséologiques divisée en quatre catégories³¹:

- les formules à rapport interpersonnel, sous-divisées en formules actives (*Pardon ; Allô ? ; N'est-ce pas ? ; etc.*), réactives (*Merci ; D'accord ; Pas question ; etc.*), bi-actives (*C'est moi qui te/vous remercie ; C'est la moindre des choses ; Il n'y a pas de mais qui tienne ; etc.*) et activo-réactives (*Bonjour-Bonjour ; Salut-Salut ; etc.*) ;

- les formules personnelles, sous-divisées en symptomatiques, c'est-à-dire liées aux émotions du locuteur (*Tant mieux ! ; C'en est trop ! ; J'y tiens ! ; etc.*) et en cognitives, liées aux degrés de connaissances ou d'opinions des usagers (*J'en sais quelque chose ; Aucune idée ; À d'autres ! ; etc.*) ;

- les formules impersonnelles, en lien avec le degré de certitude des locuteurs par rapport au contenu du message (*Ça saute aux yeux ; C'est pas dit ; Il n'en est rien ; etc.*) ;

- et finalement les formules méta-interactives, sous-divisées en formules structurantes du discours (*Au fait ; À vous ; Terminé ; etc.*) et en formules de reformulation de nature explicative (*Je m'explique*), rectificative (*Je dis des bêtises*) ou récapitulative (*Je te le dis*³²), marquant même parfois une distance par rapport à ce qu'on vient de dire (*Je blague*).

Toutes ces expressions ont en commun d'être des énoncés phraséologiques produits dans le cadre de l'échange verbal. Dans ce sens, ce sont des pragmatèmes que nous pourrions qualifier de pragmatèmes productifs, car ils correspondent à des actes de paroles intercalés, c'est-à-dire où chaque locuteur, par son dire, mène son interlocuteur à dire aussi (c'est *quand dire, c'est faire dire*). Or, face à ces pragmatèmes, il existe des

³⁰ Cf. González-Rey, 2021.

³¹ Sa classification a été faite à partir d'un corpus d'environ 5000 expressions relevées.

³² Cet exemple est à nous.

pragmatèmes réceptifs, qui ont comme particularité celle de mener quelqu'un non pas à l'interaction discursive mais à l'action comportementale.

Les pragmatèmes comportementaux

Nous appelons *pragmatèmes comportementaux* les énoncés phraséologiques, écrits ou oraux, destinés à être lus ou entendus, émis dans une seule intention illocutoire particulière de départ, celle de demander ou d'induire le destinataire de l'énoncé pragmatémique à réaliser une action non pas discursive (locutoire) mais comportementale (action). Dans ce sens, ce sont des pragmatèmes réceptifs qui s'inscrivent dans l'action comportementale, sans échange verbal. Pour illustrer la présence de ces pragmatèmes dans la langue, nous devons faire un partage entre pragmatèmes *apposés* et pragmatèmes à support « non dédié ».

Les pragmatèmes *apposés*³³ sont ceux qui sont inscrits sur des supports « dédiés » (Varga, 2000)³⁴, tels que des affiches publicitaires (p.ex. *À paraître, À vendre, En vente, Prochainement au cinéma, Soldes*, etc.), des ardoises ou tréteaux des restaurants (p.ex. *Menu du jour, Heures Joyeuses*, etc.), des étiquettes (p. ex. *À consommer avant le..., Fait Maison*, etc.), des emballages (p.ex. *Fragile*, etc.), des panneaux d'information (p.ex. *Accueil, Caisse, Information, Centre info touristique, Renseignements*, etc.), d'indication (p.ex. *Ascenseur, Emplacement réservé, Parking privé, Parking sous vidéosurveillance, Toilettes/WC*, etc.), d'orientation (p.ex. *Arrêt Bus, Centre-ville, Gare routière*, etc.), d'interdiction (p.ex. *Défense de fumer, Ne pas marcher sur les pelouses*, etc.)³⁵, des plaques (p. ex. *Cour Municipale, Hôtel de Ville, Salle du Conseil*, etc.) ou des signaux routiers (p. ex. *Stop, Danger*, etc.).

Par contre, les pragmatèmes à support « non dédié » consistent en des énoncés écrits ou oraux qui ne sont pas nécessairement reliés à un support concret. Ce peut être, par exemple, des formules d'appel, telles que *Mesdames-Messieurs* pour amorcer un discours, ou encore des expressions, telles que *Votre attention, s'il vous plaît* pour attirer l'attention d'un public et qui peuvent être annoncées en présence d'un auditoire à travers un haut-parleur ou un signal lumineux. D'autres expressions, telles que *Silence!, Attachez vos ceintures* ou *Veillez rejoindre vos sièges*, sont aussi des énoncés qui peuvent être prononcés en vis-à-vis ou retransmis immédiatement ou en différé au moyen d'un message enregistré. Il s'agit en tout cas de pragmatèmes qui ont la particularité de ne pas être permanents dans le temps comme le sont les pragmatèmes *apposés*, même s'ils sont, comme eux, réceptifs et comportementaux.

³³ Pour plus de détails sur les pragmatèmes *apposés*, voir González Rey (2020).

³⁴ Varga (2000, p. 108) définit les supports « dédiés » comme « ceux qui ont une fonction essentielle de support d'écriture. [...] Ils sont solidaires de l'écriture dans le sens où leur fonction principale est de la présupposer ». Elle les distingue des supports « non dédiés » qui, eux, servent de soutien à l'écriture, mais sans la présupposer.

³⁵ Mel'čuk (1995) a été le premier à incorporer ce type d'énoncés dans la catégorie des pragmatèmes (p.ex. *Défense de fumer*) et, à sa suite, Blanco et Mejri (2018) les y ont également inclus (p. ex. *Ne pas toucher*).

Cela dit, la question que l'on peut se poser concerne le mot-dièse : en tant que pragmatème, à quel groupe appartient-il ?

7. Le mot-dièse comme pragmatème social

Nous l'avons vu : les mots-dièse naissent dans les RSN, liés à des conversations entre usagers autour d'une même thématique. De ce point de vue-là, ils peuvent donc être considérés comme des *pragmatèmes conversationnels*, selon notre typologie. À y regarder de plus près, ils peuvent être pris, en fait, pour des formules méta-interactives, en termes de López Simó. En effet, leur rôle d'étiquette pour regrouper les échanges entre les cybernautes les signale comme des outils linguistiques explicites dans l'univers virtuel. Leur fonction structurante du discours est manifeste grâce à la place qu'ils occupent à l'intérieur des messages et à la forme qu'ils adoptent pour se rendre visibles.

Par contre, lorsque les mots-dièse sortent des RSN et s'emploient dans la vie réelle dans des situations liées aux mobilisations sociales, ils peuvent alors être considérés comme des *pragmatèmes comportementaux*, toujours d'après notre typologie. Ils s'affichent, en effet, sur des pancartes qui servent de support à leur emploi comme mot d'ordre. En conséquence, ils sont à classer comme des pragmatèmes *apposés* sur support « dédiés ».

Cela dit, dans un cas comme dans l'autre, il s'agit de pragmatèmes sociaux, en ce sens qu'ils sont bien liés à l'interaction discursive et civique de groupes d'individus se manifestant sur le net ou dans la rue. Le point commun à tous ces mots-dièse se trouve dans leur rapport entre une forme et une fonction mises essentiellement au service d'une communication sociale, qui relie les différentes parties de la société. Or, comme le rappelle Stockinger (2007), « La communication sociale, au sens strict, se définit comme l'ensemble des actes de communication qui visent à modifier des représentations, des comportements ou à renforcer des solidarités »³⁶. De ce point de vue, les mots-dièse sont bien des actes de communication sociale qui cherchent à changer le cours des événements et à faire apparaître de nouvelles façons de se comporter en créant des synergies autour de causes communes.

En définitive, les mots-dièse, en phraséologie, sont des pragmatèmes hybrides, à la fois, conversationnels et comportementaux, ayant la particularité de s'installer dans la langue en passant d'un milieu à interaction verbale à celui où se manifestent des mobilisations sociales.

8. Conclusion

Le nombre d'éléments lexicaux nouveaux susceptibles d'entrer dans les rangs de la phraséologie ne cesse de croître. Il suffit pour cela qu'ils remplissent les principales conditions requises par le domaine, à savoir la polylexicalité, le figement lexical et sémantique, et l'institutionnalisation. C'est le cas de ces mots-dièse qui ont réussi à se faire une place dans la langue grâce non seulement à un moyen

³⁶ Cf. *Dictionnaire suisse de Politique sociale* (cité par Stockinger, 2007).

technologique particulièrement propice à une diffusion rapide des messages entre les usagers mais aussi à un fort pouvoir de convocation lorsque ces signes se transforment en fer de lance de la mobilisation sociale.

Cela étant, comme unités phraséologiques ces mots-dièse présentent des traits qui les rangent d'emblée parmi les pragmatèmes. En effet, ils renvoient à eux-seuls à la réalité extralinguistique à laquelle ils réfèrent, sans avoir besoin de l'expliquer. À l'instar de formules routinières telles que *Bonne journée !* (comme expression de salutation quand on prend congé de quelqu'un) ou *Très cordialement* (comme formule de politesse à l'écrit, à la fin d'une lettre), le mot-dièse possède une valeur à la fois sémantique et pragmatique puisqu'il contient et le message et ses conditions d'énonciation.

De ce point de vue, le mot-dièse est un pragmatème qui présente un double aspect qui le rend versatile : conversationnel, d'une part, et comportemental, d'autre part, il naît dans l'échange verbal pour devenir ensuite le mot d'ordre à suivre dans les manifestations pour la défense de causes communes. C'est là tout le paradoxe d'un signe qui se distingue par sa forme de stéréotype linguistique utilisé, cependant, pour combattre les stéréotypes culturels négatifs et les préjugés.

Nous pouvons donc conclure que les mots-dièse sont les nouvelles unités phraséologiques de la phraséologie d'aujourd'hui, en l'occurrence, des pragmatèmes sociaux qui lient le virtuel et le réel, la parole et l'action, dans une mouvance qui sert à mobiliser les esprits dans une communion des idées.

Bibliographie

- Alberdi Urquizu, Carmen (2018). *Les mots-dièse (hashtag): figement lexical et figement cognitive*, *Anales de Filología Francesa*, n° 26. Accès: <https://doi.org/10.6018/analesff.26.1.351361>
- Blanco Escoda, Xavier, Mejri, Salah (2018). *Les pragmatèmes*, Paris, Classiques Garnier.
- Cabreja Piedra, Regla Ismaray, Manzano-Zambruno, Laura (2019). « Apropiación ideológica y feminismo negro. La invisibilidad mediática del “me too” de Tarana Burke en la revista Time », dans Elena Martínez Pérez, Belén Galletero Campos, Bianca Sánchez-Gutiérrez (coords.), *Feminismos en la esfera pública. Estudios sobre la representación de la igualdad de género en la comunicación y la cultura*, Sevilla, Egregius Ediciones, pp. 75-98.
- Feixa, Carles, Fernández-Planells, Ariadna, Figueras-Maz, Mónica (2016). « Generación Hashtag. Los movimientos juveniles en la era de la web social », dans *Revista Latino americana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14 (1), pp. 107-120.
- González-Rey, M^a Isabel (2020). « Une approche constructionniste à la composante pragmatique des pragmatèmes : le cas des pragmatèmes *apposés* », dans *Romanica Olomucensia*, número especial *Gramática de construcciones y fraseología* 32/1, pp. 29-50.

- González-Rey, M^a Isabel (2021). *La nouvelle phraséologie du français*, Toulouse, Presses Universitaires du Midi.
- Hernández Muñoz, Yaiza Irene (2019). *Las construcciones francesas fundamentales : definición y aplicación de una nueva unidad fraseológica*, thèse de doctorat, Universidad Complutense de Madrid.
- Jackiewicz, Agata, Vidak, Marko (2016). « Études sur les mots-dièse », Congrès Mondial de Linguistique Française, Jul 2014, Berlin, Allemagne, pp. 2033-2050. [ff10.1051/shsconf/2014080119ff](https://doi.org/10.1051/shsconf/2014080119ff). [ffhal-01839605](https://doi.org/10.1051/shsconf/2014080119ff)
- Lippmann, Walter (1922). *Public Opinion*, Lanham, Maryland, Start Publishing LLC (2015).
- López Simó, Mireia (2016). *Fórmulas de la conversación. Propuesta de definición y clasificación con vistas a su traducción Español-Francés, Francés-Español*, thèse de doctorat, Universidad de Alicante.
- Mel'čuk, Igor (1995). « Phrasemes in Language and Phraseology in Linguistics », dans Everaert, Martin, Van der Linden, Erik-Jan, Schenk, André, Schreuder Rob (éds.), *Idioms : Structural and psychological perspectives*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum, pp. 167-232.
- Mendes, Kaitlynn, Ringrose, Jessica, Keller, Jessalynn (2018). « #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism », dans *European Journal of Women's Studies*, 25 (2), pp. 236-246.
- Muller, Sandra (2018). *#Balance ton porc*, Paris, Flammarion.
- Paveau, Marie-Anne (2013). « Analyse discursive des réseaux sociaux numériques (Dictionnaire) », dans *Hypothèses* (plateforme pour des blogs académiques). Accès : <https://technodiscours.hypotheses.org/431> (Dernière consultation : le 31.10.2021)
- Paveau, Marie-Anne (2013). « Hashtag », dans *Hypothèses* (plateforme pour des blogs académiques). Accès : <https://technodiscours.hypotheses.org/488> (Dernière consultation: le 31.10.2021).
- Sima, Claudia (2016). « Generations BB, X, Y, Z, α - the changing consumer in the hospitality industry », dans Maya Ivanova, Stanislav Ivanov, Vincent P. Magnini (éds.), *The Routledge Handbook of Hotel Chain Management*, Taylor & Francis.
- Stockinger, Peter (2007). « La pratique de la communication sociale », Conference paper. Accès : DOI: 10.13140/2.1.4232.2888.
- Rey, Alain (2018). « Préface », dans Blanco Escoda, Xavier – Mejri, Salah (2018), *Les pragmatèmes*, Paris, Classiques Garnier, pp. 7–18.
- Thiault, Florence (2015). « Le produsage des hashstags sur Twitter, une pratique affiliative », dans *Questions de communication* 28, pp. 65-80.
- Verga, Renâta (2000). « Les écrits dans la ville : typologie », dans *Communication & Langages* 124, pp. 106–117.
- Vidak, Marko. (2016). « Le mot-dièse (hashtag) : émergence d'une nouvelle forme de figement dans une diachronie très courte », dans *Language Design*, n° spécial, pp. 217-234.

LES ADJECTIFS DANS LES PHRASÈMES. APPROCHE CONTRASTIVE DE LA CONSTRUCTION DU SENS EN FRANÇAIS ET EN ROUMAIN

Liliana ALIC
Université *Transilvania* de Braşov, Roumanie
lilianaalic@gmail.com

Résumé

Les adjectifs rentrent dans la structure de beaucoup de collocations et de séquences figées dont le sens est complété et parfois modifié justement par la présence des adjectifs. L'article se concentre sur les adjectifs de couleur, qui ont une grande capacité combinatoire aussi bien en français qu'en roumain. Une analyse contrastive de la présence de ce type d'adjectifs dans les deux langues met en valeur le rôle des adjectifs de couleur dans la réalisation du sens des collocations et des séquences figées, et surtout leur fréquence d'emploi.

Abstract

OCCURRENCES OF ADJECTIFS IN PHRASEMES STRUCTURE. CONTRASTIVE APPROACH TO THE CONSTRUCTION OF MEANING IN FRENCH AND ROMANIAN

Adjectives are part of the structure of many collocations and frozen sequences whose meaning is completed and sometimes modified precisely by the presence of adjectives. The article deals with adjectives of colour which have a great combinatorial capacity in French as well as in Romanian. A contrastive analysis of the presence of this type of adjectives in the two languages highlights the role of colour adjectives in the realization of the meaning of collocations and frozen sequences, and especially their frequency of uses.

Mots-clés : *phrasème, séquence figée, collocation, sens, contrastivité.*

Keywords: *phraseme, frozen sequence, collocation, meaning, contrastivity*

1. Introduction

La problématique de l'adjectif est très complexe, à commencer par les tentatives d'intégrer l'adjectif à une classe grammaticale pour aboutir à la classification des adjectifs.

En ce qui concerne les tentatives d'intégrer l'adjectif à une classe grammaticale, nous pouvons mentionner l'étude approfondie de Bernard Colombat (1992) qui analyse d'une manière pertinente l'apparition et l'évolution de la classe de l'adjectif. Selon ses recherches minutieuses, l'adjectif se manifeste d'abord comme une épithète rhétorique, étant donc non-déterminative, pour finalement acquérir ses caractéristiques de qualification et détermination du substantif.

De cette synthèse sur les études concernant l'adjectif nous avons retenu les deux oppositions essentielles entre les deux catégories d'adjectifs : l'opposition entre les adjectifs qui modifient la compréhension du sens et ceux qui modifient l'étendue du sens et l'opposition entre les adjectifs qui modifient la compréhension et ceux qui ne la modifient pas. Selon Colombat, ces deux oppositions font surgir deux autres oppositions importantes : déterminer/qualifier et déterminer/expliciter, développer. Cette étude très poussée concernant l'adjectif contient quelques commentaires sur la nécessité de faire de l'adjectif une classe autonome, compte tenu du fait qu'il est dépendant du nom et du verbe, qu'il ne peut pas exister sans ces deux classes déjà reconnues par les grammairiens, mais tout cela mis à part, il présente les caractéristiques nécessaires pour constituer à lui seul une classe grammaticale.

En poussant l'analyse plus loin, Colombat se penche sur l'adjectif français et il passe en revue les différentes caractéristiques des adjectifs, celle de déterminer (*carte orange*) ou d'identifier et d'actualiser (prends *le livre jaune*).

Par la suite, dans la littérature de spécialité, il y a eu beaucoup de classifications de l'adjectif, certaines étant faites pour des buts didactiques, d'autres dans le but de faire progresser la théorie linguistique.

Les adjectifs sont donc associés et dépendent même de la classe des substantifs et des verbes. Ils figurent dans des structures lexicales impliquant ces deux classes grammaticales, séparément ou d'une manière concomitante.

Ces structures sont le plus souvent des unités polylexicales qui se constituent dans des phrasèmes, assez fixes, parfois immuables dans leur structure et dans leur emploi, assez idiomatiques et, dans la plupart des cas, justement à cause de leur idiomatisme, difficilement transférables d'une langue à l'autre.

Le présent article se concentre autour de la structure et de la construction du sens dans les phrasèmes qui contiennent des adjectifs. Selon Gaston Gross (1997, cité par Maria Isabel González Rey et Monserrat López Díaz, 2005) il y a plus de 1500 adjectifs apparaissant dans des structures qui ne sont pas libres.

Pour ce qui est de la nomenclature dans le domaine de la phraséologie, nous allons nous en tenir à la terminologie de Igor Mel'čuk (2008) et nous allons employer le terme de « phrasèmes » pour les séquences non libres qui seront analysées. L'analyse portera sur les phrasèmes sémantiques, une classe plus ample qui renferme deux sous-classes, les collocations et les locutions.

En ce qui concerne les adjectifs, nous avons choisi de privilégier la classification de Catherine Kerbrat Orecchioni (1980 : 84), fondée sur la notion de subjectivité, pour la simple raison que les adjectifs figurant dans des phrasèmes relèvent du cadre de l'énonciation et de l'interprétation, cadre dans lequel les adjectifs se manifestent et contribuent à la réalisation du sens des séquences concernées.

2. Les adjectifs dans les phrasèmes

2.1. Considérations sur la classification des adjectifs

La classification de C. Kerbrat Orecchioni divise les adjectifs dans deux classes nettement délimitées, selon le critère binaire d'objectivité vs. subjectivité. Cette classification est bien connue, raison pour laquelle nous la rappelons brièvement. Il s'agit de la distinction entre « adjectifs objectifs » et « adjectifs subjectifs ». Les « adjectifs subjectifs », à leur tour se divisent en « adjectifs affectifs » (*poignant, drôle, pathétique*) et « adjectifs évaluatifs », sous-divisée en adjectifs « évaluatifs axiologiques » (ceux qui expriment un jugement de valeur, positif ou négatif, genre *bon, beau, intelligent, admirable, méchant, mauvais, déplorable, pénible*) et « adjectifs évaluatifs non axiologiques », caractérisant des normes socialement codifiées (deux minutes peuvent être *brèves* ou *longues*, le moineau est un *petit* oiseau).

Le thème central du livre d'Orecchioni est la subjectivité, faisant référence aux substantifs subjectifs, aux adjectifs subjectifs, aux verbes et aux adverbes subjectifs. Par conséquent, sa classification raffine davantage les classes grammaticales caractérisées par la subjectivité. L'explication réside dans le fait que l'objectivité est peu susceptible d'être soumise à des raisonnements critiques. Dans la classe des adjectifs, ils décrivent et caractérisent des réalités que l'on ne peut pas contester : le ciel est *bleu*, la neige est *blanche*, le sang est *rouge*, l'herbe est *verte*, la plume du corbeau est *noire*. La forme géométrique : *rond, rectangulaire, oblong, carré* n'est plus à contester, le goût : *doux, amer, aigre, bon* non plus.

Vu que l'adjectif est considéré comme une classe grammaticale assez floue, selon E. Marquez (1998) « son sémantisme s'inscrit sur une échelle qui tente de représenter des propriétés ontologiques telles que l'intensité, la force et même l'engagement ». D'après le même linguiste, les adjectifs se divisent selon des critères de différence et des critères de catégorie, ce qui impliquerait une structure classificatoire hiérarchique, étant donné qu'il y a des adjectifs qui diffèrent entre eux par des propriétés mineures, ils diffèrent peu et peuvent appartenir à la même catégorie, et il y a des adjectifs qui diffèrent entre eux par des propriétés majeures, et donc ils appartiennent à des catégories différentes.

D'autres linguistes, comme R.M.W. Dixon (1977, cité par Jan Goes, 2011 : 121-137) ou Anna Wierzbicka (1993), divisent les adjectifs selon des classes sémantiques « citées en ordre décroissant d'universalité : 1. dimension, 2. temps/âge, 3. appréciation, 4. couleur, 5. propriété physique, 6. adjectifs modaux (vrai, faux), 7. disposition personnelle (brave, fier), 8. vitesse (lent, lesté) ».

2.2. Les adjectifs objectifs dans les phrasèmes

2.2.1. Les adjectifs objectifs dans les collocations

La problématique des adjectifs objectifs n'est pas discutée dans le livre de C. Kerbrat Orecchioni *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage* (1980) car l'étude est dédiée à la subjectivité. Il y a quand même une petite note explicative à la fin du livre (242, note 119) :

Les adjectifs de couleur sont, à coup sûr, moins objectifs que les deux autres séries que nous citons en exemple. Mais comme l'axe de la subjectivité est continu, c'est arbitrairement que nous le binarisons [...].

Une discussion plus approfondie sur les adjectifs objectifs apparaît chez T. Cristea (2001 : 67-70), qui constate que les adjectifs objectifs, exprimant la forme et la couleur et qui d'habitude se combinent avec des noms [+ concret], peuvent devenir des adjectifs axiologiques quand ils accompagnent des noms caractérisés par les traits [+ humain] ou [+ abstrait] : *un homme carré en affaires, un chiffre rond, des idées noires, les caisses noires*.

La constatation qui s'impose après l'énumération de ces exemples est que les syntagmes en question se constituent dans des phrasèmes, plus exactement dans des locutions (*un homme carré en affaires*), des structures lexicales dont le sens est non compositionnel, et des collocations (*des idées noires, des caisses noires, un chiffre rond*), des structures ayant un sens compositionnel.

En poursuivant la discussion concernant la classification de C. Kerbrat Orecchioni, on constate que la liste des adjectifs objectifs qui peuvent devenir axiologiques dans certains contextes n'est pas très longue si l'on consulte les dictionnaires classiques. Cette liste est susceptible de s'allonger de nos jours grâce à la création néologique. Certains néologismes sont formés par l'extension de sens, pour décrire des réalités nouvelles, comme c'est le cas de l'adjectif *pyramidal* (qui a ou évoque la forme d'une pyramide) qui figure dans des syntagmes comme *système de vente pyramidal, système pyramidal* ou *ventes pyramidales déguisées* désignant un système d'escroquerie qui repose sur le recrutement des membres, prenant ainsi la forme d'une pyramide, bref, une arnaque. (<https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/marches-financiers/fonctionnement-du-marche/systeme-de-vente-pyramidale/>).

Si l'on analyse les structures lexicales formées autour d'un adjectif objectif et un nom, on constate qu'il s'agit, dans un grand nombre de cas, de collocations. Les définitions traditionnelles (John Sinclair, 1991, Agnès Tutin et Francis Grossmann, 2002) considèrent qu'une collocation est formée d'une base et d'un collocatif, la base étant l'élément le plus stable, qui conserve son sens habituel, tandis que le collocatif apporte des informations supplémentaires nécessaires à la constitution du sens de la collocation. *Une peur bleue* est quand même un sentiment de peur, même s'il est très intense, un *chiffre rond* est quand même un chiffre, *une nuit blanche* reste une nuit, même si l'on la passe sans dormir, *un homme vert* est un être humain d'un certain âge mais qui garde des qualités physiques remarquables. Nous avons identifié beaucoup de collocations formées autour des adjectifs désignant des couleurs et nous citons quelques exemples représentatifs ci-dessous :

- (1) Vert + Nom : *cuir vert, verte réprimande, énergie verte, or vert, ceinture verte, téléphone vert, numéro vert, classe verte, les habits verts, le passeport vert* (cette dernière collocation doit être intégrée parmi les néologismes les plus récemment formés) ;

- (2) Noir + Nom : *travail au noir, argent noir, caisse noire, littérature noire, roman noir, marée noire, marché noir, drapeau noir* ;
- (3) Rouge + Nom : *liste rouge, feu rouge, armée rouge, alerte rouge, le livre rouge* (de Mao Tse Toung), *le téléphone rouge* ;
- (4) Blanc + nom : *examen blanc, mariage blanc, vote blanc, drapeau blanc, colère blanche, nuit blanche, cols blancs, blouse blanche, marche blanche*.
- (5) Bleu + nom : *cols bleus, blouse bleue, peur bleue, tablier bleu, le Cordon bleu* (ruban de tabis bleu, que portent les chevaliers de l'Ordre du Saint-Esprit), *billets bleus* (billets de banque), *carte bleue* (carte accréditive et de paiement), *zone bleue* (où le stationnement est limité), *colère bleue*.

Puisque nous avons mentionné le phénomène lexical de la néologie comme moyen d'enrichissement du lexique, on constate que ce phénomène se manifeste aussi au niveau des collocations. C'est le cas de la collocation *bonnets rouges*, apparue pour la première fois à l'époque de Louis XIV pour désigner les Bretons qui avaient choisi de défier leur roi, et réapparue au XXI^e siècle, pendant le quinquennat de François Hollande, pour désigner toujours les Bretons, toujours mécontents qui, cette fois, protestaient contre l'écotaxe imposée par le gouvernement. C'est, si l'on veut, un néologisme par extension de sens. Dans ce cas, une collocation presque oubliée a refait surface quelques siècles plus tard et sert même de base pour la formation d'une autre collocation, *les bonnets bruns*, terme employé dans les médias actuels pour désigner le parti *Le Rassemblement National* (ancien *Front National*).

La liste des collocations formées autour d'un adjectif de couleur pourrait continuer avec des combinaisons lexicales de l'adjectif *jaune* : *le passeport jaune* (au XIX^e siècle, les forçats libérés recevaient un document attestant leur libération, appelé *passeport jaune*), *l'étoile jaune*, *le métal jaune*.

Dans les cas mentionnés, l'élément le plus stable et le plus important pour la constitution du sens de la collocation est le substantif, il garde les sèmes conférés par son sens principal. Par contre, l'adjectif ne se comporte pas de la même manière, il garde les sèmes qui constituent le noyau sémantique qui apportent des clarifications et des précisions nécessaires à la compréhension du sens de la collocation. Il s'agit des collocations transparentes, comme *énergie verte, or vert, or noir, feu rouge, le métal jaune*. Dans le cas des collocations opaques, l'adjectif de couleur, en tant que déterminant du nom qu'il accompagne, perd le plus souvent les sèmes spécifiques. Il n'y a pas de raison valable ou de motivation pour conférer à la colère la couleur verte ou rouge ou blanche (*une verte colère, une colère rouge, une colère blanche*) et à la peur la couleur bleue.

Avant de continuer l'analyse, il faut faire une remarque concernant certains syntagmes comme *la lanterne rouge, la croix rouge, le croissant rouge, les bérets verts, les casques bleus, les casques blancs, les bonnets rouges, les bonnets bruns, cols blancs, cols bleus, les vestes jaunes, les chemises noires, les habits verts*, parce que, dans ces cas, nous avons affaire à plusieurs processus linguistiques qui se passent et qui contribuent à la réalisation du sens de ces syntagmes ou combinaisons lexicales libres. Sont-elles des combinaisons libres ? Parfois nous identifions une métonymie par contiguïté spatiale (*la lanterne rouge*- équipe qui occupe la dernière

place dans un classement) ou de synecdoque (partie pour le tout pour *bérets verts, casques bleus, casques blancs, bonnets rouges, bonnets bruns, cols blancs, cols bleus*). À cela s'ajoute une connotation, parfois péjorative (*lanterne rouge*), parfois religieuse (*le croissant rouge, la croix rouge*) ou une connotation politique (*les casques bleus, les bonnets bruns*) ou scientifique (*les habits verts*). Dans tous ces cas, le sens de ces combinaisons lexicales n'est pas transparent, les combinaisons lexicales sont figées, par conséquent nous serions tentés de les ranger dans la classe des séquences figées.

2.2.2. Les adjectifs objectifs dans les phrasèmes sémantiques

Les adjectifs objectifs exprimant la couleur, la forme ou le goût rentrent aussi dans la constitution de structures ou combinaisons lexicales appelées phrasèmes sémantiques (Igor Mel'čuk 2008, 2011) ou séquences figées (Mejri 2005, 2008, 2010). Ce sont des structures lexicales qui correspondent à tous les critères identifiés par Gaston Gross (1996) et par Charlotte Schapira (1999). En bref, ces structures lexicales dont le sens est non compositionnel sont dans la majorité des cas opaques du point de vue du sens, elles sont majoritairement figées et, comme nous allons le constater plus loin dans l'article, difficilement traduisibles.

Dans cette classe de séquences figées, on range des comparaisons du type *être blanc comme neige* qui désigne une personne innocente. On reconnaît de nouveau la formation du sens de la combinaison lexicale non libre par association avec l'une des connotations de l'adjectif de couleur *blanc*, qui a parfois comme connotation l'innocence. Dans une autre combinaison lexicale, *être vert de rage*, désignant quelqu'un qui est dans un état de rage extrême, il n'y a pas de connotation associée, ce qui rend la structure lexicale mentionnée opaque du point de vue du sens.

Il faudrait réfléchir un peu sur la construction du sens de la combinaison lexicale *les petits hommes verts*. On sait déjà que la séquence lexicale en question désigne les Martiens, mais comment peut-on savoir qu'ils sont *petits* et qu'ils sont de couleur *verte*? Voilà encore une combinaison lexicale difficilement classifiable, car l'analyse que nous faisons est une analyse sémantique, dont l'un des critères est la présence ou l'absence de la motivation. Dans ce cas précis, il n'y a pas de motivation, pas de connotation non plus.

La motivation dans la création du sens des séquences figées est présente dans bon nombre de cas. Ainsi, les couleurs sont souvent associées à des états d'esprit (*broyer du noir, avoir des idées noires*), à une appréciation ou à une évaluation (*être blanc comme neige, être connu comme le loup blanc*), à des qualités ou des caractéristiques (*il est encore vert, il est devenu blanc*). Les couleurs sont encore associées à des situations inattendues (*marquer une date d'un caillou blanc/noir, se retrouver dans une colère noire/rouge/blanche*).

Les couleurs ont, le plus souvent, des connotations : résultat nul d'une action (*tirer à blanc, faire chou blanc*), liberté d'action (*donner carte blanche, donner feu vert*) ou méchanceté (*être méchant comme l'âne rouge*). Cela fait en sorte que les connotations attribuées à ces couleurs contribuent à caractériser le déterminé, en l'occurrence le substantif, ou parfois le verbe. Dans certains cas, les adjectifs changent

de valeur grammaticale, en devenant des adverbes et, par conséquent, ils déterminent des verbes : *manger gras, filer doux, tourner rond, boire sec, sonner creux*.

Ce qui attire notre attention dans plusieurs exemples donnés est que les séquences figées sont aussi des métasèmes : *avoir la main verte* est une métonymie, aussi bien qu'*être une barbe bleue, être un cordon bleu* (contiguïté spatiale entre la personne qui possède ces qualités et les qualités mises en relief : bon jardinier, mari cruel et parfois assassin, excellente cuisinière).

2.3. Présence des adjectifs subjectifs dans les phrasèmes

Dans la classe des adjectifs subjectifs, la sous-classe des adjectifs affectifs, selon la classification de C. Kerbrat Orecchioni (1980), il est difficile de trouver des séquences figées. Il y a quand même un certain nombre de collocations du genre *soleil insoutenable* et *chaleur de plomb, silence de plomb* (Alain Polguère 2007) qui sont considérées par le linguiste mentionné comme des greffes collocationnelles à cause de leur apparition accidentelle dans le discours quotidien. Beaucoup de ces greffes collocationnelles représentent des expressions erronées (*des chiffres vraiment durs, une chaleur écrasante*).

Si l'on rencontre certaines de ces combinaisons lexicales dans des textes littéraires, on les considère comme étant des figures de style, des métaphores, le plus souvent. Sinon, elles sont devenues des clichés, car, étant employés souvent, elles ont perdu leur valeur stylistique, ce qui correspond à la définition du cliché linguistique.

2.3.1. Les adjectifs subjectifs évaluatifs non axiologiques dans les phrasèmes

Les adjectifs de ce type (*long, court, petit, grand, chaud, nombreux*) se retrouvent aussi bien dans des séquences figées que dans des collocations. Une de ces séquences figées, *long comme un jour sans pain* (vx.) en parlant de la taille d'une personne : extrêmement grand et maigre, figure dans les dictionnaires du XIX^e siècle, étant considérée comme vieillie et ayant un sens opaque, dû au fait que la taille d'une personne est mesurable en unités de mesure de la dimension, tandis que la longueur d'un jour est mesurable en unités temporelles.

L'adjectif *long* figure dans bon nombre de séquences figées, dont voici quelques exemples : *avoir le bras long, avoir les dents longues, boire à longs traits, à longue échéance, travail de longue haleine, ne pas faire long feu, en dire long sur qqn./qqch., en apprendre long sur qqn./qqch., en savoir long, en connaître long sur qqn./qqch., en long, en large et en travers, à la longue, long comme le bras*.

On retrouve l'adjectif *court* dans des séquences figées fréquemment employées, comme : *court sur pattes, avoir la vue courte, esprit court, sauce courte, avoir la mémoire courte, faire court, serrer, tenir qqn. de court, être à court d'arguments*.

La constatation qui s'impose à la lecture de ces séquences figées est que le sème principal des adjectifs *long* et *court*, en l'occurrence [dimension] ne participe pas à la construction du sens des séquences figées mentionnées. Par exemple, *avoir la vue courte* se rapporte à une vue diminuée et *avoir le bras long* désigne l'influence importante de quelqu'un dans un milieu, un groupe de personnes.

Dans les séquences figées il y a des changements fréquents, perte ou ajout de traits inhérents, dus à des causes diverses. Parfois il s'agit du changement de la catégorie grammaticale, quand l'adjectif est employé avec une valeur adverbiale (*s'arrêter court*, *arrêter court qqn.*, *faire court*, *prendre qqn. de court*). Dans certaines situations, l'adjectif subjectif non axiologique perd son trait inhérent [dimension] pour exprimer l'intensité, *avoir le verbe haut*, *prendre le haut ton*) ou une [manière de parler] : *faire des messes basses*.

Dans la plupart des cas, les adjectifs évaluatifs non axiologiques s'emploient conformément à leur définition : « l'usage d'un adjectif évaluatif est relatif à l'idée que le locuteur se fait de la norme d'évaluation pour une catégorie d'objets donnés » (C. Kerbrat Orecchioni, 1980 : 86). Alors, si une personne a une position importante et beaucoup d'influence dans une hiérarchie sociale ou politique, elle *a le bras long*, *les dents longues*, elle *a la main haute dans une affaire*, elle *a la haute main sur qqn.* ou *qqch.* ou *elle tient le haut du pavé*.

La majorité des adjectifs évaluatifs gardent leur trait inhérent principal, [dimension temporelle], quand ils appartiennent à des collocations, du *type courte maladie*, *longue maladie*, *trouver le temps long*, ou [dimension spatiale], *haute mer*, *haute altitude*, *lunettes de longue vue*. Dans certains cas, l'adjectif peut acquérir d'autres traits comme [quantité] : *intelligence courte*, *esprit court*, *en savoir long sur qqn./qqch.*, *haut salaire*, *haute rémunération*, ou [qualité] : *hautes compétences*, *haute société*, *haut talent*, ou alors [situation dans le temps] : *le haut moyen âge*, *de haute époque*, ou encore [intensité] : *haute pression*, *haute dose*, *haute fréquence*, *haute tension*.

2.4. Les adjectifs évaluatifs axiologiques dans les phrasèmes

Les adjectifs évaluatifs axiologiques, du type *bon*, *beau*, *méchant*, *mauvais* sont susceptibles de rentrer dans un nombre restreint de collocations et de séquences figées. Cela est dû à leur grande fréquence et à leur grande possibilité de se combiner librement avec de nombreuses unités lexicales.

Tout de même, dans les séquences figées identifiées contenant des adjectifs évaluatifs axiologiques, ceux-ci gardent leur trait inhérent principal. Par exemple, dans le cas de l'adjectif *bon*, il garde son sens principal, qui est de « montrer qu'un être ou un objet concret ou abstrait désigné par le substantif répond positivement à ce qui est attendu de lui, sous le rapport de sa nature, de sa fonction, de son efficacité, etc. » (www.cnrtl.fr/).

Cela arrive dans les séquences figées *bon an*, *mal an* (l'an est bon du point de vue de la situation matérielle), c'est donc le sens de l'adjectif qui contribue majoritairement à la construction du sens, mais il faut tenir compte de la structure entière de la séquence figée, une structure elliptique, une réduction de la phrase *Que l'année soit bonne ou mauvaise*. Cela fait que le sens de l'expression figée est en moyenne *Il gagne bien sa vie*, *bon an*, *mal an*.

C'est la même chose dans le cas d'autres séquences figées comme *faire contre mauvaise fortune bon cœur*, où le substantif déterminé représente une métonymie, le cœur étant le siège des sentiments.

Dans *prendre du bon temps*, l'adjectif *bon* garde son sens mais, associé à un verbe support et au substantif *temps* qu'il détermine, il donne un sens global de la séquence un peu différent (« s'amuser »).

Nous n'avons pas analysé de séquences comme *Bonne santé ! Bon anniversaire ! Bonne journée ! Bonne année ! Bons baisers !* parce que nous avons adopté la conception d'Alain Polguère (2016), selon lequel ce type de syntagmes, étant des énoncés entiers, sont des clichés linguistiques.

De bonne heure est une collocation qui est synonyme de l'adverbe *tôt*, donc, pour ce qui est de l'adjectif *bon*, il perd son trait sémantique de base pour en acquérir un autre [situation dans le temps].

Dans un *bon prince*, l'adjectif *bon* ne désigne pas la qualité d'un prince, celle de bien remplir ses fonctions officielles, mais la qualité d'une personne qui manifeste de la générosité, de la tolérance et de la bienveillance envers ses semblables. L'association de l'adjectif à ce substantif constitue une métaphore, donc nous rangerions plutôt cette combinaison parmi les combinaisons non-libres, parmi les locutions dans le sens que Mel'čuk (2008, 2011) donne au terme de locution, ayant quand même une motivation et étant transparente.

Il y a encore quelques collocations, comme *bon à rien* ou *bon à tirer* dans lesquelles l'adjectif garde son sens : *un bon à rien* est une personne de peu de valeur, mais la manifestation de ce défaut est quand même bonne, facilement repérable ; un manuscrit *bon à tirer* est un manuscrit qui correspond aux exigences des typographes et qui peut donc être imprimé.

3. Approche contrastive de la construction du sens dans les phrasèmes français et roumains

Pour avoir un bon aperçu sur ce problème il nous paraît absolument nécessaire de rappeler deux notions importantes en linguistique, à savoir celle des universaux du langage et celle de la segmentation de l'univers extralinguistique.

Pour ce qui est des universaux du langage, il faut rappeler que certains éléments et certaines notions sont indispensables à toute culture humaine, à la vie en société (Wierzbicka, 1993 : 118) : ils fournissent les fondements mêmes de la morale et du droit. Il s'agit, entre autres, de deux notions, *bon* et *mauvais*, qui peuvent apparaître dans différentes langues comme des prédicats universels (*être bon / être mauvais, faire qqch. de bon / mauvais*). Ces caractéristiques de *bon* et de *mauvais* appartiennent à la mentalité de toutes les sociétés, indifféremment du temps et de l'espace. Ces types de prédicats peuvent se combiner dans la grammaire universelle avec des noms humains ou non humains.

Dans cette perspective, on peut analyser les ressemblances et les différences qui existent entre la vision du monde spécifique au peuple et à la langue française et celle spécifique au peuple et à la langue roumaine.

Si l'on considère les adjectifs objectifs (forme, couleur et goût), on constate que, dans la constitution du sens des collocations, ce qui compte le plus c'est la connotation, ce sens supplémentaire, occasionnel et présent sporadiquement dans la

définition d'un mot, sens appartenant à une certaine communauté, ayant parfois une existence éphémère.

Ainsi, le *noir* et le *blanc* gardent dans les deux langues et dans la mentalité des deux peuples leurs sens et leurs connotations, mais la participation de ces deux adjectifs de couleur à la formation des séquences figées et des collocations est différente.

Les collocations formées autour de l'adjectif *noir* conservent la connotation / univers sombre et obscure : *des idées noires / gânduri negre, magie noire / magie neagră, liste noire / lista neagră, travail au noir / munca la negru, marché noir / piața la negru, drapeau noir / drapelul negru, humour noir / umor negru*. Par contre, dans la littérature roumaine, il n'y a pas de romans noirs, dans le langage quotidien on ne parle pas de caisses noires, non parce que la réalité extralinguistique n'existe pas, mais parce qu'elle est désignée par un autre syntagme.

Les syntagmes figés formées autour de l'adjectif *noir*, surtout ceux qui sont des comparaisons, sont les plus susceptibles d'avoir une structure semblable : *noir comme un corbeau / negru ca pana corbului, noir comme l'ébène / negru ca abanosul*.

L'adjectif *blanc* figure dans des collocations ayant le même sens dans les deux langues : *le drapeau blanc / drapelul alb, vers blancs / versuri albe, nuit blanche / noapte albă, arme blanche / arma albă*.

Il y a peu de ressemblances au niveau des séquences figées et on les retrouve dans quelques situations : *cousu de fil blanc / cusut cu ață albă, blanc comme un linge / alb ca varul*.

Au niveau des adjectifs subjectifs, on a constaté qu'il y a peu de séquences figées qui ont une structure semblable dans les deux langues, impliquant la présence de ce type d'adjectifs, ce qui est certainement dû à la manière différente dont les deux langues et civilisations ont évolué.

Conclusion

Les adjectifs représentent une classe grammaticale importante pour leurs capacités de qualifier et de déterminer un nom ou d'apparaître dans des structures verbales du type [Nominal+ être+ Adjectif]. La présence nécessaire d'une autre classe grammaticale à sens plein dans l'environnement linguistique de l'adjectif nous conduit à la conclusion que l'adjectif n'est pas tout à fait une classe autonome.

Dans les langues naturelles, comme c'est le cas pour le français et le roumain, les adjectifs s'actualisent dans des structures plus ou moins fixes et s'emploient pour exprimer des réalités, dans le cas des adjectifs objectifs, et de perceptions subjectives, dans le cas des adjectifs subjectifs.

Du point de vue de la capacité de combinaison dans les locutions et les collocations, les adjectifs objectifs manifestent une capacité combinatoire plus grande que les adjectifs subjectifs, aussi bien en français qu'en roumain.

Bibliographie

- Colombat, Bernard (1992). « L'adjectif : perspectives typologique et historique. », dans *Histoire Epistémologie Langage*, Tome 14, fascicule 1, pp. 5-23, https://www.persee.fr/dpc/hel_0750-8069_1992_num_14_1_2338 (Dernière consultation : le 16.01.2019).
- Cristea, Teodora (2001). *Structures signifiantes et relations sémantiques en français contemporain*, Bucaresti, Editura Fundației România de mâine.
- Dixon, R. M. W. (1977). « Where have all the adjectives gone? », dans *Studies in Language*, 1, pp. 19-80.
- Goes, Jan (2011). « Les adjectifs primaires entre quantité et qualité », dans *Studii de lingvistică* 1, 2011, pp. 121-137. <http://studiidelingvistica.uoradea.ro>.
- González Rey, Maria Isabel, Monserrat, López Díaz (2005). *De l'opacité des séquences figées comme exception sémantique*, <https://www.researchgate.net/publication/>. (Dernière consultation : le 10.05. 2021).
- Gross, Gaston (1996). *Les expressions figées en français : noms composés et autres locutions*, Paris, Ophrys.
- Gross, Gaston (1997). « Du bon usage de la notion de locution », dans M. Martins Baltar (coord.) *La locution, entre langue et usagers*, ENS Editions, Fontenay Saint-Cloud.
- Kerbrat Orecchioni, C. (1980). *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin.
- Marquez, E. (1998). « Classification des adjectifs : étude exploratoire sur l'organisation sémantique-pragmatique des adjectifs », dans *Langages*, n°132, 1998. Cognition, catégorisation, langage, pp. 87-107, doi : 103406/lgge.1998.2179, https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1998_num_32_132_2179. (Dernière consultation : le 13.06.2021).
- Mejri, Salah (2005). « Figement absolu ou relatif : la notion de degré de figement », dans *Linx*, no. 35 (en ligne) <http://linx.revue.org>.
- Mejri, Salah (2008). « Figement et traduction : problématique générale », dans *Meta : journal des traducteurs*, vol. 53, n° 2 (en ligne) <http://erudit.org>.
- Mejri, Salah (2010). « Traduction et fixité idiomatique », dans *Meta : journal des traducteurs*, vol. 55, n° 1 (en ligne) <http://erudit.org>.
- Mel'čuk, Igor (2008). *Phraséologie dans la langue et dans le dictionnaire* (en ligne) <http://olst.ling.umontreal.ca>.
- Mel'čuk, Igor (2011). « Phrasèmes dans le dictionnaire », dans *Le figement linguistique : la parole entravée*, Paris, Honoré Champion.
- Polguère, Alain (2016). *Il y a un traître par minou : le statut lexical des clichés linguistiques* (en ligne) <https://journals.openedition.org/corela/4486> ; doi : <https://doi.org/10.4000/corela.4486>. (Dernière consultation : le 01.08.2020).
- Polguère, Alain (2007). *Soleil insoutenable et chaleur de plomb : le statut linguistique des greffes collocationnelles*, <http://olst.ling.umontreal.ca/>. (Dernière consultation : le 04.05.2021).

- Schapira, Charlotte (1999). *Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules*, Paris, Ophrys.
- Sinclair, John (1991). *Corpus, concordance, collocation*, Oxford, Oxford University Press.
- Siserman, Mihaela Munteanu (2014). *Onomastic Markers in Romanian Fixed Structures*, <http://www.diacronia.ro/> (Dernière consultation : le 01.03.2021).
- Sporis, Valerica. 2008. *Adjectivul în GALR. Studiu de caz*. www.dacoromania.institutpuscariu.ro. (Dernière consultation : le 04.06.2021).
- Sporis, Valerica. 2017. *Gradele de intensitate ale adjectivului în limba română. Consideratii stilistice*. <http://muhaz.org>. (Dernière consultation : le 04.06.2021).
- Tutin, Agnès, Grossmann, Francis (2002). *Collocations régulières et irrégulières : esquisse de typologie du phénomène collocatif* (en ligne) [www.u-grenoble](http://www.u-grenoble.fr). 3. fr. (Dernière consultation : le 04.05.2021).
- Wierzbicka, Anna (1993). « Les universaux de la grammaire », dans *Langue française*, n° 98, *Les primitifs sémantiques*, pp. 107-121, doi : <https://doi.org/10.3406/lfr.1993.5836>https://www.persee.fr/doc/lfr_0023-8368_1993_num_98_1_5836. (Dernière consultation : le 03. 05. 2020).
- Wierzbicka, Anna (1993). « La quête des primitifs sémantiques », dans *Langue française*, 98, *Les primitifs sémantiques*, pp. 9-23.

LE PROVERBE À IMAGES STÉRÉOTYPÉES : ENJEUX ET LIMITES DE TRANSMISSION

Ouafa BENJAAFAR

Faculté des Lettres et des sciences humaines Marrakech

Université Cadi Ayyad, Maroc

benjaafarmaster@gmail.com

Résumé

Le proverbe peut donner le bon conseil et porter une morale ou une leçon des ancêtres, mais il peut renfermer des critiques et des préjugés qui affectent toute la société ; de la sorte, il permet d'exprimer certaines offenses. Par le biais des proverbes, il est présupposé donner vie à des vérités et des évidences patriotiques, pourtant un ensemble de proverbes permet d'extérioriser des sentiments et des opinions d'une manière satirique ou stéréotypée. Or, le proverbe semble propice pour étudier et analyser les stéréotypes au sein d'un groupe social.

Abstract

THE STEREOTYPED IMAGE PROVERB: ISSUES AND LIMITATIONS OF TRANSMISSION

The proverb can give good advice and carry a moral or a lesson from the ancestors, but it can contain criticisms and prejudices that affect all of society, so it allows certain offenses to be expressed. Through proverbs it is presupposed to bring to life patriotic truths and evidences, yet a set of proverbs allows feelings and opinions to be expressed in a satirical or stereotypical way. However, the proverb seems suitable for studying and analyzing stereotypes within a social group.

Mots-clés : *Proverbe portant sur l'autre, stéréotypes, transmission, préjugés, culture*

Keywords: *Proverb about the other, stereotypes, transmission, prejudices, culture*

1. Introduction

Depuis son entrée sur la scène institutionnelle avec la convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel suggérée par l'UNESCO en 2003, le patrimoine culturel immatériel revêt un intérêt particulier et devient l'objet de la recherche scientifique. Le terme « sauvegarder », exigé par la convention, est vague

et laisse libres les Etats et les communautés d'en appréhender les moyens pour le garantir. Pourtant, la sauvegarde de l'immatériel est essentiellement un acte humain, parce que la sauvegarde est assurée par un ou des actes de « transmission ». C'est par et grâce à cette transmission, que ce soit d'une manière orale ou par la préservation des traces immatérielles, qu'on peut « [...] assurer la viabilité du patrimoine culturel immatériel » (Frigo, 2016 : 59).

Ainsi le proverbe, un des éléments du patrimoine culturel immatériel, témoigne d'un héritage authentique d'un groupe social, il forge continuellement des expressions afin de figer l'éthique tout en reflétant une manière de penser, de juger et d'agir d'un groupe social. Alors si on accepte que tout le tissu social participe à la création parémiologique qui semble concrétiser en même temps les aspects socio-culturelles, on peut dès lors constater que toute langue opère un choix lexical bien précis, correspondant à des associations d'idées, conscientes ou non, dans la création des proverbes et notamment le proverbe portant sur l'autre.

Problématique

Les manifestations symboliques de l'exclusion, exprimées par l'ensemble de ces proverbes, sont aussi dynamiques et, dans certains cas, réciproques : l'institution dominante attribue des étiquettes et des stéréotypes à un ensemble de groupes qui ne répond pas à ses normes. Ce qui peut entraîner une discrimination et des conflits entre les parties en présence.

Ainsi, le proverbe serait-il un moyen symbolique d'un règlement de comptes au sein des groupes sociaux ?

Le proverbe peut-il donner lieu à des phénomènes de rejet d'exclusion et de discrimination ?

Ces formes immatérielles particulièrement maintenues jusqu'à présent sont-elles le résultat d'un processus de sélection qui valide certaines d'entre elles et rejette d'autres ?

S'agit-il de garder ce type des proverbes en tant que particularité culturelle, utile symboliquement, qui sera diffusée et transmise, malgré sa valeur stéréotypée ?

S'agit-il d'une construction sociale de l'inégalité et de la différenciation négative qui est garantie par l'emploi de ce type de proverbes ?

Ces images portées par le proverbe sont-elles dépassées ? Le proverbe s'adapte bien à tout changement culturel comme il le fait quand il s'agit d'une modification linguistique qui peut affecter la syntaxe ou le lexique du discours proverbial ?

Les hypothèses

La transmission du proverbe portant sur l'autre doit être toujours fidèle imitative et compulsive afin de garder cet héritage oral.

Nous déformons, nous réinventons, nous oublions et nous sélectionnons tout en reformulant notre patrimoine culturel immatériel autrement.

La transmission culturelle du proverbe ne prend pas spécifiquement la forme de l'imitation : l'essentiel de la transmission passe par une forme de transformation qui implique nécessairement une reconstruction de ce qui est transmis.

La transmission du patrimoine culturel immatériel, notamment le proverbe, s'accompagne d'une réinvention culturelle : quelques motifs disparaissent sous l'effet de nouveaux facteurs.

Objectifs de la recherche

Le proverbe, en tant que composante du patrimoine immatériel, est un lieu de rencontre de la langue et de la culture, donc l'étude du proverbe semble propice à nous renseigner sur les pratiques discursives et sur les valeurs culturelles, tout en montrant les aspects symboliques de l'exclusion qu'il peut véhiculer. Ainsi les objectifs de notre recherche sont :

Questionner les enjeux et les limites de la circulation du discours arabo-marocain portant sur l'autre au sein du groupe social : tensions et résistances entre fixation et transmission mémorielles ou rejet et déformation sociaux.

Montrer comment les stéréotypes, la stigmatisation et les préjugés véhiculés par le proverbe se forment au sein de la société et en viennent à être acceptés ou rejetés.

Identifier les représentations exprimées dans le discours proverbial à l'égard de différents groupes.

Montrer comment les proverbes peuvent transmettre des stéréotypes et des préjugés et quelle influence ont-ils sur le comportement des personnes.

2. Le cadre analytique

Notre recherche s'inscrit dans le cadre de l'analyse du discours, et notamment dans une approche pragmatique et socio-discursive, c'est-à-dire nous considérons le discours comme « [...] le lieu de l'élaboration du social » (Maingueneau, 2005). L'objet de notre recherche porte sur les stéréotypes dans le discours proverbial arabo-marocain, les enjeux et les limites de la transmission de ces images stéréotypées au sein de la société.

Les stéréotypes, concept qui a fait l'objet d'étude de plusieurs disciplines des sciences humaines, sont définies telles des « [...] images préconçues et figées, sommaires et tranchées, des choses et des êtres que se fait l'individu sous l'influence de son milieu social » (Morfaux, 1980 : 34). Le discours, notamment le proverbe portant sur l'autre, nous semble propice pour analyser les stéréotypes, puisque c'est par ce type de discours que des images stéréotypées que les gens se font de « l'autre » véhiculent dans la société, pour qu'elles soient partagées collectivement ultérieurement. C'est par le proverbe qu'un grand ensemble de conceptions, d'images, de savoirs partagés, de connaissances encyclopédiques sont transmis, lesquels participent à la construction identitaire certes, mais aussi à la construction de la manière avec laquelle les individus perçoivent le monde, eux-mêmes et l'autre.

Chaque groupe forme d'une manière ou d'une autre une communauté imaginée, il s'agit d'une représentation des idées et des concepts que les individus partagent, ainsi « [...] il faut que soient produits des discours d'abord pour la faire naître, puis pour la transformer, la reproduire, la détruire » (Turbide, Vincent et al., 2008 : 92). Dans de telles conditions, des représentations peuvent naître à partir d'une pré-construction, par exemple quand un individu émet un discours en décrivant une

entité, il exprime implicitement une hiérarchie sociale par laquelle un ensemble de caractéristiques « [...] sont élevées au rang de stéréotypes par les vertus de la typologie » (Paveau, 2006), laquelle typologie « [...] vient installer le pré-discours dans les discours, comme si la typologie nouvellement créée était déjà partagée dans les cadres représentationnels collectifs » (Paveau, 2006). La stéréotypie peut même engendrer un fait moral surtout qu'elle installe des jugements de valeurs, ce qui évoque explicitement des situations d'altérité, de stigmatisation et de discrimination.

3. La transmission culturelle : enjeux et limites

Le terme de « transmission » s'inscrit en sociologie dans le cadre de la socialisation et de l'éducation. D'après Durkheim, « [...] la socialisation se base sur des modèles culturels transmis par la génération précédente » (Durkheim, 1963 : 4). Les modes de transmission des traditions sont généralement observés sous deux angles distincts : soit en se plaçant du côté du transmetteur, le parent, soit en se plaçant du côté du récepteur : l'enfant. Depuis les sociétés primaires, l'enfant appréhende les valeurs, les mœurs, les normes..., ainsi il intériorise les attentes de la famille et celles de toute la communauté dans laquelle il vit. Tout un processus social s'opère sur la tutelle des générations, de la sorte la transmission entre ces générations est réalisée grâce à ces deux pôles « parents » « enfants », c'est un des processus décisifs qui participe à maintenir la stabilité et l'ordre social. Semblable à une reproduction identique, la transmission s'opère, d'après Durkheim, dans un contexte d'apprentissage et d'éducation « Toute éducation consiste dans un effort continu pour imposer à l'enfant des manières de voir, de sentir d'agir auxquelles il ne serait pas spontanément arrivé » (Durkheim, 1988 : 99).

La transmission se réalise tel un acte unilatéral : les anciennes générations lèguent un ensemble culturel à des générations nouvelles. Dans ses recherches sur les mécanismes de transmission d'une génération à une autre, Durkheim utilise le mot « éducation » au lieu de « socialisation » qu'il n'emploie que rarement. Ce terme de socialisation apparaît à la fin des années 1930, surtout quand les sociologues cherchent à expliquer la relation entre la société et les individus et la manière avec laquelle ces individus s'identifient à une telle société, une question omniprésente dans les travaux de Durkheim et aussi dans ceux de Bourdieu et de Parsons. Pour ce dernier, la famille est l'institution principale de la socialisation, elle est responsable de présenter des modèles que doivent reproduire les nouvelles générations. Quant à Bourdieu, en empruntant le terme de Durkheim, il voit que la socialisation est une sorte d'« incorporation des habitus », c'est un système de dispositions bien cohérent destiné à générer et à organiser les pratiques et les représentations au sein d'une société.

Généralement, on assiste à deux cas, soit le projet de transmission parental réussit dans le sens que les « héritiers » acceptent de s'approprier cet héritage en assumant une reproduction et une poursuite de ce même cheminement social. Soit les héritiers transgressent cette condition de continuité sociale, de la sorte ils refusent ce projet parental. Ce refus de la succession, selon Bourdieu, crée un « déchirement » social.

Dans un contexte plus large, la transmission d'un patrimoine culturel a un mode d'appropriation qui semble pareil à celui de la transmission d'un patrimoine

matériel. Bernard Lahir a établi une comparaison entre la transmission du patrimoine immobilier et celle du patrimoine culturel afin de déceler les points de dissemblance. D'abords, la transmission d'un héritage matériel d'une génération dite propriétaire à une autre dite héritière entraîne une dépossession pour la première et un enrichissement pour la seconde. Par contre, dans le cas d'une transmission culturelle, celui qui transmet possède, toujours son héritage « [...] donner à l'autre c'est l'enrichir sans s'appauvrir » (Lahir, 1998 : 206.) Ensuite, le patrimoine matériel se transmet sans connaître des changements à l'encontre du patrimoine immatériel qui subit des transformations lors de sa transmission, « le capital culturel » connaît une reconstruction et une adaptation de la part des récepteurs.

Parfois, ce processus de transmission ne se finalise pas, vu que les conditions ne sont pas toujours favorables pour que les récepteurs s'approprient un tel capital culturel. Enfin, la transmission du patrimoine culturel immatériel s'effectue dans le temps, elle n'est pas instantanée et elle ne s'acquiert pas définitivement, ainsi elle peut connaître une ou des évolutions et elle peut se faire d'une manière inconsciente, contrairement à la transmission du patrimoine matériel, la passation n'est pas toujours intentionnelle et concrète.

4. Le discours proverbial un héritage immatériel

Tout locuteur natif d'une langue peut facilement reconnaître un proverbe, certes son intuition linguistique le guide à partir du rythme, de la rime, du ton bref, de la construction superficielle du proverbe, mais les parémiologues, sans se baser sur cette intuition, qui parfois peut être douteuse, cherchent à donner une définition au proverbe en prenant en considération d'autres critères : sa fonction argumentative, son fonctionnement syntaxique et son rôle pragmatique. Le proverbe est doté d'une concision bien distincte par rapport aux autres composantes de la littérature orale, or il est plus facile à retenir et à réemployer en l'introduisant dans nos discussions quotidiennes, il est l'objet d'étude séduisant qui attire sans cesse l'attention des chercheurs ; qu'ils soient des linguistes, des philosophes, des ethnologues ou de simples amateurs de l'héritage patrimonial. Il est le genre du discours le plus collecté, expliqué et étudié... Par contre, les difficultés font surface quand les chercheurs, défiant ses dimensions et ses caractéristiques, essayent de le mettre dans un canal bien déterminé et de le cerner dans une définition satisfaisante ; d'ailleurs, depuis Aristote, les définitions se succèdent mais sans réussir à donner au proverbe une définition universelle approuvable, comme le confirme Gómez-Jordana Ferary : « Nous dirons, pour notre part, que nous reconnaissons ce qui en langue est annoncé comme proverbe mais que nous n'arrivons pas à définir ce qui en métalangue pourrait être dénommé proverbe » (2012 : 12).

Le proverbe fait partie intégrante de la langue, il est un des supports de l'expression culturelle et un des témoins de l'héritage ancestral. Sous formes de mots et d'images, il reflète des principes de morale, des règles de conduite et des valeurs civiques, comme dit L. Gaborit « [...] le proverbe fournit les règles de la conduite morale. Ainsi dans les sociétés traditionnelles, le proverbe fait la loi » (Gborit, 1983 : 149). En arabe classique, le terme « proverbe » se traduit par [*mathal*], c'est-à-dire une

chose qui ressemble à une autre, d'où le sens du proverbe qui exprime une situation semblable à celle décrite par le locuteur, ainsi par cette ressemblance l'interlocuteur a l'avantage de bien saisir l'idée et le sens du proverbe et d'y adhérer. Dans le dialecte marocain l'équivalent du proverbe est aussi [*matahal*] ou [*hakma*] qui suggère un sens chargé de sagesse et de raisonnement conventionnel qu'on admet volontairement.

5. Notre enquête

5.1. Méthodologie

Notre recherche s'est établie en deux phases :

Une première phase : il s'agit de la constitution d'un corpus représentatif : un ensemble de proverbes arabo-marocains portant sur l'autre recueillis à partir de ces différents ouvrages :

- *Dictionnaire bilingue des proverbes marocains arabe-français* de Michel Quitout.
- *Les proverbes marocains* : traduction annotée suivie d'une étude linguistique de Bouchta Attar
- *Proverbes et locutions proverbiales en usage à Marrakech* de Faïza Jibline
- *Proverbes et dictons du Maroc* de Leïla Messaoudi; Jean Auzeloux ED Casablanca : Belvisi ; Aix-en-Provence : Edisud, 1999.
- المرأة في الأمثال المغربي / al-Mar'ah fi al-amthāl al-Maghribīyah¹, de Munyah Bil al-'Āfiyah

Un tel choix de décontextualiser le discours proverbial de son usage oral est justifié par la nature des objectifs de notre recherche. On vise savoir l'attitude d'un échantillon représentatif envers les proverbes en général et les proverbes portant sur l'autre en particulier et mesurer à quelle point ces personnes sont prêtes à l'admettre en tant qu'un héritage et surtout à le transmettre aux générations, malgré la portée stigmatisante qu'il véhicule.

La deuxième phase : il s'agit d'une étude quantitative qui est menée à l'aide d'un questionnaire et d'un entretien semi directif au près d'un échantillon représentatif afin d'étudier :

- la place du proverbe dans l'imagination marocaine / l'utilisation du proverbe dans les conversations / le proverbe portant sur l'autre...)
- les différentes attitudes envers les images stéréotypées véhiculées par le proverbe marocain.

5.2. Le contexte de la recherche

La ville de Safi : c'est une ville côtière dans l'ouest du Maroc, elle se situe sur l'océan Atlantique. Selon le recensement de 2014, elle a une population de 308.508 habitants. Ses habitants sont des berbères qui sont venus s'installer dans la région avant ou après la fondation de la ville de Safi, ou des arabes appelés *Abda*, qui y ont été installés au XII^e siècle, ou *Ahmar*, qui sont venus de la tribu Maqil d'Algérie, qui était à l'époque une région marocaine. Il est à signaler que dans la ville de Safi habitaient

¹ Bel Afiya. M, *La femme dans les proverbes marocains*, Dar Toubqal. 2010.

une grande communauté juive, elle représentait plus de 20% de la population avant leur émigration en France, au Canada ou en Israël.

5.3. Échantillonnage

Cette enquête a concerné 327 personnes (49.1% de sexe masculin et 50.9 % de sexe féminin). Ces personnes sont de niveaux socioprofessionnels variés : 42 enseignants, 39 fonctionnaires, 41 commerçants, 44 fermiers ou agriculteurs, 39 pêcheurs (le secteur maritime), 39 retraités, 41 étudiants et 37 sans emploi. Ils s'inscrivent dans cinq catégories d'âge (16-25 ans, 26-35 ans, 36-45 ans, 46-55 ans, plus de 56 ans), selon les données suivantes :

| catégorie | 16-25 ans | 26-35 ans | 36-45 ans | 46-55 ans | Plus de 56 ans |
|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|
| Nombre | 59 | 67 | 69 | 67 | 65 |
| Total | 327 | | | | |

Pour leur niveau de scolarité, il varie selon le tableau suivant :

| Primaire | Secondaire | Secondaire qualifiant | Universitaire | Autre |
|----------|------------|-----------------------|---------------|--------|
| 7.4 % | 15 % | 25.4 % | 27.3% | 24.9 % |

Quant au critère basé particulièrement sur la naissance ou non de ces personnes dans un milieu urbain, 59% sont issus d'une origine urbaine, alors que 41% sont d'origine des ruraux. Il est à noter que l'identité rurale augmente à chaque fois qu'il s'agit des catégories d'âge : 46-55 ans et plus de 56 ans.

Cela s'est fait par le biais d'entretiens et de questionnaires (le questionnaire élaboré sur *Google Forms* a été publié dans des groupes sur *Facebook*, on cite:

Entre Safiotes et safiots du monde (Je suis de Safi)
 Pour un Safi meilleur.
 Actualité culturelle à Safi.
 Filière sociologie FLSH
 Master et licence professionnelle à Safi.

Le même questionnaire (en version papiers) a été distribué aux enseignants et aux élèves dans les établissements suivants : Lycée Ibn Moulay Elhaj à Safi, Collège Sidi Abdel Karim à Safi. La deuxième méthode qu'on a adoptée, surtout avec les gens illettrés, était celle du questionnaire semi directif, nous avons opté pour l'emploi de l'entretien individuel et la méthode du face à face. Ainsi, on a posé les mêmes questions de notre questionnaire à des personnes qui habitent à l'ancienne médina de Safi (des quartiers défavorisés), aussi à des personnes qui habitent dans une commune rurale nommé Had Hrara, qui s'éloigne de Safi de 29.3 km.

6. Les résultats

La première rubrique de notre enquête s'intéresse à la place du proverbe dans la culture quotidienne de ces différentes personnes qui ont répondu à notre questionnaire, ainsi que l'attention qu'ils prêtent à ce type de discours.

6.1. L'utilisation des proverbes dans les conversations

51% des personnes interrogées n'utilisent le proverbe que rarement dans leur quotidien, dont 69.7 % sont de la tranche d'âge 16-25 ans. Alors que 31% de ces personnes utilisent souvent le proverbe dans leurs conversations, sachons qu'un grand pourcentage de ces personnes appartient à la tranche d'âge 46-55. Tandis que la minorité (12%) l'utilise toujours, dont la majorité fait partie de la tranche d'âge plus de 56 ans. Alors que 93.6% confirme qu'il y a au moins une ou deux personnes, au sein de leur famille ou de leur entourage, qui utilisent le proverbe dans les conversations d'une manière permanente et spontanée.

6.2. L'emploi et le rôle du proverbe

36.7% de ces personnes affirment que le discours proverbial sert à argumenter et à convaincre, ce qui renforce l'idée que le proverbe est depuis toujours considéré comme la voix de la sagesse des antécédents, alors que 56.9 % certifient qu'il est juste une manière de s'exprimer. Pourtant 90.9% attestent que le discours proverbial est loin d'être un simple ornement discursif et réfutent l'idée que l'emploi du proverbe est un signe d'archaïsme. Plus de 88% nient l'idée que le proverbe est un signe d'analphabétisme. Surtout que 48.6% témoignent que l'emploi du proverbe est une habilité qui n'est pas à la portée de tout le monde. De la sorte, pour ces personnes, le discours proverbial est toujours considéré comme un signe de sagesse et d'intelligence. 70.6% soutiennent l'idée que le proverbe est un savoir identitaire. Il est à indiquer que 71.9% de ces personnes, qui défendent l'emploi du proverbe et expriment leur volonté de garder une image valorisante du proverbe, ont un niveau de scolarité différents, soit des personnes illettrées, soit des personnes intellectuelles (ils ont un niveau universitaire).

En revanche, les personnes qui appartiennent particulièrement à la tranche d'âge 16-25 ans ne prêtent pas beaucoup d'attention à ce type de discours. Pour eux, c'est un discours désuet et son usage est un signe d'analphabétisme et d'archaïsme.

6.3. La conservation du discours proverbial

91.74 % de ces personnes trouvent qu'il est important de conserver et de sauvegarder le proverbe, car il s'agit bien d'un héritage culturel et, afin d'assurer sa sauvegarde, ils proposent de l'utiliser dans les conversations, de l'introduire dans les programmes scolaires, notamment à l'enseignement primaire, et de sensibiliser les enfants de l'importance de cet héritage culturel. Pour la minorité, qui est contre la conservation des proverbes, elle justifie leur point de vue par les considérations et les motifs suivants : 52.9% de ces personnes affirment que la mondialisation a changé notre perception de la culture orale et les 23.5% affirment qu'on ne prête plus attention à ce type d'héritage. Par conséquent, ils relèguent le proverbe parmi les vieux adages qui finissent à sombrer dans l'oubli, jugés indignes d'enrichir et d'embellir une langue.

6.4. Les différentes attitudes envers le proverbe portant sur l'autre

70.6% de ces personnes affirment que tout proverbe sur l'autre peut refléter une réalité, donc le proverbe garde sa force illocutoire et son pouvoir argumentatif ; quelle que soit sa connotation, il possède toujours une valeur argumentative bien constance, il présente une raison communément admise et validée. Le proverbe détient la fonction d'un argument d'autorité qui s'actualise à chaque situation, du moment qu'une minorité, soit 4.6%, trouve que ce type de proverbe porte une image tellement fausse sur la société.

Avant de s'interroger sur l'usage des proverbes portant sur l'autre, il fallait leur demander s'ils ont vécu une situation où ils étaient exclus ou discriminés. Évidemment, 42.2% étaient victimes d'exclusion et de stéréotypage à cause soit de leur origine (31.9.1%), soit de leur sexe (19.1%), soit de leur accent (19.1%) ; les 67.2% des victimes de discrimination étaient dans une situation d'isolement, c'est-à-dire une situation de minorité du groupe.

La deuxième rubrique de notre questionnaire vise de mesurer leur attitude envers un ensemble de proverbes : des centaines de proverbes sur la femme, des centaines sur le régionalisme (les habitants de Safi, de Marrakech, de Rabat, Fès...), des dizaines de proverbes sur le berbère, des vingtaines sur les autres religions (le judaïsme et le christianisme) et des dizaines sur le racisme. Cette question a permis de juger la fausseté ou la véracité du contenu de ces proverbes en général selon ces différentes personnes. Donc, elles sont invitées à exprimer leurs avis (être tout à fait d'accord/d'accord/ni d'accord ni pas d'accord/pas d'accord/pas du tout d'accord).

6.4.1. L'attitude des personnes interrogées à l'égard de l'image de la femme

| | Tout à fait d'accord | D'accord | Ni d'accord ni pas d'accord | Pas d'accord | Pas du tout d'accord |
|------------------------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|------------------|----------------------|
| Pourcentage varie entre | 5.50% 20.18% | 2.75 % 18.34 % | 8.25% 22.01% | 26.60% 41.28% | 22.93% 48.62 |
| La tranche d'âge la plus dominante | Plus de 56 ans | 46- 55 ans | 36- 45 ans | 26-35 ans | 16-25 ans |

Ce qui était surprenant, il y avait un grand nombre des femmes, surtout celles qui proviennent d'une zone rurale et qui n'ont jamais fréquenté l'école, est qu'elles approuvent totalement que tous les proverbes sur la femme sont totalement justes, malgré l'image négative qu'ils véhiculent. Elles soutiennent l'idée que le proverbe est une image sincère et concrète de la société.

6.4.2. L'attitude des personnes interrogées à l'égard des autres religions

| | Tout à fait d'accord | D'accord | Ni d'accord ni pas d'accord | Pas d'accord | Pas du tout d'accord |
|------------------------------------|----------------------|------------------|-----------------------------|------------------------|----------------------|
| Pourcentage varie entre | 6.42% 12.84% | 18.34% 34.86% | 25.68% 41.28% | 10.09% 25.68% | 11.92% 21.10% |
| La tranche d'âge la plus dominante | Plus de 56 ans | 46-55 ans | 16-25 ans | 26-35 ans 36-45 ans | 36-45ans |

La majorité des personnes interrogées ont une réaction plus au moins neutre envers la plupart des images portées par ces proverbes. Par contre, d'après les statistiques, 35% ont exprimé leur accord par rapport à des proverbes qui représentent les juifs d'une manière positive, comme le proverbe suivant : « [...] un marché sans juifs est comme un juge sans témoins », qui parle de l'importance des juifs dans l'échange commercial avec les musulmans surtout à une certaine époque. Aussi, la même attitude est décelée à l'égard des proverbes qui portent des conseils et qui correspondent aux normes islamiques comme dans le proverbe : « Le chrétien dors dans son lit mais ne mange pas de sa nourriture », sachons que les chrétiens peuvent utiliser le rhum dans leur repas, chose qui est interdite par la religion islamique, d'où le taux important de 34.86% de ces personnes qui ont confirmé la morale du proverbe.

6.4.3. L'attitude des personnes interrogées à l'égard du régionalisme

| | Tout à fait d'accord | D'accord | Ni d'accord ni pas d'accord | Pas d'accord | Pas du tout d'accord |
|-----------------------------------|----------------------|------------------------|-----------------------------|-------------------|----------------------|
| Pourcentage varie entre | 2.75% 41.28% | 6.42% 17.43% | 19.26 % 44.95% | 11.92% 44.36 % | 8.25% 24.77% |
| Catégorie d'âge la plus dominante | 46-55 ans | 46-55ans Plus de 56 | 16-25 ans 26-35 ans | 36-45 ans | 36-45 ans |

Il est à noter que le pourcentage le plus élevé dans la rubrique « tout à fait d'accord » trouve son explication dans le sens même du proverbe, auquel les personnes adhèrent surtout qu'il porte une image favorable, par exemple celle sur les Marrakchis : ils ont le bon sens de trouver les bonnes réponses pour toute situation.

6.4.4. L'attitude des personnes interrogées à l'égard de l'esclavagisme

| | Tout à fait d'accord | D'accord | Ni d'accord ni pas d'accord | Pas d'accord | Pas du tout d'accord |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------------|------------------|----------------------|
| Pourcentage Varie entre | 6.4% et 12.8% | 10.09% et 20.18 % | 34.43 46.7% | 16.51% 18.34% | 11.92% 13.76 |
| Catégorie d'âge la plus dominante | Plus de 56 ans | Plus de 56 ans | 16-25 ans 26-35 ans | 46-55 ans | 35-45 ans |

On remarque généralement une faible acceptation de ces images stéréotypées chez les jeunes. Pour la plupart, l'image stéréotypée est une propriété individuelle et non pas collective. Néanmoins, pour des personnes plus âgées, surtout celles issues d'un milieu rural qui conservent l'idée que le proverbe a son rôle crucial d'annoncer des vérités et des évidences, il renferme, dans un sens complet, une vérité qui se transmet de bouche à oreilles. Ils sont favorables au projet même du proverbe qui est l'illustration des bases de l'éthique, il est l'œuvre collective d'une communauté et la voix de la sagesse d'un patrimoine, une voix exprimée en commun, elle est le fruit d'une collaboration de plusieurs générations.

6.5. Enjeux et limites de la transmission du proverbe portant sur l'autre

Par un ensemble de questions totales ou à choix multiples, les personnes interrogées étaient invitées à exprimer leur perception de la stéréotypie dans le discours proverbial et à répondre à la question des enjeux de la vivacité de ces différentes images portées par le proverbe. Ainsi on a abouti à ces données :

35.5% désapprouvent l'idée que l'emploi de ce type de proverbes peut participer à une construction sociale de l'inégalité et de la différenciation négative. En plus de ça, 48.1% rejettent l'idée que ce type de proverbes peut donner lieu à des phénomènes de rejet, d'exclusion et de discrimination au sein du groupe social. En revanche, un pourcentage important soit 54.6%^o des interrogés trouve que c'est crucial de sauvegarder ce type de proverbes quoiqu'elle soit l'image qu'ils véhiculent, et ils trouvent que c'est important de les transmettre aux générations mais avec des limites.

Les 57.4% écartent la conception que le proverbe est un moyen symbolique d'un règlement de comptes sociaux dans la société, même si que les 54.1% confirment que ces images portées par le proverbe ne sont pas tout à fait dépassées, dont 60% de ces personnes sont issues d'un milieu rural et appartiennent à la tranche d'âge (plus de 56 ans). 55.7% de notre échantillon aperçoivent que ces images négatives sont bien dépassées puisque la culture n'est pas statique, elle change sans cesse, et ils ajoutent que le proverbe révèle d'un domaine de la subjectivité et non pas de la vérité objective.

7. Discussion

Ces proverbes sont désormais dépassés, ils sont conçus tels des documents historiques ou des bribes d'une ancienne philosophie démolie à travers le temps. Enchaînements ou témoignages d'une évolution inéluctable des conditions sociales et culturelles, ces images stéréotypées sont appelées à disparaître, mais notamment à perdre leur sens propre pour s'adapter peut-être à d'autres contextes d'usage figuratif ou humoristique. Ainsi cela s'explique par :

La femme : Le statut de la femme au sein de la société marocaine a bien évolué, elle n'est plus mal vue ou mal traitée ; au contraire, elle a pu accéder à des postes très importants et à s'imposer en tant que femme autonome.

Les Juifs marocains sont considérés comme des citoyens à part entière, ils ont le droit aux élections. L'État marocain leur a octroyé un espace juridique très important selon les doctrines du judaïsme. Tout Juif bénéficie d'une vraie autonomie culturelle et administrative grâce au statut de « Dhimmi ». Ils avaient et ils ont toujours leur place au sein des marocains et personne ne peut le contester. D'ailleurs, Juif et Marocain peuvent partager la même langue, les mêmes superstitions et parfois, les mêmes croyances.

Le régionalisme et l'esclavagisme : Grâce à la mondialisation, les marocains ne vivent plus dans des espaces clos, ils ne cherchent plus à promouvoir ou à défendre les intérêts et les identités de telle région ou de tel groupe social, la vision de l'autre a bien changé, les frontières sont ainsi insignifiantes et la volonté de vivre en collectivité est mise en valeur.

Cependant, le stéréotypage est moins approuvé chez la catégorie des jeunes, cela explique qu'ils ont leur propre vision de la société, ce qui fait fondre ces images dévalorisantes sur l'autre dans un nouveau moule, lequel prévoit que la société ne peut être homogène que si ces membres puissent dépasser les différences et s'accepter et accepter l'autre.

8. Synthèse

Ainsi les hypothèses validées sont :

Nous déformons, nous réinventons, nous oublions et nous sélectionnons tout en reformulant notre patrimoine culturel immatériel autrement.

La transmission culturelle du proverbe ne prend pas spécifiquement la forme de l'imitation : l'essentiel de la transmission passe par une forme de transformation qui implique nécessairement une reconstruction de ce qui est transmis.

Les valeurs de chaque société évoluent sans cesse et même ce qui semble resté figé se transforme sous l'effet de l'imagination sociale.

La transmission du patrimoine culturel immatériel, notamment le proverbe portant sur l'autre, s'accompagne d'une réinvention culturelle : quelques motifs disparaissent sous l'effet de nouveaux facteurs sociaux et culturels.

9. Conclusion

Pour les linguistes, les proverbes sont caractérisés par l'archaïsme. En fait, ils contiennent un lexique ancien qui est rarement utilisé actuellement. Cela prouve que les proverbes peuvent s'adapter non seulement aux changements culturels mais aussi à tout changement langagier qui peut affecter le lexique, la forme et la syntaxe. On prétend que l'image du stéréotype a changé et que la société n'attribue plus ces images négatives par l'usage des proverbes, lesquels suivent nécessairement les évolutions de la société, surtout que leur existence n'est assurée que par la fréquence d'utilisation et d'emploi.

En somme, à la lecture des ouvrages qui collectent les proverbes, on peut constater qu'il y a des proverbes sous forme de leçons et de morales, d'autres sous forme de remèdes aux frustrations ainsi que des proverbes qui véhiculent des images de stigmatisation et de stéréotypage. Le proverbe est tout cela un amalgame de pensées d'opinions mais sans qu'il n'exige un archétype à adopter et à respecter dans l'absolu ; en effet, il peut se référer à un cas particulier et répondre à un besoin instantané. On peut même trouver des proverbes contradictoires comme l'exemple de : « *Il faut savoir sauter sur les occasions* », traduit du proverbe marocain : « *drab lehdid mahaddu xsuun* », qui est tout à fait le contraire de : « *Ajournement a son bienfait* », la traduction de : « *kul tuxira fiha xira* ».

La question que l'on peut se poser : pourquoi les civilisations ont-elles cessé de produire des proverbes surtout que les mentalités et les besoins de vie ont changé ? Si l'on admet que le proverbe est une dénomination qui suit nécessairement l'évolution de toute société, pourquoi il n'y a aucune trace de cette nouvelle image dans le proverbe ?

Bibliographie

- Abric, J.-C. (1994). « Les représentations sociales : aspects théoriques », dans J.-C. Abric (Éd.), *Pratiques Sociales et Représentations*, Paris, Presses Universitaires de France, pp.11-36.
- Anscombe, J.C. (1994). « Proverbes et formes proverbiales : valeur évidentielle et argumentative », dans *Langue française*, n°102 : 95-107.
- Anscombe, J.C. (2000). « Parole proverbiale et structures métriques », dans *Langages* n°139 : 6-26.
- Amougou, E (2004). *La Question patrimoniale : de la « patrimonialisation » à l'examen des situations concrètes*, Paris, L'Harmattan.
- Arnaud, P.J.L. (1991). « Réflexions sur les proverbes », dans *Cahiers de lexicologie* n°59 : 5-27.
- Austin, J. (1970). *Quand dire c'est faire*, Paris, Seuil.
- Benveniste, E. (1966). « De la subjectivité dans le langage », dans *Problèmes de linguistique générale*, Paris, Gallimard, vol 1, pp.258-266.
- Berger, L. (2004). *Les nouvelles ethnologies, enjeux et perspectives*, Paris, Nathan.
- Bortolotto, C. (2008). « Les enjeux de l'institution du patrimoine culturel immatériel - Compte rendu du séminaire organisé au Lahic (2006-2008) », dans *Culture et Recherche*, 2008, n° 116-117 : 32-34.
- Brauer, M. (2006). « Stéréotypes et rapports de domination », dans *Cerveau & Psycho*, N°13, Janvier-Février 2006 : 25, 26, 28.
- Buridant, Cl. (1984). « *Richesse du proverbe* », in *Études réunies* par Cl. Buridant et F. Suard, Lille, Presse Universitaire de Lille III, 2^e vol.
- Claver Zouogbo, J.B. (2008). *Le proverbe entre langue et culture : une étude de linguistique confortative allemand/français/bété*, Ed. Peter Lang.
- Croizet, J.-C./Leyens, J.-P. (2003). *Mauvaises Réputations. Réalités et Enjeux de la Stigmatisation Sociale*, Paris, Armand Colin.
- Duvignaud J. (1966). *Introduction à la sociologie*, Paris, Gallimard, collection Idées.
- Greimas, A. (1960). « Idiotismes, proverbes, dictons », dans *Cahiers de lexicologie*, vol. 2 : 41-61.
- Gresillon, A. et Maingueneau, D. (1984). *Polyphonie, proverbe et détournement, ou un proverbe peut en cacher un autre*, dans *Langages*, 19^e année, n°73.
- Jade, M. (2004). « Le patrimoine immatériel : Nouveaux paradigmes, nouveaux enjeux », dans *La lettre de l'OCIM*, n° 93 : 27-37.
- Hamme, A. (1989). « Remarques sur le fonctionnement de la négation dans les proverbes : l'exemple de l'anglais », dans *Europhras 88. Phraséologie contrastive*, Strasbourg, Ed. Gréciano, Faculté des sciences humaines : 177-194.
- Kapp, S. (2012). « Le patrimoine culturel immatériel. Enjeux d'une nouvelle catégorie, (Bortolotto Chiara, 2011) », in *Ethnographiques.org*, n° 24.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). *L'implicite*, Paris, A. Colin.
- Kleiber G. (1998). « Les proverbes antinomiques : une grosse pierre « logique » dans le jardin toujours universel des proverbes », dans *Le figement lexical*, Actes de la 1^{ère} RLM, CERES, Tunis, sept. 1998 : 51-75.

- Kleiber, G. (2000). « Sur le sens des proverbes », dans *Langages*, n°139 : 39-58.
- Mejri, S. (1997). *Le figement lexical. Descriptions linguistiques et structuration sémantique*, Tunis, Publications de la Faculté des lettres Manouba.
- Mejri, S. (2001). « La structuration sémantique des énoncés proverbiaux », dans *L'information grammaticale* 88 : 10-15.
- Mejri, S. (2006). « Structure inférentielle des proverbes », dans *Phraseology in Motion*, volume 1, *Methoden und Kritik*, Proceedings zu Europhras 2004, Basel, Schneider Verlag, Hohengeheren : 175-188.
- Meschonnic, H. (1976). « Le proverbe, acte de discours », dans *Revue des Sciences humaines*, 163 : 419-730.
- Meschonnic, H. (1978). « Les proverbes, actes de discours », dans *Poésie sans réponse. Pour la poétique V*, Paris, Gallimard : 139-159.
- Moeschler, J./Reboul, A. (1994). *Pragmatique du discours. De l'interprétation de l'énoncé à l'interprétation du discours?*, Paris, Armand Colin.
- Morchain, P./Schadron, G. (1999). *Stéréotypisation et jugeabilité : comment l'entitativité permet l'extrémisation du jugement concernant les groupes défavorisés*, *Revue Internationale de Psychologie Sociale/International Review of Social Psychology*, 12 : 25-46
- Recanati, Fr. (1981). *Les énoncés performatifs*, Paris, Minuit.
- Rodegem, F. (1984), « La parole proverbiale, Richesse du proverbe », dans *Typologie et fonctions*, Études réunies par F. Suard et Cl. Buridant, Université de Lille III, PUL, Vol. 2.
- Rodegem, F./Van Brussel, P. (1989). « Proverbes et pseudoproverbes. La logique des parémies », in *Europhras 88. Phraséologie contrastive*, Strasbourg, Ed. Gréciano, Faculté des sciences humaines : 349-356.
- Rui, S. (2012). « Réflexivité », in *Sociologie*, 1 août 2012.
- Schadron, G./Morchain, P./Yzerbyt, V. (1996). « Le rôle de la fonction explicative dans la genèse des stéréotypes », in *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 31 : 11-23.
- Searle, J. (1972). *Les actes de langage*, Paris, Hermann.
- Tardy, C. (ed.) (2014). *Les médiations documentaires des patrimoines*, Paris, L'Harmattan.
- Tamba, I. (2000). « Formules et dire proverbial », dans *Langages*, n°139 : 110-118.
- Tornatore, Jean-Louis (2010). « L'esprit de patrimoine », dans *Terrain*, Revue d'ethnologie de l'Europe, 5 septembre 2010, n° 55, Transmettre : 106127.
- Tornatore, Jean-Louis (2004). « La difficile politisation du patrimoine ethnologique », dans *Terrain*, Anthropologie & sciences humaines, 1 mars 2004, n° 42 : 149-160.
- Turgeon, L. (2010). « Introduction. Du matériel à l'immatériel. Nouveaux défis, nouveaux enjeux », dans *Ethnologie française*, 28 juin 2010, Vol. 40, n° 3 : 389-399.
- Yaguello, M. (1976). *Les mots et les femmes*, Paris, Payot.
- Zumthor, P. (1976). « L'épiphonème proverbial », dans *Revue des Sciences Humaines*, XLI, n°163 : 313-28.

LE RÔLE DE LA PRÉPOSITION DANS LA CONSTRUCTION DES CLICHÉS LINGUISTIQUES EN ROUMAIN

**Dr. Ionela Matilda BREAZU,
Chercheur, La Bibliothèque Départementale
« Alexandre et Aristia Aman », Craiova**

**Cecilia Mihaela POPESCU,
Université de Craiova, Roumanie
cecilia99_ro@yahoo.com**

Résumé

Notre contribution se propose de faire le point sur le rôle de la préposition à l'intérieur des clichés linguistiques en roumain actuel, plus précisément, dans les formules de politesse, telles que le salut, le remerciement, le souhait ou bien dans les structures lexicales figées, employées souvent pour achever des messages écrits. Il est bien connu que le phénomène de la stéréotypie linguistique diminue considérablement le rôle sémantique des prépositions à l'intérieur des clichés et ce processus se réalise graduellement. Le bilan provisoire de cette recherche nous a montré pourtant que ce phénomène ne doit pas être généralisé, puisque, si la préposition occupe, par exemple, une position médiane à l'intérieur d'un cliché, son rôle devient beaucoup plus important, car elle peut fonctionner comme un connecteur ou bien, dans d'autres situations, elle peut y être réclamée par un certain déterminant.

Abstract

THE ROLE OF THE PREPOSITION IN THE CONSTRUCTION OF LINGUISTIC CLICHES IN ROMANIAN

This approach aims at showing the role of prepositions within linguistic clichés in contemporary Romanian, more particularly within politeness formulae, such as greetings, thanks, wishes, and also in set phrases, frequently used to convey written messages, etc. It is well-known that the phenomenon of linguistic stereotyping significantly diminishes the semantic role of prepositions within clichés and this process takes place gradually. The provisional conclusions of this research have shown, however, that this phenomenon is not general, since the role of prepositions occupying a medial position in a cliché is much more important, as they can act as connectors or, in other cases, can be imposed by a certain determiner.

Mots-clés : *clichés linguistiques, prépositions, désémantisation, topicalisation, langue roumaine*

Keywords : *linguistic cliches, prepositions, desemantization, topicalization, Romanian*

1. Bref état de la question

Les *clichés linguistiques*, aspects de la pratique langagière unanimement reconnus, peuvent être définis de la manière suivante : « constructions à forme fixe », « créations de stéréotypie linguistique » (DSL, 2001 : 109), « formes verbales familières » ou « figées », « éléments d'un vocabulaire quasi-spécialisé, mais validés par la société toute entière » (Duda, 2016 : 7).

Notre contribution se propose de faire le point sur le rôle de la préposition à l'intérieur des clichés linguistiques en roumain, plus précisément dans les formules de politesse, telles que le salut, le remerciement, le souhait, ou bien dans les structures lexicales figées employées souvent pour achever des messages écrits. Une attention particulière sera aussi accordée à d'autres types de constructions lexicales figées, qui sont devenues banales par une répétition excessive, telles que les formules juridiques et administratives ou les constructions lexicales qui fonctionnent généralement comme des éléments de relation.

Il s'agit, en fait, d'un sujet assez peu étudié dans la littérature linguistique roumaine (v., par exemple, Dragomirescu, Nicolae 2011 ; Duda 2016 ; Feidaros (Seiciuc) 2016 ; Pietreanu 1984 ; Zafiu 2010 ; Breazu 2020, etc.), dans le sens où les deux faits de langue qui nous préoccupent, les prépositions et les clichés linguistiques, sont rarement mis en corrélation et ils font le plus souvent le sujet des recherches tout à fait distinctes.

Plus précisément, à partir d'un corpus de clichés linguistiques réalisés à l'aide des prépositions¹, nous allons établir premièrement une catégorisation de toutes ces structures figées (selon la fonction employée, la signification selon les catégories discursives présentées *supra*, etc.), parce que les formules standard/figées sont fréquemment rencontrées dans toutes sortes de messages oraux ou écrits, dans des contextes extrêmement divers. Ensuite, par la prise en charge de la fréquence de certains éléments prépositionnels à l'intérieur de ces moules lexicaux, nous allons analyser si les prépositions continuent à avoir ou non un certain rôle pour la signification et le fonctionnement de ces segments lexicaux et discursifs figés.

¹ Il faut mentionner que le corpus a été extrait par nous-même à l'aide du moteur de recherche Google, des ressources en ligne, telles que les blogs et les réseaux sociaux, ou bien il a été transcrit à partir des émissions radiophoniques ou télévisées. À cette liste s'ajoutent des exemples appartenant à la littérature de spécialité, aussi bien qu'aux échantillons de langue roumaine parlée (comme, par exemple IVRLA 2002).

2. La catégorisation des clichés linguistiques réalisés avec des prépositions et le rôle de l'élément prépositionnel dans leur construction

2.1. Le rôle de la préposition à l'intérieur des formules de salut

Les formules de salut représentent des actes de parole employés au début ou bien à la fin d'une situation de communication. Dans la linguistique roumaine, la *formule de salut*, à laquelle Pietreanu (1984) a dédié une monographie toute entière, est définie comme « une formule de politesse, consacrée par l'usage, donc une forme conventionnelle d'expression verbale de l'acte de s'adresser d'une manière respectueuse, polie »² [notre trad.] (Pietreanu, 1984 : 83). À cette étude de Pietreanu (1984) s'ajoute un grand nombre d'approches dont on rappelle brièvement Zafiu (2003), Zafiu (2011), Zafiu (2014), Felecan (2015) (v. la Bibliographie).

Par rapport à celles-ci, notre démarche vise seulement les formules de salut construites avec une ou plusieurs prépositions, analysées aussi bien du point de vue de leur construction que de leur signification générale et/ou contextuelle/pragmatique. De manière générale, nous avons observé, dans notre corpus, que les prépositions apparaissent notamment dans les formules de salut employées au moment de la séparation des interlocuteurs et rarement dans la construction des formules de salut adressées à l'ouverture de la communication.

Ainsi, de toutes les formules employées **au moment de la rencontre avec l'allocataire**, une variante qui attire l'attention, puisqu'elle dépasse la catégorie des formules de salut standard, justement à cause de l'ajout inédit qui vient compléter le salut devenu tout à fait banal par répétition, s'enregistre dans l'exemple suivant : (1) *Bună dimineața cu iubire și cu bucurie !³* [Bonjour avec amour et joie !]⁴. Dans ce cas, la formule de salut acquiert un haut degré d'expressivité, les deux noms introduits par l'occurrence double de la préposition *cu* « avec » lui confèrent une nuance d'affectivité plus grande.

Une autre formule de salut semblable à celle analysée *supra* est (2) *Vă salut cu stimă !* [Je vous salue avec estime] « Mes salutations distinguées ! » (IVRLA, 2002 : 215). À partir de ce modèle, le roumain actuel connaît aussi d'autres variantes synonymiques, comme dans l'exemple suivant : (3) *Vă salut cu respect, Domnule Primar !⁵* [Je vous salue avec respect, Monsieur le Maire !]. Cet énoncé se trouve à la base de la variante abrégée, apparue plus tard : (4) *Cu respect !* [Avec respect !], une formulation implicite (sans le verbe performatif *a saluta* « saluer »), adressée en tant que formule de salut. En ce qui concerne la structure de cette dernière formule de salut, on observe que la préposition *cu* apparaît pour introduire la réponse à une question du type *Cum vă salut ?* [Comment je vous salue ?] / - *Cu stimă ! / Cu respect !* [Avec estime / Avec respect].

² (...) o formulă de politețe, consacrată prin uz, deci o formă convențională de exprimare verbală a adresării reverențioase” (Pietreanu, 1984 : 83).

³ <https://www.facebook.com/genarusu.ro>, 21.12.2020.

⁴ Nous donnerons la traduction littérale entre [] et entre « » l'équivalent en français.

⁵ <https://es-la.facebook.com>, 19.09.2016.

En roumain, la plus fréquente formule de salut neutre, standard, **employée au moment de la séparation des interlocuteurs** est (5) *La revedere !*, un calque réalisé selon le modèle du français « Au revoir ! ». Ce cliché construit avec la préposition *la* « à » suivie du nom *revedere* « revoir », a pour variante, vieillie et beaucoup plus rarement utilisée dans la langue actuelle, (6) *La bună vedere !* [Au bon revoir !] (v. Pietreanu, 1984 : 98), qui présente un déterminant (un adjectif qualificatif) intercalé. En outre, dans le registre argotique du roumain actuel, il y a d'autres variantes comme formules d'adieu, telles que (7) *La re' !* [Au re' !] ou bien la variante (8) *Ura și la gară !* [Hourra et à la gare], toutes les deux enregistrées aussi par le DALR (2007).

On remarque aussi une haute tendance de figement dans le cas de la formule de clôture suivante, (8) *O zi bună în continuare !* [Une belle journée pour la suite !] qui, en fait, est un mélange entre un souhait et une formule de salut proprement-dite. Le commentaire de Rodica Zafiu (2003) à ce propos est extrêmement illustratif :

(...) déjà extrêmement fréquente, cette formule a une justification sérieuse, puisqu'elle reflète la tension du caractère motivé, sémantiquement actualisé, du souhait⁶ - et son emploi stéréotypé ; en fait, *O zi bună* devient beaucoup plus spécialisé pour finir une conversation, par la répétition d'un souhait exprimé ou présupposé au début. (Zafiu, 2003, <https://arhiva.romlit.ro>)

Empruntée à l'anglais, la formule de salut utilisée à la fin d'une conversation, au moment de la séparation des participants, (9) *Ai grijă de tine !* [Prends soin de toi !], avec la variante pour la II^e personne du pluriel *Aveți grijă de voi !* [Prenez soin de vous !], est devenue un cliché prépositionnel, ce qui diminue le degré d'affectivité qui caractérisait la formule de salut initiale. On souligne le fait que la préposition *de* « de » est régie dans cette occurrence par le régime de la locution verbale *a avea grijă (de)* « prendre soin de qq'un / qqchose », employée pour introduire un complément prépositionnel (< aussi de l'angl. *take care of*).

Une première conclusion qui se dégage de notre analyse est celle qu'en roumain il y a un nombre varié de formules de salut (même réalisées avec des prépositions), bien adaptées à la situation de communication, malgré le fait que la plupart sont devenues banales et répétitives.

Aussi, de l'analyse des formules de salut employées en roumain actuel, avons-nous observé que les éléments prépositionnels ont été gardés, en général, car ils aident ainsi, par leur rôle principal d'éléments de relation, à dynamiser le salut, tout en introduisant certains éléments novateurs. En d'autres termes, les formules neutres sont modifiées par l'ajout de certains mots ou syntagmes, mais aussi par différentes re-combinaisons lexicales qui, le plus souvent, marquent le

⁶ „deja foarte frecventă, formula are o justificare serioasă, reflectând tensiunea dintre caracterul motivat, semantic actualizat, al urării – și folosirea ei stereotipă; specializează de fapt *O zi bună* pentru închiderea conversației, repetînd o urare exprimată sau presupusă la început” (Zafiu 2003, <https://arhiva.romlit.ro>).

rapprochement par rapport à l'interlocuteur ou bien une certaine relation que le locuteur partage avec celui-ci :

En fait, le rôle de ce renouvellement est toujours celui d'une re-motivations du salut, tout en actualisant son contenu sémantique et pragmatique originale, celui de souhait. La re-motivation augmente non seulement l'expressivité, mais aussi la valeur sociale de telles formulations : à l'intérieur du code de la politesse, le défigement fonctionne comme marquage du respect individuel⁷ (Zafiu, 2003, <https://arhiva.romlit.ro>).

Une autre manière linguistique d'exprimer un salut d'adieu en roumain est la construction avec la préposition *pe* « sur », en tant que premier membre du groupe lexical, suivie d'un adverbe : (10) **Pe curând !** [*Sur* bientôt] « À toute à l'heure ! », (11) **Pe mâine !** [*Sur* demain] « À demain ! » ou bien d'un substantif accompagné d'un déterminant adjectival : (12) **Pe data viitoare !** [*Sur* la prochaine fois] « À la prochaine ! », (13) **Pe săptămâna viitoare !** [*Sur* la semaine prochaine] « À la semaine prochaine ! », etc.). Dans de tels exemples, *pe* fonctionne comme un simple élément introductif, mais qui ne peut pas être omis (il est donc obligatoire).

Dans le langage courant, non-littéraire, il y a aussi d'autres formules linguistiques qui expriment le salut, telles que : (14) *Te-am pupat pe bulletin !* [Je t'ai baisé *sur* le CI !], (15) *Te-am pupat pe portofel !* [Je t'ai baisé *sur* le porte-monnaie !]⁸, (16) *Vă pup pe suflete !*⁹ [Je vous baise *sur* les âmes !], mais aussi d'autres formules à partir de la même base verbale (*a pupa* « baiser ») suivie par la préposition *pe* et un nom.

En conclusion, à la suite des exemples présentés auparavant, nous avons constaté que le nombre des prépositions qui entrent dans la structure des formules de salut n'est pas assez grand. Ainsi, au moment de la rencontre des interlocuteurs, ils utilisent seulement la préposition *cu* « avec », qui est employée pour compléter une formule stéréotypée fondamentale, comme élément de relation, ou bien dans la partie introductive d'une construction binaire, réalisée par l'omission du verbe *a saluta* « saluer ».

Pour ce qui est des formules de salut employées au moment de la séparation des interlocuteurs, nous avons trouvé plusieurs prépositions, dont on rappelle la préposition *la* « à », en position initiale, mais aussi *de* « de », *în* « dans » et *pe* « sur », comme parties composantes de certaines locutions. Plus précisément, on rencontre la préposition *de* dans la construction de la locution *a avea grijă de* « prendre soin de » (v. *Ai grijă de tine !* « Prends soin de toi ! »), *în* apparaissant comme

⁷ „De fapt, rolul reînnoirii e întotdeauna cel de a remotiva salutul, actualizînd conţinutul său semantic şi pragmatic original, de urare. Remotivarea sporeşte nu numai expresivitatea, ci şi valoarea socială a formulelor: în interiorul codului politeţii, de-clişeizarea funcţionează ca marcă de respect individual” (Zafiu 2003, <https://arhiva.romlit.ro>).

⁸ v. <https://cughilimele.ro/mic-studiu-despre-salut>.

⁹ L'émission „Români de valoare”, RADIOTELEVISIONTV6, cf. <https://www.youtube.com>, le 30.03.2014).

partie composante de la locution adverbiale *în continuare* „mai departe, mai încolo” « en ce qui suit » (DEX 1998), et *pe* s’enregistre comme le premier élément constitutif de certaines constructions lexicales binaires ou ternaires et (plus rarement) après le verbe *a pupa* « baiser », dans le langage familier.

2.2. Le rôle de la préposition dans la construction de certaines formules de remerciement

En roumain, les *formules de remerciement* les plus employées sont construites selon la matrice formée du verbe *a mulțumi* « remercier », employé à la 1^e personne du singulier ou du pluriel, suivi par la préposition *din* « de » ou *pentru* « pour » et un nom ou un substitut nominal.

Du point de vue sémantique, la préposition *din* est employée comme intensificateur, pour exprimer un rapport modal, et elle est suivie par un nombre limité de noms : (17) *Mulțumesc din inimă!*, [Merci de cœur] (18) *Mulțumesc din suflet!* [Merci d’âme]. De telles constructions présentent la possibilité d’y intercaler un déterminant, comme dans le cas suivant : (19) *Mulțumesc din toată inima!* [Merci de tout le cœur !], (20) *Mulțumesc din tot sufletul!* [Merci de tout le cœur !], qui pourraient être des calques selon un modèle français. On observe que, dans de tels cas, le nom est articulé, par rapport à la variante réalisée sans déterminant où le nom ne présente pas l’article défini (un trait particulier du roumain dans l’aire des langues romanes).

Au contraire, la préposition *pentru* « pour » est employée pour exprimer la raison du remerciement : (21) *Mulțumesc pentru tot!* [Merci pour tout !], (22) *Mulțumesc pentru urări!* [Merci pour souhaits !], etc., qui sont des réponses possibles à la question *Pentru ce îmi mulțumiți?* [Pourquoi me remerciez-vous ?].

Plus rarement, dans de telles formules de remerciement, on rencontre aussi la préposition *cu* « avec », suivie par un nom pour exprimer la manière dont le locuteur fait le remerciement, donc toujours un rapport modal, à côté d’une forte nuance affective qui surcharge le message : (23) *Mulțumesc cu iubire și recunoștință!*¹⁰ [Merci avec amour et reconnaissance !].

En même temps, pour les réponses données par les interlocuteurs aux messages de remerciement, le roumain emploie, en général, deux prépositions, à savoir, *cu* « avec » et *pentru* « pour », qui fonctionnent comme des éléments de relation : (24) *Cu drag!*, (25) *Cu plăcere!* [Avec plaisir !], (26) *Pentru nimic!* [Pour rien !], (27) *Pentru puțin!* [Pour peu !], etc.

Il est à noter que les prépositions apparaissent, en général, dans des constructions binaires, peu d’occurrences présentant trois éléments, à place fixe, où un nombre assez petit de déterminants adjectivaux précèdent le nom : (28) *Cu mult drag!* [Avec beaucoup d’amour] (29) *Cu tot dragul!* [Avec tout l’amour], (30) *Cu mare plăcere!* [Avec grand plaisir], (31) *Cu multă plăcere!* [Avec beaucoup de plaisir !], etc. Par rapport aux exemples antérieurs, une variante inédite, pas encore banalisée, est

¹⁰ <https://www.facebook.com/pg/genarusu.ro/posts/>, 09.09.2021.

la réponse suivante : (32) *Cu iubire și bucurie !* [Avec amour et joie !]¹¹. On suppose que même cette réponse est en train de devenir une structure figée, à cause de sa répétition dans des contextes qui actualisent le remerciement.

En dehors de la série de variantes mentionnées auparavant, le roumain emploie aussi, comme réponse à un message de remerciement, la formule figée (33) *Nu ai pentru ce !* [Il n'y a pas de quoi !] « De rien ! », et sa variante (34) *Nu ai de ce !* [Il n'y a pas de quoi !]. Dans ce cas, les prépositions *pentru* « pour » et *de* « de » introduisent un complément prépositionnel et, du point de vue sémantique, elles ont le rôle de justifier ou de présenter la raison ou la non-utilité du remerciement, comme réponse possible à la question : *De ce / pentru ce* [De quoi ?] [Pour quoi ?] « Pourquoi tu me remercies ? ».

En fait, on rencontre aussi les prépositions *pentru* et *de* dans la construction de certaines formules figées enregistrées dans des situations de communication tout à fait spéciales, telles que la réponse de remerciement pour un bon repas : (35) *Săru'-mâna pentru masă !*¹² [Baise la main pour le repas !] ; (36) *Să-ți fie de bine !* [Que cela te tombe bien]. Il faut ajouter que ce cliché, employé initialement en tant que réponse donnée à celui qui a exprimé son remerciement pour le bon dîner, a aussi étendu son usage pour une autre situation de communication, car on la rencontre au salon de coiffure, comme réponse que le coiffeur donne à son client lorsque celui-ci le remercie pour la coiffure : (37) *Dolphy – frizeria copiilor: Să-ți fie de bine, pui frumos !*¹³ [Dolphy – salon de coiffure pour les enfants: *Que cela te tombe bien, Ø beau bébé !*].

En conclusion, on observe que les formules de remerciement les plus fréquentes en roumain se construisent avec les prépositions *din* « de » et *cu* « avec » (pour l'actualisation d'un rapport modal), mais aussi avec la préposition *pentru* « pour » (pour exprimer la raison du remerciement). En ce qui concerne les réponses qu'on donne en roumain actuel à l'acte de remercier, ce sont toujours les prépositions *cu* et *pentru* qui sont employées et qui ont les mêmes significations que celles décrites plus haut (au sens qu'elles actualisent les mêmes rapports sémantiques). Une situation toute particulière est celle de la préposition *de* qui apparaît dans le cadre du cliché *Să-ți fie de bine !* [*Que cela te tombe bien*], cette préposition étant une préposition purement fonctionnelle, employée donc seulement pour son rôle relationnel et sans aucune valeur sémantique.

2.3. Le rôle de la préposition dans les souhaits

Tout en analysant l'ensemble des souhaits dont le roumain dispose, nous avons constaté que le cliché le plus fréquemment employé est (38) *La mulți ani !* [À beaucoup d'années !] < lat. *Ad multos annos !*, utilisé à l'occasion de l'anniversaire d'une personne. On pourrait alors affirmer que la préposition *la* « à » s'est spécialisée dans la construction de ce souhait à topicalisation fixe, bien qu'on rencontre aussi ce cliché dans le langage familier dans la variante (39) *Mulți ani !*

¹¹ <https://www.facebook.com/pg/genarusu.ro/posts/>, 09.09.2021.

¹² <https://aquiahora.ro>, 05.03.2016.

¹³ <https://www.facebook.com/dolphy.ro/posts>, 25.10.2020.

[Beaucoup d'années], structure à laquelle s'ajoute souvent un déterminant du nom *ans*, du type suivant : (40) *Mulți ani frumoși / sănătoși !* [Beaucoup d'années belles/saines !], etc., cas où la préposition *la* est omise : (41) *Ø Mulți ani fericiți, sănătoși și împliniți !*¹⁴ [Beaucoup d'années joyeuses, saines et heureuses !].

D'ailleurs, la préposition *la* « à » apparaît aussi dans la construction du cliché (42) *La mai mare !* [À plus grande échelle!], employé pour exprimer l'idée de progrès (43) *Felicitări și la mai mare !*¹⁵ [Félicitations et que vous ayez beaucoup plus] ou bien dans la composition du cliché prépositionnel suivant, utilisé lorsqu'on adore le vin, le plus souvent précédé de l'interjection *hai* « allons ! » : (44) *Hai noroc și la mai mare !*¹⁶ [Allons, bonne chance et à bien plus encore].

Dans les souhaits d'anniversaire anciens apparaît aussi la préposition *întru* « pour », qui exprime un rapport temporel, tout en concrétisant la période temporelle, comme on peut voir dans l'exemple suivant appartenant au folklore roumain : (45) *Să trăiți, să trăiți, întru mulți ani fericiți !*¹⁷ [Que vous viviez, que vous viviez, en beaucoup d'années heureuses] « Longue vie, longue vie, heureuse pour de nombreuses années ! ».

Une autre préposition qui s'enregistre fréquemment dans les souhaits d'anniversaire est la préposition *cu* « avec », employée devant des noms, en général, pour compléter le souhait traditionnel (46) *La mulți ani!* [À beaucoup d'années !] « Joyeux anniversaire ! », comme on observe dans la situation suivante : (47) *La mulți ani cu sănătate !* [À beaucoup d'années avec santé] « Joyeux anniversaire et bonne santé ! », ou bien dans d'autres souhaits beaucoup plus développés : (48) *La mulți ani înainte! Mulți, mulți ! Toți ! Să fie cu sănătate, cu plin și împliniri, cu chiote doar de bucurie !*¹⁸ [À beaucoup d'années avant ! Beaucoup, beaucoup ! Toutes ! Qu'elles soient avec santé, avec plénitudes et réussites, avec cris seulement de joie] « Joyeux anniversaire ! Bien des années ! Bien des années ! Qu'elles soient toutes saines, avec beaucoup de réussites et avec seulement de cris de bonheur ! ».

De même, la préposition *cu* apparaît aussi comme élément de relation entre le verbe *a trăi* « vivre » et un nom ou un substitut nominal, comme dans les exemples suivants : (49) *Să trăiești cu numele !* [Que tu vives avec le nom !], avec la signification « éternellement », dans notre cas, « Que tu vives le même temps que le nom du saint qui est ton patronyme »¹⁹, et (50) *Să trăim cu toții !*²⁰ [Que nous vivions avec tous].

Une autre structure figée est celle construite avec la préposition *de*, qui fait partie de la locution prépositionnelle *a avea parte de* « bénéficiaire de la ... », et qui se retrouve dans des constructions du type : (51) *Să aveți parte de ce vă e drag !* (v. Pietreanu, 1984 : 198) [Que vous bénéficiez de ce qui vous est cher], (52) *Să ai parte*

¹⁴ <https://www.printesaurbana.ro>, 25.07.2014.

¹⁵ <https://ro-ro.facebook.com/cabinetveterinar.ploiesti/posts>, 23.05.2016.

¹⁶ <https://www.beerclub.ro>, 14.09.2009.

¹⁷ <https://rightwords.ro>, 18.09.2021.

¹⁸ <https://www.printesaurbana.ro>, 25.07.2014

¹⁹ <https://cosminsontica.ro>, 15.08.2019.

²⁰ <https://ne-np.facebook.com/TurcaLaUnCeai/videos>, 06.11.2019.

*de multă sănătate, bucurie și prosperitate în viața ta!*²¹ [Que vous bénéficiez de beaucoup de santé, joie et prospérité dans votre vie].

De plus, selon le modèle (53) *O zi bună în continuare !* « Une bonne journée en ce qui suit ! », on emploie aussi (54) *La mulți ani fericiți în continuare !*²² « Joyeux anniversaire en ce qui suit ! », la préposition *în* actualisant, dans ces deux contextes et comme partie composante de la locution *în continuare* [en ce qui suit], l'idée de continuité.

En même temps, toujours sous forme de cliché, est employé le souhait suivant, réalisé avec la préposition *din*, pour transmettre l'idée d'affectivité et pour accentuer l'expressivité du souhait : (55) *Multă sănătate și tot binele din lume !*²³ [Bonne santé et tout le bien du monde].

Il y a aussi en roumain des souhaits expressifs, spécialisés, tels que : (56) *Vânt din pupă !* [Vent de/du poupe] « Avoir le vent en poupe ! », un cliché appartenant au jargon des marins et répandu aussi dans le langage commun. Dans cette occurrence, la préposition *din* « de la » est employée pour actualiser l'idée de direction, plus précisément pour illustrer le point de départ ou bien la direction du vent qui fait déplacer les navires, qui « sont ainsi forcés constructivement d'aller en avant, tout en employant la force du vent qui souffle derrière la barre transversale, du côté du secteur de la poupe. Bien sûr que le meilleur vent était justement celui de la poupe »²⁴ [notre trad.].

Pour ce qui est des emplois tout à fait exceptionnels des prépositions dans le cadre des souhaits, il est à noter l'usage injustifié (du point de vue syntaxique aussi bien que du point de vue de la logique de l'expression) de la préposition *pe* « sur » dans le souhait suivant : (57) *Mult succes pe mai departe și să scrieți istorie în continuare !*²⁵ [Beaucoup de succès sur plus loin et que vous écriviez histoire en ce qui suit !] « Bonne chance pour l'avenir et continuez à écrire l'histoire », au lieu de la variante : (58) *Mult succes mai departe !*, [Bonne chance en ce qui suit !]. Une explication possible pour cet emploi de la préposition *pe* à l'intérieur de ce cliché pourrait être l'imitation du modèle *Succes pe viitor !* [Bonne chance sur avenir] « Bonne chance pour l'avenir ! », au lieu de la variante correcte (59) *Succes în viitor !* [Bonne chance dans l'avenir] ; (60) *Felicitări și mult succes pe viitor, Narcisa !*²⁶ [Félicitations et bonne chance pour l'avenir, Narcisa !].

En conclusion, les particularités qui marquent l'emploi des prépositions à l'intérieur des souhaits en roumain actuel sont: l'emploi de la préposition *la* « à » dans la partie introductive des souhaits les plus fréquents du roumain ; l'emploi de la préposition *întru* « pour » dans des souhaits vieilliss/désuets, en général, repris du

²¹ <https://ro.pinterest.com>, 15.02.2019.

²² <https://www.printesaurbana.ro>, 25.07.2014.

²³ <https://forumulbun.online/>, 18.09.2021.

²⁴ „fiind forțate constructiv să înainteze folosind doar vântul dinapoia traversului, din sectorul pupă. Bineînțeles că cel mai bun vânt era chiar cel din pupă” (<https://euronaval.ro>, 05.04.2015).

²⁵ <https://vorbestelumea.protv.ro>, 12.07.2019.

²⁶ <https://ro-ro.facebook.com>, 18.01.2018.

folklore ; l'emploi de la préposition *cu* « avec » pour compléter certains souhaits standards ; et l'emploi de la préposition *din* « de la » dans le cadre des souhaits expressifs ou spécialisés.

2.4. Le rôle de la préposition dans le cadre de certaines formules qui finissent les messages écrits

Une particularité des formules qui achèvent les messages dans la communication écrite (transmis par courriel, par lettre ou par d'autres types de correspondance), est le fait que la plupart ont dans leur structure, en tant que premier élément constitutif, la préposition *cu*, suivi par un nom avec ou sans déterminant : (61) **Cu** *afecțiune* [*Avec affection*], (62) **Cu** *bine* [*Avec bien*], (63) **Cu** *cele mai alese gânduri* [*Avec les plus distinguées pensées*], (64) **Cu** *deosebită* *considerație* [*Avec la meilleure considération*], (65) **Cu** *devotament* [*Avec dévouement*], (66) **Cu** *profundă recunoștință* [*Avec profonde reconnaissance*], (67) **Cu** *drag* [*Avec amour*] « Amicalement », (68) **Cu** *iubire* [*Avec amour*], (69) **Cu** *prietenie* [*Avec amitié*], (70) **Cu** *stimă* [*Avec estime*], (71) **Cu** *tot respectul* [*Avec tout le respect*].

Dans le style épistolaire, on retrouve aussi d'autres constructions spécialisées, la plupart ayant comme élément introductif la préposition *în* « dans » : (72) **în** *așteptarea răspunsului* [*en attendant la réponse*], (73) **în** *așteptarea revederii* [*en attendant le revoir*], et, rarement, la préposition composée *până la* : (74) **până la** *alt prilej* [jusqu'à une autre occasion], (75) **până la** *revedere* [jusqu'au revoir], etc. Il faut noter qu'elles sont considérées par Pietreanu (1984 : 59) « des pseudoformules », bien que leur rôle soit identique à celui des formules proprement dites qui finissent les messages écrits.

En dehors des clichés linguistiques mentionnés auparavant, employés tant dans la correspondance officielle aussi bien que dans la correspondance personnelle, dans le langage familier écrit, on rencontre fréquemment des formules du type : (76) *Te îmbrățișez* **cu drag** !²⁷, (77) *Te pup* **cu drag** ! [T'embrasse *avec amour*] ; (78) *Vă așteptăm* **cu drag** ! [Vous attendons *avec amour*] ; (79) *Să ne revedem* **cu bine** !²⁸ [Que nous nous revoyions *avec bien*], etc. Malgré le fait que les prépositions apparaissent à l'intérieur des formules présentées *supra*, on observe que ces formules qui finissent les messages contiennent les mêmes structures figées, employées pour finir, en général, tout message écrit, à savoir **cu drag** [*avec amour*] et **cu bine** [*avec bien*].

Cela veut dire que les formules qui finissent les messages écrits peuvent être divisées en deux sous-catégories du point de vue de la préposition employée : (i) des constructions lexicales binaires ou ternaires réalisées avec les prépositions *cu* « avec », *în* « dans » et *până la* « jusqu'à » en position initiale et (ii) des constructions lexicales plus développées, réalisées avec l'élément de relation *cu* « avec », exprimant le plus souvent un rapport relationnel.

²⁷ <https://www.printesaurbana.ro>, 25.07.2014, ora 11.00.

²⁸ <https://forumulbun.online/>, consulté le 18.09.2021.

2.5. Le rôle de la préposition dans le cadre d'autres types de clichés linguistiques

D'autres formules figées construites à l'aide des prépositions sont celles appartenant au **registre juridique et administratif** (v. Guțu-Romalo, 2008 : 207). On les rencontre dans toutes sortes de décisions de conseil ou dans le domaine électoral, comme par exemple : **cu un număr de X voturi Pentru și Y voturi Contra** [avec un nombre de X voix Pour et Y voix Contre] : (80) **cu** 9 voturi „**pentru**”, 0 „abțineri” și 0 voturi „**contra**”²⁹ ou bien dans les textes de certains formulaires, déclarations ou certificats : (81) *domiciliat în ...* « domicilié à ... » ; (82) *identificat cu* CI (serie, număr) [identifié avec CI ...] ; (83) *declar pe propria răspundere că*³⁰ [je déclare sur ma propre responsabilité que] ; (84) *se adevărește prin prezenta că d-l/d-na...* [il s'avère par la présente que Monsieur/Madame] ; (85) *născut(ă) la data de...* [né(e) le ...] ; (86) *cu domiciliul în localitatea...*³¹ [avec le domicile dans la localité...]; (87) *S-a eliberat prezenta pentru a-i servi la*³² [On a libéré la présente pour lui servir à] « La présente a été libérée pour lui servir à ... », etc.

L'analyse des exemples présentés auparavant nous montre que les prépositions de ce type des structures figées sont régies par des éléments régissant, comme dans le cas des formes verbales au participe passé (*domiciliat în*) [domicilié à], pour exprimer un rapport spatial, ou bien *identificat cu* (CI) [identifié avec], pour montrer l'instrument à l'aide duquel une personne pourrait être identifiée, ou bien *născut(ă) la data de...* [né(e) à la date de...], qui actualise un rapport temporel. Dans d'autres cas, les prépositions conservent mieux leur valeur sémantique malgré la banalisation des constructions d'appartenance : *pentru a-i servi la* [pour lui servir à] montre le but de la libération du certificat respectif. De même, les prépositions *pentru* « pour » et *contra* « contre » se sont spécialisées pour indiquer, dans des contextes d'élections (politiques ou d'une autre nature), la préférence des électeurs.

En revanche, sont complètement désémantisés les clichés linguistiques qui fonctionnent de manière générale comme éléments de relation et dont les constituants ont perdu leur signification originare à cause de la répétition fréquente des constructions lexicales d'appartenance : (88) *legat de* [lié de], (89) *în legătură cu* [en relation avec], (90) *vizavi de* [vis-à-vis de], toutes à signification relationnelle, équivalentes à la locution *cu privire la/ în ceea ce privește* « en ce qui concerne », etc.

Ces éléments de relation ont une forte valeur fonctionnelle, car ils établissent des relations syntaxiques et ils introduisent un circonstanciel de relation (v. aussi Zafiu, 2010 ; Dragomirescu, Nicolae, 2011 : 200), leur statut étant celui des locutions prépositionnelles, complètement ou partiellement grammaticalisées. De plus, « les constructions de ce type ont aussi la fonction discursive d'actualiser le topique de l'énoncé, d'attirer l'attention sur le fait dont on va communiquer une nouvelle

²⁹ http://www.gheorghedoja.ro/z_Consiliul%20Local/Hotarari, 10.06.2021.

³⁰ <https://www.mai.gov.ro>.

³¹ <https://www.cjpensiiarad.ro/formulare>, 01.01.2011.

³² <https://primaria-agigea.ro>.

information »³³ (Zafiu, 2010). De nos jours, on observe que ces constructions apparaissent au début des énoncés figés, pour introduire le topique de la conversation/ du discours et leur répétition excessive a déterminé leur transformation en clichés linguistiques du type suivant : (91) **Legat de subiectul discutat ieri postez niște mici sugestii care vă pot fi de folos în cadrul întâlnirilor de business working**³⁴ [Lié au sujet discuté hier je poste quelques petites suggestions qui peuvent vous aider dans le cadre des rencontres de travail d'affaire].

Pour ce qui est de leur origine, il est fort probable que ces constructions soient apparues dans le langage juridique et administratif, « où l'introduction des topiques est, d'habitude, clairement marquée, par des formules répétitives qui contribuent à la structuration de l'ensemble du texte (*cu privire la..., având în vedere..., luând în considerație..., în conformitate cu..., conform..., potrivit... etc.*) »³⁵ (Zafiu, 2010).

3. Conclusions

De l'analyse des clichés linguistiques construits à l'aide des prépositions, nous avons retenu en tout premier lieu le fait que le phénomène de la stéréotypie linguistique diminue considérablement le rôle sémantique des prépositions à l'intérieur des clichés et ce processus se réalise graduellement. Par la simple répétition de ces constructions figées, on arrive le plus souvent à la désémantisation totale de ces morphèmes, qui deviennent, en général, de simples éléments introductifs (**La revedere!** « Au revoir! », **Pe curând!** « À bientôt! », **Pe data viitoare!** « À la prochaine ! », **Pe mâine!** « À demain ! » etc.). Malgré cette situation, on ne peut pas nier leur importance dans le cadre des groupes lexicaux figés, dont ils font partie. À ce propos, un argument important pourrait être l'impossibilité de les omettre (***Ø anul și mulți ani!**, ***Ø revedere!**, ***Ø curând!**, ***Ø data viitoare!**, ***Ø mâine!**, etc.) ou bien de les substituer avec une autre variante de la même classe, disons, par exemple avec l'une des prépositions les plus employées en roumain (la préposition *pe* « sur » ou la préposition *la* « à ») (***Pe revedere!**, ***La curând!**, ***La data viitoare!**, ***La mâine!** etc.).

Bien que tous ces aspects (à savoir, l'impossibilité de l'omission ou de la substitution aussi bien que la place fixe des constituants) soient des traits particuliers des clichés linguistiques en général, il est intéressant d'analyser dans quelle mesure les prépositions respectent toutes ces normes de construction, si elles sont vides du point de vue sémantiquement ou bien si elles ont des traits particuliers dans de tels contextes discursifs. Le bilan provisoire de cette recherche nous a montré, par exemple, que, dans le cas où la préposition occupe une position médiane à l'intérieur d'un cliché, son rôle devient beaucoup plus important, car elle peut fonctionner

³³ „construcțiile de acest tip au și funcția discursivă de a actualiza tema enunțului, de a atrage atenția asupra lucrului despre care urmează să se comunice o informație nouă” (Zafiu, 2010).

³⁴ <https://ar-ar.facebook.com>, 06.01.2012, ora 23.45.

³⁵ „în care introducerea temelor este de obicei clar marcată, prin formule repetitive care structurează întregul text (*cu privire la..., având în vedere..., luând în considerație..., în conformitate cu..., conform..., potrivit... etc.*)” (Zafiu, 2010).

comme un connecteur ou bien, dans d'autres situations, elle peut être imposée par un certain déterminant (v., par exemple, *Ai grijă de tine ! « Prends soin de toi ! »* (*a avea grijă de cineva, de ceva* « prendre soin de quelque chose, de quelqu'un »). Une situation toute à fait spéciale est celle des clichés linguistiques qui fonctionnent globalement comme des connecteurs, mais dont les éléments composants sont, en grande partie, complètement désémantisés, comme, par exemple, dans le cas des constructions du type : *legat* [participe pass. : lié] *de* [prép.de], *pe* [prép.sur] *probleme* [nom pl., sans article défini : problèmes] (*de*) [prép.de], *vizavi* [adverbe : vis-à-vis] *de* [prép.de], des tournures à signification relationnelle, ayant pour synonyme la locution *cu privire la/ în ceea ce privește* « en ce qui concerne » etc.).

De plus, à la suite de cette démarche, nous avons constaté que les occurrences prépositionnelles à l'intérieur des clichés linguistiques du roumain sont nombreuses et variées, ce qui pourrait signifier que le rôle des prépositions dans le cadre de ces constructions figées est assez important et que les normes grammaticales y sont bien respectées. Nous avons observé aussi que les prépositions sont employées soit comme des éléments introductifs de certains groupes lexicaux binaires (*cu, în, la, până la, pe și pentru*), soit comme des éléments de relation dans des constructions lexicales ternaires (*cu, de, din, în, la, pe și pentru*). Notre démarche a mis aussi en exergue la spécialisation de certaines prépositions dans la construction de certains clichés employés dans des contextes linguistiques particuliers (par exemple, la préposition composée *până la* occupe la première position dans des structures binaires, rarement employées, ce type d'usage caractérisant le style épistolaire vieilli ; de même, la préposition *întru* est utilisée comme élément de relation dans certaines formules de souhait toujours vieilles, appartenant initialement au folklore roumain).

Brièvement, l'importance du rôle de la préposition résulte en tout premier lieu du rapport relationnel qu'elle actualise en général, et, du point de vue sémantique, du fait que les prépositions soit acquièrent certaines valeurs contextuelles, soit elles sont désémantisées complètement et leur rôle devient seulement fonctionnel, comme, par exemple, c'est le cas des (quasi) locutions prépositionnelles.

Bibliographie

- Breazu, Ionela Matilda (2020). *Prepoziția în limba română contemporană. O abordare stratificată unitară*, Teză de doctorat, Universitatea din Craiova.
- Dascălu-Jinga, Laurenția (2009). « Structuri clișeizate în româna actuală », dans *Dinamica limbii române actuale. Aspecte gramaticale și discursive*, coord. Gabriela Pană Dindelegan, București, Editura Academiei Române, pp. 431-459.
- Dragomirescu, Adina, Nicolae, Alexandru (2011). « Clișee lingvistice » dans *101 greșeli de lexic și de semantică: cuvinte și sensuri în mișcare*, București, Editura Humanitas, pp. 200-222.

- Duda, Gabriela (2016). *Clișeul verbal și discursul public*, București, Editura Academiei.
- Feidaros (Seiciuc), Livia (2016). « Stereotipii lingvistice – de la discursul repetat la limba de lemn. Desemantizare graduală în cadrul discursului totalitar », dans *Meridian Critic*, nr. 1, Vol. 26, Suceava, Editura Universității din Suceava, pp. 181-192.
- Felecan, Daiana (2015). « Modalități lingvistice de adresare convenționale vs neconvenționale (Formulele de salut vechi și noi în limba română) », dans *Diacronia*, 1/2015, pp.1-19, <http://www.diacronia.ro/ro/journal/issue/1/A4/ro>.
- Guțu Romalo, Valeria (2008). *Corectitudine și greșeală. Limba română de azi*, ediția a III-a revăzută și adăugită, București, Editura Humanitas.
- Pietreanu, Marica (1984). *Salutul în limba română: studiu sociolingvistic*, București, Editura Științifică și Enciclopedică.
- Dumistrăcel, Stelian (2006). « Sub semnul modelului și al clișeului », dans *Limbaajul publicistic*, Iași, Editura Institutul European, pp. 211-232.
- Stoichițoiu-Ichim, Adriana (2007). « Noi aspecte ale dinamicii sensului în presa postdecembristă », dans *Vocabularul limbii române actuale: dinamică, influențe, creativitate*, București, Editura Bic All.
- Stroia, Armanda Ramona (2016). « Clișeul lingvistic: profilul unui concept transdisciplinar », dans *Meridian Critic*, nr. 1, Vol. 26, Suceava, Editura Universității din Suceava, pp. 193-205.
- Zafiu, Rodica (2001). *Diversitate stilistică în româna actuală*, București, Editura Universității din București.
- Zafiu, Rodica (2003). « Saluturi noi », dans *România literară*, nr. 36, <https://arhiva.romlit.ro>.
- Zafiu, Rodica (2010). « Legat de... », dans *România literară*, nr. 33, <https://arhiva.romlit.ro>.
- Zafiu, Rodica (2011). « Formule de salut », dans *România literară*, nr. 15, <https://arhiva.romlit.ro>.
- Zafiu, Rodica (2014). « Saluturi banale », dans *Dilema veche*, nr. 553, <http://dilemaveche.ro>.

Ouvrages lexicographiques

- DEX (1998) = *Dicționarul explicativ al limbii române*, ediția a-II-a, București, Editura Univers Enciclopedic.
- DSL (2001) = *Dicționar de științe ale limbii*, București, Editura Nemira.
- Volceanov, George (2007). *Dicționar de argou al limbii române*, București, Editura Niculescu.

Corpora écrits et en ligne

Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana (2002). *Interacțiunea verbală în limba română actuală: corpus (selectiv): schiță de tipologie*, București, Editura Universității din București (IVRLA 2002).

<https://cughilimele.ro/mic-studiu-despre-salut>

<https://www.facebook.com/pg/genarusu.ro/posts>

<https://es-la.facebook.com/GabrielMutuAlaturiDeTine/posts/1110640355655710>

<https://vorbestelumea.protv.ro/stiri/lora-la-4-ani-de-vorbeste-lumea-mult-succes-pe-mai-departa-si-sa-scrieti-istorie-in-continuare.html>

<https://eurovision.ro/2015/04/05/vant-din-pupa-in-yachting/>

<https://rightwords.ro/folclor/uratura-sa-traiti-sa-traiti-intru-multi-ani-fericiti--4431>

<https://www.printesaurbana.ro/2014/07/cinci-ani-fix.html>

<https://www.beerclub.ro/poza-zilei/hai-noroc-si-la-mai-mare-2009-09-14>

<https://cosminsonica.ro/corect-incorect/de-unde-vine-expresia-sa-traiesti-cu-numele.html>

<https://ne-np.facebook.com/TurcaLaUnCeai/videos/yey-s%C4%83-tr%C4%83im-cu-to%C8%9Bii-este-ziua-noastr%C4%83/821631458213021/>

<https://ro.pinterest.com/pin/440438038556408020/>

<https://ro-ro.facebook.com/ComoaraBucovinei/posts/572642836405447/>

<https://aquiahora.ro/sarumana-pentru-masa/>

<https://www.facebook.com/dolphylro/posts/sa-ti-fie-de-bine-pui-frumos-/1467949886736225/>

<https://forumulbun.online/>

http://www.gheorghedojail.ro/z_Consiliul%20Local/Hotarari/

<https://www.mai.gov.ro/wp-content/uploads/2020/07/Modele-declara%C8%9Bii-.pdf>

<https://www.cjpensiiarad.ro/formulare/adev01012011.pdf>

<https://primariaagigea.ro/DOCUMENTE/FOMULARE/FOMULARE%20ASIS TENTA%20SOCIALA/Adeverinta%20studenti.pdf>

<https://www.youtube.com/watch?v=fvAJ-gJuctE>

https://arar.facebook.com/permalink.php?story_fbid=355957167752267&id=331082970239687

ÉVOQUER LES STÉRÉOTYPES : LE MD DES SAVOIRS PARTAGÉS, ANGL. *YOU KNOW* ET SES ÉQUIVALENTS ROMANS

Adriana COSTĂCHESCU
Université de Craiova, Roumanie
acostachescu@gmail.com

Résumé

Les concepts approximatifs et, souvent, vagues de ‘stéréotypes’, ‘clichés’, ‘lieux communs’, ‘idées reçues’ peuvent être mis en relation avec la notion pragmatique de ‘connaissances partagées’ (angl. *common ground*), qui désignent les croyances d’arrière-plan des participants au dialogue (Stalnaker 1970, Costăchescu 2013 : 219). Les connaissances partagées par la grande majorité d’une communauté linguistique deviennent des stéréotypes, évoquées des fois par des marqueurs discursifs (MD) spécifiques. Les MD, sont parfois appelés ‘mots stéréotypés’ (angl. *stereotypical words*) à cause du fait qu’ils sont relativement indépendants du point de vue syntaxique et parce qu’ils n’influencent pas la valeur de vérité de la phrase. Les MD sont caractérisés aussi par une haute fréquence, souvent associée à une grande richesse de fonctions. Le MD *you know*, et ses équivalents romans (fr. *tu sais/ vous savez*, it. *sai/ sapete*, roum. *știi/ știți* et leurs synonymes) introduisent souvent des stéréotypes utilisés pour commencer une démarche argumentative ou pour inciter l’interlocuteur à faire les inférences appropriées, sur la base du ‘patrimoine’ cognitif commun des interlocuteurs.

Abstract

HIGHLIGHTING STEREOTYPES: THE COMMON GROUND MD ANGL. *YOU KNOW* AND ITS ROMANCE EQUIVALENTS

Terms such as ‘stereotype’, ‘clichés’, ‘platitudes’, ‘received ideas’ (referring to concepts often vague and approximate) can be connected with the pragmatic concept of ‘common ground’, defined as the interlocutors’ common background knowledge in the conversational context (Stalnaker 1970, Costăchescu 2013: 219). The knowledge shared by a relevant part of a linguistic community becomes stereotypes, sometimes introduced by specific discourse markers (DM). Discourse markers are ‘stereotypical words’ because they are principally syntax independent and they do not modify the semantic true value of the sentence. They are very frequent items that perform various discourse functions. The DM *you know*, and its Romance equivalents (Fr. *tu sais/ vous savez*, It. *sai/ sapete*, Rom. *știi/ știți*

and their synonyms) introduces frequently stereotypes, aiming to strengthen an argument or to stimulate the listener to make appropriate inferences based on the common cognitive patrimony of the speakers.

Mots clé : *stéréotype, savoirs partagés, le marqueur discursif « tu sais »*

Keywords: *stereotypes, common ground, discourse marker “you know”*

1. Introduction

L'intérêt de la pragmatique pour l'étude de la conversation a conduit à une réévaluation de deux concepts « négatifs », considérés auparavant comme la preuve d'une certaine paresse mentale sinon d'un niveau modeste d'intelligence. Ces deux concepts, inspirés des procédés de reproduction et d'impression, sont *les clichés* (de nature linguistique, discursive, se manifestant surtout à un niveau verbal) et *les stéréotypes*, qui se concrétisent au niveau des croyances ou des opinions généralisées d'un groupe d'individus. Les clichés caractéristiques pour une personne (donc faisant partie de son idiolecte) s'appellent aussi « tics de langage ». La caractéristique principale des clichés et des stéréotypes est leur grande fréquence. Souvent, certains clichés (expressions de la langue commune) renvoient à certains stéréotypes (éléments caractéristiques de l'univers mental d'un certain groupe d'individus).

Un type de clichés très étudiés dans les trois dernières décennies pour diverses langues sont les marqueurs discursifs (MD), c'est-à-dire des mots ou phrases comme *ça suffit comme ça, assez, arrêtez, tais-toi, zut, ok, maintenant, eh bien, alors*, etc. Les MD présentent plusieurs particularités, parmi lesquelles les plus citées sont : (i) ils sont invariables du point de vue morphologique ; (ii) leur emploi dans le discours est optionnel ; (iii) du point de vue syntaxique, les locuteurs sont libres de les insérer dans divers endroits de l'énoncé ; (iv) ils ne contribuent pas au contenu sémantique de l'énoncé, donc ils n'influencent pas sa valeur de vérité ; (v) leur signification est subjective ou intersubjective (Anderson, 2007 : 13-14).

S'ils présentent un poids négligeable du point de vue strictement sémantique, les MD sont très importants en tant qu'organisateur de discours, car ils sont une manifestation du fait que le locuteur veut faire coopérer son interlocuteur, lui faire accepter le contenu de l'énoncé qu'il a prononcé. Par l'emploi des MD, le locuteur peut signaler aussi qu'il veut prendre le tour, introduire un nouveau thème, ou bien manifester sa politesse (Anderson 2007). En conséquence, les MD fonctionnent à un niveau métacommunicatif et non au niveau propositionnel, contribuant au succès de la communication (Clark 1996, Fox Tree/ Schrock 2002), caractéristiques qui expliquent leur charge sémantique très faible, sinon nulle. Les MD sont un facteur important pour la cohérence du discours (Schiffrin 1987), grâce surtout à leur adéquation au contexte.

Le second élément théorique que nous prenons en considération est le concept pragmatique de « savoirs partagés » (angl. *common ground*), notion qui a été appelée, au cours du temps, *mutual knowledge* (Schiffer 1972) *common knowledge* (Lewis 1969) ou bien *common ground*, ce dernier terme, proposé par Paul

Grice (1981) et repris par Robert Stalnaker (2002), étant le plus employé. Ce concept est utilisé par Stalnaker (2002) pour expliquer le fonctionnement d'une certaine catégorie de présuppositions, les présuppositions pragmatiques¹. Les savoirs partagés sont appelés en français aussi de diverses manières : *connaissances communes/ d'arrière plan/ de background/ de fond/ générales/ allant de soi*, etc. Tous ces termes dénotent l'ensemble des connaissances communes aux interlocuteurs, base absolument nécessaire pour avoir un dialogue.

Certains savoirs partagés sont quasi universels, surtout les connaissances concernant des phénomènes physiques, astronomiques, biologiques, météorologiques, psychologiques, socioculturels, souvent à base scientifique, qui sont connus et acceptés par la quasi-totalité de la société. La présence dans la conversation des connaissances de ce genre est souvent considérée un stéréotype. Pourtant, il existe des savoirs partagés moins répandues, des croyances et des conceptions qui sont communes à une communauté plus ou moins limitée de personnes, même à un groupe réduit à deux (Keith 2012).

Le MD *tu sais/vous savez* est un marqueur d'interaction (Östman 1981) ou d'évidentialité/ de subjectivité (Anderson 2007), qui fait une référence directe aux savoirs partagés. Cette particule discursive est souvent employée pour encourager l'interlocuteur à accepter le contenu de l'énoncé sur la base d'un ensemble de savoirs partagés (Östman 1981), réels ou supposés. À part cette valeur essentielle, ce MD présente toute une série de valeurs supplémentaires, qui se retrouvent dans les quatre langues examinées, signe d'une remarquable unité méta-discursive.

L'étude du corpus nous a montré que le MD *tu sais* présente de petites variantes², une partie liée à des formes morphosyntaxiques diverses (singulier ou pluriel, affirmatif, négatif ou interrogatif), ou parce que certaines versions tendent à une spécialisation fonctionnelle. L'italien a créé un second MD, *chissà*, cristallisation de la forme interrogative du MD *sai/ sapete*, employé surtout pour exprimer un indéfini (*chissà chi* « qui sait qui »), le doute ou la possibilité (- *Esci questa sera?* - *Chissà!* « Tu sors ce soir? - Qui sait? / C'est possible »).

¹ Dans l'analyse des présuppositions pragmatiques, Robert Stalnaker (2002) a montré qu'une phrase comme *je regrette d'être en retard, mais ma voiture est tombée en panne* déclenche la présupposition que le locuteur est le propriétaire ou qu'il dispose d'une voiture. Il est possible que cette situation soit connue aux interlocuteurs, donc l'information sur la voiture du locuteur peut faire partie de leurs connaissances partagées. Sinon, Stalnaker considère que les participants au dialogue font une adaptation (angl. *accommodation*), qui a pour conséquence le fait que l'information concernant l'existence de la voiture du locuteur arrive à faire partie des savoirs partagés des interlocuteurs.

² Nous avons trouvé les variantes suivantes : AN. (*do you know what, who knows, you know why* ; FR. *tu sais quoi, toi-même tu sais, qui sait, tu sais pourquoi, vous le savez bien* ; IT. *sapete che vi dico, lo sai, chissà, tu sai perché, lo sapete bene* ; RO. *știi ce, doar știi/ știți, cine știe ce, știi de ce, știți prea bine, știi tu ce*. Ce fait semble suggérer que l'expression n'est pas (encore?) un MD complètement pragmatisé.

2. La fonction des MD dans le corpus

Le corpus plurilingue interrogé a été extrait de deux romans de Joanne Rowling, les deux premiers livres de la célèbre série *Harry Potter*, publiés en 1997 (*Harry Potter and the Philosopher Stone* « Harry Potter à l'école des sorciers ») et, respectivement, en 1999 (*Harry Potter and the Chamber of Secrets* « Harry Potter et la Chambre des secrets »). Nous avons choisi ces textes non seulement parce que les livres en anglais et leur traduction en diverses langues sont disponibles en ligne, mais aussi parce que l'étude des connaissances partagées est particulièrement intéressante dans le cas de ces textes, car ils décrivent un univers qui se trouve à cheval entre le monde réel et un univers magique, imaginé par l'auteur.

Le cycle *Harry Potter* est formé de sept romans qu'on pourrait caractériser comme des *bildungsromans*, décrivant la formation et l'éducation dans une école imaginaire de sorcellerie de deux catégories d'élèves, un groupe d'enfants éduqués dans des familles normales (comme Harry Potter et de son amie Hermione), un autre – formé d'élèves provenant de familles de sorciers, comme Ron Weasley et ses frères. Les deux groupes ont des savoirs partagés différents, le processus de formation consistant justement dans l'apprentissage, par les personnages de la première catégorie et par les lecteurs, des 'réalités' du monde magique imaginaire.

Comme les MD apparaissent seulement dans des dialogues, tous les exemples analysés ici sont des fragments de conversations, impliquant des relations discursives et interpersonnelles complexes. Nous devons tenir compte du fait que, pour les dialogues d'un récit fictionnel, il existe deux catégories de récepteurs, la première catégorie étant formée des récepteurs imaginaires de l'univers narratif, R-personnage(s), c'est-à-dire les personnages qui, dans le texte, participent au dialogue respectif. La deuxième catégorie est constituée des récepteurs réels du texte, les lecteurs.

Du point de vue de leur univers mental, les récepteurs-personnages peuvent être divisés, à leur tour, en deux catégories. Nous noterons avec R1-personnage(s) les participants au dialogue qui, venus du monde réel, se sont engagés dans le processus d'initiation à la magie et avec R2-personnage(s) - les élèves éduqués dans des familles de mages et qui, à l'école, approfondissent seulement les connaissances et les savoir-faire de ce domaine dont ils maîtrisent, par tradition familiale, certains éléments.

Le parcours éducatif principal va des élèves formés auparavant dans le monde actuel (R1-personnage) vers une initiation dans le monde magique, mais il existe aussi un parcours formatif secondaire inverse, des enfants qui ont vécu seulement dans le monde des sorciers (R2-personnage) et qui arrivent à connaître des aspects du monde réel. Du point de vue de l'univers mental, les récepteurs réels des romans, les lecteurs, se caractérisent par un univers mental qui coïncide *grosso modo* avec la première catégorie d'élèves (R1-personnage) et ils sont initiés au monde magique en même temps que cette catégorie de personnages, comme cela arrive souvent avec les *bildungsromans*. Ces deux sous-classes de récepteurs (l'une fictionnelle, l'autre réelle) partagent un bon nombre de savoirs, qui appartiennent non seulement au monde réel des lecteurs, mais aussi à la partie 'réaliste' des romans

de Joanne Rowling, celle qui regarde la famille Dursley - la famille non-magique de Harry Potter, qui vit dans une petite ville anglaise.

2.1. *Tu sais* - valeurs discursives et intrapersonnelles

Selon notre corpus, la valeur discursive fondamentale du MD *tu sais* est représentée par une relation interpersonnelle, de recherche d'adhésion au contenu de la phrase du locuteur :

- (1) AN. "Four attacks on Muggle-borns. Things've gone far enough. Ministry's got to act." "I never," said Hagrid, looking imploringly at Dumbledore. "**You know** I never, Professor Dumbledore, sir..." *Chamber XIV*, 120
FR. « Quatre agressions contre des enfants de Moldus. Les choses sont allées suffisamment loin comme ça. Le ministère doit agir. » « Je n'ai jamais... » dit Hagrid en regardant Dumbledore d'un air implorant. « **Vous le savez bien**, professeur, je n'ai jamais... »
IT "Quattro aggressioni a figli di Babbani. Si è passato ogni limite. Il Ministero deve intervenire". "Ma io..." disse Hagrid rivolgendo uno sguardo implorante a Silente. "**Lei lo sa**, professore; signore, io mai..."
RO „Patru atacuri asupra celor cu părinți Încuiați. S-a ajuns deja prea departe. Ministerul trebuie să facă ceva.” „Eu... niciodată...” scânci Hagrid, implorându-l pe Dumbledore cu privirea, „**știți că eu...** niciodată, profesore Dumbledore... eu, domnule...”

Le locuteur associe souvent cette poursuite de l'accord mutuel à d'autres objectifs communicatifs comme la formulation d'une excuse expression d'une loyauté filiale (2), ou une explication-prétexte pour un supérieur qui suspecte une infraction aux règles de l'école (3) :

- (2) AN. "She (= my mother) always forgets I don't like corned beef. (...) She hasn't got much time, **you know**, with five of us." *Sorcer's V*, 80
FR. « Ma mère oublie toujours que j'ai horreur du corned-beef (...) Ma mère n'a pas beaucoup le temps de faire la cuisine, **tu sais**, nous sommes cinq enfants à la maison. »
IT. "Mamma si dimentica sempre che non mi piace la carne in scatola". (...) "Mamma non ha molto tempo, **sai**, con cinque figli..."
RO. „Întotdeauna uită că nu-mi place carnea de vacă! (...) **Știi**, mama s-a grăbit, doar suntem atâția..”
- (3) AN. "Potter! Weasley! What are you doing?" (...) "We were - we were -" Ron stammered. "We were going to... to go and see..." "Hermione," said Harry. "We haven't seen her for ages, Professor," Harry went on hurriedly, treading on Ron's foot, "and we thought we'd sneak into the hospital wing, **you know**, and tell her the Mandrakes are nearly ready and, er, not to worry..." *Chamber XVI*, 132
FR. « Potter ! Weasley ! Qu'est-ce que vous faites là ? » (...) « Nous étions... nous allions... » balbutia Ron. « Nous allions voir... » « Hermione », acheva Harry. « Il y a un temps fou qu'on ne l'a pas vue, professeur, reprit Harry, et nous pensions lui

faire une petite visite à l'infirmier, vous **savez**, pour lui dire que les mandragores étaient prêtes et que... qu'elle ne devait pas s'inquiéter... »

IT “Potter! Weasley! Che cosa state facendo?” (...) “Stavamo... stavamo...” balbettò Ron. “Stavamo andando... a trovare...” “...a trovare Hermione” si affrettò a concludere Harry. “Sono secoli che non la vediamo, professoressa” proseguì Harry “e... **be'... sa**, pensavamo di sgattaiolare in infermeria per andarle a dire che le mandragole sono quasi pronte, e... ehm... di non preoccuparsi”.

RO „Potter! Weasley! Ce faceți?” „Noi... ne...”, se bălbâi Ron, „ne duceam să... să o vedem pe...” „Hermione”, zise Harry. Și Ron și profesoara McGonagall se uitară la el. „Nu am văzut-o de secole, doamnă profesoară”, continuă Harry, grăbit, „și ne-am gândit să ne furișăm în aripa spitalului, **știți**, și să-i spunem că mătrăgunele au ajuns la maturitate și să... hm... să nu-și facă griji”.

À la forme interrogative surtout, le MD peut marquer une prise de tour qui précède souvent l'expression d'un thème divers ou d'une hypothèse nouvelle :

- (4) AN. “**D’you know** what?” said Ron. “I think we should go and see Lockhart. Tell him what we know.” *Chamber XVI*, 135
FR « **Tu sais** quoi ? » dit Ron. « Je crois qu'on devrait aller voir Lockhart et lui raconter ce qu'on sait. »
IT “**Sai** una cosa?” disse Ron. “Credo che dovremmo scendere da Allock. Dirgli quel che sappiamo.”
RO. „**Știi ce?**” făcu Ron, „cred că ar trebui să mergem la Lockhart, să-i spunem ce știm.”
- (5) AN. “That Draco Malfoy character,” said Ernie, breaking off dead twigs, “he seems very pleased about all this, doesn't he? **D’you know**, I think he might be Slytherin's heir.” *Chamber XV*, 123
FR « Ce Drago Malefoy a l'air très content de ce qui se passe », dit Ernie en arrachant une brindille morte. « **Tu sais quoi**, je me demande si ce n'est pas lui l'héritier de Serpentard. »
IT “Quel Draco Malfoy!” commentò Ernie tagliando rametti morti. “Sembra che tutta questa situazione lo diverta, non pare anche a voi? **Sapete che vi dico?** Penso che l'erede dei Serpeverde potrebbe essere proprio lui”.
RO „Individul ăla, Draco Reacredință”, zise Ernie, tăind rămurele uscate, „pare să fie foarte mulțumit de toate astea, nu? **Știți**, cred că el ar putea fi moștenitorul lui Viperin.”

Une facette particulière de la recherche de l'accord par l'emploi de ce MD est représentée par la tentative d'impliquer l'interlocuteur dans une représentation commune de la situation (Jucker/ Smith 1998) :

- (6) AN. “I think he (Dumbledore) knows more or less everything that goes on here, **you know.**” *Sorcere's XVII*, 244
FR. « **Tu vois/ tu sais**, il (= Dumbledore) doit connaître à peu près tout ce qui passe à l'école. »
IT. “**Sapete**, credo che (Silente) sappia più o meno tutto quel che accade qui.”
RO. „**Știi**, cred că (Dumbledore) bănuiește aproape tot ce se întâmplă în școală.”

- (7) AN. (...) you sounded like you were egging the snake on or something... it was creepy, **you know**...” *Chamber XI*, 91
 FR. « (...) on aurait dit que tu encourageais le serpent à l'attaquer. C'était **vraiment effrayant, tu sais**... »
 IT. “ (...) sembrava che tu stessi aizzando il serpente o qualcosa di simile. Era da far venire i brividi, **lo sai?**”
 RO. „ (...) suna de parcă ai fi pus șarpele să atace pe cineva sau ceva. A fost înfricoșător, **să știi**.”

Cette description des circonstances est parfois accompagnée par un jugement d'évaluation de la situation, pour lequel le locuteur sollicite de manière implicite l'accord de l'interlocuteur :

- (8) AN. “Harry ... you're a great wizard, **you know**.” *Sorcerer's XVI*, 231
 FR. « Harry, tu es un grand sorcier, **tu sais** ! »
 IT. “Harry... tu sei un mago bravissimo, **lo sai?**”
 RO. „Harry, **nu uita/ (doar) știi** că ești un mare vrăjitor!” îi zise ea.
- (9) AN. “Not Slytherin, eh?” said the small voice. “Are you sure? You could be great, **you know**, it's all here in your head, and Slytherin will help you on the way to greatness, no doubt about that.” *Sorcerer's VII*, 97
 FR. « Pas à Serpentard ? » dit la petite voix. « Tu es sûr ? Tu as d'immenses qualités, **sais-tu** ? Je le vois dans ta tête et Serpentard t'aiderait singulièrement sur le chemin de la grandeur, ça ne fait aucun doute. »
 IT. “Non a Serpeverde, eh?” disse la vocina. “Ne sei proprio così sicuro? Potresti diventare grande, **sai**: qui, nella tua testa, c'è di tutto, e Serpeverde ti aiuterebbe sulla via della grandezza, su questo non c'è dubbio...”
 RO. „Nu la Viperini, da?” zise vocea. „Ești sigur? Ai toate calitățile, iar această casă, **știi**, te-ar putea ajuta să devii și mai celebru!”

Dans la description des circonstances, le MD introduit parfois des informations nouvelles :

- (10) AN. “Well, a second's there to take over if you die,” said Ron casually, getting started at last on his cold pie. the look on Harry's face, he added quickly, “But people only die in proper duels, **you know**, with real wizards.” *Sorcerer's IX*, 119
 FR. « Le second est là pour prendre ta place si tu es tué, » répondit Ron d'un ton dégagé. « Mais, **tu sais**, les gens ne meurent que dans des duels réels avec de vrais sorciers ».
 IT. “Be’, il secondo è quello che prende il tuo posto se muori” disse Ron disinvolto, cominciando finalmente a mangiare il suo pasticcio di carne ormai freddo. Poi, cogliendo l'espressione sul viso di Harry, si affrettò ad aggiungere: „Ma si muore soltanto nei duelli veri, **sai**, tra maghi veri.”
 RO. „Păi, secundul asistă și continuă lupta, dacă mori tu,” zise Ron, prefăcându-se nepăsător. Văzând expresia de pe fața lui Harry, Ron adăugă repede: „Dar nu se moare decât în duelurile adevărate, **știi tu**, cu vrăjitori experimentați.”
- (11) AN. “**You know**, I'm surprised the *Daily Prophet* hasn't reported all these attacks

yet,” he went on thoughtfully. *Chamber XII*, 103

FR **Vous savez**, ça m'étonne que *La Gazette du Sorcier* n'ait pas encore parlé de ces attaques, poursuit-il d'un air songeur.

IT «**Sapete**, trovo strano che *La Gazzetta del Profeta* non abbia ancora dato notizia di tutti questi attentati » prosegui pensieroso.

RO. „**Știți**, mi se pare ciudat că *Profetul zilei* nu a raportat atacurile de la Hogwarts până acum”, continuă Draco, pierdut în gânduri.

La présence du MD donne à ces précisions, représentant une nouveauté pour les récepteurs, une nuance argumentative et justificative :

- (12) AN. “Hope to see you in Hufflepuff!” said the Friar. “My old house, **you know**.” *Sorcerer's VII*, 92
FR. « J'espère vous voir à Poufsouffle », dit le moine. « **Vous savez**, c'était ma maison, dans le temps. »
IT. “Spero di vedervi tutti a Tassorosso!” disse il Frate. “**Sapete?** è stato il mio dormitorio”.
RO. „Boboci”, zâmbi dolofanul Pustnic. (...) „Sper să-i întâlnesc pe câțiva dintre voi la Astropufi, **știți**, acolo am studiat eu.”

- (13) AN. “My name was down for Eton, **you know**. I can't tell you how glad I am I came here instead.” *Chamber VI*, 47
FR. « Normalement, je devais aller à Eton, **vous savez**, le meilleur collègue d'Angleterre, mais je préfère être ici. »
IT. “Io avrei dovuto andare a Eton, **sapete?** Ma non so dirvi quanto sono felice di essere venuto qui.”
RO. „**Știți**, eram înscris la Eton... Nici nu vă pot spune cât mă bucur că am venit aici.”

Les savoirs partagés se manifestent dans le discours argumentatif, le MD emphasiant surtout les prémisses :

- (14) AN “I don't want to break rules, **you know**. I think threatening Muggle-born is far worse than brewing up a difficult potion. *Chamber X*, 79
FR « Je ne tiens absolument pas à faire des choses interdites, **vous le savez bien**, mais vouloir renvoyer les enfants de Moldus me paraît beaucoup plus grave que de préparer une potion un peu délicate. »
IT “*A me non piace infrangere le regole, lo sapete bene. Ma penso che minacciare i figli dei Babbani sia molto peggio che preparare una pozione complicata.*”
RO „Eu nu vreau să încalc regulile, **știți prea bine**, dar cred că a-i amenința pe cei cu părinți Încuiați este mult mai grav, decât a prepara o poțiune complicată.”
- (15) AN “My dear Friar, haven't we given Peeves all the chances he deserves? He gives us all a bad name and **you know**, he's not really even a ghost...” *Sorcerer's VII*, 90
FR « Mon cher Frère, n'avons-nous pas donné à Peeves toutes les chances qu'il méritait ? » (...) « Il nous fait une horrible réputation alors que, **vous savez**, lui-même n'est pas véritablement un fantôme. »

IT “Mio caro Frate, non abbiamo forse dato a Pix tutte le possibilità che meritava? Non fa che gettare discredito sul nostro nome, e poi **lo sai**, non è neanche un vero e proprio fantasma...”

RO „Dragul meu, Pustnic, oare nu i-am dat lui Peeves o mulțime de alte șanse? **Doar știți** ce prost renume avem din cauza lui, și nici măcar nu e strigoii get-beget!”

Assez souvent, le MD *tu sais* apparaît dans le contexte d’un conseil ou d’une suggestion, son emploi marquant souvent une prise de tour :

(16) AN. “**You know**, Minerva,” Professor Dumbledore said thoughtfully to Professor McGonagall, “I think all this merits a good feast. Might I ask you to go and alert the kitchens?” *Chamber*, XVIII, 149

FR. « **Tu sais**, chère Minerva », dit Dumbledore d'un air songeur en s'adressant au professeur McGonagall, « je crois que tout cela mérite un bon festin. Puis-je vous demander d'aller prévenir les cuisines ? »

IT “**Sai Minerva**” disse Silente pensieroso rivolgendosi alla McGonagall, “credo proprio che dopo tutta questa vicenda ci voglia un bel *banchetto*. Posso chiederti di scendere ad avvisare le cucine?”

RO „**Știi**, Minerva”, spuse profesorul Dumbledore cu înțelepciune, „cred că toate acestea merită o sărbătorire frumoasă. Pot să te rog să te duci să anunți la bucatărie?”

Dans d’autres situations, le marqueur introduit non pas le conseil mais sa motivation :

(17) AN. “You two had better change, **you know**, I expect we’ll be there soon.” *Sorcerer’s I*, V, 84

FR. « Vous feriez bien de vous changer », dit Hermione. « **Vous savez**, je suis allée voir le machiniste dans la locomotive et il m'a dit que nous étions presque arrivés. »

IT. “E voi due fareste bene a cambiarvi, **sapete**, credo che tra poco saremo arrivati”.

RO. „Puneți-vă robele, **știți** l-am întrebat pe mecanic și mi-a spus că ajungem în curând.”

(18) AN. “An’ how many did yeh have ter threaten an’ blackmail before they agreed, Malfoy, eh?” he (Hagrid) roared. “Dear, dear, **you know**, that temper of yours will lead you into trouble one of these days, Hagrid,” said Mr. Malfoy. “I would advise you not to shout at the Azkaban guards like that.” *Chamber* XIV, 120

FR « Et quels ont été vos arguments pour les convaincre ? » rugit-il (Hagrid). « Les menaces ? Le chantage ? » « Mon cher Hagrid », dit Mr Malefoy, « **vous savez** votre caractère emporté vous attirera un jour de sérieux ennuis. Je vous conseille de ne pas crier comme ça lorsque vous aurez affaire aux gardiens d'Azkaban. »

IT. “E dica un po', quanti ne ha dovuti ricattare e corrompere per farli firmare, eh?” tuonò (Hagrid). “Oh, oh, uno di questi giorni, **sai**, questo tuo caratterino finirà per metterti nei guai, Hagrid” disse Malfoy. “Ti consiglio di non gridare a questo modo con le guardie di Azkaban. A loro non piacerebbe affatto”.

RO. „Și pe câți dintre ei a trebuit să-i ameninți și să-i șantajezi până au fost de acord, Reacredință, ia zi?” răcni el (Hagrid). „Vai, vai, **să știți că** temperamentul ăsta al tău o să-ți facă probleme la un moment dat, Hagrid”, zise domnul Reacredință. „Te sfătuiesc să nu îți pi așa și la gardienii de la Azkaban... Nu o să le placă deloc.”

Enfin l'énoncé introduit par le MD peut signifier l'acceptation de la proposition de l'interlocuteur :

- (19) AN. "Why don't you leave us here, sir, we've only got one more corridor to go ..."
"You know, Weasley, I think I will," said Lockhart. "I really should go and prepare my next class". *Chamber XVI*, 132
FR « Vous feriez mieux de nous laisser continuer tout seuls, Monsieur, nous n'avons plus qu'un couloir à parcourir. » « - **Vous savez quoi**, Weasley, c'est ce que je vais faire », dit Lockhart. « Il vaut mieux que j'aille préparer mon prochain cours. »
IT "Perché non ci lascia qui, signore? Ci è rimasto un solo corridoio da percorrere".
"Lo sai, Weasley? Credo proprio che farò così" disse Allock. "Devo andare a preparare la mia prossima lezione".
RO „De ce nu ne lăsați aici, domnule, nu mai avem de traversat decât un singur coridor.” „**Știi ceva**, Weasley, cred că așa vei face”, zise Lockhart. „Chiar trebuie să mă duc să-mi pregătesc ora următoare...”

Le dernier type d'empois discursifs du MD implique des suppositions sur les possibles conséquences négatives d'une situation contrefactuelle (variantes *who knows, qui sait, cine știe*). Nous remarquons ici la présence en italien du MD dérivé, qui a été lexicalisé (*chissà*) :

- (20) AN. "If Albus hadn't been on the way downstairs for hot chocolate - **who knows** what might have ..." *Chamber X*, 84
FR. « Si Albus n'était pas descendu à ce moment-là, **qui sait** ce qui aurait pu... »
IT. "Se Albus non fosse sceso di sotto per prendere una cioccolata calda **chissà** che cosa avrebbe potuto..." 127
RO. „Dacă Albus nu ar fi coborât scările ca să-și ia niște ciocolată fierbinte, **cine știe ce s-ar fi...**”

2.2. *Tu sais* - marqueur des savoirs partagés

Quand il s'agit des savoirs partagés, l'emploi du MD d'évidentialité sert au locuteur à vérifier si les savoirs évoqués se trouvent vraiment dans l'univers mental de l'interlocuteur. La structure particulière des romans, qui pendulent entre le monde réel et le monde fantastique de la magie, avec focalisation sur le dernier, conduit à plusieurs situations.

Un premier cas concerne les savoirs partagés, banales pour les 'sorciers' du monde fictionnel (les récepteurs R2-personnage), mais que leurs interlocuteurs R1-personnage ainsi que les lecteurs ignorent. Dans cette situation, le locuteur-sorcier introduit une information nouvelle pour ces deux catégories de récepteurs, mais la présence du MD déclenche la présupposition que ces faits sont bien connus aux membres du monde magique :

- (21) AN. "Chocolate Frogs have cards, inside them, **you know**, to collect - famous witches and wizards." *Sorcerer's V*, 80
FR. « Dans chaque paquet de Chocogrenouille il y a des cartes, **vous savez**, pour les recueillir, des cartes sur des sorciers ou des sorcières célèbres. »

IT. “Dentro alle Cioccorane ci sono delle figurine... **sai**, per fare collezione... Streghe e maghi famosi.”

RO. „Broscuțele de ciocolată au poze înăuntru pe care le colecționezi, **știi**, cu vrăjitoare faimoase și vrăjitori celebri.”

- (22) AN. “And be sure to get out at the right grate (...) There are an awful lot of wizard fires to choose from, **you know**, but as long as you’ve spoken clearly ...” *Chamber* IV, 27

FR. « Fais attention de sortir à la bonne cheminée. (...) Il y a beaucoup de foyers chez les sorciers, **tu sais**, mais si tu articules clairement... »

IT. “E stai attento a scendere al focolare giusto (...) Ci sono un mucchio di focolari magici tra cui scegliere, **sai**? Ma se hai parlato chiaramente...”

RO. „Și ai grijă să ieși prin grătarul care trebuie. (...) **vezi tu**, sunt foarte multe semineuri prin care poți să ieși, dar dacă ai vorbit clar...”

La même vérification des connaissances se manifeste dans le cas inverse, des savoirs partagés dans le monde réel, connues, donc, aux récepteurs R1-personnages et aux lecteurs. Par l’emploi du MD, le locuteur vérifie si son interlocuteur connaît une certaine situation :

- (23) AN. “Muggles have garden gnomes, too, **you know**,” Harry told Ron as they crossed the lawn. *Chamber* III, 22

FR. « Les Moldus aussi ont des gnomes dans leurs jardins, **tu sais** », dit Harry à Ron.

IT. “Anche i Babbani hanno gli gnomi da giardino, **sai**?” disse Harry a Ron mentre attraversavano il prato.

RO. „Și Încuiații au pitici de grădină, **știi doar**”, îi spuse Harry lui Ron, în timp ce traversau gazonul.

- (24) AN. “**But in, you know**, the Muggle world, people just stay put in photos.” “Do they? What, they don't move at all?” Ron sounded amazed. “Weird!” *Sorcer’s* V, 81

FR. « **Tu sais**, chez les Moldus, les gens restent immobiles sur leurs photos », expliqua-t-il. « Ah bon ? Ils ne vont jamais faire un tour ? » demanda Ron, étonné. « Ça, c'est vraiment bizarre ».

IT. “**Ma sai**, nel mondo dei Babbani, la gente nelle foto non se ne va mica a spasso!” “Ma davvero? Cioè non si muovono per niente?” Ron sembrava molto stupito. “Che strano!”

RO. „**Știi**, în lumea Încuiaților, oamenii stau nemișcați în fotografii.” „Da? Nu se mișcă deloc? Tare ciudat!”

Une autre situation, plus rare, est celle dans laquelle l’information est détenue par tous les interlocuteurs de l’univers narratif, l’explication visant seulement le lecteur, par exemple la définition d’une matière enseignée à l’école de magie :

- (25) AN. “I *do* hope they start right away, there’s so much to learn, I’m particularly interested in Transfiguration, **you know**, turning something into something else, of course, it’s supposed to be very difficult.” *Sorcer’s* VII, 8

FR. « J'espère qu'ils vont tout de suite commencer », dit Hermione, « il y a tellement de choses à apprendre. Ce qui m'intéresse le plus, c'est la métamorphose, **tu sais**, transformer quelque chose en quelque chose d'autre. »

IT. “Spero proprio che comincino subito, c'è tanto da imparare, a me interessa in modo particolare la Trasfigurazione, **sai**, quando un oggetto viene cambiato in qualcos'altro, naturalmente è ritenuta una pratica molto difficile...”

RO. „Sper să începem curând, doar sunt atâtea de învățat! Mă interesează mai ales transfigurările, **știi tu**, transformările din ceva în altceva... E foarte greu, cred...”

Accompagné par l'adverbe *pourquoi*, le locuteur emploie le MD pour inciter son interlocuteur à prendre conscience d'une vérité que, en fait, il connaît déjà sans en être conscient :

(26) AN. “Yet the Sorting Hat placed you in Gryffindor. **You know why** that was. Think.” *Chamber XVIII*, 150

FR. « Et pourtant, le Choixpeau magique t'a envoyé à Gryffondor. **Tu sais pourquoi ?** Réfléchis. »

IT. “E tuttavia, il Cappello Parlante ti ha assegnato al Grifondoro. **Tu sai perché.** Pensaci”.

RO. „Totuși Jobenul Magic te-a repartizat la Cercetași. **Știi de ce.** Gândește-te bine...”

Nous analysons maintenant les occurrences du MD d'évidentialité dans le contexte des stéréotypes. Une bonne partie de ces stéréotypes sont communs aux deux mondes des romans de J. Rowling (réel et magique). Toute une série concerne le monde de l'école et elles sont valables tant pour l'école de sorcellerie que pour une école ordinaire. Un tel stéréotype concerne le règlement et les élèves qui ne le respectent pas : « les règles d'une école sont faites pour le bien des élèves, donc les élèves qui transgressent ces normes **doivent être punis pour leur propre bien** ».

(27) AN. “Wandering around at midnight, Ickle Firsties? Should tell Filch, I should”, said Peeves in a saintly voice, but his eyes glittered wickedly. “It's for your own good, **you know.**” *Sorcerer's IX*, 105

FR. « Alors, les petits nouveaux, on se promène dans les couloirs à minuit ? Je devrais le dire à Rusard », déclara-t-il d'une voix vertueuse. « **Vous savez**, c'est pour votre propre bien », ajouta-t-il, les yeux brillants de malice.

IT. “In giro per il castello a mezzanotte, pivellini? Dovrei proprio dirlo a Gazza” disse Pix con voce serafica, ma gli occhi gli brillavano di cattiveria. “È per il vostro bene, **sapete?**”

RO. „Măi, măi, ce să caute în miezul nopții anul întâi pe coridoarele castelului? Ar trebui să-i spun lui Filch, **știți doar**, e pentru binele vostru”, zise el, ca și cum i-ar fi păsăat de ei, dar ochii îi sclipeau de răutate.

Un personnage peut essayer de justifier la violation d'une règle si générale qu'on peut la considérer comme un stéréotype, par évocation d'un prétexte. Dans l'exemple suivant, le locuteur tente d'obtenir l'accord ou, au moins, la neutralité de l'interlocuteur à l'aide du MD *tu sais* qui introduit un subterfuge. Le locuteur risque d'être puni après avoir transgressé un stéréotype valable pour toutes les sociétés de type européen : « un garçon ne doit pas entrer dans une toilette pour les filles ». Le

prétexte est représenté par la réalisation d'une investigation concernant le lieu où se trouve un monstre qui attaque les élèves, fait qui évoque un autre stéréotype : « un homme qui fait une enquête peut faire des recherches dans tout le bâtiment, même dans la toilette des filles ».

- (28) AN. "RON!" Percy Weasley had stopped dead at the head of the stairs, prefect badge agleam, an expression of complete shock on his face. "That's a girls' bathroom!" he gasped. "What were you ...?" "Just having a look around," Ron shrugged. "Clues, **you know** ..." *Chamber IX, 75*
FR. « RON ! » Percy s'était figé sur place en haut de l'escalier, l'air stupéfait. « Ce sont des toilettes pour filles ! s'exclama-t-il. Qu'est-ce que tu... » « On a simplement jeté un coup d'œil », répondit Ron. « **Tu sais**, on cherche des indices... »
IT. Percy Weasley si era fermato di botto in cima alle scale, con il cartellino di Prefetto che gli luccicava sul petto e sul volto un'espressione completamente sconvolta. "Ma quello è il bagno delle ragazze!" Era senza fiato. "Che cosa stavate...?" "Stavamo semplicemente dando un'occhiata in giro" disse Ron facendo spallucce. "Cerchiamo indizi, **sai**..."
RO. „RON!” Percy Weasley se oprișe în capul scăriiilor, cu insigna de Perfect strălucind, și pe chip cu o expresie șocată. „Este o toaletă de fete!” exclamă el. „Ce căutați...” „Doar aruncam o privire”, ridică Ron din umeri. „Indicii, **știi tu**...”

Le stéréotype peut se présenter sous la forme d'une règle morale générale : « une personne en position de responsabilité (comme le préfet dans une école britannique) doit faire son devoir même contre ses amis » ; accompagné par le MD, ce stéréotype exprime parfois une sorte de menace :

- (29) AN "Harry!" said Percy loudly. "No magic in the corridors. I'll have to report this, **you know**!" *Chamber, XI, 110*
FR « Harry ! » s'écria Percy. « Il est interdit de pratiquer la magie dans les couloirs. Je vais être obligé de faire un rapport, **tu sais** ! »
IT "Harry" disse Percy alzando la voce, "niente magia nei corridoi! Dovrò fare rapporto, **lo sai**!"
RO „Harry!” strigă Percy. „Nu sunt permise vrăjile pe coridoare! Voi fi nevoit să-ți fac raport, **să știi**!”

Un autre stéréotype, valable pour les deux mondes, se réfère au dur travail de publicité (dans le cas du personnage de cet exemple, d'auto-publicité) impliqué dans le statut de célébrité : « la célébrité dérive (souvent) d'un dur travail de publicité et d'auto-promotion ».

- (30) AN. If there's one thing, I pride myself on, it's my Memory Charms. No, it's been a lot of work, Harry. It's not all book signings and publicity photos, **you know**. You want fame, you have to be prepared for a long hard slog." *Chamber XVI, 136.*
FR. « S'il y a une chose dont je puis être fier, c'est bien de mes Sortilèges d'Amnésie, je les réussis à merveille. Non, **vois-tu/ tu sais**, Harry, tout cela représente beaucoup de travail. Il ne suffit pas de dédicacer des livres et des photos. Quand on veut devenir célèbre, il faut se préparer à accomplir un long et difficile travail. »

IT. “Se c'è una cosa di cui vado fiero è proprio il mio Incantesimo di Memoria. No, davvero, il lavoro da fare è stato tanto, Harry. Non basta firmare autografi sui libri e distribuire foto pubblicitarie, **sai**? Se vuoi la fama devi essere pronto a faticare, con costanza.”

RO. „Dacă mă mândresc cu un lucru, sunt farmecele astea legate de memorie. Nu, a fost muncă grea, Harry. Nu sunt numai autografe și poze publicitare, **să știi**. Tu vrei celebritate, trebuie să fii pregătit pentru o muncă istovitoare.”

Une catégorie tout à fait spéciale de stéréotypes est constituée par les tabous linguistiques. Ce type d'interdiction peut fonctionner seulement si le mot ou la phrase évitée est connue aux interlocuteurs. Notre corpus contient des situations dans lesquelles le MD *tu sais* remplace le mot-tabou.

Certains tabous sont liés à des stéréotypes-superstitions : « si on craint qu'une personne soit morte ou gravement malade, on ne doit prononcer les mots 'mort' ou 'malade', car, en les prononçant, le locuteur semble contribuer à ce que la supposition s'avère juste ».

(31) AN. “Harry,” said Ron. “D’you think there’s any chance at all she’s not... **you know**...” Harry **didn’t know** what to say. He couldn’t see how Ginny could still be alive. *Chamber XVI*, 135

FR « Harry, » dit Ron, « est-ce que tu crois qu'il y a une chance qu'elle ne soit pas... **tu sais**... » Harry ne sut quoi répondre. Il ne voyait pas comment Ginny aurait pu être encore vivante.

IT “Harry” chiese Ron, “pensi che ci sia qualche probabilità che Ginny non sia...? **sai**...” Harry non **sapeva** cosa rispondergli. Non vedeva come Ginny potesse essere ancora viva.

RO „Harry, zise Ron, crezi că există vreo șansă ca ea să nu fi... **știi tu**...” Harry nu **știu** ce să-i răspundă. Nu vedea cum ar mai fi fost Ginny în viață...

Le tabou suivant est très ressenti dans la société britannique : *it's never appropriate to comment on someone's physical appearance* « il ne convient jamais de faire des commentaires sur l'apparence physique de qqn. » :

(32) AN. “Are you really Harry Potter?” Ron blurted out. Harry nodded. (...) “And have you really got ... **you know**...” He pointed at Harry's forehead. Harry pulled back his bangs to show the lightning scar. *Sorcerer's VI*, 78

FR. « C'est vrai que tu es Harry Potter ? » demanda brusquement Ron. Harry confirma d'un signe de tête. « Et tu as vraiment cette... **tu sais**, la ... ». Il pointa le doigt vers le front de Harry. Celui-ci releva sa mèche pour lui montrer la cicatrice en forme d'éclair.

IT. “Sei davvero Harry Potter?” chiese d'impulso Ron. Harry annuì. (...) “E hai veramente... **voglio dire/ sai** ...” E così dicendo indicò la fronte di Harry. Harry si scostò la frangia per mostrare la cicatrice a forma di saetta.

RO. „Chiar ești Harry Potter? întrebă Ron, parcă nevenindu-i să creadă. Harry aprobă din cap. „Și chiar ai..., **știi tu** ...” spuse Ron, arătând la frunte. Harry își dădu la o parte ciuful de pe frunte, lăsând să i se vadă cicatricea.

Les autres emplois de ce type du MD *tu sais* désignent des tabous valables dans l'univers narratif du livre. Par exemple, dans la famille Dursley, il est interdit de parler d'enchantements, de sorciers ou de magie. Dans (33) le mot à éviter est « sorcier(s) » :

- (33) AN. “Funny stuff on the news,” Mr. Dursley mumbled. “Owls... shooting stars... and there were a lot of funny-looking people in town today...” “So?” snapped Mrs. Dursley. “Well, I just thought... maybe... it was something to do with... **you know**... her crowd”. *Sorcerer’s I*, 5
 FR. « Ils ont dit un truc bizarre à la télé, grommela Mr Dursley. Des histoires de hiboux... d'étoiles filantes... et il y avait tout un tas de gens qui avaient un drôle d'air aujourd'hui. » « Et alors ? lança Mrs Dursley. » « Rien, je me disais que... peut-être... ça avait quelque chose à voir avec... **tu sais**, sa bande... »
 IT. “ (...) al telegiornale hanno detto cose strane” bofonchiò Mr Dursley. “Gufi... stelle cadenti... e oggi, in città, un sacco di gente strampalata...” “E allora?” sbottò Mrs Dursley. “Niente, pensavo soltanto... forse... qualcosa che avesse a che fare con... **hai capito/lo sai**, no?... con lei e i suoi.”
 RO. - Au fost niște știri tare ciudate, murmură domnul Dursley. Stele căzătoare, bufnițe... oameni ciudați prin oraș...— Și? izbucni doamna Dursley.- Păi... m-am gândit că, poate, ar avea vreo legătură cu... **știi** tu... cu cei de teapa ei!

Dans un autre épisode, pour épouvanter son cousin, Dudley, Harry fait semblant de lui jeter un sort. Son cousin fait appel à l'aide de sa mère, tout en évitant la phrase-tabou « lancer un maléfice » :

- (34) AN. “MUUUUUUM!” howled Dudley, tripping over his feet as he dashed back toward the house. “MUUUUM! He’s doing **you know what!**” *Chamber I*, 9
 FR. « MAMAAAAAN ! » hurle Dudley en se précipitant vers la maison d'un pas titubant. « MAMAAAAAN ! Il fait **tu sais quoi !** »
 IT. “MAMMA!” urlò Dudley incespicando nei propri piedi mentre si precipitava verso casa. “MAMMA! Harry, **sai**, sta facendo **sai cosa!**”
 RO. „MAAAMIII!” urlă Dudley, împiedicându-se în propriile sale picioare, în fuga lui nebună spre casă. „MAAMIII! **Face... știi-tu-ce!**”

Un autre personnage qui ne devrait pas faire des sortilèges est le géant Hagrid, parce qu'il avait été exclu de l'école de magie et sa baguette magique a été cassée. Toutefois Hagrid a conservé les deux morceaux de sa baguette et il continue à les utiliser pour faire des enchantements, mais dans le plus grand secret :

- (35) AN. In the small vegetable patch behind Hagrid’s house were a dozen of the largest pumpkins Harry had ever seen. (..) “What’ve you been feeding them?” said Harry. Hagrid looked over his shoulder to check that they were alone. “Well, I’ve bin givin’ them ... **you know** ... a bit o’ help ...” *Chamber VII*, 57
 FR. Dans le petit potager, à l'arrière de la cabane, Hagrid leur montra une douzaine de citrouilles géantes, aussi grosses qu'un rocher. « Qu'est-ce que vous utilisez, comme engrais ? » demanda Harry. Hagrid regarda par-dessus son épaule pour

vérifier qu'il n'y avait personne à proximité. « Je... je leur donne un peu... un peu d'aide, **tu sais/ tu vois ce que je veux dire** ? » répondit-il.

IT. Nel piccolo orto dietro alla capanna c'era una dozzina di zucche, le più grosse che Harry avesse mai visto. Avevano le dimensioni di un macigno. (...) “Con che cosa le hai concimate?” chiese Harry. Hagrid si guardò intorno per controllare che fossero soli. “Be’, **sapete com'è**... l'ho un po'... *aiutate*”.

RO. În spatele casei lui Hagrid, în grădina de zarzavaturi, creșteau cei mai mari dovleci pe care îi văzuse Harry vreodată. Fiecare era cât un bolovan. (...) „Cu ce i-ai hrănit?” zise Harry. Hagrid se uită peste umăr pentru a verifica dacă erau singuri. „Păi, le-am dat... **știi tu**... o mână de ajutor...”

3. Conclusions

L'étude des stéréotypes et des clichés se trouve, du point de vue pragmatique, au carrefour de deux classes importantes de phénomènes : les savoirs partagés et les MD. Il est difficile de définir un stéréotype, car, en principe, ce concept dénote un savoir ou une conviction partagée par un nombre relativement grand de personnes. Cet aspect situe les stéréotypes dans la partie supérieure des savoirs partagés, du point de vue du nombre des locuteurs impliqués et du contenu de ces connaissances.

Les stéréotypes se manifestent souvent dans le langage à travers des clichés, formulations caractérisées par leur haute fréquence et par leur forme en grande mesure figée. Ces caractéristiques rapprochent les clichés des marqueurs discursifs, qui sont en grande mesure des expressions qui organisent les échanges d'informations, surtout dans les conversations. Un marqueur discursif comme *tu sais* exprime souvent des stéréotypes, il signale les connaissances partagées, et il contribue aussi à leur constitution.

Les connaissances partagées, les MD, les stéréotypes et les clichés sont des phénomènes métalinguistiques, fait qui explique leur fonctionnement quasi identique dans plusieurs langues, comme il a été démontré par notre corpus plurilingue. Ce fait dévoile avec force la nécessité d'étudier les phénomènes translinguistiques dans toute leur complexité, démarche en faveur de laquelle la pragmatique offre une panoplie de concepts et de méthodes de recherche.

Bibliographie

- Amossy, Ruth/ Anne Herschberg Pierrot (1997). *Stéréotypes et clichés. Langue, discours, société*, Paris, Nathan.
- Andersen, Hanne Leth (2007). « Marqueurs discursifs propositionnels », dans *Langue française*, 154, 13-28, disponible aussi à DOI : <10.3917/lf.154.0013>.
- Costăchescu, Adriana (2013). *La pragmatique linguistique: théories, débats, exemples*, Muenchen, Lincom.
- Clark, Herbert H. (1996). *Using Language*, Cambridge (UK), Cambridge University Press.

- Engel, Pascal (2015). «Peut-il y avoir des savoirs collectifs ?», dans *Cahiers philosophiques*, 3, 142, pp. 93-106, <<https://www.cairn.info/revue-cahiers-philosophiques1-2015-3-page-93.htm>>.
- Erman, Britt (2001). 'Pragmatic markers revisited with a focus on *you know* in adult and adolescent talk', dans *Journal of Pragmatics*, n° 33, pp. 1337-1359.
- Fox Tree, Jean/ Josef C. Schrock (2002). «Basic meanings of *you know* and *I mean* » in *Journal of Pragmatics*, n° 34, pp. 727-747, disponible aussi à <https://www.maryvillecollege.edu/wp-content/uploads/Faculty/BehavioralSciences/cschrock/Fox-Tree-and-Schrock-2002.pdf>.
- Grice, Paul (1981/1989). «Presupposition and conversational implicature », dans Peter Cole (éd.) *Radical Pragmatics*, New York, Academic Press, 183-198. Republié dans Paul Grice, *Studies in the Way of Words*. Cambridge, Harvard University Press, pp. 269-282.
- Jucker, Andreas H./ Sara W. Smith, (1998). «And people you know just like 'wow': Discourse Markers as Negotiating Strategies», dans Andreas H. Jucker/ Yael Ziv (eds.), *Discourse Markers: Descriptions and Theory*, Amsterdam: John Benjamins, pp. 171-202.
- Kecskes, Istvan/ Fenghui Zhang (2009). «Activating, seeking, and creating common ground», in *Pragmatics & Cognition*, n°17: 2, pp. 331-355.
- Keith, Allan (2012). «What is Common Ground? », dans Alessandro Capone/ Franco Lo Piparo/ Marco Carapezza (eds.), *Perspectives on Linguistic Pragmatics*, Cham (Switzerland), Springer, pp. 285-310, disponible aussi à <https://www.researchgate.net/publication/228453164_What_is_CommonGround> DOI: <10.1007/978-3-319-01014-4_11>.
- Lewis, David (1969). *Convention*, Cambridge (MA), Harvard University Press.
- Maschler, Yael/ Deborah Schiffrin (2015). «Discourse markers, Language, Meaning and Context», in Deborah Tannen/ Heidi Hamilton/ Deborah Schiffrin (eds.) *The Handbook of Discourse Analysis* 2nd ed., Hoboken (N.J.), pp. 191-221, disponible à aussi <https://www.academia.edu/20508204/Discourse_Markers_Language_Meaning_and_Context>
- Östman, Jan-Ola (1981). *You Know: A discourse functional approach*, Amsterdam, John Benjamins.
- Schiffer, Stephen (1972). *Meaning*, Oxford, Clarendon Press.
- Schiffrin, Deborah (1987). *Discourse markers*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Stalnaker, Robert (2002). «Common ground», dans *Linguistics and Philosophy*, n° 25, pp. 701-721.

Corpus

- Rowling, J. K. (1997), *Harry Potter and the Sorcerer's Stone*, London, Bloomsbury <<http://www2.sdfi.edu.cn/netclass/jiaoan/englit/download/Harry%20Potter%20and%20the%20Sorcerer's%20Stone.pdf>>.

- Rowling, J. K. (1998), *Harry Potter and the Chamber of Secrets*, London, Bloomsbury; <<http://www.passuneb.com/elibrary/ebooks/Harry%20Potter%20and%20The%20Chamber%20of%20Secrets.pdf>>.
- Rowling, J. K. (1998), *Harry Potter e la Pietra Filosofale*, traduction en italien de Marina Astrologo, Milano, Adriano Salani Editore s.r.l.; <<http://potteriani.altervista.org/wp-content/uploads/2013/03/1-Harry-Potter-e-La-Pietra-Filosofale.pdf>>.
- Rowling, J. K. (1999), *Harry Potter e la camera dei segreti*, traduction en italien de Serena Daniele, Milano, Adriano Salani Editore s.r.l.; <https://www.icfontanarosa.edu.it/images/albo_storico/doc/02---Harry-Potter-e-la-camera-dei-segreti.pdf>.
- Rowling, J. K. (1998), *Harry Potter à L'École des Sorciers*, traduction en français de Jean-François Ménard, Paris, Éditions Gallimard. <http://harrypotterdumae.free.fr/Telechargements/Rowling_J_K_HP01_Harry_Potter_et_la_Pierre_Philosophale.pdf>.
- Rowling, J. K. (1999), *Harry Potter et la Chambre des Secrets*, traduction de Jean-François Menard, Paris, Galimard Jeunesse; <http://hp-info-2007.narod.ru/France/Harry_Potter_Et_La_Chambre_Des_Secrets.pdf>.
- Rowling, J. K. (2005), *Harry Potter și Piatra Filozofală*, traduction en roumain par Ioana Iepureanu, București, Editura Egmont ; <<https://gawrylyta.files.wordpress.com/2011/10/hp-si-piatra-filozofala.pdf>>.
- Rowling, J. K. (2005), *Harry Potter și Camera Secretelor*, traduction en roumain de Tatiana Dragomir, București, Arthur; <https://kupdf.net/download/2-j-k-rowling-harry-potter-si-camera-secretelor_58fe0c24dc0d60736a959eb1_pdf>.

LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES D'INFORMATION : VARIATIONS HÉTÉROTYPIQUES DU STÉRÉOTYPE

Liri CHAPELAN
Université Nationale des Arts Théâtraux et Cinématographiques
« I.L. Caragiale », Roumanie
chapelanliri@yahoo.fr

Résumé

Les éléments graphiques d'information sont des images tant conceptuelles que fortement ancrées dans la dimension tangible de ce qu'elles symbolisent, qui régissent notre quotidien, nous permettant de nous orienter, de comprendre d'un seul regard quelles sont les attitudes sociales que l'on attend de nous, ainsi que de visualiser des phénomènes dont la nature et l'amplitude s'opposent à la simple représentation mimétique. En outre, ils dépassent le stéréotype classique, en visant la dépersonnalisation totale du signifié. Nous nous pencherons ici sur le cas spécifique de leur utilisation au cinéma - art essentiellement mimétique qui a donc théoriquement le plus de raisons de leur résister. Seront analysés deux cas de figure qui compliquent ce constat initial : d'abord celui de la critique de ce langage à l'aide du langage lui-même, illustrée par le court-métrage *Aufstellung* du cinéaste Harun Farocki, et ensuite celui de l'animation minimaliste de Don Hertzfeldt.

Abstract

INFOGRAPHICS: HETEROTYPIC VARIATIONS OF THE STEREOTYPE

Infographics are images which are simultaneously conceptual and deeply anchored to the tangible dimension of what they aim to describe, and which organize our daily existence by allowing us to orient ourselves, to know at a glance what is the social behavior that is expected of us, as well as to visualize phenomena whose nature and amplitude resist simple mimetic representation. Moreover, their aim to fully depersonalize the signified means that they surpass regular stereotypy. We will focus on the specific case of their usage in cinema, which is essentially a mimetic art and, as such, seems to have abundant reasons to distrust them. We will analyze two situations that complexify this initial assessment: firstly, that of the critique of the language of infographics through the means of this very same language, as exemplified by Harun Farocki's short film *Aufstellung*; and secondly, that of Don Hertzfeldt's minimalist animation.

Mots-clés: *éléments graphiques d'information, images post-conceptuelles, cinéma, animation minimaliste, Harun Farocki, Don Hertzfeldt*

Keywords: *infographics, post-conceptual images, cinema, minimalist animation, Harun Farocki, Don Hertzfeldt*

1. Introduction

Les éléments graphiques d'information, plus connus sous leur dénomination en langue anglaise d'*infographics* ou encore sous le terme plus générique et moins rébarbatif de pictogrammes, font partie de notre matrice communicative et de nos représentations partagées du monde. Si les pictogrammes qui composent les textes anciens de la civilisation égyptienne ou sumérienne attestent de la formation d'une conscience communicationnelle et d'une société de classe régie par le recouplement du savoir et du pouvoir, les éléments graphiques d'information actuels sont l'expression d'une accélération (et aussi, soutiendraient certains, d'une désincarnation et d'une baisse qualitative) des connexions intellectuelles et des efforts de compréhension nécessaires au fonctionnement dans nos sociétés hyperconnectées et hyper-réactives.

1.1. Interactivité et lisibilité du pictogramme dans l'hypermodernité

Cette affirmation ouvre sur deux constatations supplémentaires. D'une part, il est important de souligner le statut incertain du pictogramme dans l'ère post-scopique dans laquelle nous pouvons affirmer être entrés. L'ère numérique ne façonne plus de consommateurs passifs d'images ou, pour utiliser un terme lourdement connoté dans la théorie cinématographique, des *voyeurs*, mais engendre des *consommacteurs*¹. Pourtant, si l'industrie numérique s'efforce de récupérer la connotation positive de ce concept issu de l'activisme écologique, dans le contexte de « l'internetisation » de nos sociétés, celui-ci ne fait en réalité qu'indiquer un changement de paradigme au niveau des modes d'interaction entre utilisateur, outil et produit de consommation et au niveau des sens sollicités par ces interactions. L'œil seul ne régit plus l'absorption du contenu ; le toucher intervient pour donner du pouvoir à l'utilisateur, mais ceci dans le cadre très rigoureux de l'interface dont il se sert. Dans cette même logique, le pictogramme évolue du statut de représentation plane, sans fonction autre que de distiller une réalité observable ou - dans un cas plus complexe - une idée dont l'essence admet la traduction en images, au statut de porte d'accès vers une autre série d'actions se déroulant dans le même milieu et selon une logique semblable. L'exemple le plus évident est l'icône informatique qui ne symbolise plus une unité, qu'elle soit matérielle ou conceptuelle, mais fait elle-même partie d'une chaîne de causalité qui n'a pas comme but la représentation, mais l'exécution d'une action.

Pour en revenir à l'affirmation initiale, celle-ci suggère aussi la possibilité que le rythme de l'hypermodernité sollicite une lecture superficielle des éléments

¹ Mot-valise qui condense les termes *consommateur* et *acteur*.

signifiants qui se trouvent naturellement tout autour de nous². Pour conserver et généraliser la cadence, les hommes créent des systèmes de signes qui sont structurés d'après ce double impératif de la vitesse et de l'efficacité et qui se doivent donc d'être des stratégies de simplification ou, autrement dit, des pourvoyeurs de stéréotypes. En effet, si les pictogrammes sont censés être avant tout reconnaissables sans convention préalable, ceux-ci imposent en retour des conventions de comportement, mais surtout de représentation.

1.2. Le pictogramme comme pourvoyeur de stéréotypes

Umberto Eco (1994 : 260-265) a contesté vigoureusement la notion d'*icône* en général, en tant que signe reconnaissable naturellement grâce à sa ressemblance flagrante avec le signifié. Plus que la nature, c'est la programmation sociale et les conventions culturelles qui sont ici en cause, d'autant plus qu'elles se cachent délibérément sous le masque de l'inné et d'instinctuel. Eco (1994 : 311-312) a avancé la théorie selon laquelle le signe iconique est toujours élaboré à la suite d'un effort d'abstraction qui agit à deux étages. D'abord, une première sélection fortement déterminée culturellement s'opère pour essentialiser les traits de l'objet visé par l'entreprise de représentation, afin de le rendre soi-disant universellement identifiable - et dans ce cas, plus que la notion d'identification, c'est celle réductrice et dangereusement impérialiste d'universalité qui pose des problèmes. En second lieu, ces traits jugés fondamentaux doivent être eux-mêmes codés en fonction des spécificités du médium qui est chargé de matérialiser le signe, spécificités qui sont le résultat d'un enchevêtrement de facteurs sociaux, économiques, culturels, scientifiques, etc.

Mais au-delà du débat concernant le bien-fondé de tout type de rapport de ressemblance au signifiant et de degré d'iconicité, il est intéressant d'observer le contraste entre la complexité de l'opération d'abstractisation sur plusieurs niveaux qu'implique l'étape de conception du pictogramme, et la pauvreté des modes d'interprétation que celui-ci est censé inspirer. En effet, un même pictogramme qui suggère des réalités différentes en fonction de son public est un mauvais pictogramme. David Schneider (2004) note que les stéréotypes impliquent aussi bien des activités cognitives complexes, qui créent des relations entre éléments outrepassant le quantum d'informations que procure le visible (par exemple pour induire le niveau d'intelligence d'une personne à partir de la manière dont celle-ci s'habille), que des suppositions instinctives qui n'ont pas besoin d'un effort de déduction particulier pour se présenter à l'esprit. Les pictogrammes, en tant qu'instruments de la circulation preste et fluide du sens, se fondent surtout sur le deuxième type d'attitude, donc sur le réflexe stéréotypisant. Ce dernier n'est pas, bien évidemment, plus naturel que ne le sont l'encodage et le déchiffrement du signe iconique en général, car il n'est spontané que dans la mesure où la programmation culturelle a été absorbée par le sujet à tel point que celle-ci est devenue une *seconde*

² Ce qui nous conduirait par exemple à ne pas saisir l'ampleur de la dégradation que nous avons causé à notre propre habitat, malgré les indicateurs présents aussi bien à grande échelle qu'à échelle réduite.

nature. Pour illustrer cette deuxième catégorie de processus qui sous-tendent la pensée stéréotypique, Schneider propose l'exemple de la supposition qu'un adulte se tenant en face d'une classe est un professeur - supposition, selon lui, spontanée, presque inconsciente. Mais cet exemple démontre au contraire la nécessité d'un bagage culturel préalable, qui a été internalisé tant et si bien qu'il a colonisé jusqu'à l'inconscient du sujet. Ainsi, une personne qui n'a pas reçu une éducation formelle habituelle et qui n'a pas non plus été massivement exposée à des produits culturels qui auraient banalisé une telle situation pourrait avoir du mal à recourir spontanément à un tel stéréotype.

2. Pictogrammes et cinéma : possibilités de dialogue

Pour résumer, la relation qu'entretiennent les pictogrammes avec les stéréotypes a deux volets. D'un côté, les pictogrammes se basent sur des réflexes stéréotypisants déjà existants, en tirant profit de la quasi-instantanéité de l'opération d'attribution de sens qui en découle. De l'autre côté, les pictogrammes renforcent ces mêmes stéréotypes, en leur donnant une forme essentialisée et percutante, le dessin étant plus « parlant » que le texte ou que la parole elle-même. Pourtant, les arts visuels se distinguent de la simple représentation visuelle, et d'autant plus de la représentation visuelle à visée pragmatique, par le fait qu'ils cultivent le foisonnement de sens et résistent à l'uniformisation.

2.1. Disparités structurelles avec l'image cinématographique

Le cinéma se trouve, de toute évidence, en opposition marquée avec la stratégie représentative sur laquelle reposent les pictogrammes, le médium s'étant défini dès son avènement comme étant capable d'enregistrer et ensuite d'exhiber autant de fois que nécessaire devant un public la beauté et la complexité des multiples strates visuelles de la réalité. Le cinéma des premiers temps est caractérisé par l'emploi de cadres larges et statiques, et souvent très picturaux dans l'attention particulière accordée à la composition de l'image. La fixité de la caméra est une entrave d'ordre technique que les pionniers du cinéma tentent très vite de résoudre en plaçant l'appareil de prise de vues à bord de véhicules en mouvement - barques, trains, etc.- créant de ce fait un genre que les historiens du cinéma ont appelé rétrospectivement *phantom rides* (courses fantômes, à cause de l'impression de flottement induit par le mouvement fluide et le défilement accéléré des paysages) ; le cadre large, par contre, n'est pas une fatalité, mais bel et bien un choix esthétique, comme le démontre l'existence de films primitifs qui affichent des cadrages plus rapprochés, des plans taille par exemple, comme dans le *Repas de bébé*, des frères Lumière, en 1895. Quand le cinéma des premiers temps opte pour le cadre large, il le fait donc en pleine conscience, pour souligner son aptitude à reproduire de manière objective, scientifique et mécanique, la dynamique et la transformation perpétuelle du monde - aptitude à laquelle aucune autre méthode de représentation ne pouvait alors prétendre.

Le pictogramme et son appauvrissement délibéré des formes, la suppression qu'il entreprend des variations, du non-conforme, de la diversité d'apparences que

peuvent revêtir les objets d'une même catégorie, sont donc théoriquement à l'extrême opposé du cinéma. Cela ne veut pas dire que ce dernier ne fait pas lui-même appel très fréquemment aux stéréotypes. Certaines lectures critiques, comme la théorie féministe de Laura Mulvey par exemple, affirment même que ce n'est pas seulement le contenu des œuvres cinématographiques qui est porteur de stéréotypes, mais que le dispositif cinématographique en soi, quel que soit le message qu'il formule explicitement, est l'instrument de l'idéologie dominante et, en tant que tel, une fabrique de stéréotypes conçus pour la fortifier. Pourtant, nombre de cinéastes prouvent constamment qu'il est plus fertile de rechercher des stratégies discursives subversives au sein de leur médium, plutôt que de le répudier intégralement et s'enliser dans la poursuite d'une pratique artistique qui ne serait nullement soumise aux lois du système en place.

2.2. *Aufstellung* de Harun Farocki: contre la schématisation de l'Autre

L'artiste visuel et réalisateur allemand Harun Farocki (1944-2014) a tenté durant toute sa carrière d'interroger par les moyens spécifiques du cinéma le processus de fabrication des images, qui à la fois illustrent et influencent les rapports de forces qui ont cours dans la société. L'originalité de la démarche de Farocki et ce qui la différencie des interrogations autoréflexives que l'on retrouve fréquemment dans le modernisme et le postmodernisme cinématographique réside en ce que le cinéaste ne réduit pas les images à leur seule utilisation artistique ou même à leur fonction dans le cadre de la communication humaine. Une partie significative de son œuvre entreprend de mettre en lumière des types d'images invisibles, qu'il désigne sous l'appellation d' « images opératoires ». Ces dernières « participent d'un processus technique, ce sont des images qui permettent aux machines d'agir, pour reconnaître des objets, se mouvoir dans l'espace, identifier des obstacles et des cibles, etc. » (Jacques, 2021), ce qui signifie que ce sont des images qui ne traitent plus du rapport de l'homme avec la réalité qui l'entoure, soit pour le prolonger (la fonction de représentation), soit pour l'augmenter (la fonction de divertissement et d'escapisme), mais qui occultent totalement l'être humain en lui refusant toute interprétation symbolique de la substance matérielle du monde. Bien qu'omniprésentes, les images opératoires sont considérées à tort comme étant marginales, car elles sont invisibilisées du fait de leur manque d'intérêt esthétique ou commercial *en tant qu'images*³. Pourtant, elles ont un impact majeur y compris sur les représentations visuelles conventionnelles. Cela est notamment manifeste dans les centres urbains, dans lesquels la densité humaine et technologique très élevée a été un terreau propice pour la prolifération des images opératoires dans le but d'assurer à la fois la sécurité et la surveillance des habitants ; les images encore destinées au déchiffrement humain sont quant à elles conçues pour agir en tant que principe organisateur initial du flux urbain, qui sera ensuite encodé et analysé par les machines. Selon François Béguin, « le terme de ZDA – Zone de déambulation

³ Tandis que ce sont en tant que données qu'elles sont assimilées par les machines auxquelles elles sont destinées.

asservie – pourrait [...] convenir à la qualification [des espaces urbains contemporains]. Il désignerait des zones où le pouvoir de s'orienter est suspendu et où le pouvoir de se diriger est placé sous le contrôle hégémonique de la signalétique » (1996 : 88).

Mais Farocki s'intéresse à la ville surtout en tant que symptôme aigu d'une affection qui toucherait l'organisme social dans son ensemble, jusque dans sa manière de concevoir la notion de liberté (de mouvement et conséquemment d'expression, dans la mesure où le contrôle des corps n'est jamais dissociable de l'emprise sur les esprits, comme l'analyse Foucault dans *Surveiller et punir*) et le degré de servitude volontaire auquel il est disposé à consentir. Dans ce contexte, les pictogrammes - qu'ils soient les composants d'une signalétique insidieusement impérative, les appendices de la communication écrite ou même un langage à part entière - sont eux aussi l'un des résultats de la somatisation des changements des rapports entre apparence et essence, signe et signifié, et médium et message qui caractérisent notre époque. Il n'est donc pas étonnant que Farocki se soit penché sur la question des pictogrammes et de leur rapport étroit avec la pensée stéréotypique dans le court-métrage de 2005 *Aufstellung (L'alignement)*, réalisé avec l'appui de la Fondation culturelle allemande, dans le cadre du projet *Transit Migration*. Le film se propose de reconstruire l'histoire de l'immigration en Allemagne en utilisant exclusivement des graphiques en tout genre : pictogrammes, diagrammes, cartes explicatives, etc. tirés d'articles de presse, de manuels scolaires et de documents officiels. Le texte de présentation du film, accessible sur la page web de Farocki, repose sur la conviction du réalisateur selon laquelle ces éléments sont anachroniques, renvoyant à la grande tradition de l'allégorie politique du XIX^e siècle; de surcroît, ils seraient touchants dans leur « incapacité d'abstraction ». Cette appréciation quelque peu ambiguë semble entrer en contradiction avec la dénonciation pourtant ferme des clichés réducteurs véhiculés par les représentations graphiques schématiques des immigrés, que le film formule par ailleurs. La complexité évidente des mouvements migratoires du XX^e siècle, qui de plus est replacée dans un contexte historique qui remonte à la formation de peuple allemand, rend dérisoire aussi bien l'effort de représentation graphique à l'aide des pictogrammes⁴ que la prétention d'exactitude et d'exhaustivité des calculs, mesures et autres statistiques qu'ils illustrent. Plutôt qu'une réalité constatée sur le terrain, les pictogrammes reflètent la coagulation d'un imaginaire collectif à huis clos, qui se nourrit des peurs qu'il a lui-même enfantées. La vision stéréotypée qui imprègne les images dont est composé *Aufstellung* est soulignée à travers le découpage et l'agrandissement des signes distinctifs récurrents que les éléments analysés utilisent comme marqueurs de l'altérité : la moustache noire et fournie pour les hommes (attribut de l'orientalité) et le voile pour les femmes. Par instants, le grossissement des dessins est tel que ceux-ci perdent leur qualité iconique pour devenir de pures formes et accéder à l'abstraction dont autrement ils seraient foncièrement incapables,

⁴ Mais une question persiste : y a-t-il un type quelconque de représentation, même parmi celles consacrées en tant que pratiques artistiques, qui serait capable d'admettre cette complexité sans pour autant en perdre les moyens de la peindre ?

suggérant ce faisant que leur fondement idéologique est lui aussi basé sur des généralisations simplificatrices qui ne résistent pas à un examen minutieux.

2.3. L'œuvre de Don Hertzfeldt: dessiner moins pour signifier plus

Parmi les images sélectionnées par Farocki se trouve une qui, dans son dépouillement, est sans doute la plus brutale: pour représenter l'étranger, se dresse une silhouette humaine uniformément noire et entièrement dépourvue de traits distinctifs. C'est avec des images d'un degré d'épuration similaire, mais chargées d'un sens radicalement contraire, qu'opère l'animateur américain Don Hertzfeldt. L'œuvre de Hertzfeldt a bénéficié d'un contexte social et technologique particulièrement favorable : ses premières créations en tant que jeune diplômé de l'Université de Santa Barbara, en Californie, ont coïncidé avec la popularisation des plateformes vidéo digitales, notamment YouTube, dont l'arrivée a permis l'ouverture d'une brèche pour les artistes audiovisuels se trouvant en marge de l'industrie cinématographique hégémonique. Propulsé par une nomination inattendue à l'Oscar du meilleur court-métrage d'animation, ainsi que par le plébiscite de la communauté internautique qui était progressivement en train de devenir la véritable institution sociale et culturelle dont elle fait office actuellement, Hertzfeldt a pu se forger une identité en tant que cinéaste indépendant et surtout en tant que voix discordante dans le milieu de l'animation états-unienne - milieu caractérisé par une grande uniformité esthétique et idéologique de par sa structure oligopolistique. À un premier niveau de lecture, l'attitude contestataire du cinéaste texan se manifeste au niveau du contenu de ses propositions artistiques, que l'humour iconoclaste et l'oscillation entre le nihilisme désengagé et l'humanisme résilient destinent à un public adulte et, plus spécifiquement encore, à la génération Y. Mais c'est dans la dimension visuelle que réside la véritable adéquation entre l'œuvre de Hertzfeldt et son époque, dont elle emploie les codes et les comportements communicationnels pour à la fois s'y insérer et les critiquer. Hertzfeldt compose tous ses personnages en utilisant des formes géométriques simples, rappelant des dessins d'enfants ou encore la manière schématique dont la figure humaine est représentée dans la signalétique quotidienne, du feu de circulation pour piétons aux toilettes publiques⁵. Loin de bloquer l'identification et d'anonymiser l'individu, cette esthétique particulière ouvre un espace de jeu remarquable. L'artiste, libéré du poids de devoir produire une « impression de réalité » ou même tout simplement de devoir se hisser jusqu'aux standards classiques de la beauté plastique, peut chercher des formules originales pour susciter des émotions chez son spectateur et pour l'encourager à conférer une complexité affective à des figures complètement

⁵ Le parallèle avec ce dernier cas de figure est d'ailleurs particulièrement adéquat en ce qui concerne la représentation genrée, les femmes dans la filmographie de Hertzfeldt portant toujours une robe pour les distinguer des hommes. Pour la génération du cinéaste américain, la problématique du genre n'a pas encore la place centrale que cette dernière se voit attribuée aujourd'hui dans le débat public ; par conséquent, l'affinité du cinéaste avec cette cause s'exprime tout au plus au niveau de l'évocation nuancée et compatissante de l'univers psychologique féminin, et surtout de celui maternel.

dépourvues de complexité structurelle. Hertzfeldt utilise rarement des prises de vues réelles, se cantonnant le plus souvent à ce qu'on pourrait nommer des « gribouillages » - mais cette modestie stylistique n'a d'égal que son ambition thématique, car les films de l'auteur américain abordent des sujets graves, parfois même tragiques, comme la mort, la maladie mentale, la quête individuelle du sens de l'existence, l'incommunicabilité ou la nature du souvenir et du temps. L'ampleur philosophique des idées qui, dans ses créations, sous-tendent des trames narratives apparemment très simples a deux effets notables. D'un côté, elle s'oppose à la stratégie de diffusion et d'exploitation du film d'animation qui a exigé que celui-ci soit réduit dans l'imaginaire collectif à une seule de ses facettes, celle du film pour jeune public. De l'autre, en choisissant en tant que véhicule une grammaire visuelle décidément élémentaire, elle interroge plus largement l'usage que l'on fait des signes iconographiques dans le cadre de nos communications courantes et la conviction selon laquelle ceux-ci sont trop transparents pour contribuer à la constitution d'un discours dès lors qu'il tend vers un certain degré de complexité, conviction qui rend ceux qui l'entretiennent vulnérables à l'idéologie dont ce discours est éventuellement porteur.

3. Conclusion

Dans les paragraphes précédents, nous avons tenté d'analyser la manière dont les pictogrammes, considérés dans leur utilisation contemporaine, représentent une évolution de la fonction stéréotypique détenue par les représentations visuelles classiques. En tant qu'art mimétique fondé sur la faculté de rendre de manière détaillée le tissu sensible de la réalité, le cinéma n'a pas à première vue d'affinités avec les pictogrammes, mais des réalisateurs comme Harun Farocki ou Don Hertzfeldt ont tenté toutefois de les employer, le premier pour les soumettre à une déconstruction rigoureuse, le second pour se départager de l'esthétique dominante régnant sur le médium de l'animation. Au-delà du geste critique ou contestataire, les films de Harun Farocki et de Don Hertzfeldt démontrent surtout que le caractère stéréotypé d'une image ne réside pas dans sa forme, mais dans le réseau communicationnel - qui peut être vicieux ou vertueux - dans lequel elle s'insère. Même sa simplification extrême sur le plan visuel, allant jusqu'à la caricature, ne peut empêcher que lui soient conférées des significations variées dès lors qu'elle devient partie intégrante d'un discours artistique. Les éléments graphiques d'information sont un langage et, en tant que tel, peuvent exprimer des idées radicalement différentes en fonction de la manière dont ils sont agencés, combinés, dé- et re-contextualisés, y compris une critique de leur propre usage consacré. Ce ne sont donc pas les images qui abritent et reproduisent les stéréotypes, mais - pour reprendre la terminologie sartrienne - la « conscience imageante » d'un récepteur manquant en fait cruellement d'imagination.

Bibliographie

- Béguin, François (1996). « Embarquement immédiat » dans Bruno Fortier (coord.), *Métamorphoses parisiennes*, Paris, Édition du Pavillon de l’Arsenal, 142 p.
- Doudova, Helena/ Jacobs, Stephanie/ Rössler, Patrick (2018). *Image Factories: Infographics 1920–1945: Fritz Kahn, Otto Neurath et al.*, Leipzig, Spector Books, 176 p.
- Eco, Umberto (1994 [1975]). *Trattato di semiotica generale* (16e édition), Milano, Bompiani, 408 p.
- Elsaesser, Thomas (2004). *Harun Farocki: Working on the Sight Lines*, Amsterdam, Amsterdam University Press, Collection « Film Culture in Transition », 379 p.
- Foucault, Michel (1975). *Surveiller et punir : Naissance de la prison*, Paris, Gallimard, 400 p.
- Gunning, Tom (2006). « The Cinema of Attraction[s]: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde » dans Strauven, Wanda (coord.) *The Cinema of Attractions Reloaded*, Amsterdam, Amsterdam University Press, pp. 381–88.
- Halté, Pierre (2020). « Les émotivités : de la signification des affects aux stratégies conversationnelles », dans *Communiquer*, no 28, pp 19-33. Accès : <<http://journals.openedition.org/communiquer/5921>>. DOI : <https://doi.org/10.4000/communiquer.5921> (Dernière consultation : le 17 octobre 2021).
- Jacques, Vincent (2021). « La ville ubiquitaire : vision urbaine technique et cinéma », dans *Furia Umana*, no 40. Accès : <<http://www.lafuriaumana.it/index.php/74-archive/lfu-40/1010-vincent-jacques-la-ville-ubiquitaire-vision-urbaine-technique-et-cine-ma>> (Dernière consultation : le 23 octobre 2021).
- Metz, Christian (1977 [1971]). *Langage et cinéma*, Paris, Albatros, 238 p.
- Mulvey, Laura (1989 [1975]). *Visual and Other Pleasures*, Londres, Palgrave Macmillan, 222 p.
- Sartre, Jean-Paul (1986 [1940]). *L’Imaginaire. Psychologie phénoménologique de l’imagination*. Paris, Éditions Gallimard, 373 p.
- Schneider, J. David (2004). *The psychology of stereotyping*, New York, Guilford Publications, Inc., Collection « Distinguished contributions in psychology », 704 p.

Site web

- <<https://www.harunfarocki.de/home.html>>. (Dernière consultation : le 4 novembre 2021).

STÉRÉOTYPES DE PENSÉE ET STÉRÉOTYPES LINGUISTIQUES DANS *LES RACES HUMAINES*¹ : LE CAS DES ADJECTIFS

Jan GOES

Université d'Artois, *Grammatica*, UR 4521, France

jan.goes@univ-artois.fr

Résumé

Dans cet article, nous examinons les adjectifs utilisés pour refléter les stéréotypes d'idées présents dans *Les races humaines* (Hachette, vers 1910) afin de constater si les syntagmes dans lesquels ils figurent sont des syntagmes libres, des collocations ou des clichés. En même temps, l'analyse des adjectifs se prête à une application de notre hypothèse unitaire concernant la catégorie.

Abstract

STEREOTYPES OF THOUGHT AND LINGUISTIC STEREOTYPES IN *HUMAN RACES*: THE CASE OF ADJECTIVES

In this article, we examine the adjectives used to reflect the stereotypes of ideas present in *Les races humaines* (Hachette, circa 1910) in order to see whether the noun phrases in which they appear are free noun phrases, collocations or clichés. At the same time, the analysis of the adjectives lends itself to an application of our unitary hypothesis concerning the category.

Mots-clés : *stéréotypes, clichés, collocations, adjectifs.*

Keywords : *stereotypes, cliches, collocations, adjectives.*

1. Introduction

En 1994, un article du *Monde* attira notre attention, tout particulièrement pour ce qui concerne l'emploi des adjectifs :

LA VIE DU LANGAGE Léon, Mao et le stéréotype

[...] Et il était entendu [...] que la race blanche « est la plus parfaite des races humaines », ce que prouvent à l'évidence « la tête ovale », « la bouche peu fendue », « les lèvres peu épaisses » ; tandis que le vocabulaire choisi pour décrire les autres

¹ Paris, Hachette, vers 1910.

racés joue, comme on va voir, d'une péjoration latente. La race *jaune* a le visage « plat » et le nez « aplati » ; la race rouge a le front « très fuyant » et les yeux « enfoncés ». La comparaison sonne donc la déroute des Rouges et des Jaunes : plat, aplati, fuyant, enfoncé ! Quant aux Noirs, qui ont, naturellement, « la peau très noire », on leur réserve pour le nez d'abord « écrasé » [...]. (*Le Monde* 07/01/1994 : R08, nous soulignons)

Il s'agissait en fait d'un florilège de lieux communs que Léon Bloy² soumit à l'exégèse de son lectorat au début du XX^e siècle. Au-delà des nominalisations de *blanc*, *noir*, *jaune* et *rouge* pour désigner lesdites « races » humaines, d'autres adjectifs très intéressants apparaissent dans le texte : (*la plus*) *parfaite*, *ovale*, (*peu*) *fendue*, (*peu*) *épais*, *plat*, *aplatis*, *fuyant*, *enfoncé*, (*très*) *noir*, *écrasé*. Pour les « races » autres que blanches, les adjectifs utilisés sont majoritairement péjoratifs³.

Pour analyser l'emploi des adjectifs dans la création de stéréotypes, il nous fallait évidemment bien plus qu'un court article du *Monde* : le hasard a fait que nous possédons un livre contemporain de Léon Bloy, publié vers 1910, et qui parle des *racés humaines* dans un sens extrêmement large : *race* et *peuple*⁴ y sont confondus, car on y trouve la *race flamande*, *travailleuse*, à côté de la *race hollandaise*, dont la *propreté* est *légendaire*, stéréotypes qui ont survécu jusqu'au XXI^e siècle. Le colloque sur les *Stéréotypes et clichés* nous a fourni une belle occasion d'exploiter ce corpus dormant dans notre bibliothèque. Nous utiliserons le *TLFi* pour vérifier le statut des syntagmes nominaux retenus⁵.

2. Préliminaires théoriques et questionnements

Le passage du *Monde* ci-dessus reflète ce que Schapira (2014) appelle des *stéréotypes de pensée*, c'est-à-dire « des idées rebattues, des opinions et des jugements non vérifiés » (2014 : 65) ; les stéréotypes de pensée se répartissent au sein des deux composants de la *doxa*, le *savoir partagé* et l'*opinion commune* ; pour ce qui concerne les êtres humains, le premier composant les décrit en tant qu'objets du monde (couleur de peau, morphologie, habitat), le deuxième les envisage du point de vue psychologique et social (vie, appartenance sociale). La stéréotypie

² Léon Bloy, né le 11 juillet 1846 à Périgueux et mort le 3 novembre 1917 à Bourg-la-Reine, est un romancier et essayiste français (Wikipédia, consulté le premier novembre 2021).

³ Nous utiliserons désormais le terme *polarité négative*.

⁴ Dans ce texte, nous utilisons les termes *race* et *peuple* dans un sens très global et traditionnel. Dans l'esprit de notre corpus (1910), le mot *race* représentait non seulement les *racés humaines* mais il était également un quasi synonyme de *peuple* (cf. la *race flamande*). Nous utilisons ces termes pour la commodité de l'exposé et par fidélité au texte de 1910, sans qu'ils ne reflètent les opinions de l'auteur de ces lignes, et sans aucune connotation négative ou politique de sa part.

⁵ Selon Tutin (2005 : 36) le concept de syntagme (SYNT.) dans le *TLFi* recouvre en fait la définition de la collocation ; en outre, très souvent, la définition d'une lexie est suivie d'une série de collocations, qui ne sont pas définies explicitement comme telles.

linguistique, serait alors due à « une invasion de la langue par la doxa » (2014 : 65)⁶. Le *TLFi* considère que stéréotype linguistique se traduit par une

Association stable d'éléments, groupe de mots formant une unité devenue *indécomposable*, réemployée après avoir perdu toute expressivité et avec une fréquence anormale. (*TLFi*, consulté le 11 nov. 2021, s.v. *stéréotype*, nous soulignons en italique)

En d'autres termes, le stéréotype linguistique se caractériserait par le figement (unité *indécomposable*), définition confirmée par Schapira (1999, 2014), qui, elle aussi, associe le stéréotype linguistique au figement. Les exemples du *Monde* correspondraient alors à ce que Schapira appelle des *clichés*, expressions figées fondées « sur des représentations mentales stéréotypées et / ou des idées reçues » (1999 : 31).

Dans cet article, nous examinerons non seulement quels adjectifs sont utilisés pour exprimer les deux facettes de la doxa concernant quelques « races » humaines, mais surtout dans quelle mesure il y a lieu de parler de *figement* (cf. *TLFi*), de *cliché*. En effet, contrairement à Schapira, certains auteurs « considèrent comme des stéréotypes de langue les *seules collocations non lexicalisées* résultant d'associations stylistiques fréquentes et devenues par conséquent quasi automatiques » (Schapira, 2014 : 82, nous soulignons). La question se pose donc de savoir si, dans notre corpus, les stéréotypes de pensée sont exprimés par des expressions figées (*clichés*)⁷, ou par des collocations, c'est-à-dire des groupes de mots non figés, mais statistiquement significatifs (définition d'après Teubert et Čermáková, 2007 : 116).

Finalement, une mise au point s'impose pour ce qui concerne l'analyse des adjectifs : notre hypothèse⁸ est que les adjectifs constituent une classe de mots fondamentalement syncatégorématiques, c'est-à-dire qu'ils prennent une grande partie de leur sens du substantif support qu'ils qualifient ; il en découle qu'ils ne sont ni subjectifs ni objectifs en eux-mêmes, mais le deviennent au contact de leur support nominal. Si certains adjectifs dits subjectifs (cf. Kerbrat-Orecchioni, 2009) ont une polarité positive ou négative *in se*, pour d'autres adjectifs, qu'ils soient objectifs ou subjectifs, cette polarité naît de la combinaison avec leur substantif support, voire avec le contexte élargi. Il en va ainsi du participe / adjectif *écrasé* (cf. *Le Monde* 07/01/1994 : R08, ci-dessus) : en combinaison avec *pommes de terre*, il indique simplement le résultat d'une opération, sans aucune subjectivité ; en combinaison avec *nez* il peut être considéré comme subjectif et il a une polarité négative.

Illustrons cette hypothèse avec un premier passage des *Races Humaines* :

⁶ Nous nous inspirons de Schapira (2014).

⁷ « Le figement est la fixation, par l'usage, d'une séquence comportant deux ou plusieurs entités lexicales qui forment ensemble une nouvelle entité plus ou moins lexicalisée » (Schapira, 1999 : 7).

⁸ Cf. Goes (2020) et (2021).

D'où vient l'Homme ? La question de notre origine se perd dans l'ombre des temps. C'est à peine si les voiles du mystère s'entr'ouvrent⁹ sur une silhouette *préhistorique* d'Être *massif, hirsute*, vêtu des lianes dont était tressé son berceau fleuri, franchissant d'une course *farouche* des espaces silencieux qui furent peut-être les vallées du Gange et de l'Indus au pied des cimes neigeuses de l'Himalaya. (*Avant-propos*, 1910 : I)

Nous notons les adjectifs *préhistorique, massif, hirsute, farouche*. Deux adjectifs neutres dans ce contexte (*préhistorique, massif*), deux adjectifs à polarité négative (*hirsute, farouche*)¹⁰. Les adjectifs neutres peuvent basculer vers une polarité positive ou une polarité négative en fonction du substantif support. L'adjectif *massif*, acquiert ainsi une polarité positive en combinaison avec des noms de matière (*or massif, chêne massif*), une polarité négative avec *être, crâne, corps*. Il n'en reste pas moins objectif pour ce qui concerne les matières, et devient subjectif avec les parties du corps... Quant à *farouche*, à interpréter comme 'sauvage', voire 'peureux' dans ce contexte-ci, donc à polarité légèrement négative, il devient positif avec *résistance*, ou avec *guerrier* ('acharné', 'tenace'). *Préhistorique* est un adjectif objectif, mais en combinaison avec *téléphone*, au sens de 'suranné', 'démodé', il serait subjectif et négatif. Du point de vue sémantique, le caractère objectif ou subjectif, positif ou négatif, dépend donc du substantif qualifié.

Nous nous situons en d'autres termes dans une hypothèse un peu différente que l'accoutumée pour ce qui concerne les adjectifs, hypothèse que nous avons baptisée « hypothèse unitaire » : au lieu de considérer que l'adjectif se subdivise en trois catégories (qualificatifs, relationnels, du troisième type), nous considérons qu'un même adjectif peut se trouver en *emploi* qualificatif (*un grand bâtiment*), relationnel (*la grande classe = la classe des grands*) et en *emploi* « du troisième type », par exemple comme adjectif quantifieur (*un grand kilo = un peu plus d'un kilo*) ou intensif (*un grand chagrin*). De même, le fait qu'il est gradable ou non, épithète antéposée ou postposée, ou attribut dépend éminemment du substantif support (*une voiture très bleue, mais un ciel très bleu ; un ancien collègue vs ?? un collègue ancien mais un meuble ancien vs *un ancien meuble) ; finalement la fonction attribut est généralement – mais non exclusivement – réservée aux adjectifs en *emploi* qualificatif (*ce kilo est grand). Sémantique et syntaxe allant de pair, cette dépendance se manifeste également du point de vue sémantique (cf. le paragraphe précédent). Mon hypothèse est donc que la réalisation effective des fonctions et caractéristiques adjectivales dépend d'une propriété fondamentale : le fait que l'adjectif dépend de son substantif support pour une grande partie de son comportement syntaxico-sémantique.

⁹ Nous respectons l'orthographe d'époque dans les citations.

¹⁰ On constate que l'on considérait – espérait ? – que le berceau de l'humanité était indo-européen. À l'époque il était sans doute difficilement acceptable de considérer qu'il était africain.

3. Quels adjectifs sont employés pour les « races humaines » ?

3.1. La « race blanche »

La Race Blanche, au profil *harmonieux, régulier*, progresse dans une activité *fiévreuse*, triomphe dans la Science après avoir excellé dans les Arts, s'efforce de plus en plus vers un idéal *mesuré, raisonnable, pratique*. (*Avant-propos*, 1910 : I, nous soulignons)

| Adjectifs à polarité positive | Adjectifs neutres | Adjectifs à polarité négative |
|--|-------------------|-------------------------------|
| (profil) <i>harmonieux, régulier</i> | | (activité) <i>fiévreuse</i> |
| (idéal) <i>mesuré, raisonnable, pratique</i> | | |

Nous constatons une prépondérance d'adjectifs à polarité positive, à une exception près : *fiévreux*. Or cet adjectif, à polarité négative lorsqu'il s'agit de la maladie, peut être interprété positivement lorsqu'il s'agit de l'activité humaine, dans le sens d'une 'activité intense', ce qui est le cas ici.

Avons-nous affaire à des stéréotypes linguistiques sous la forme de *clichés*, c'est-à-dire des expressions *figées* fréquemment répétées (définitions de Schapira, 1999, 2014 et du *TLFi*) ? Plusieurs de nos syntagmes se trouvent inventoriés dans le *TLFi* (cf. note 5) notamment *profil régulier*, *activité fiévreuse*¹¹, voire *idéal pratique*¹². Si nous n'avons pas trouvé *profil harmonieux*, *visage harmonieux* se trouve également dans le *TLFi*. On constate assez facilement que les syntagmes en question ne sont pas figés, les adjectifs concernés permettant la gradation (*profil très harmonieux, activité très fiévreuse...*) et la prédication attributive (*son profil est très harmonieux, son activité est très fiévreuse...*), voire l'antéposition pour *harmonieux* (*son harmonieux profil*). Les syntagmes envisagés relèvent donc de la combinaison libre ou de la collocation.

Le paragraphe entier peut être considéré comme un enchaînement de stéréotypes de pensée décrivant ladite « race blanche », se répartissant de façon équilibrée entre le savoir partagé (couleur de peau, morphologie : *blanc, harmonieux, régulier*) et le point de vue psychologique et social (*mesuré, raisonnable, pratique, fiévreux*).

¹¹ Nous avons trouvé *profil régulier* sous la rubrique **SYNT.** de l'entrée *profil* (la base de la collocation) tandis que nous avons trouvé *activité fiévreuse* dans la liste de collocations dans la définition de *fiévreux* 'en psychologie' ; en d'autres termes, nous avons trouvé *activité fiévreuse* dans l'article concernant le collocatif (*fiévreux*) et non dans celui consacré à la base de la collocation (*activité*). Faute de place, nous n'indiquerons pas systématiquement où nous avons trouvé le syntagme examiné.

¹² Ceci dans un exemple : « *Il avait un idéal pratique de petit-bourgeois intellectuel, orgueilleux de tenir son rang, distinct de la plèbe* (ROLLAND, *Beethoven*, t.1, 1937, p. 35) » (*TLFi*, s.v. *petit-bourgeois*).

3.2. Les autres « races humaines »

La Race Jaune, *épuisée* sans doute d’avoir engendré une des premières civilisations et les plus *anciennes* philosophies, réagit partiellement contre un passé qui l’écrase, et *hostile* aux conceptions modernes, passe dans ses villes des jours *gris*, ombre *diaphane*, d’aspect fragile, aux yeux *bridés*, au nez *épaté*, qui semble vouloir se volatiliser parmi l’*âtre* fumée de l’opium. [...] Elle se répand peu à peu, créant le *péril jaune*. (*Avant-propos*, 1910 : I-II et IV, nous soulignons en italique)

Les adjectifs que l’on peut noter sont :

| Polarité positive | Polarité neutre | Polarité négative |
|-------------------|--------------------------|-------------------|
| | anciennes (philosophies) | (race) épuisée |
| | | (race) hostile à |
| | | (jours) gris |
| | (ombre) diaphane | (âtre) fumée |
| | (aspect) fragile | (yeux) bridés |
| | | (nez) épaté |

On relève une majorité d’adjectifs négatifs (*épuisé*, *hostile*, *gris*, *âtre*, *bridé*, *épaté*), tandis que certains des adjectifs neutres deviennent positifs au contact des substantifs supports : *les plus anciennes philosophies*, ou négatifs : *ombre diaphane*, *aspect fragile*. *Épaté*, positif quand on est ‘agréablement surpris, impressionné’, devient négatif quand il s’agit du *nez* ; nous avons d’ailleurs affaire à un quasi-synonyme de *écrasé* (cf. *Le Monde*, puis *infra*, la *race noire*). Ici également, on peut noter quelques syntagmes inventoriés dans le *TLFi* (*ombre diaphane*, *jours gris*, *âtre fumée* (1 fois) et *fumée âtre* (5 fois)¹³ *nez épaté*¹⁴, *yeux bridés*¹⁵ ; qui relèvent de la collocation, étant donné que les adjectifs ont conservé leurs caractéristiques syntactico-sémantiques (notamment la possibilité de gradation, de prédication, d’antéposition) mais sont inventoriés « dans une expression » (*diaphane*, *gris*), voire dans la définition de l’adjectif en question (*âtre*, *épaté*) ou dans une rubrique séparée (*bridé*, étiquette *ANAT.*). Les images de l’opium et de l’épuisement constituent des stéréotypes de pensée datant du XIX^e siècle ; rappelons-nous la célèbre phrase : « quand la Chine s’éveillera¹⁶ ». La seule expression figée, et que l’on peut considérer comme un *cliché* est constituée par le *péril jaune*, inventorié lui aussi dans le *TLFi*¹⁷ ; en effet, l’adjectif jaune n’accepte ni la gradation, ni

¹³ Entre autres s.v. *âtre*, comme illustration de la définition de l’adjectif : « Irritant pour les yeux : une *fumée âtre* », donc dans l’article concernant le collocatif.

¹⁴ S.v. *épaté*, « Spéc. [En parlant d’une partie du corps] Qui est large et aplati. *Nez épaté* ».

¹⁵ S.v. *bridé* : « 1. *ANAT. Yeux bridés*. ».

¹⁶ *Quand la Chine s’éveillera, le monde tremblera*. Phrase attribuée à Napoléon I^{er}.

¹⁷ « [P. méton.] Ce qui se rapporte à la race jaune. *Femme jaune, peuple jaune. Péril jaune* (au fig.) Danger que constitueraient les pays de race jaune à cause de leur surpeuplement dû à une forte natalité » (*TLFi*, s.v. *jaune*).

l'antéposition¹⁸, ni la fonction attribut (**ce péril est jaune*). Ici encore, les stéréotypes se répartissent de façon équilibrée entre savoir partagé (*jaune, diaphane, fragile, bridé, épaté*) et l'opinion commune (*ancien, épuisé, hostile, gris*).

La « race rouge », quant à elle, ne suscite que peu de commentaires, et pour cause : « La race rouge, sauvage à la façon des grands oiseaux de nuit que la lumière du jour éblouit, disparaît peu à peu d'un monde où la forêt vierge, où la place elle-même lui sont de plus en plus mesurées » (*Avant-propos*, 1910 : II). Nous notons simplement qu'elle est *sauvage comme un grand oiseau de nuit*. Cette structure constitue une variante de *libre comme un oiseau dans l'air*. Pour Schapira (1999 : 31) les constructions en *adjectif + comme* constituent des clichés intensifs. Dans ce même contexte, la polarité plutôt négative de *sauvage* devient positive, à l'image de *libre*.

La race Noire, enfin, – la plus proche de la nature, – *brutale, solide* dans sa taille bien prise, la face et le crâne en bélier, le nez *écrasé*, l'œil *bestial* et la chevelure *crépue*¹⁹, dispute à l'invasion blanche ses villages, ses chasses, ses libertés. (*Avant-propos*, 1910 : II)

| Polarité positive | Polarité neutre | Polarité négative |
|-------------------|--------------------|-------------------|
| (race) solide | (chevelure) crépue | (race) brutale |
| | | (nez) écrasé |
| | | (œil) bestial |

Nous notons, une fois de plus, une majorité d'adjectifs à polarité négative, un seul à polarité positive (*solide*). *Nez écrasé*, déjà rencontré dans l'article du *Monde*, apparaît neuf fois dans le *TLFi*, une fois dans l'article consacré à *écrasé* (le collocatif)²⁰, 8 fois dans des citations au sein d'autres articles dont celui consacré à *bridé*²¹ ; *crépu*, quant à lui, se combine de préférence avec *chevelure*, le syntagme figure comme illustration de la définition du sens premier de la lexie *chevelure*²².

La description du « noir » relève dans sa totalité du stéréotype d'idées, mais, l'on constate une fois de plus qu'il ne s'agit pas d'expressions figées, dans la mesure où *le nez écrasé*, *l'œil bestial* et *la chevelure crépue* constituent des phrases à attribut de l'objet avec ellipse d'*avoir* ([il a] le nez / écrasé), tandis que *brutale* et *solide* sont des épithètes détachées. Les adjectifs concernés acceptent également la gradation, les

¹⁸ L'antéposition est en général assez rare pour les adjectifs de couleur.

¹⁹ Orthographe de l'époque.

²⁰ « [En parlant de la face, d'une partie du visage] *Nez écrasé* ».

²¹ « Le nouveau venu qui s'avancait vers eux lentement, à travers la foule, était un homme de trente-cinq ans environ, chauve, avec un *nez écrasé*, *des pommettes saillantes* et des *yeux bridés* où brillait un regard aigu qui ensauvageait encore ce visage de Mongol. P. BOURGET, *Nos actes nous suivent*, 1926, p. 99 » (*TLFi*, s.v. bridé)

²² « 1. *COIFFURE*. [En parlant de la chevelure d'une pers., p. méton. de cette pers. même] *Une chevelure crépue, d'un roux cendré, frisée en boucles nombreuses étagées les unes sur les autres* (FLAUB., *Tentation*, 1849, p. 373). *Une femme encore belle, crépue de frisures naturelles qu'elle coiffait en bandeaux, tôt ébouriffés* (COLETTE, *Mais. Cl.*, 1922, p. 188) » (*TLFi*, s.v. crépu).

deux derniers accepteraient également l'antéposition (*la brutale, solide race noire*). On constate – et ce n'est certainement pas un hasard – que les stéréotypes ne concernent que l'aspect physique, aucune mention civilisationnelle n'est faite...

Plus loin (*Avant-propos*, 1910 : II) on lit que les races humaines vont du « Nègre bestial » à la « Blanche délicate », en d'autres termes, du négatif au positif. Nous y rencontrons non seulement deux stéréotypes de pensée, mais également une allusion à un stéréotype (de pensée et linguistique) bien connu : les femmes vues comme des *fleurs délicates*²³.

4. Les Français et les Roumains

Comme nous l'avons signalé dans l'introduction, ce livre emploie le terme *race* dans un sens très large, le confondant avec *peuple*. C'est pourquoi nous avons décidé d'analyser brièvement ce qui s'y trouve sur la « race » française, et la « race » roumaine.

4.1. Les Français

Pour ce qui concerne les Français, nous lisons²⁴ que

[...] la France est une *nation privilégiée*. Les Français sont une *race néo-latine*. [...] C'est dans les grandes villes, surtout à Paris, que se montre le Français par excellence ; car c'est là que viennent chercher un refuge ceux qui se distinguent par une originalité *réelle* [...] [ils sont] *spirituels, bavards, agiles*, [on y rencontre] les hommes des plateaux *âpres* au travail et *lents* à l'amitié ; gens de la Loire, à l'intelligence *lucide*, au tempérament bien *pondéré* ; Bretons *mélancoliques* [...] Normands à la parole *lente* [...] (1910, 307-308)

Sous les photos des Français, nous trouvons d'autres commentaires : « Le pêcheur français offre sa *sympathique figure* de loup de mer », la bergère corse a « une allure *virile* » (2010 : 310), tandis que l'Arlésienne a une « figure *régulière* et *fine* » (*idem*). Le Basque et le Breton jouissent d'une attention particulière, l'un ayant « conservé l'esprit *régional* », tandis que pour l'autre « ses qualités et son cœur en font un *bon Français* » (2010 : 306). Que d'adjectifs à polarité positive : *privilégié, spirituel, agile, âpre au travail, lucide, pondéré* ! Seuls adjectifs à connotation négative : Breton *mélancolique*, Normand à la parole *lente*... Autant de stéréotypes de pensée, concernant principalement l'opinion commune (point de vue psychologique et social).

Le chapitre sur les Français contient plus de nominalisations que les extraits précédents ; il s'agit de nominalisations d'adjectifs, en d'autres termes, de noms de qualité. Ces derniers sont, eux aussi mélioratifs : *mobilité* de l'expression, *pureté* des lignes, *vivacité* de la physionomie, « [...] le Français a, parmi les hommes, la vertu

²³ « Une femme-fleur délicate parmi les fleurs, Marion Cotillard [...] Si la maison Dior est célèbre pour ses codes iconiques revisités chaque saison, son fondateur et son amour pour les fleurs le sont tout autant. Inspiré par la nature, celui qui adulait ses « femmes-fleurs » et leurs robes corolles [...] » (<https://www.elle.fr/Loisirs>, consulté le 11 novembre 2021).

²⁴ Le texte, trop long, ne peut être reproduit dans son intégralité.

spéciale de la *sociabilité* : à cet égard il est, de l'aveu de tous, celui qui se rapproche le plus de la *perfection* » (1910 : 311). Le stéréotype de pensée du *français sociable* ne peut être plus clair, néanmoins, le revers de cette médaille est également indiqué : « *habile* à bien parler, il risque d'être *superficiel* dans ses jugements ; traitant de toute matière avec goût et mesure, il s'expose à sacrifier l'originalité à l'agrément » (*idem*).

Regardons de plus près les adjectifs utilisés pour décrire les Français :

| Polarité positive | Polarité neutre | Polarité négative |
|---------------------------|------------------------|--------------------------------|
| (ils sont) spirituels | (nation) privilégiée | (ils sont) bavards |
| (ils sont) agiles | (race) néo-latine | (hommes) lents |
| (hommes) âpres au travail | (originalité) réelle | (parole) lente |
| (intelligence) lucide | (esprit) régional | (Breton) mélancolique |
| (tempérament) pondéré | | (il risque d'être) superficiel |
| sympathique (figure) | | |
| (allure) virile | | |
| (figure) régulière | | |
| (figure) fine | | |
| bon (Français) | | |

Les épithètes sont majoritairement positives, tandis que d'autres sont neutres, mais ils peuvent devenir positifs ou négatifs par rapport à leurs substantifs supports, voire en fonction de l'opinion du locuteur. Ainsi, *privilégié* est positif avec *nation*, mais pourrait devenir négatif en combinaison avec *fonctionnaire* (aux yeux de certains). Les *peuples néo-latins* parmi lesquels le livre classe les français sont positivement évalués en 1910, mais actuellement l'Europe du Nord, dite « vertueuse », les trouve peu disciplinés, enclins à s'endetter. Comment interpréter *régional* ? Comme tout passe par Paris, selon notre livre²⁵, c'est probablement un peu négatif.

Si la description des Français constitue un ensemble de stéréotypes d'idées, souvent encore d'actualité²⁶, on constate aisément que les adjectifs concernés ne font pas partie d'expressions figées : certains se trouvent en fonction attribut (*spirituels*, *agiles*, *bavards*, *superficiel*), tous acceptent facilement la gradation, voire l'antéposition (*sympathique figure*). La majorité des qualifications concernent l'aspect psychologique et social de la « race » française.

4.2. Les Roumains

Notre livre ne classe pas les Roumains parmi les peuples néo-latins, comme il se devrait, mais bien dans le cadre des Etats Balkaniques, ce qui, à l'époque n'avait aucune connotation négative. D'ailleurs, rien n'est dit sur la langue roumaine. Les Roumains sont considérés comme un peuple d'agriculteurs, ils

²⁵ Cf. la citation « C'est dans les grandes villes [...] » ci-dessus.

²⁶ La superficialité du Sud, la lenteur en amitié de ceux du Nord, la vivacité, le caractère bavard (...).

[...] se distinguent par une peau *brune*, des cheveux et des yeux *noirs*, qu'ils doivent peut-être à une infusion de sang *bohémien*. C'est une race *musclée* et bien *bâtie*. (1910 : 290)

On s'attarde assez longuement sur le costume, des hommes : *longue* blouse de *toile blanche*, coiffure de feutre *commun* ou de *toile bon marché*, en hiver, une peau de mouton. Les femmes portent un corsage *blanc*, ou de couleur *voyante*, et une jupe de couleur *brillante*. Regardons les adjectifs :

| Polarité positive | Polarité neutre | Polarité négative |
|-------------------|-------------------|-----------------------------|
| (race) musclée | (peau) brune | (sang) bohémien |
| (race) bien bâtie | (yeux) noir | (coiffure de feutre) commun |
| | (corsage) blanc | |
| | (couleur) voyante | |

À part le *sang bohémien* et le *feutre commun*, la description de la « race » roumaine est principalement constituée d'adjectifs neutres²⁷. Les syntagmes ne sont pas figés, car les adjectifs prennent facilement la gradation et peuvent remplir la fonction attribut. Quelques syntagmes peuvent être considérés comme des collocations : ainsi, *yeux noirs* est mentionné non moins de 78 fois dans le *TLFi*, pour la majorité des cas dans un contexte positif, comme exemple de la beauté féminine²⁸, *couleur voyante*, 9 fois, dans des contextes positifs et négatifs (cf. note 27). Tous les adjectifs sont en lien avec des stéréotypes de pensée qui se concentrent sur ce que Schapira appelle le *savoir partagé* (couleur de peau, morphologie, vêtements).

5. Conclusion

Les paragraphes que nous avons retenus se sont révélés extrêmement riches du point de vue des stéréotypes de pensée. Ces derniers se répartissent entre des éléments de savoir partagé (couleur, morphologie, habitat) et des points de vue appartenant à l'opinion commune²⁹ (psychologique et social). Dans certains descriptifs (la *race blanche*, la *race jaune*), ces deux aspects de la doxa sont répartis de façon assez équilibrée, mais pour ladite *race noire* on ne trouve que des éléments de savoir partagé, ce qu'il faut placer dans le contexte de l'époque : très longtemps, on a pensé qu'il n'y avait pas de civilisation sans traces écrites. Le livre étant l'œuvre d'un collectif d'auteurs français, on se centre davantage sur les aspects

²⁷ L'interprétation de *peau brune*, *couleur voyante*, dépend des stéréotypes et préjugés du lecteur : on peut effectivement penser qu'une *couleur voyante* témoigne de peu de goût (on retrouve ce syntagme dans l'article *tape-à-l'œil* du *TLFi*), mais on peut tout aussi bien admirer les couleurs du costume traditionnel roumain.

²⁸ « Quant à la beauté de ce visage, c'était la beauté grecque dans toute la perfection de son type, avec ses grands **yeux noirs** veloutés, son nez droit, ses lèvres de corail et ses dents de perles » (*TLFi*, s.v. beauté). *Femme aux yeux noirs* (*TLFi*, s.v. femme). *Yeux noirs* se trouve également s.v. *noir* et sous *regard*. Il est mentionné sous SYNT. s.v. *œil* : *ses grands yeux noirs*. Sur les 78 syntagmes, 3 seulement concernent des hommes.

²⁹ Cf. Schapira, 1999 et 2014.

civilisationnels pour ce qui concerne les Français, et, sans aucun doute par ignorance, sur les aspects extérieurs (morphologie, habitat) pour les Roumains.

Du point de vue linguistique, nous avons pu constater que la majorité des syntagmes *nom + adjectif* étaient soit des expressions libres (*race musclée*), soit des collocations non lexicalisées (*nez écrasé, nez épaté, yeux noirs, activité fiévreuse*), les figements (*péril jaune, sauvage comme...*) étant rares. Nous pouvons donc en conclure que les stéréotypes de pensée de ce livre – très répandus à l'époque – n'ont pas envahi la langue sous la forme de figements et nous ne pouvons que nous en réjouir.

Bibliographie

- Collectif (s.d., vers 1910). *Les races humaines*, Paris, Hachette, 392 p.
- Goes, Jan (2020). « Quels critères d'adjectivité pour ... l'adjectif en français ? », dans Neveu, Franck et Roig, Audrey (eds), *L'adjectivité, Approches descriptives de la linguistique adjectivale*, Berlin, Boston, De Gruyter, pp. 40-60.
- Goes, Jan (2021). « L'adjectif, une partie du discours éminemment syncatégorématique », dans *Kalbotyra*, n° 74, pp. 72-87.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2009). *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin, 272 p.
- Schapira, Charlotte (1999). *Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules*, Paris, Ophrys, 172 p.
- Schapira, Charlotte (2014). « Les stéréotypes : stéréotypes de pensée et stéréotypes de langue », in Congrès Mondial de Linguistique Française – CMLF 2014, SHS Web of Conferences 8, pp. 65-83, DOI 10.1051/shsconf/20140801398.
- Teubert, Wolfgang et Čermáková, Anna (2007). *Corpus Linguistics. A Short Introduction*, London, Continuum.
- Tutin, Agnès (2005). « Le dictionnaire de collocations est-il indispensable ? », *Revue française de linguistique appliquée*, 2005/2, vol. 10, pp. 31-48.

Ressources informatisées

- Le Monde* sur CD-rom, 1994, Le Monde SARL & Research Publications International.
- Le Trésor de la langue française informatisé (TLFi), <http://atilf.atilf.fr/>.

LES PARÉMIES DANS L'ŒUVRE DE ION CREANGĂ- MIROIR DE L'ETHOS POPULAIRE ROUMAIN

Alice IONESCU
Université de Craiova, Roumanie
alice.ionescu@yahoo.com

Résumé :

Publiés à la fin du XIX^e siècle, les *Souvenirs d'enfance* de Ion Creangă sont une œuvre singulière, qui ne puise pas ses racines uniquement dans le folklore (comme les *Contes et les récits*), mais aussi dans son expérience de vie dans le monde rural et qui constituent, par cela, une monographie du village moldave du Nord. À les lire, on est frappé par la profusion de proverbes, dictons et rimes populaires, d'expressions idiomatiques qui sont tant une source d'humour et de joie de la lecture, qu'un véritable recueil de clichés caractéristiques de l'univers rural roumain du XIX^e siècle, un miroir des conceptions de vie et de l'imaginaire collectif roumain. Notre communication se propose de mettre en exergue les types d'énoncés sentencieux répertoriés dans l'œuvre de Creangă et leur rôle dans la création du style oral et populaire qui l'a consacré comme l'un des classiques de la littérature roumaine. Enfin, nous essayerons de dresser quelques éléments de psychologie populaire que les parémies recueillies dans l'œuvre de Creangă reflètent, car nous croyons que l'univers culturel esquissé par les proverbes et dictons de chaque langue révèle beaucoup sur l'imaginaire collectif du peuple respectif.

Abstract:

THE PAREOMIAS IN THE WORK OF ION CREANGĂ- MIRROR OF THE ROMANIAN POPULAR ETHOS

Published at the end of the 19th century, Creangă's *Childhood Memories* is a singular work, which does not have its roots only in the folklore (like the *Tales and stories*), but also in the author's life experience in the rural world and which therefore constitutes a monograph of the Moldavian village of the North. Reading them, one is struck by the profusion of proverbs, popular rhymes and idiomatic expressions which are both a source of humor and joy of reading, and a veritable collection of stereotypes characteristic of the Romanian rural universe of the 19th century, a mirror of Romanian conceptions of life, as well as a veritable treasure trove of popular wisdom.

Our communication tries to highlight the types of paroemias indexed in Creangă's works and their role in the creation of the oral and popular style

which consecrated it as one of the classics of Romanian literature. Finally, we will try to draw up some elements of popular psychology that the paroemias collected in Creangă's work reflect, because we believe that the cultural universe outlined by the proverbs and sayings of each language reveals a lot about the collective imaginary of the respective people.

Mots-clés : *cliché, expressions idiomatiques, parémie, stéréotype, psychologie populaire*

Keywords: *cliché, idiom, paroemia, stereotype, popular psychology*

1. Argument

Notre article se propose de mettre en exergue les types d'énoncés sentencieux répertoriés dans l'œuvre de l'écrivain roumain classique Ion Creangă, de les classer en fonction de critères thématiques et de les analyser en tant que traces des stéréotypes de pensée du paysan moldave du XIXe siècle.

Jusqu'à présent, les chercheurs en littérature ont signalé leur rôle dans la création du style oral et populaire qui a consacré Creangă comme l'un des classiques de la littérature roumaine, leur fonction éducative et humoristique, mais personne ne s'est attaché, à notre connaissance, à inventorier les types d'énoncés sentencieux (proverbes et dictons populaires) ou à en proposer une analyse statistique/thématique. Ces parémies, qui constituent un véritable trésor de sagesse populaire, sont représentatives pour les conceptions de vie et l'imaginaire collectif rural.

Nous avons alors essayé, dans un premier temps, d'extraire et de regrouper les énoncés sentencieux selon des critères thématiques et ensuite de dresser quelques éléments de psychologie populaire que les parémies recueillies dans l'œuvre de Creangă traduisent, car nous croyons que l'univers culturel esquissé par les expressions idiomatiques et les parémies dans chaque langue révèle beaucoup sur la doxa et l'imaginaire collectif du peuple. Les proverbes et les dictons populaires renferment des principes de vie, des idées reçues, des préjugés, des superstitions transmises verbalement par la tradition orale.

« Tout individu, en effet, dispose de schèmes d'interprétation de la réalité quotidienne qui lui permettent d'évoluer dans des situations courantes. Une partie importante de ces schèmes sont des éléments sémiotiques préfabriqués, emblématisés par la communauté qui les produit et s'en nourrit. Ces schèmes interprétatifs sont précisément les stéréotypes ». (Fournier (2010 : 50), cité par Schapira 2014)

Pour conclure sur la fonction des énoncés proverbiaux et d'autres éléments du patrimoine linguistique et culturel qui véhiculent des stéréotypes de pensée et d'action, nous citons la thèse de Fournier (2010 : 14), selon qui : « Un stéréotype a donc la fonction [...] d'affirmer ou plutôt de confirmer des propositions paraissant évidentes aux yeux de la communauté. »

2. Cadre théorique

La parole proverbiale se caractérise par une formulation sentencieuse, souvent métaphorique et un contenu qui synthétise une expérience de vie essentielle, un conseil ou un jugement appartenant à ce que l'on peut appeler le « sens commun »¹ d'une communauté linguistique et culturelle. Elle constitue par cela un lieu privilégié de l'articulation entre l'analyse linguistique et celle des topoï, savoirs ou représentations collectives qu'elle évoque. En conséquence, elle est qualitativement un micro-modèle de mode de vie et de pensée du monde dans lequel il a été créé et fonctionne toujours. Sa charge principale est de saisir la régularité générale du monde ; elle est le fruit d'une perception profonde de la réalité qui s'inscrit dans un système unifié de pensée nationale, comme le souligne Tumanishvili (2010) :

« Le proverbe fixe une sagesse généralisée créée à partir de l'expérience historique dans une imagerie figurative. La connaissance qui y est placée est une ressource existant sous une forme irrationnelle des données et de la logique ethno-psychologiques de la nation. Ainsi, une étude approfondie des proverbes (avec la langue) signifie étudier les particularités ethniques (vie quotidienne et mentale) et l'ethnopsychologie des personnes qui les ont créés² ». (notre trad.)

Dans notre culture contemporaine, le proverbe semble s'être cantonné à des fonctions discursives quelque peu marginales, mais dans les cultures populaires anciennes, il occupait une place beaucoup plus importante dans la communication quotidienne. Le proverbe faisait partie d'un ensemble diversifié de pratiques de l'oralité ayant valeur de transmission, formation, rite, sagesse réservée, sans en exclure les aspects ironiques et ludiques. Par exemple, Visetti & Cadiot (2006, ch. 10) mettent en évidence le statut du proverbe dans les sociétés africaines de tradition largement orale, où le proverbe est encore un lieu essentiel de la sagesse et de la mémoire collective, un instrument de fixation et de transmission, et une forme par excellence d'un discours trans-personnel qui en même temps valorise des compétences individuelles, tant dans l'énonciation que dans l'interprétation.

2.1 Distinctions terminologiques

Nous considérons utile de définir et de préciser, dans cette section, les termes que nous avons utilisés indistinctement dans les paragraphes précédents et d'y ajouter quelques concepts que nous avons pris en compte pour l'analyse des parémies qui abondent dans les écrits de Creangă.

¹ Ce syntagme englobe les deux grandes instances de la question du sens commun depuis Aristote : celle des sensibles communs (*koinè aisthesis*) et celle des croyances ou opinions communes (*doxa*).

² Its main loading is to grasp the general regularity of the world; a deep perception of the reality that is placed within a unified system of national thought. Each ethnos, naturally, delivers it in individual forms. Thus, a deep study of proverbs (together with language) means to study the ethnic peculiarities (everyday life and mental) and ethno psychology of the people who created them. (Tumanishvili, 2010).

La *parémie* est définie comme une « sentence lapidaire normative » caractérisée par une morphologie rythmique, une structure analogique et un statut normatif. Ce terme générique englobe plusieurs types d'unités phraséologiques difficiles à délimiter les uns des autres : le proverbe, le dicton, l'aphorisme, la maxime, etc. Pour Sevilla Muñoz (2000 :100), les parémies sont « un ensemble hétérogène incluant des formes proverbiales quelles que soient leurs particularités et qui sont créées et employées principalement par les agriculteurs, les artisans, les éleveurs, etc. ».

Le *proverbe* est une parémie qui comprend brièvement une vérité présentée comme générale se rapportant principalement à l'homme, un conseil, une règle de vie basée sur la sagesse populaire. Il a un caractère oral, traditionnel, sa création étant collective et anonyme. C'est un fragment de culture enraciné dans la langue, un miroir des conceptions de vie d'un peuple et témoin de sa vision du monde : par exemple le proverbe roumain *Ursul nu joacă de bună voie*, [L'ours ne joue pas de bon gré] qui n'a pas d'équivalent dans d'autres langues. Schapira (2014) avance l'idée que le vrai message du proverbe est son sens figuré, formulaire et que l'idée doxale qu'il véhicule préexiste à la phrase porteuse du sens littéral.

Le *dicton* (du latin *dictum* « mot, sentence ») est défini comme un propos sentencieux, largement répandu, d'origine populaire (par ex. *Année neigeuse, année fructueuse*). Il présente souvent une rime.

La *doxa* est un terme générique pour un ensemble d'idées et d'opinions en vigueur à un moment historique précis dans une communauté régionale, nationale, voire transnationale. Dans la conception aristotélicienne, *doxa* s'oppose à *épistémè*, le corps organisé des connaissances théoriques : la science.

Réseau de connaissances élémentaires et triviales d'une part et, d'autre part, amalgame d'opinions et de croyances non vérifiées et souvent non vérifiables, elle serait porteuse d'une idéologie, et de ce fait susceptible d'être asservie à un courant de pensée dominant dans une communauté linguistique et culturelle, à une certaine époque. Ainsi définie, elle est le résultat de la pensée individuelle se fondant dans la pensée collective, source des idées et des représentations du monde communes à tous les membres d'une communauté. La majorité des chercheurs admettent l'existence de deux strates de la doxa :

- le **savoir partagé** (que Paveau 2003 appelle « ce qui va sans dire », et Anscombe 2009 « science populaire») est une sorte de «fondement sur lequel se construit et s'échafaude toute la connaissance individuelle acquise par un être humain au cours de sa vie» (Schapira, 2014 :68), un savoir pré-encyclopédique reposant implicitement ou explicitement sur la tradition et le folklore;
- l'**opinion commune** (cette 2e catégorie ayant pour objet exclusif les humains sous leurs aspects psychologiques et sociaux : leur vie, leur appartenance sociale, les relations entre eux, leurs liens avec la nature et le monde) est le domaine des représentations collectives, source des opinions individuelles, des préjugés, des superstitions, ce qui explique la présence, dans toutes les langues, d'énoncés

proverbiaux qui véhiculent des stéréotypes ethniques, religieux ou sexuels. Si le savoir partagé est « ce qui va sans dire », l'opinion commune est « ce qui va de soi ».

Les énoncés proverbiaux sont, selon l'avis des chercheurs, les plus en mesure de garder et de transmettre cette richesse populaire, sous une forme condensée et le plus souvent prescriptive.

La **psychologie populaire** se fonde sur les croyances et les désirs qui engendrent engagements et modes de vie. « Il s'agit d'une psychologie plus narrative que conceptuelle, truffée de proverbes et d'expressions figées, de récits qui participent à l'organisation du monde intérieur de l'individu et au processus de « fabrication de la signification ». En conséquence, nous pouvons placer l'imaginaire collectif, celui des parémies, dans le cadre de la signification ayant une valeur significative générale partagée » (Rius Dalmau 2014). Selon le même auteur, cet imaginaire collectif accomplit une double fonction : d'abord l'implication au sein de la collectivité, deuxièmement l'appropriation individuelle qui en sera faite révélée par l'usage concret dans chaque situation communicative inséparable d'un contexte précis. Jérôme Bruner, l'un des pionniers de la révolution cognitive disait : « la psychologie populaire est le système par lequel nous organisons notre expérience du monde social, la connaissance que nous en avons et les transactions que nous menons avec lui. » (Bruner, 1991 : 49) Ainsi, la psychologie populaire est à la base de toute psychologie culturelle. Par ailleurs, un autre aspect essentiel de la psychologie populaire, outre sa force, est de légitimer les habitudes et les croyances partagées par une communauté.

3. Les proverbes roumains, miroir de la psychologie populaire

Les proverbes et les dictons sont l'expression de la sagesse populaire, une forme de philosophie paysanne et un guide de morale et de conduite. Ils offrent également les indices d'une construction identitaire spécifique de chaque peuple ou communauté. Ils constituent une sorte de mémoire affective, de l'expression émotionnelle d'une communauté linguistique et culturelle. L'émotion y est vécue et exprimée d'une certaine manière et, même si elle perd de son intensité avec l'annulation de son objet, sa mémoire demeure. Les émotions positives et négatives, centrales ou périphériques (peur, colère, passion, ambition, frustration, joie, culpabilité, haine, impuissance, hostilité, humilité, solitude, anxiété, tension, honte, mépris, jalousie, etc.) et ce qui les cause sont ainsi décrites dans les proverbes.

Une autre caractéristique d'ordre conceptuel est la présence des éléments d'ordre moral (l'honnêteté, la tempérance, la bienveillance, la justice, la bonté, la vérité, etc.) dans les exhortations, dictons et les sentences. Ainsi, on peut affirmer que les proverbes construisent le profil moral d'un peuple.

Les proverbes et les dictons que nous avons recensés dans l'œuvre de Creangă sont révélateurs de la nature humaine en général, mais aussi de la construction identitaire du peuple roumain, issu et formé majoritairement de paysans, dont ils reflètent les valeurs, les croyances et les coutumes. Ainsi, le domaine conceptuel des proverbes roumains révèle les préoccupations essentielles

des paysans : le destin, le travail, le semis et la récolte, le mariage, la famille et le couple, l'éducation des enfants, la morale, les conflits, etc. Une coordonnée importante de son profil moral est l'attitude envers le travail, qui occupe une grande place dans la parémiologie roumaine. L'autre concerne le « manuel de survie » dans la communauté rurale, gouvernée par des règles de conduite assez strictes, issues de la morale chrétienne, mais marqué également par la présence de superstitions et de croyances profanes.

En conclusion, les parémies, tout comme les expressions imagées et les métaphores spécifiques d'un certain espace linguistique et culturel, témoignent des évidences sur l'imaginaire collectif, sur une vision spécifique de la vie.

4. L'œuvre de Ion Creangă

Ion Creangă, né le 1er mars 1837 à Humulești et mort le 31 décembre 1889 à Iași est l'un des écrivains roumains classiques et le premier grand écrivain issu du peuple. D'abord diacre, il devient instituteur et auteur de manuels scolaires. Sa gloire littéraire est consacrée par le cénacle *Junimea*, patronné par Titu Maiorescu, qui publie d'abord ses contes et récits, puis ses *Souvenirs d'enfance*, chef d'œuvre de la littérature roumaine. Parmi ses écrits les plus connus, nous mentionnons :

- *Contes et récits*³ (1875-1878)
- *Contes didactiques* : “Ursul păcălit de vulpe”, “Acul și barosul”, “Inul și cămeșa”, “Cinci pâini”, “Prostia omenească”
- *Souvenirs d'enfance* (“Amintiri din copilărie”), dont les trois premières parties ont été publiées entre 1881 et 1883 et la quatrième en 1892.

La représentativité de son œuvre pour la littérature nationale roumaine, mais aussi son universalité ont été soulignées par de nombreux historiens et critiques littéraires, dont nous citons les suivants :

« L'œuvre de Creangă constitue « une expression monumentale de la nature humaine dans son hypostase historique qu'est le peuple roumain⁴. » (notre trad.)

« Dans l'œuvre de Creangă vivent les croyances, les légendes, les traditions, les coutumes, la langue, la poésie, la morale, la philosophie du peuple, telles qu'elles se sont formées au cours des milliers d'années d'adaptation aux conditions historiques de la terre dace, en dessous des fluctuations de la préface de la vie nationale. Creangă est un parfait représentant de l'âme roumaine parmi les autres peuples, de l'âme moldave au sein du peuple roumain, de l'âme paysanne chez les Moldaves, de l'âme

³ „Soacra cu trei nurori” (1 oct. 1875), „Capra cu trei iezi” (dec. 1875), „Punguța cu doi bani” (1er janvier 1876), „Dănilă Prepeleac” (1er mars 1876), „Povestea Porcului” (1er juin 1876), „Povestea lui Stan Pățitul” (1877), „Fata babei și fata moșneagului” (sept. 1877), „Ivan Turbincă” (1 avril 1878), „Povestea lui Harap-Alb” (1 août 1878).

⁴ « o expresie monumentală a naturii umane în ipostaza ei istorică ce se numește poporul român » (G. Călinescu).

montagnarde chez les paysans moldaves. Creangă explică ce qu'il dépeint par le proverbe. D'où la fréquence des proverbes dans ses œuvres.⁵ » (notre trad.)

« De l'expérience millénaire du peuple, cristallisée dans des proverbes et des dictons, des paroles sages, il ne reste pas une présence impersonnelle dans sa création, mais acquiert une forte note d'originalité, car Creangă est un écrivain culte, doté du pouvoir du génie. Les formules typiques empruntées par Creangă au discours populaire, l'oralité et la spontanéité du style donnent couleur et authenticité aux scènes de la vie décrites. Un dicton ou un proverbe servent à fixer un portrait, un caractère ou un épisode inoubliable⁶». (notre trad.)

La culture populaire et l'érudition parémiologique de Ion Creangă étaient vastes, parce qu'il avait grandi en écoutant des proverbes et des dictons et en étudiant la sagesse du peuple. Il aimait divertir son public en les citant et ses lecteurs en les insérant dans ses histoires à l'aide de la formule *vorba ceea* [« comme on dit »]. Mais le but de cette parade de sagesse populaire n'est guère éducatif, mais bien humoristique. Comme le montre G. Călinescu (1941), elle relève d'une technique livresque, la même que chez Rabelais. En effet, Creangă est un humoriste de type rabelaisien, dont l'érudition sert justement à parodier la sagesse des proverbes. Pourtant, la différence essentielle entre Creangă et Rabelais est la source des citations : alors que les citations érudites de Rabelais sont tirées de livres savants, Creangă puise à la tradition orale et sa culture n'est pas savante, mais nourrie de la sagesse populaire.

4.1 La double visée de l'emploi des parémies dans l'œuvre de Creangă

Les proverbes et les dictons qui abondent dans l'œuvre de l'écrivain roumain classique du XIX^e siècle ont une double fonction: didactique et humoristique.

4.1.1 La visée didactique

Les proverbes et les dictons sont l'expression de la sagesse populaire, une forme même de philosophie rurale et la première chose qui attire l'attention est le grand nombre de telles formules que Creangă a retenues, probablement depuis son enfance (dans les *Souvenirs d'enfance* il y en a environ 60). Ces proverbes nous aident à comprendre l'univers mental du paysan roumain et à y déceler les indices

⁵ În Creangă trăiesc credințele, eresurile, datinile, obiceiurile, limba, poezia, morala, filozofia poporului, cum s-au format în mii de ani de adaptare la împrejurările pământului dacic, dedesubtul fluctuațiilor de la prefața vieții naționale. Creangă este un reprezentant perfect al sufletului românesc între popoare, al sufletului moldovenesc între români, al sufletului țărănesc între moldoveni, al sufletului omului de munte între țărani moldoveni. Creangă explică ceea ce zugrăvește prin proverb. De aici frecvența proverbelor în operele sale.” (G. Ibrăileanu).

⁶ “Din experiența milenară a celor mulți, cristalizată în proverbe și zicători, în vorbe cu tâlc, nu rămâne în creația lui o prezență impersonală, ci capătă o puternică notă de originalitate, căci Creangă e un scriitor cult, înzestrat cu puterea geniului. Formulele tipice împrumutate de Creangă din vorbirea populară, oralitatea și spontaneitatea stilului dau culoare și autenticitate scenelor din viața descrisă. O simplă formulă consacrată, un proverb fixează un portret, un caracter sau un episod de neuitat.” (T. Vianu).

d'une construction identitaire spécifique de la communauté des paysans du Nord de la Moldavie. « La psychologie populaire véhicule des normes et elle s'intéresse surtout à ce qui est habituel dans la vie en faisant référence à des modèles définis et à des croyances. Les proverbes en constituent un bon exemple ». (Rius Dalmau 2014 : 336)

4.1.2 La visée humoristique

Bien des fois, ce n'est pas tant le but didactique lui-même qui est poursuivi, mais le plaisir lui-même, l'humour construit au moyen de citations hilaires (cf. Al. Piru). Le comique résulte parfois du contenu même du proverbe : *că-s plin de noroc ca broasca de pâr* (« J'ai de la chance comme la grenouille a de poils »), *Apără-mă de găini, că de câini nu mă tem* (« Protège-moi des poules, je ne crains pas les chiens »), *La plăcinte înainte, la război înapoi* (« Les premiers pour la ripaille/ Les derniers dans la bataille »), mais, le plus souvent, l'humour résulte de la prise en compte du contexte, de la situation de communication particulière, par ex. : *Vorba ceea: „Dacă s-a da baba jos din căruță, de-abia i-a fi mai ușor iepiei“* (« Si la grand-mère descend de la charrette, ce sera plus facile pour la jument »). Car le dicton ci-dessus développe un sens comique en se référant au moment où l'un des colocataires de Pavel Ciubotariu quitte la maison de l'hôte. De la même manière, une conclusion telle que : *Tot pățitu-i priceput !* (« c'est à ses dépens qu'on apprend la sagesse »), qui n'a rien de comique en soi (peut-être indique-t-elle au contraire l'affirmation sérieuse du rôle de l'expérience dans la vie), devient source du comique précisément lorsqu'elle est placée au terme d'une expérience discutable (attraper et essayer de vendre un oiseau sauvage), anticipant une autre mésaventure de Nică, le personnage principal des *Souvenirs d'enfance*. La rime, présente dans certains dictons, est aussi source de l'humour verbal : *Vorba ceea: „De plăcinte rade gura, de vârzare, și mai tare“* (« Des feuilletés, ça me plaît/ Des gâteaux au chou, j'en suis fou. ») ; *Voinic tânăr, cal bătrân / Greu se-ngăduie la drum*. (« Brave jeune homme et vieux coursier/ Point s'entendent à voyager. »)

5. Principaux thèmes des proverbes dans l'œuvre de Creangă

Dans ce qui suit, nous essayerons de regrouper les parémies recensées dans l'œuvre du grand écrivain roumain en fonction de leur contenu conceptuel, afin de mettre en évidence les principaux thèmes qui font le spécifique de l'univers mental évoqué par les proverbes roumains et de déceler l'attitude ou l'émotion derrière les sentences.

5.1 Le destin, vu comme fatalité :

- (1) *Dar nu-i după cum gândește omul, ci-i cum vre Domnul. (Harap-Alb)*
« Mais l'homme propose et Dieu dispose. »
- (2) *Ce ți-i scris în frunte ți-i pus; Cum ți-o fi soarta ! (Harap-Alb)*
« Ce qui doit t'échoir, c'est écrit sur ton front. »
- (3) *Vorba ceea: „Părinții mănâncă aguridă și fiilor li se strepezesc dinții.” (Harap-Alb)*
« Quand les pères mangent du raisin vert, les fils ont les dents agacées. »
- (4) *Vorba ceea: „Că toată paserea pe limba ei piere“ (Capra cu trei iezi)*

- « On dit bien : „Comme on fait son lit on se couche” »
 (5) *Dacă omul ar ști, dinainte s-ar feri!* (Harap-Alb)
 « Si l'homme savait sa destinée/ À l'avance il s'armerait ! »

Mais aussi comme un résultat du choix et de l'action personnelle :

- (6) *Vorba ceea: „Nu ședea, că-ți șede norocul!”* (Amintiri)
 « Et puis vous connaissez le mot : quand on s'arrête la chance s'arrête aussi.
 (7) *Vorba ceea: „Fiecare pentru sine, croitor de pâne”.* (Harap-Alb)
 « Chacun pétrit son propre pain. »
 (8) *Omul e dator să se lupte cât a putea cu valorile vieții, căci știi că este o vorbă: „Nu aduce anul ce aduce ceasul”.* (Amintiri)
 « L'homme a le devoir de se battre de toutes ses forces contre le flot de la vie et tu connais cette parole : N'apporte l'année ce qu'apporte l'heure. »
 (9) *Cum îți așterni, așa dormi.* (Harap-Alb)
 « Aide-toi et le ciel t'aidera. »

5.2 La nature humaine (vue plutôt avec méfiance, mais aussi avec indulgence) :

- (10) *Ori mi-or da feciorii după moarte de pomană, ori ba, mai bine să-mi dau eu cu mâna mea. Că, oricum ar fi, tot îs mai aproape dinții decât părinții.* (Amintiri)
 « Je ne sais pas si mes enfants me feront un repas mortuaire ; le mieux est de le faire moi-même. On a beau dire, on préfère ses dents à ses parents ! »
 (11) *Vorba ceea: „Milă-mi e de tine, dar de mine mi se rupe inima de milă ce-mi este.”* (Amintiri)
 « On dit bien : J'ai pitié de toi, mais de la pitié que j'ai de moi-même, mon cœur se brise. »
 (12) *Și, vorba ceea: „Lucrul rău nu piere cu una, cu două”.* (Amintiri)
 « Et puis, comme on dit, la mauvaise herbe ne crève pas comme ça. »
 (13) *Numai ce folos? Omul bun n-are noroc; asta-i știută;* (Harap-Alb)
 « L'homme au franc cœur n'a pas de chance, c'est bien connu. »
 (14) *Of, mămucă, of! Mai bine taci și lasă-l în plata lui Dumnezeu! Că știi că este o vorbă: „Nici pe dracul să-l vezi, da' nici cruce să-ți faci !”* (Capra cu trei iezi)
 « Tais-toi, maman, tais-toi! Tu ferais mieux de le laisser au jugement du Seigneur. Tu sais qu'il y a une parole qui dit: „Ni voir le diable, ni porter la croix.” »
 (15) *Până la Dumnezeu, te mănâncă sfinții.* (Capra cu trei iezi)
 « Le temps de trouver Dieu, les saints pourrissent ton âme. »
 (16) *Nici toate-ale doftorului,
 Nici toate-a duhovnicului;
 De ce petreci,
 De ce-ai mai petrece!* (Amintiri)
 « Faut pas toujours croire au docteur
 Ni toujours au confesseur
 Plus on s'amuse
 Plus on voudrait s'amuser! »
 (17) *Rău cu rău, dar mai rău fără rău !* (Harap-Alb)
 « C'est mal avec le mal, mais sans le mal, c'est pire. »

- (18) *La unul fără de suflet, trebuie unul fără de lege. (Harap-Alb)*
« Pour un sans âme, il faut un sans-loi. »
- (19) *Lac să fie, că broaște sunt! (Harap-Alb)*
« Dieu, aie pitié de nous! On a déjà les grenouilles, il ne nous manque que le lac. »
- (20) *Fă bine, să-ți auzi rău. (Harap-Alb)*
« Fais du bien, pour t'entendre dire du mal. »
- (21) *Însă ce ți-i bună pocăința după moarte? (Amintiri)*
« Mais à quoi sert à faire pénitence après la mort ? »
- (22) *Iedul cel mare și cu cel mijlociu dau prin băț de obraznici ce erau; iară cel mic era harnic și cuminte. Vorba ceea: „Sunt cinci degete la o mână și nu samănă toate unul cu altul.” (Capra cu trei iezi)*
« L'ainé et le benjamin étaient des effrontés malpolis, mais le cadet était sage et vertueux. Comme on dit : Une main a cinq doigts, mais pas deux pareils ». »

5.3 La condition paysanne

Les proverbes et les aphorismes mettent en évidence la précarité et les limites de l'existence rurale :

- (23) *Trăsnea: „Decât țăran, mai bine să mori” (Amintiri)*
« Plutôt qu'être paysan, mieux vaut mourir. »
- (24) *Vorba ceea : “Când nu sunt ochi negri săruți si albaștri.” (Harap-Alb)*
« Quand les yeux bleus ne sont pas là, on se contente d'embrasser les yeux noirs. »
- (25) *[...] de păr și de coate-goale nu se plânge nimene. (Harap-Alb)*
« Des poils et des soucis, tout le monde en a suffisamment. »
- (26) *Poftim la masă / Dacă ți-ai adus de-acasă. (Harap-Alb)*
« Je t'invite à ma table si tu ramènes de quoi manger. »
- (27) *Cine poate oase roade, cine nu nici carne moale. (Harap-Alb)*
« Qui peut, croque des os ; qui ne veut pas, ne mange même pas le mou. »
- (28) *Ce-i în mână nu-i minciună. (Amintiri)*
« Mieux vaut tenir que courir. »
- (29) *Ea zicea adeseori: - Frate, frate, dar pita-i cu bani, bărbate. (Dănilă Prepeleac)*
« On a beau être frères, pour avoir de quoi se nourrir il faut payer. »

5.4 Le « manuel de survie » du paysan roumain : les règles de vie en communauté

La présence des concepts d'ordre moral (honnêteté, tempérance, bienséance, etc.) et des éléments qui complètent le profil du paysan roumain, comme le travail, le respect des règles de vie en communauté dans les proverbes, les sentences et les exhortations est une coordonnée constante de la littérature populaire, dont l'œuvre de Creangă est le fidèle reflet.

- (30) *Ajunge o măciucă la un car de oale. (Harap-Alb)*
« Il suffit d'une seule trique pour briser un chariot de pots. »
- (31) *Apoi umblu tot cu binișorul pe lângă dansa și nu ies din cuvântul ei afară nici cu fapta, nici cu vorba, căci: „Vorba dulce mult aduce”. (Amintiri)*
« Je suis gentil avec elle et je lui obéis en tout, car un mot doux ça fait beaucoup. »
- (32) *Vorba ceea: Dă-i cu cinstea, să peară rușinea! (Harap-Alb)*
« On dit bien : Trinquons, pour faire fuir la vergogne. »

- (33) *Multe sunt de făcut și puține de vorbit, dacă ai cu cine te înțelege. (Amintiri)*
« Il faut agir beaucoup et parler peu, quand on a avec qui s'entendre. »

On y retrouve aussi, bien souvent, l'idée d'obligation, de contrainte qui caractérise la vie rurale, âpre et sans indulgence :

- (34) *Dar vorba ceea: „Ursul nu joacă de bunăvoie“. Mort-copt, trebui să fac pe cheful mamei, să plec fără voință și să las ce-mi era drag! (Amintiri)*
« Mais, comme on dit, l'ours ne danse pas pour son plaisir. Mort ou vif, il faut suivre l'idée de maman, partir malgré moi et quitter ce que j'aime. »
- (35) *Dar vorba ceea: „Dacă te-ai băgat în joc, trebuie să joci!“ (Amintiri)*
« Mais, c'est bien le cas de le dire, quand on est entré dans la danse, il faut danser ! »
- (36) *Dar ce să-i facem? Vorba ceea: „În care cămeșă s-a mâniat, într-aceea s-a dezmanié“. Că altfel n-ai cum s-o ghibăcești. (Amintiri)*
« Mais quoi faire? Qui est fâché, se défâche: pas moyen de s'en tirer autrement. »

Un autre trait de caractère du paysan roumain que les proverbes mettent en évidence est la prudence, même la méfiance :

- (37) *Dar vorba veche : Păreții au urechi și fereștile ochi. (Capra cu trei iezi)*
« Mais le vieux proverbe dit : „Les murs ont des oreilles et les fenêtres des yeux. »
- (38) *Vorba ceea: „Paza bună trece primejdia rea“. (Amintiri)*
« Comme on dit: bonne garde prévient grand danger. »

Quant à la peur, même s'il ne s'agisse pas d'une vertu, elle est qualifiée de salvatrice dans plus d'un dicton populaire :

- (39) *Vorba ceea: „Frica păzește bostănăria.“ (Harap-Alb)*
« On dit chez nous: "C'est la peur qui garde le potager. »
- (40) *Frica-i din raiu, sârmana. (Capra cu trei iezi)*
« La peur est un don du ciel. »
- (41) *Frica este rușinoasă, da-i sănătoasă! (Amintiri)*
« La fuite est honteuse, mais elle est salutaire. »

5.5 La morale paysanne

Les proverbes et les dictons évoquent des règles de conduite strictes, issues de la morale chrétienne :

- (42) *Stricăciunea se făcuse, și vinovatul trebuia să plătească. Vorba ceea: „Nu plătește bogatul, ci vinovatul“.*
« Comme on dit : Le payeur n'est pas le solvable, mais le coupable. »
- (43) *Dumnezeu n-ajută celui care umblă cu furțișag. (Amintiri)*
« Le Bon Dieu ne secourt pas celui qui se mêle de voler les affaires des autres ».
- (44) *Cele răle să se spele, cele bune să s-adune; (Amintiri)*
« Faut jeter ce qu'est mauvais, ramassons ce qui est bon »
- (45) *Vrajba dintre noi să piară, și neghina din ogoare! (Amintiri)*
« Pas d'histoires entre parents/ Ni d'ivraie dedans nos champs ! »
- (46) *Pentru că știi vorba ceea: Omul sfințește locul. (Harap-Alb)*

- « Car vous connaissez le dicton: „L’homme consacre le lieu.” »
(47) *La tăceți, bre, răspunse Zaharia; banu-i ochiul dracului, s-a mântuit vorba!...*
(*Amintiri*)
« Taisez-vous donc, répondit Zaharia. L’argent est comme l’œil du diable, c’est entendu une fois pour toutes. »

Les vices humains sont satirisés dans les proverbes et des dictons populaires, qui servent à caractériser de manière synthétique et expressive une situation ou un personnage :

- la bêtise :

- (48) *Povestea ceea: „Un nebun arunc-o piatră în baltă, și zece cuminți n-o pot scoate.”*
(*Amintiri*)
« Un fou lance une pierre dans l’eau et dix sages ne sont pas capables de l’en sortir. »

- le mauvais caractère :

- (49) *Pielea rea și răpănoasă ori o bate, ori o lasă!* (*Amintiri*)
« Peau dure et pleine de rogne/ Laisse-la ou alors cogne. »
(50) *Vița-de-vie tot învie,*
Iară vița de boz tot răgoz. (*Harap-Alb*)
« Un pied de muscat c’est de la vigne, un pied de chiendent, c’est de la mauvaise herbe. »

- l’avarice:

- (51) *[...] drept vorbind, și moș Vasile era un cărpănos ș-un pui de zgârie-brânză, ca și mătușa Mărioara. Vorba ceea: „Au tunat și i-au adunat”.* (*Amintiri*)
« À dire vrai, l’oncle Vasile était lui aussi un pingre et une espèce de racle-denier, comme ma tante Marioara. On le dit bien : qui se ressemble s’assemble. »

- le bavardage et la médisance:

- (52) *Vorba lungă, sărăcia omului.* (*Amintiri*)
« Trop parler nuit. »
(53) *Dar vorba ceea: „Poți opri vântul, apa și gurile oamenilor?”* (*Amintiri*)
« Mais on a bien raison de le dire : peut-on arrêter le vent, l’eau et la langue des hommes ? »

- la lâcheté :

- (54) *Halal de nepoți ce are! Vorba ceea: La plăcinte, înainte/ Și la războiu, înapoi.*
(*Harap-Alb*)
« Il a de sacrés neveux ! Comme on dit : Les premiers pour la ripaille/ Les derniers dans la bataille ».

- les caprices et l'inconstance:

- (55) *Că e laie, că-i bălaie,
Că e ciută, că-i cornută. (Harap-Alb)*
« Patati et patata
En vois-tu et en voilà. »
- (56) *Fugi de-acolo, vino-ncoace
Nu-mi da pace ! (Harap-Alb)*
« Pousse-toi d'ici, viens donc par-là !
Laisse-moi tranquille, ne t'en va pas ! »

Les études et les professions savantes font aussi l'objet de l'ironie des paysans, qui ne cachent pas leur mépris ou leur méfiance envers les popes et les petits clercs :

- (57) *Din partea tatei, care ades îmi zicea în bătaie de joc: „Logofete, brânză-n cui, lapte acru-n călămări, chiu și vai prin buzunări!“, puteam să rămân cum era mai bine: „Nic-a lui Ștefan a Petrei“, om de treabă și gospodar în Humulești. Vorba ceea: Decât codaș în oraș, Mai bine-n satul tău fruntaș. (Amintiri)*
« Savant gars, fromage au clou, lait caillé dans l'encrier, dans tes poches pas un denier ! »
« Plutôt qu'en ville à la queue, c'est sage/ D'être en tête en son village. »
- (58) *N-ai auzit că unul cică s-a dus odată bou la Paris, unde-a fi acolo, și a venit vacă? (Amintiri)*
« N'as-tu pas entendu parler de celui qui est parti bœuf à Paris et en est revenu vache ? »
- (59) *- Dascăle-Trascăle, be-he-he; dracul să te ie! (Amintiri)*
« Clerc, clergeot, Grand nigaud/ Ho-ho-ho! Le diable emporte ta peau ! »

Le pope, surtout, est vu dans les dictons populaires comme un symbole de cupidité et d'hypocrisie :

- (60) *Vorba tatei: „Condacul umple sacul, și troparul hambarul, măi băietel!“ (Amintiri)*
« Comme le dit papa : l'hymne emplit la cuisine, le cantique la boutique, mon garçon ! »
- (61) *Și ce mai atâta încunjur? ... Mecet, Berechet, Pleșcan, cum s-a fi chemând, Ioane, știu că ne jupește bine, zise moș Vasile. Ș-apoi cică popa-i cu patru ochi!... (Amintiri)*
« Pourquoi tant tourner autour du pot ? prophète, pirate, pillard, appelez-le comme vous voudrez, Ion, c'est qu'il nous écorche joliment, dit l'oncle Vasile. C'est qu'il est bougrement fort, le pope ! »
- (62) *Vorba ceea: „Picioare de cal, gură de lup, obraz de scoarță și pântece de iapă se cer unui popă“, și nu-i mai trebuie altceva. (Amintiri)*
« Comme on dit: jambes de cheval, gueule de loup, trogne de pierre, ventre de jument, voilà comme doit être bâti un pope, et il ne lui faut rien davantage. »
- (63) *Dar veți fi auzit voi că popa are mână de luat, nu de dat; el mănâncă și de pe viu, și de pe mort. (Amintiri)*
« Mais, vous l'avez sans doute entendu dire: le pope a des mains pour prendre, pas pour donner; il mange sur le vivant et sur le mort. »

De ces proverbes et dictons, on peut dresser le profil d'un paysan de montagne gai et tonique, malgré les vicissitudes de la vie, réconcilié avec un destin qui n'est ni plus facile, ni plus dur que le destin des autres, le portrait d'un villageois honnête, travailleur et bon viveur, qui aime sa famille et sa terre. Sur le plan social, il est plutôt obéissant, pacifiste, il n'a pas de grandes initiatives, n'est pas révolutionnaire, mais se soumet aux règles et cherche à faire le bien, d'une manière équilibrée. Le paysan roumain n'est pas fier de nature, il est plutôt modeste et réservé, résilient et endurci, il attend le bon moment pour agir et fait seulement ce qui est nécessaire, en respectant les traditions. En revanche, il est intelligent, digne, il a du bon sens et de l'humour et il est content de sa condition d'homme libre, même s'il doit travailler toute la journée pour entretenir sa famille. Son attitude méfiante et ironique envers les autres métiers et professions, qui sont vues comme des moyens moins honnêtes de gagner son existence que le travail de la terre n'est donc pas condamnable.

6. Conclusion

Dans les écrits de Ion Creangă, les proverbes, les dictons populaires et les expressions idiomatiques sont tant source d'humour et de joie de la lecture, qu'un véritable recueil de clichés caractéristiques de l'univers mental du paysan roumain du XIXe siècle, un miroir des conceptions de vie et de l'imaginaire collectif. Le parler populaire, dont Creangă a su sublimer l'expression dans une œuvre impérissable, reflète la richesse d'esprit et traduit l'élan de vie des paysans moldaves. Le verbe de Creangă emporte, comme le vent, la sagesse des siècles condensée dans les proverbes, la musicalité des rimes populaires, les couleurs des expressions imagées pour les fondre dans une écriture originale, qui porte les marques de l'oralité et qui garde tout le parfum des temps anciens.

Bibliographie

- Anscombre, Jean-Claude (2015). «Classification(s) et critères de classifications dans le domaine parémique», dans *Stéréotypie et figement. À l'origine du sens* (Vladimir Beliakov et Salah Mejri dir.), Toulouse, Presses Universitaires du Midi, pp. 15-27.
- Amossy, R./ Herschberg-Pierrot, A. (2007). *Stéréotypes et clichés : langue, discours, société*, Paris, A. Colin.
- Amossy, R./ Herchberg-Pierrot, A. (1997). *Stéréotypes et clichés*, Paris, Nathan.
- Amossy, R. (1991). *Les idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan.
- Amossy, R. / Rosen, E. (1982). *Les discours du cliché*, Paris, Sedes CDU.
- Bar-Tal, D. (1989). *Stereotyping and prejudice: changing conceptions*, New York/Berlin, Springer.
- Boyer, H. (2007). *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène*, Paris, Harmattan.
- Bruner, J., (1991). «The Narrative Construction of Reality», dans *Critical Inquiry*, n° 18, pp. 1-21.

- Călinescu, G., (1941). [1986] *Istoria literaturii române de la origini până în prezent*, București, Ed. Minerva.
- Charaudeau, P. / Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil.
- Dedu, V., (2015). « Profilul paremiologic al românului », dans *Quaestiones romanicae. Actes du CICCIRE IV*, pp. 165-173, en ligne <https://ciccre.uvt.ro/ro/quaestiones-romanicae/quaestiones-romanicae-iv> (Dernière consultation : le 15 novembre 2021).
- Didier, A. / Plantin, Ch. (1993). *Lieux communs : topoï, stéréotypes, clichés*, Paris, Kimé.
- Dubois, D., (1997). « Processus de catégorisation : construction discursive des catégories » dans *Catégorisation et cognition : de la perception au discours*, Paris, Kimé.
- Ibrăileanu, G., (1926). *Scriitori români și străini*, cap. « I. Creangă. Țăranul și tîrgovățul », Iași.
- Kohler, F. (2007). *Stéréotypes culturels et constructions identitaires*, Tours, Presses U. François Rabelais.
- Leeman-Bouix, D. (2009). *Des topoï à la théorie des stéréotypes en passant par la polyphonie et l'argumentation dans la langue*, Chambéry, Éditions de l'Université de Savoie.
- Leyens, J.-P. / Yzerbit, V. / Schadron, R. (1996). *Stéréotypes et cognition sociale*, Bruxelles, Mardaga.
- Maingueneau, D., (2013). « L'éthos : un articulateur », dans *COntEXTES* [En ligne], 13 | 2013, URL : <http://journals.openedition.org/contextes/5772> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/contextes.5772>.
- Paveau, M-A., (2003) « L'entrée *Doxa* : pour un traitement rigoureux d'une notion floue », dans *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 71 | 2003. URL: <http://journals.openedition.org/mots/8683>.
- Privat, M., (1999). « Qu'est-ce qu'un proverbe ? » dans *Revista de Filologia de la Universidad de La Laguna*, n° 17, pp. 625-633.
- Rius Dalmau, Maria I., (2014). « Enseigner et apprendre les unités parémiologiques d'une langue étrangère : du XIXe siècle à nos jours », dans *Cédille. Revista de estudios franceses, Volume 10, Number 2014*, pp. 333-344, en ligne : <http://cedille.webs.ull.es/10/20rius.pdf> (Dernière consultation: le 10 novembre 2021).
- Schapira, Ch. (1999). *Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules*, Paris, Ophrys.
- Tumanishvili, Kh. (2010). « Cultural Dialogue: Stereotyped Models of Cibceptual Thinking (based on the Corpus of Arabic and Georgian Proverbs) », dans *Spekali*, bilingual international reviewed journal of the Faculty of Humanities of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, n° 2, ISSN 1987-8583.
- Vianu, T. (1969). *Ion Creangă*, București, Editura pentru literatură.

Visetti, Y.M./ Cadiot, P. (2006). *Motifs et proverbes. Essai de sémantique proverbiale*, Paris, Presses Universitaires de France.

Sources des exemples :

Ion Creangă (1983). *Povestiri. Povești. Amintiri*, Iași, Editura Junimea.

Ion Creangă (1947). *Souvenirs d'enfance*, traduit du roumain par Yves Auger, Paris, Didier.

Ion Creangă (2014). *L'histoire de la chèvre et de ses trois biquets*, traduit du roumain par Iulia Tudos-Codré, Iași, Editura Muzeelor literare.

Ion Creangă (2014). *L'histoire d'Esclave-Blanc*, traduit du roumain par Iulia Tudos-Codré, Iași, Editura Muzeelor literare.

LES ÉLÉMENTS À CHARGE CULTURELLE PARTAGÉE DANS LES DISCOURS PUBLICITAIRES CONGOLAIS : ARGUMENTS PÉREMPTOIRES, CLICHÉS ET STÉRÉOTYPES

Stéphane KALUDI NDONDI
Université de Lubumbashi, R.D. Congo
ndondjik@unilu.ac.cd

Diane LUFUNDA MATEDI
Université de Lubumbashi, R.D. Congo
lufundadiane@gmail.com

Résumé

La présente étude revisite les arguments péremptoires des structures publicitaires sur lesquels se fondent les stéréotypes et clichés qui, pour les annonceurs dans un contexte multilingue et multiculturel, deviennent non seulement un atout ; mais une stratégie de l'argumentation publicitaire, un processus d'adhésion au discours publicitaire. Elle aborde ces arguments péremptoires en tant que des modalités qui agissent sur le public, constituant ainsi une force de la parole. Il sera question dans un premier temps, de revoir le contexte dans lequel se déroule la publicité en RDC. Dans un deuxième temps, on abordera les stéréotypes et clichés en langues et en discours publicitaires congolais. Il s'agit de montrer que les arguments péremptoires constituent un appui au message publicitaire parce qu'ils sont des dépôts et des véhicules des images collectives figées. Tels des palimpsestes verbo-culturels, ils affectent à la fois les niveaux langagier et culturel.

Abstract

THE COMMONLY SHARED CULTURAL CONSTRUCTS IN CONGOLESE ADVERTISING SPEECHES: PEREMPTORY ARGUMENTS, CLICHÉS AND STEREOTYPES

This study revisits the peremptory arguments of advertising structures on which stereotypes and clichés are based which, for advertisers in a multilingual and multicultural context, not only becomes an advantage; but a strategy of advertising argumentation, a process of adhering to advertising discourse. It approaches these peremptory arguments as modalities which act on the public, thus constituting a force of speech. It

will first be a question of reviewing the context in which advertising takes place in DR Congo. Secondly, we will discuss stereotypes and clichés in Congolese languages and advertising discourse. It is intended to show that peremptory arguments support the advertising message because they are deposits and promote of frozen collective images. Like verb-cultural palimpsests, they affect both linguistic and cultural levels.

Mots-clés : *charge culturelle partagée, discours publicitaire, arguments péremptoires, stéréotype, cliché.*

Keywords: *commonly shared cultural constructs, publicity discourse, peremptory arguments, stereotype, cliché.*

Introduction

Le discours argumentatif a pour but « [...] de persuader et de convaincre, [...] de pousser à agir » (Barre et Gayraud-Carrera, 2015 : 83). Etant à la recherche de l'efficacité et de l'originalité, la publicité requiert une créativité constante impérative, impliquant un « [...] ensemble des dispositifs discursifs mis en place destiné à emporter la conviction de l'allocutaire » (Neveu, 2011 : 56). Le présent article aborde les arguments péremptoires en tant que des modalités qui agissent sur le public, constituant ainsi une force de la parole, une nouvelle rhétorique, qui implique une adaptation à l'auditoire (Perelman, 2012 : 43) en misant « [...] sur des points d'accord » (Amossy, 2012 : 54), une « [...] référence à une mémoire collective, à un fonds commun, à une culture, partagée par le plus grand nombre, qui valorise [...] de savoirs qui n'ont rien d'extraordinaire et encore moins de savant » (Galissou, 1994 : 43-44). Nous précisons, dans un premier temps, le contexte de la publicité congolaise. Dans un deuxième temps, en abordant les stéréotypes et clichés dans le discours publicitaire congolais, nous démontrons que les arguments péremptoires constituent un appui au message en affectant les niveaux langagier et culturel.

1. Les éléments de la culture dans la publicité : doxa/charge culture partagée

L'usage de la langue renferme des aspects culturels et identitaires (calembour, proverbe, palimpseste verbo-culturel, etc.) que la publicité récupère pour façonner son discours. Dans le contexte congolais, Lufunda Matedi (2015 : 81) soutient que la publicité s'appuie sur les considérations d'ordre général qui constituent des opinions communes, porteuses d'une grande valeur symbolique et sociale. Dans un discours publicitaire, on peut ainsi faire des allusions à « [...] des prémisses entérinées par l'auditoire » (Perelman, 2012 : 43). Ces évidences partagées constituent un soubassement de l'argumentation publicitaire (Amossy, 2021) : tous les discours sociaux (interdiscours), les topoï (lieux communs) de tous types, les idées reçues, les stéréotypes rentrent dans la *doxa*, que l'on peut considérer comme un « [...] imaginaire collectif d'une civilisation » (Berthelot-Guier, 2015 : 91), un symbolisme linguistique qui rend intelligibles à la société les contours caractéristiques d'une culture (Kagiso Sello, 2012 : 23). Les jugements de chaque

réalité se basent sur un panorama d'attributs pondérés en fonction de leur importance dans la structure cognitive que le sujet a de l'objet. Ces jugements sont quelques fois balisés par des idées, des croyances et des attitudes constituant des blocs organisés qui guident la société au quotidien. Il s'agit de dogmes ou du « [...] savoir partagé d'une communauté à une époque donnée » (Amossy, 2021 : 130). Ici, l'émetteur et le récepteur sont conçus comme dépendants « [...] des représentations collectives et des évidences qui sous-tendent leur discours ». La *doxa*, étant acquise naturellement au travers les événements de la vie quotidienne, peut être rapprochée de la « charge culturelle partagée » (désormais CCP) en partant du principe selon lequel les membres d'une culture agissent uniformément selon une certaine vision ou des objectifs qu'ils comprennent et partagent entre eux. La CCP des mots/expressions est « [...] la valeur ajoutée à leur signification ordinaire [...] » (Galisson 1991 : 120-131). Cette charge est commune à tous les individus qui partagent un même territoire, une même histoire et un même destin.

En publicité, avec les notions de *doxa* et de CCP, les produits bénéficient d'un « ancrage émotif fort » et d'une « association symbolique originale » qui influencent les habitudes de consommation (Druetta, 2008). Des valeurs communes se présentent sous forme des traces discursives et symboliques associées à certains mots ou expressions que la publicité récupère sous forme de palimpsestes verbo-culturels des calembours ou des maximes populaires afin de révéler le rapport entre la marque et son référent qui, au départ, s'avère un objet culturel. Cette démarche vise une complicité du public avec comme finalité son adhésion. Il y a, à ce niveau, un certain plaisir de tourner en dérision les événements les plus sérieux et les formes pour le dire (Antoine, 1998 : 48), comme si les mots de la publicité étaient investis d'une mémoire ne serait-ce que par leur pouvoir à véhiculer des « [...] représentations liées à des savoirs ou associées à des perceptions et à des images qui ne sont pas forcément emmagasinées sous forme de dire. » (Laurent, 2004 : 76). D'où la contextualisation du discours publicitaire aux niveaux iconique et verbale en développant des programmes de sens par le recours aux dire antérieurs. On observe une sorte de dialogisme à travers des arguments dont les mots fonctionnent comme des modèles interprétatifs stéréotypés. Le travail du concepteur du discours publicitaire se résume dans le choix de ces stéréotypes culturels convenables pour entrer en communication avec les consommateurs (Galisson, 1991 : 153-191) : le discours publicitaire devient une médiation marchande et symbolique qui est accessible, visible et ouverte, fonctionnant essentiellement sur la base du stéréotype et de l'intertextualité (Berthelot-Guiet, 2015 : 91).

De ce qui précède, les arguments péremptoires apparaissent dans la publicité comme des expressions provocatrices : ils décrivent le quotidien réel des locuteurs en mettant à jour les stéréotypes, gage de la vraie identité (Altmanova, 2013). De son côté, la marque, en tant que symbole du bien-être, manifeste sa force en véhiculant les objets de consommation courante et des situations stéréotypées de la vie sociale. De ce fait, il existe une richesse et une complexité dans les rapports entre langue, société et publicité. Cette dernière est un moyen de transmission des valeurs culturelles qui facilitent la compréhension des messages. A travers des signes puisés

dans la langue locale, on véhicule l'identité nationale qui cristallise le savoir-faire et la tradition, qui sont autant des valeurs culturelles de prime abord. La langue de la publicité devient alors l'expression de sa vitalité sociale (Djachy et Tabuashvili, 2019 : 678). Les formules langagières routinières sont sélectionnées pour leur fonctionnalité ; et par conséquent, sont régies par des principes pragmatiques et des règles culturelles très marquées. Ces formules sont émises dans des situations communicatives stéréotypées et quotidiennes, à travers lesquelles s'activent les référents socioculturels partagés et des comportements validés dans la communauté des locuteurs. Ce qui donne lieu à penser que la compréhension de l'augmentation publicitaire suppose d'abord une connaissance en bloc des certaines formules, ensuite une prise en compte des indicateurs culturels pour pouvoir les interpréter, enfin un usage contextuel de certains unités lexicales, comme des « mots culturels » (Galisson, 2000). Le stéréotype fonctionne en publicité comme un catalyseur qui « [...] facilite la diffusion plus large de certains discours, tout en les faisant entrer dans un processus d'industrialisation » (Berthelot Guiet, 2015 : 90). Il est donc important de se focaliser sur ces « aiguilleurs culturels » (Galisson, 2000) qui sont autant d'informations culturelles associées aux éléments linguistiques significativement contextualisés, et qui par la suite traduisent une maxime ou une philosophie de vie.

2. La problématique de la publicité congolaise

La pratique publicitaire congolaise, quoiqu'étant d'inspiration étrangère, repose clairement, depuis ses débuts, sur des opinions et des valeurs congolaises. Cette publicité présente un discours caractérisé par de multiples formes, entre autres la forme monologique (une voix off) qui exécute toute la publicité en présentant le produit ou le service ; la forme théâtralisée qui oriente la parole vers une adhésion à ce qui est proposé (Lufunda Matedi, 2018). Elle a un caractère de conversation spontanée jouée par des annonceurs qui, pour la plupart, sont des personnages célèbres de théâtres, des comédiens ou des stars qui, n'ayant aucune notion de la communication marketing, organisent sur le tas un discours publicitaire du genre dramatique. Les agences publicitaires sont plus actives dans les affiches que dans la conception des discours marketings susceptibles d'être diffusés dans les chaînes de radiodiffusion et de télévision. Ce qui justifie le fait que les personnages du monde artistique, faisant partie de la société congolaise, présentent l'image du produit en l'entourant d'une aura culturelle. Vu l'efficacité au regard des objectifs de persuasion de publicité, nous pensons plutôt que cette forme de publicité « dramatique » marque une certaine disruption avec les traditions communément connues dans le domaine de la publicité congolaise (Ipo Abelela, 2016). Elle a donc un droit de cité dans ce domaine marketing. Car les messages publicitaires reposent « à divers degrés sur un jeu intertextuel » (Bes-Honghton, 2013 : 53) : ils sont parsemés de fragments faisant référence à des faits de société. En reproduisant les éléments de la culture congolaise au moyen des conclusions non vérifiables d'un point de vue scientifique, la publicité les met face à une interprétation qui leur donne

une valeur nouvelle qui sous-tend le discours publicitaire. On passe de la culture expérientielle à de nouvelles créations marketings.

3. Les arguments péremptoires, dépôts des clichés

Les arguments péremptoires qui véhiculent les croyances dans la publicité mettent le récepteur au centre de la communication durant lequel défilent les éléments concrets de sa vie quotidienne. Ils sont des témoins des faits de société avérés, des vecteurs de sens et des médiateurs des valeurs socioculturelles (Semprini, 1993). Ils mettent en relation les pratiques sociales et celles de consommation. Nous reviendrons sur quelques représentations véhiculées par les messages publicitaires, telles que les préjugés de la couleur de peau, la culture de la grandeur, la croyance aux forces occultes, etc.

3.1. Les produits éclaircissants et les préjugés de couleur de peau

Il est nécessaire de rappeler la question raciale qui, pendant la période coloniale, divisait l'humanité en sous-groupes, dont la notion du phénotype était liée à celle d'identité. D'où une certaine imperméabilité entre races qui, *de facto*, a empêché la marche vers la conception universelle de l'homme. Par conséquent, le nègre se voit vite appelé vers la réalisation d'un masque blanc à apposer au-dessus de sa peau noire, qu'il se représente comme un « malheur », une « malédiction corporelle » qui émane d'un « schéma historico-racial » (Fanon, 1954 : 119).

Les préjugés de couleur de peau ouvrent la voie aux problèmes nauséux de lactification du nègre par l'usage des produits issus de la technoscience. Elle se manifeste par la dénégification, une forme plus ou moins inconsciente de négation de la race noire, un phénomène psychopathologique qui caractérise l'aspiration des noirs au mode de vie occidental et un paradigme auquel le Nègre voudrait calquer sa conduite de vie. Parce que l'homme blanc est synonyme d'humanité, de civilisation, de pureté [...] le noir est synonyme de sauvage, d'obscurité, d'incompréhensible [...] » (Ali, 2016 : 117).

Malgré les mutations sociales qui essaient d'atténuer les jugements des valeurs sur les couleurs de la peau ou la texture des cheveux, la publicité congolaise puise des faits relatifs à des préjugés sur les phénotypes pour faire passer son message :

- (1) *Coco Pulp*, gamme **clarifiant** à l'huile de coco (https://m.facebook.com/AngelCosmeticsDrc/videos/751312508353048/?local2=mk_MK, 2018).
- (2) Clairmen, *bopeto etelisa ya mibali*.¹ (Publicité Clairmen-RD Congo, IngetaConscience, 2013)

Dans ces extraits, il est loisible de comprendre que, dans le contexte culturel congolais, l'idéal de la beauté est le teint clair. D'où l'accent mis sur des vocables

¹ Clair Men, éclaircissant propre masculin.

tels que « clarifiant », « etelisa » (éclaircissant). La peau claire est, dans l'univers congolais, signe de beauté.

Ces jugements n'ont rien à avoir avec le racisme qui a intensément marqué la période coloniale. Ils en sont des retombées ancrées dans l'inconscient collectif des autochtones. Ils jouent actuellement seulement aux représentations sociales qui stratifient les membres de la société. Ils se manifestent quelques fois comme des pratiques ludiques de classement basé sur les degrés de noirceur. Ce classement social pousse la plupart des Congolais, même les plus instruits, à une dépigmentation de la peau, au moyen de produits cosmétiques à base d'hydroquinone, car le Noir doit paraître « [...] blanc seulement lorsqu'il n'est pas [apparemment] noir, ainsi afin d'assumer le masque blanc l'homme noir doit effacer sa noirceur » (Ali, 2016 : 119). Il s'agit d'un retour implicite à l'aliénation, par lequel le Noir a voulu « ressembler au colonisateur blanc » (Ilunga Yolola Talwa, 2016 : 186). Voilà la raison de la présence au Congo des « noirs à la normale » ; des « cafés au lait », des « chocolats » et des « jus d'orange » considérés comme « pas assez noirs » parce qu'ayant un teint clair qui les apparente aux occidentalisés que l'on représente comme des personnes élégantes ; des « trop noirs » qualifiés de « kiwis » en comparaison avec la pâte à cirer de marque Kiwi.

3.2. Le culte de la rondeur comme symbole de la beauté et du bien-être africains

Le culte de la rondeur est également un critère de classement des ménages et de beauté. Par conséquent, on observe des attitudes mélancoliques auprès des Congolais qui ne sont pas en surpoids, formulant des promesses de « récupérer » la forme censée être acceptable au moyen de l'alimentation caractérisée par beaucoup de gras (du mauvais cholestérol).

Par ailleurs la « sexy congolaise », c'est la dondon qui a une grande carrure. L'arrondissement — surtout du postérieur — est véhiculé chez les Congolais comme un signe du bien-être social. Cette représentation de la beauté est également exprimée par l'univers marketing congolais, comme dans l'extrait portant sur la marque de lait Parmalat :

(3) *Parmalat, ... na batoto batanenepako*² (Publicité lait Parmalat, Troupe Nzembela, 2017)

Ainsi, pour les jeunes congolais à l'âge nubile, avoir un gros ventre chez l'homme, des gros seins et des fesses rondes chez les femmes devient un critère pour mettre toutes les chances de leur côté. La silhouette mince chez les filles peut éventuellement les faire passer pour des sidatiques auprès des autres membres de la société. Ce culte de la rondeur comme signe de la beauté va à l'encontre de la vision occidentale qui mise sur la minceur, la « ligne ». D'une manière générale, la rondeur est le symbole de la beauté africaine. Le Congolais serait naturellement tenté de faire tout ce qu'elle peut pour être gras.

² *Parmalat, ... les enfants peuvent afin grossir.*

3.3. La croyance aux forces occultes

La pratique de la sorcellerie est très répandue dans l’Afrique noire. Elle est qualifiée de « buloji ya kyeushi »³ que l’on oppose à « buloji ya kizungu »⁴. Ce qui justifie le fait que les Congolais, même les plus cultivés, croient que les mauvaises circonstances — comme le fait d’être sans argent ou d’avoir raté un visa ou un passeport pour voyager dans un pays étranger — sont causées par des forces occultes. Par conséquent, toute réussite, tout succès est également lié(e) à une force spirituelle. C’est ce que l’on peut observer dans l’exemple ci-dessous :

- (4) Mon cher uko na lenga nini ? Mambo ya miotoka apa sasa aina buloji, mambo ya miotoka aina magie.⁵ (Publicité Befoward RDCongo, Troupe Nzembela, 2020)

Le fait de faire une mention à la « sorcellerie » dans une publicité de vente de voiture en ligne s’oppose au caractère banal de posséder un tel objet, dont l’achat est considéré comme lié à un fait surnaturel (Lufunda Matedi, 2016).

3.4. L’obsolescence des produits chinois

Les produits commerciaux d’origine chinoise sont considérés comme des objets de qualité médiocre ; c’est-à-dire ils présentent une certaine obsolescence par le fait qu’ils sont bon marché. D’où le terme « Guangzhou » rappelant la grande ville d’exportation commerciale chinoise. Et dans le langage populaire, tout ce qui ne dure pas est appelé « chinois » ou « Guangzhou ». Il est d’ailleurs communément partagé que même un enfant eu avec un Chinois ne survit pas. Ce cliché est observable dans les messages publicitaires sur la Regideso (une agence nationale de distribution d’eau potable) et sur la marque japonaise de moto Kawasaki :

- (5) [...] ile mampompi beko naweka aina ya ba Chinois, ni ya Regideso⁶ (Publicité Regideso, Troupe Nzembela, 2016)
- (6) Na ba moto ya ba chinois, ehumelaka te⁷ (Publicité moto Kiwaseki, Fsai Prod, 2017)

3.5. Le sadisme dans la sexualité

La sexualité en RDC a tendance à avoir un caractère sadique chez les hommes. Un « homme » est celui dont la virilité est représentée comme exceptionnelle. La virilité est le symbole de la longévité d’un ménage ou l’évitement d’un éventuel divorce. Ce qui pousse les Congolais à s’administrer certains produits traditionnels dont les vertus sont prétendus « aphrodisiaques ». Tous les produits à base de gingembre et du poivre noir sont très appréciés. Sur la liste de ces produits

³ La sorcellerie du Noir, la magie nuisible.

⁴ La sorcellerie du Blanc, la technologie.

⁵ Mon cher pourquoi tu es distrait ? L’achat d’un véhicule actuellement, ce n’est plus de la sorcellerie ni de la magie.

⁶ [...] cette tuyauterie-là qu’on installe n’appartient pas aux Chinois, mais à la Regideso.

⁷ Les motos qui viennent de la Chine ne durent jamais.

s'ajoutent les noms des bières brunes que l'on croit avoir les vertus sur la libido masculine. Nous pouvons illustrer cela par les extraits suivants :

- (7) *Energy Malt*, augmentez votre performance (Publicité Bralima, Mox films, 2019).
- (8) *Doppel Munich*, la bière brune au goût puissant et viril que seuls les vrais hommes peuvent dompter... (Publicité, McCANN WestandcentralAfrica, 2018).

Les valeurs sociales sont récupérées et véhiculées par les discours publicitaires. D'autres produits ayant un caractère traditionnel sont sans posologie et se présentent invraisemblablement comme des *soigne-tout*, mais avec comme particularité singulière d'augmenter la libido et le nombre de spermatozoïdes, et de tonifier la virilité masculine.

Le publicitaire joue sur les représentations mentales en puisant des informations qui marquent le point faible de la société, comme la fréquence des hémorroïdes prétendues être une source de la faiblesse sexuelle. L'impuissance sexuelle est un sujet sensible et tabou qui touche les hommes d'âges différents. Ce qui justifie la production et l'écoulement à grande échelle des produits à base de gingembre ou du poivre noir. Ces ingrédients sont considérés non seulement comme des aphrodisiaques mais aussi comme des purificateurs des toxines causées par une alimentation malsaine.

3.6. L'émergence de la femme congolaise et l'éducation des enfants

Certaines marques de pagnes sont devenues des symboles de ménage au Congo : par opposition à Java et G.C.A. (Grand continent africain) qui symbolisent le ménage modeste, Vlisco, communément connu sous le nom de *Super wax* « hollandais », évoque plutôt le luxe. Super wax est récurrent sur les listes des objets matrimoniaux : Il s'agit d'un pagne de grande qualité qui s'érige en une exigence lors de la remise de la dot pour autoriser au fiancé de prendre sa future épouse, qui a hérité les bonnes vertus de sa mère. Dans ce contexte de publicité des pagnes, la femme noire devient un stéréotype du port de pagne. La récupération en publicité fonctionne, « [...] comme une activité qui découpe, qui repère dans le réel un modèle collectif figé » (Amossy, 1997 ; cité par Berthelot-Guiet, 2015 : 90). Par ailleurs, le port de pagne — par rapport au pantalon et à la minijupe — par la jeune fille est considéré comme une preuve de bonne éducation ; car dans la culture congolaise, il n'est pas aisé d'exhiber ses parties intimes (seins, fesses, cuisses, etc.) :

- (9) *Vlisco*, transmet toute sa beauté à sa fille et lui fait don de son amour de la vie et de sa sagesse, c'est pour cela qu'une mère communique à sa fille le fait qu'il n'existe qu'un seul wax hollandais, le wax hollandais *Vlisco*... (Publicité Vlisco RDC-Bokitani-Héritage, #1fluence, 2021).

Un autre exemple est celui d'un détergent de marque *Saba*.

- (10) *Saba*, détergent intelligent pour les femmes intelligentes (Publicité Saba Power, Publi-inter, 2020).

Au point de vue social, les lessives sont les produits industriels les plus consommés par des femmes dont la culture comportementale congolaise, des années durant, voudrait qu'elles s'occupent de travaux ménagers tels que la lessive, la vaisselle, le nettoyage de la maison, la cuisine, etc.

On s'accordera avec Kahola Tabu (2014 : 236) sur la dévalorisation sociale du travail de la femme par rapport à celui de l'homme. Si pour la femme, jadis interdite de travailler, la tâche ne se réduisait qu'à une fonction domestique de son propre ménage ; pour l'homme, engagé dans une entreprise ou pratiquant une activité, le salaire couvrait toutes les dépenses du ménage.

Avec les notions de parité et d'émancipation, et avec la scolarisation massive de la jeune fille, il y a eu l'évolution du champ sémantique du concept « travail », qui désormais est vu comme un « [...] indéniable facteur de leur autonomie financière et leur libération tant du joug économique de l'homme que des multiples préjugés entretenus en leur défaveur et pour leur humiliation » (Osako Onowamba, 2004 :189). On distingue désormais la femme de bureau et la femme au foyer. Cette conception moderne de la femme voudrait que l'on s'accorde sur l'importance de sa contribution d'une manière ou d'une autre dans la famille, parce que son intervention paraît comme « [...] une force économique importante dans cette économie de substance » (Ngandu Mutombo, 2008 : 6). Pour la survie de plusieurs familles à Lubumbashi, l'activité professionnelle de la femme joue actuellement un rôle très important. Il y a une évolution du stéréotype de la femme, dans le sens où on assiste à une complémentarité entre le travail domestique de la femme et le travail professionnel du fait qu'il existe une compatibilité entre ces deux activités. Il s'agit d'une conservation des valeurs purement traditionnelles ancrées dans la mémoire de cette femme congolaise évoluée.

Conclusion

La présence des arguments péremptoires dans la publicité est due à une imposition du langage qui puise dans le patrimoine culturel des locuteurs. Il y a donc acquisition d'une valeur de signification élargie, avec comme conséquence les nouvelles connotations culturelles dont se charge le message publicitaire. Celui-ci acquiert un pouvoir d'identification avec la nation et la culture congolaises (Altmanova, 2013 : 93). La fonction des éléments culturels, en évoquant les stéréotypes et les clichés du quotidien, est de renforcer « la peinture réaliste » à travers les arguments péremptoires. Corrélés à la marque publicisée, l'argument péremptoire devient un « outil de peinture sociale » (Fèvre-Pernet, 2019 : 410). Par une telle posture, les clichés et les stéréotypes véhiculés sont une « sorte de commémoration », un « regard nostalgique » sur une époque révolue qui remet inexorablement à jour les pratiques d'une époque enfouis dans les méandres de la mémoire collective (Corona, 2019 : 443).

Bibliographie

- Ali, Nancy (2016). « Fanon : vers une pensée postcoloniale », dans *Amuri Mpala-Lutebele et Tshitungu Kongolo (dir.): Frantz Fanon. Figure emblématique du XXe siècle à l'épreuve du temps*. Paris : L'Harmattan, 111-128 p.
- Altmanova, Jana (2013). *Du nom déposé au nom commun. Néologie et lexicologie en discours*, Milano, EduCatt.
- Amossy, Ruth (2012). « Faut-il intégrer l'argumentation dans l'analyse du discours ? Problématiques et enjeux », dans *Argumentation et Analyse du Discours*, N° 9. Accès : <http://aad.revues.org/1346>. (Dernière consultation : le 23 avril 2015).
- Amossy, Ruth (2021). *L'argumentation dans le discours*, 4^e éd. revue et augmentée, Paris, Armand Colin.
- Antoine, Fabrice (1998). « Traduire les titres de la presse : humour et lexiculture », dans *Fabrice Antoine & Mary Wood (éds) Traduire l'humour*. Lille : Cahiers de la Maison de la Recherche, Ateliers n° 15 : 45-52.
- Barre, Servanne et Gayrard-Carrera, Anne-Marie (2015). *La boîte à outils de la publicité*, Paris, Dunod.
- Berthelot-Guiet, Karine (2015). *Analyser les discours publicitaires*, Paris, Armand Colin.
- Bes Hoghton, Isabelle, « Ré-écrire le voyage. La fonction de l'intertextualité dans les récits de voyage à Majorque au XX^e siècle », dans *Cédilles : Rivista de estudios franceses*, n° 9, 2013, 53-67 p.
- Corona, René (2019). « Proposition pour un petit inventaire poétique : quand les poètes et les chanteurs font leur marché de marques », dans *Jana Altmanova & Gabrielle Tallec-Lloret : Lexicalisation de l'onomastique commerciale. Créer, Diffuser, Intégrer*, Gram-R, n° 48, Peter Lang, Bruxelles, 429-446 p.
- Djachy, Ketevan et Tabuashvili, Lolita (2019). « Les aspects sémantiques des discours publicitaires gastronomiques en français et en géorgien », dans *Jana Altmanova & Gabrielle Le Tallec-Lloret : Lexicalisation de l'onomastique commerciale. Créer, Diffuser, Intégrer*, Gram-R, n° 48, Peter Lang, Bruxelles, 665-680 p.
- Druetta, Rugero (2008). « Les noms de marque et de produit comme marqueurs identitaires », dans *Études de linguistique appliquée*, vol. 150, n° 2, pp. 157-175.
- Fanon, Fanon (1954). *Peau noire, masque blanc*, Paris, seuil, Collection Point/Essais.
- Galisson, Robert (1994). « Les palimpsestes verbaux: des révélateurs culturels remarquables, mais peu remarqués » *Repères*, n° 8, pp. 41-63.
- Galisson, Robert (2000). « La pragmatique lexiculturelle pour accéder autrement, à une autre culture, par un autre lexique », dans *Mélanges Crapel: une didactique des langues pour demain*, n° 25, pp. 47-73.
- Ilunga Yolola T., Déogratias (2016). « Le Congo comme vitrine des mécanismes de domination, d'exploitation et d'aliénation : comprendre la pensée de Frantz Fanon hier et aujourd'hui », dans *Amuri Mpala-Lutebele et Tshitungu*

- Kongolo (dir.): Frantz Fanon. Figure emblématique du XX^e siècle à l'épreuve du temps.* Paris : L'Harmattan, pp. 171-200.
- Ipo Abelela, Edouard (2015). *La Publicité Congolaise en lingala*, Sarrebruck, EUE.
- Kagiso Sello, Jacob (2012). « Comment traduire le non-dit culturel ? », dans *E-crit*, pp. 23-28.
- Kahola Tabu, Olivier (2014) . « Ménages et pratiques de la solidarité à Lubumbashi. Transfert des parents, stratégies de cohésion et vie conjugale », dans *Anthropologie & développement*, n° 40-41, pp. 195-197.
- Laurent, Bénédicte (2004). « Comme de longs échos qui se confondent... dans le nom de marque et de produit », dans *Cahiers de praxématique*, vol. 2, n° 43, pp. 57-80.
- López Díaz, Monserrat (2001). « L'onomastique des parfums », dans *Isabel Uzcanga et al. (dir.): Presencia y renovación de la lingüística francesa*. Salamanca, pp. 215-224.
- Lufunda Matedi, Diane (2015). « La doxa dans la publicité congolaise », dans *Mouvement et Enjeux Social*, n° 91, Kinshasa, pp. 84-92.
- Lufunda Matedi, Diane (2015) : « la représentation sociale de la femme travailleuse Congolaise, le ménage et l'éducation », dans *Likundoli*, série C : histoire et devenir XIV, PUL, VOL.II, pp.51-58.
- Neveu, Franck (2011). *Dictionnaire des sciences du langage*. Paris, Armand Colin.
- Ngandu Mutombo, Marcel (2008). « Position sociale des femmes en Afrique et au Congo », dans *Likundoli*, série A : *Quelques réflexions sur la femme* », CRESA, PUL, pp. 5-30.
- Ntumba Tshimanga, Jeff et Lufunda Matedi, Diane, (2018). « Stéréotype féminin et publicité », dans *ANADISS, Revue du centre de recherche analyse du discours*, N° 25, Universitatii Suceava, pp. 219-226.
- Osako Onowamba, Angèle (2004), « Kazi et les femmes Lushoises », dans *Travail hier et aujourd'hui. Mémoires de Lubumbashi*, Paris, L'Harmattan, 177-205 p.
- Perelman, Chaim (2012). *L'empire rhétorique, rhétorique et argumentation*, Paris, Librairie philosophique J. Vrin.
- Perelman, Chaim et Olbrechts-Tyteca, (2008). *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*, Bruxelles, Edition de l'université de Bruxelles.
- Semprini, Andréa (1995). *La marque*, Paris, PUF.

LE DÉFIGEMENT DE TYPE SUBSTITUTIF, CHAMPION EN TITRE (... DE PRESSE)

Mihaela LUPU
Université « Alexandru Ioan Cuza » de Iași, Roumanie
mihlupu@yahoo.com

Résumé

Dans cet article, nous nous penchons sur différents types de défigement substitutif apparaissant dans les titres de presse consultable en ligne. Les exemples de notre corpus, qui contiennent diverses entités linguistiques défigées (expressions, formules parémiques, répliques célèbres, etc.), reposent sur des procédés comme l'homophonie, l'homographie, l'homonymie, la paronomase, etc. Les exemples que nous analyserons proviennent des sites de divers médias (périodiques, télévisions, radios, etc.) français et francophones. Nous indiquerons, le cas échéant, les effets discursifs créés par le défigement de type substitutif dans les titres de presse.

Abstract

THE SUBSTITUTIVE *DÉFIGEMENT* AS DEFENDING TITLIST (... IN PRESS TITLES)

In this article, we will focus on the substitutive *défigement* that appears in online press titles. The examples of our corpus, that contain various defixed linguistic entities (idioms, paroemic formulae, famous phrases, etc.), are based on devices such as homophony, homography, homonymy, paronomasia, etc. The examples we are going to analyse come from different French and francophone information media (periodicals, televisions, radios, etc.). We will indicate, whenever it is the case, the discursive effects created by the substitutive *défigement* in press titles.

Mots clés : *défigement substitutif, titre, médias français et francophones, effets discursifs*

Keywords: *substitutive défigement, title, French and francophone information media, discursive effects*

Introduction

Les objectifs que nous nous sommes proposés dans cette étude sont de repérer et d'analyser les différents types de défigements rencontrés dans un corpus de presse française et francophone récente, de déceler les mécanismes utilisés par les

auteurs des articles sélectionnés pour défiger divers syntagmes, expressions, etc. et d'indiquer, le cas échéant, les effets discursifs créés par les divers types de défigement substitutif identifiés.

Pour ce faire, nous avons constitué un corpus de titres d'articles datant surtout de 2020 et 2021 (et quelques numéros antérieurs à 2020) puisés sur les sites de divers médias français et francophones. Les pays représentés sont la France, la Belgique, le Canada, la Suisse. Notre recherche vise un ensemble hétéroclite de sources consultables en ligne, à la différence d'autres études qui portent sur des titres de presse issus d'un seul périodique : voir par ex. Eline et Zhu (2014) – exemples provenant du *Canard enchaîné* ou Fiala et Habert (1989) – exemples puisés dans *Libération*.

Avant de passer à l'analyse proprement dite, nous tenons à préciser que nous utilisons ici le terme *défigement* pour renvoyer à n'importe quel type de déstructuration formelle d'une entité linguistique figée, processus qui aboutit à la création d'une nouvelle entité, l'envergure de la (ou des) différence(s) entre les deux pouvant être plus ou moins grande. La déstructuration peut être réalisée par divers procédés¹, dont seule la substitution retiendra notre attention ici (nous appelons ce phénomène défigement *de type substitutif*). Dans la littérature spécialisée portant sur cette question, *défigement* et *détournement* sont utilisés tantôt en tant que termes interchangeables (position que nous avons adoptée dans Lupu, 2021b), tantôt avec des différences entre eux, mais celles-ci ne sont pas toujours clairement tranchées. Quelles que soient les dénominations utilisées (*défigement* / *détournement*) et les éventuelles différences sémantiques qu'elles renferment, la problématique de la déstructuration des constructions figées jouit d'un intérêt accru depuis quelques décennies, de nombreuses études se penchant là-dessus : outre les études indiquées à divers endroits dans cet article, mentionnons aussi Haßler et Hümmer (2005), Mejri (1998, 2005, 2013), Villers (2010), Lupu (2021a), etc.

En examinant les divers exemples de notre corpus, nous avons constaté que les défigements de type substitutif illustraient les cas de figure ci-dessous. Pour ce qui est des parties du discours impliquées dans ce phénomène, l'affirmation de Wozniak à propos des substitutions opérées dans les proverbes détournés vaut aussi pour les défigements illustrés par nos exemples, lesquels ne sont pas tous des formules parémiques : selon Wozniak, « [...] ce sont les termes-clés, ceux qui confèrent au proverbe tout son sens, qui sont remplacés. De ce fait, le substantif et le verbe sont les éléments de prédilection dans ce type d'altération » (2009 : 191). En effet, sur les vingt et un exemples (toutes catégories confondues) de notre corpus

¹ Voir Barta (2005, 2006). Il y parle de « détournement » et analyse ce phénomène – en détail et avec de très nombreux exemples – en le rapportant à la classe des proverbes. En ce qui concerne la substitution, il présente différents types d'éléments remplacés dans les détournements de proverbes, à savoir : son, mot, groupe de mots, proposition (Barta, 2006 : 61). Il étend l'analyse en prenant comme critères, entre autres, la position du son ou du mot substitué et le nombre de fois que les procédés visés se répètent dans les proverbes contenant un mélange de mécanismes de détournement (Barta, 2006 : 62).

que l'on verra dans ce qui suit, vingt confirment cette observation, l'exemple intrus (20) n'étant d'ailleurs pas un cas certain de défigement.

Défigement de type substitutif simple

Le cas le plus courant dans notre corpus est représenté par des défigements comportant un seul élément remplacé et n'impliquant pas d'autres procédés. Nous commençons notre analyse par le titre ci-dessous, qui est emblématique :

(1) Souriez, vous êtes vaccinés ! (Lehmann, 07.04.2021).

Il s'agit d'un défigement du syntagme *Souriez, vous êtes filmés !*, qui reproduit en français, sous une forme adaptée, la phrase-devise de l'émission américaine *Candid camera* (cf. Coumau, Guyonvarch et Karpyta, 2019). L'énoncé en question jouit d'une productivité² impressionnante en français. Nous avons constaté que les productions apparaissant sur les sites consultés avaient de légères modifications (accord au singulier / féminin / pluriel du participe passé, point d'exclamation présent ou pas, formulation comportant une ou deux propositions). L'exemple (1) n'est pas une création personnelle de Lehmann, mais il s'agit d'une reprise, l'expression circulant déjà depuis un certain temps : d'autres articles ayant le même titre (avec ou sans point d'exclamation), qui parlent de différentes campagnes de vaccination, sont disponibles en ligne : *Le Service Metronews* (10.06.2015), Woestyne (23.04.2021), etc.

Le participe passé visé par le défigement dans les exemples ci-dessous renvoie, dans la plupart des cas, à la sphère des nouvelles technologies et à leur impact sur la vie privée de l'homme. L'effet discursif est l'avertissement formulé ironiquement. La combinaison paradoxale *souriez* + participe passé ayant un sens négatif indique la surprise, les actions en question se faisant à l'insu des gens. Dans ce qui suit, nous reproduisons d'autres créations qui imitent le modèle de départ :

- (2) Souriez, vous êtes surveillés ! (Rodhain, 27.05.2020)
- (3) Souriez, vous êtes fichés (Quoidbach, Le Belzic, 07.06.2018)
- (4) Chine : souriez, vous êtes fliqué ! (Mangin, 29.07.2018)
- (5) Souriez, vous êtes tracé(e)s ! (Guerrand, 15.11.2020)
- (6) Souriez ! Vous êtes géolocalisés ! (*Académie de Paris*, 05.02.2018)
- (7) Souriez, vous êtes épiés... (Therin, 31.05.2018)
- (8) Souriez, vous êtes viré ! (Sabourin, 17.02.2016)
- (9) Souriez, vous êtes scanné : l'accès sécurisé est en pleine transition technologique (Letist, 01./07.07.2021).

Le titre ci-dessous illustre un cas de défigement substitutif qui nous fait plonger dans la sphère de l'histoire. On y reconnaît la célèbre phrase latine *Veni*,

² Il s'agit de divers titres / noms de produits culturels (livres, chansons, raisons sociales, collection de photographies, projets, animations, événements de toutes sortes, graffitis, tweets, etc.) que l'on trouve sur Internet. Nous ne les mentionnons pas ici parce que nous préférons nous en tenir aux titres de presse, comme annoncé dans le titre même de notre article.

vidi, vici, prononcée par Jules César après une victoire. Le défigement repose sur le remplacement du dernier verbe (*vici*) par un nom propre (*Arici*). Vu que la différence sonore entre les deux mots est assez grande, nous n'avons pas inclus cet exemple dans la classe des titres reposant sur la paronomase. Étant donné la place du mot remplacé, la phrase défigée pourrait se traduire par *Je suis venu, j'ai vu Arici*. Comme effet discursif, ce titre inculque au lecteur l'idée implicite que la visite de l'exposition du photographe Graziano Arici représente un exploit, donc il peut avoir un effet persuasif (faites comme moi, allez visiter l'exposition).

(10) Au musée Réattu à Arles, Veni Vidi Arici (Renault, 30.08.2021)

Le titre (11) parle d'une expérimentation intéressante qui montre que les seiches peuvent ajuster leur comportement alimentaire si elles sont soumises à une sorte de dressage (elles reçoivent un complément de nourriture chaque fois qu'elles prennent une portion plus petite au lieu d'une portion plus grande).

(11) Chez les seiches, une crevette vaut mieux que deux tu l'auras (Gévaudan, 18.01.2021)

On assiste ici au défigement du proverbe *Un tiens vaut mieux que deux tu l'auras*, l'impératif substantivé étant remplacé par un nom. La formule défigée est introduite par un complément qui contextualise et légitime le défigement. On constate qu'il existe un lien étroit entre la signification du proverbe de départ et celle de l'énoncé défigé.

1. Défigement de type substitutif exploitant la paronomase

Ce type de défigement tire profit des sonorités similaires des termes véhiculés (l'un, implicite, présent dans l'expression d'origine et l'autre, explicite, présent dans la construction défigée), procédé qui aboutit parfois à des jeux de mots très réussis. Par exemple, (12) repose sur le remplacement d'un terme par son paronyme, le remplaçant étant légitimé par le contexte dans lequel il apparaît, car la phrase figée *la parole est à la défense* est utilisée dans le domaine du droit, plus précisément lors des procès, et Sarkozy est accusé de dépenses illégales.

(12) Sarkozy au procès Bygmalion : la parole est à la dépense (Léger, Lecadre, 14.06.2021)

Le titre suivant illustre un jeu de mots mettant un œuvre le nom *grain* de l'expression figée *donner du grain à moudre* « apporter de l'eau au moulin » et son paronyme *groin*, légitimé par la référence faite à la castration des porcs. La paronomase est doublée d'une relation méronymique (le groin du porc) :

(13) Fin de la castration à vif des porcs : du groin à moudre pour le secteur (Moullot, 14.09.2021).

Dans (14), le défigement vise le premier vers de la *Marseillaise*, très facile à reconnaître. La présence du paronyme *fratrie*, qui se substitue à *Patrie*, s'explique par le fait que l'article en question présente des photos de la fratrie de Woodson.

(14) Mutations relationnelles : allons enfants de la fratrie (Woodson, 27.08.2021)

L'exemple ci-dessous vient enrichir le paradigme de la *Marseillaise* défigée, en ce que le jeu de mots concerne cette fois-ci le premier vers du refrain :

(15) Aux arbres, citoyens ! : dans le Morvan, des résistants achètent la forêt pour la sauver (Vennin, 15.09.2021).

Le défigement se sert du paronyme *arbre* qui remplace *armes*. La phrase défigée a une valeur d'exhortation adressée aux gens pour qu'ils se mobilisent afin de sauver les forêts (les arbres). L'idée inculquée aux lecteurs est que sauver les forêts est un geste patriotique comparable à l'acte de combattre pour la patrie. Ce défigement n'est pas la création de Vennin : en effet, (15) reprend le titre de la célèbre chanson *Aux arbres citoyens* interprétée par Yannick Noah, dont les paroles ont été écrites par Cyril Tarquiny.

Dans le titre ci-dessous, on remarque une combinaison insolite : un verbe exigeant un complément d'objet direct ayant le trait [+ concret], à savoir *statue*, est remplacé par un nom abstrait (*stature*), qui est son paronyme. L'auteur de l'article renvoie à la réaction prompte de Kjær qui, lors du malaise du footballeur Christian Eriksen survenu sur le terrain, lui a accordé les premiers secours et a encouragé son épouse, très affectée par la scène dramatique à laquelle elle assistait.

(16) Euro 2021 : le capitaine danois Simon Kjær se voit ériger une stature (Dole, 17.06.2021)

L'exemple suivant repose sur une paronomase très réussie. On observe ici le défigement de l'expression *tomber dans les pommes* (« s'évanouir »), réalisé par le remplacement du nom *pomme* par le paronyme *tom(m)e*, qui désigne une sorte de fromage.

(17) Ouverture de deux crémeries : Genève tombe dans les tommes (Estebe, 05.06.2021)

Dans (18) on observe le défigement de l'expression *faire d'une pierre deux coups*, lequel est légitimé par le contenu de l'article, qui parle de recettes de desserts combinant un composant sucré (glace ou sorbet) et une boisson alcoolisée (donc **deux** éléments) servis dans des **coupes**. Cette fois-ci, le remplaçant se distingue à l'écrit du remplacé par le simple ajout d'un *e* muet, mais celui-ci engendre la prononciation de la consonne *p* (*coups* / *coupes*). On remarque également l'élimination du verbe de l'expression originale, donc la substitution et la paronomase ne sont pas les seuls procédés par lesquels on réalise le défigement dans (18).

- (18) Alcools, sorbets et crèmes glacées : d'une pierre deux coupes (Sarrazin, 31.08.2021)

3. Défigement de type substitutif exploitant l'homophonie

Les exemples de notre corpus montrent deux cas de figure : les homophones sur lesquels reposent les défigements peuvent illustrer la même partie du discours ou non. Dans (19), on observe le défigement de l'expression *ça (ne) gaze (pas)* relevant du français familier. Le verbe (*gaze*) de l'expression de départ est remplacé par un nom homophone mais hétérographe (*gaz*), l'article en question parlant de la hausse du prix du gaz. Le défigement est justifié par le contenu de l'article, car le sens de l'expression de départ trouve un appui dans les raisons du mécontentement des gens qui doivent payer davantage pour les factures de gaz.

- (19) Nouvelle hausse du tarif réglementé : ça ne « gaz » plus du tout pour vous (*La Voix du Nord*, 30.08.2021)

Dans (20), le défigement est seulement présumé étant donné le contexte. En effet, on pourrait penser que l'article parle tout simplement de la dégénération du litige en question et qu'il n'y a pas d'allusion au sémantisme du nom *pis*. Mais, en même temps, il est tout à fait possible que l'auteur ait joué avec les ressources de la langue française. Si cette seconde hypothèse est vraie, le jeu repose sur la double lecture du mot *pis*, qui peut être interprété non seulement comme adverbe (comparatif de supériorité de l'adverbe *mal* – lecture par défaut) mais aussi comme nom (le pis de la vache). Les deux homonymes sont homophones et homographes. Dans ce cas, il n'y a pas à proprement parler de défigement au niveau lexical, car aucun mot n'a été remplacé par un autre, mais le phénomène en question peut concerner les niveaux morphosyntaxique et sémantique (l'ambivalence repose sur le rattachement de *pis* à deux parties du discours différentes).

- (20) Litige canado-américain sur le lait : ça va de mal en pis (*La Presse*, 25.05.2021)

Enfin, nous nous penchons sur le dernier exemple de cette section dédiée à l'homophonie :

- (21) L'œil du géographe : la Normandie veut prendre le devant de la Seine (Brennetot, 19.05.2021).

On y observe le défigement de l'expression *prendre le devant de la scène* : le nom commun *scène* a été remplacé par le nom propre *Seine*, homophone mais hétérographe. La substitution est légitimée par le contenu de l'article, qui parle de la compétition des présidents des régions Ile-de-France et Normandie visant la même région, à savoir la vallée de la Seine.

En guise de conclusion

L'analyse des exemples de notre corpus montre que le défigement de type substitutif est vraiment très prisé des journalistes de la presse française et

francophone ainsi que de leurs lecteurs. La typologie illustrée par ces titres de presse est assez riche, allant du défigement de type substitutif simple à d'autres, plus complexes, qui reposent sur la paronomase ou l'homophonie. Enfin, comme on a pu le voir, de nombreux défigements de notre corpus créent des effets discursifs précis (exhortation, avertissement, etc.) et leur présence est justifiée par le contenu des articles en question.

Bibliographie

- Barta, Péter (2005). « *Au pays des proverbes, les détournements sont rois*. Contribution à l'étude des proverbes détournés du français » (I), dans *Paremia*, n° 14, pp. 61-70. Accès : <https://cvc.cervantes.es/lengua/paremia/pdf/014/012_barta.pdf>. (Dernière consultation : le 21 octobre 2021).
- Barta, Péter (2006). « *Au pays des proverbes, les détournements sont rois*. Contribution à l'étude des proverbes détournés du français » (II), dans *Paremia*, n° 15, pp. 57-71. Accès : <https://cvc.cervantes.es/lengua/paremia/pdf/015/006_barta.pdf>. (Dernière consultation : le 21 octobre 2021).
- Coumau, Cécile, Guyonvarch, Marion, Karpyta, Frédéric (2019). « D'où vient l'expression "Souriez, vous êtes filmés" ? », dans *Ça m'intéresse. La curiosité en continu*. Accès : <<https://www.caminteresse.fr/economie-societe/dou-vient-l'expression-souriez-vous-etes-filmes-11115029/>>. (Publié le 11 juin 2019, dernière consultation : le 19 novembre 2021).
- Cusimano, Christophe (2013). « Figement de séquences défigées. Un commerce devenu inéquitable », dans *Pratiques. Linguistique, littérature, didactique*, n°159-160 : *Le figement en débat*, pp. 69-78. Accès : <<https://journals.openedition.org/pratiques/2833?lang=en>>. DOI : <https://doi.org/10.4000/Pratiques.2833>. (Dernière consultation : le 18 novembre 2021).
- Eline, Joël, Zhu, Lichao (2014). « Défigement et inférence : cas d'étude du *Canard enchaîné* », dans *SHS Web of Conferences*, vol. 8, pp. 681-695. Accès : <https://www.researchgate.net/publication/269954552_Defigement_et_inférence_-_cas_d'etudes_du_Canard_enchaîné>. DOI : 10.1051/shsconf/20140801235. (Dernière consultation : le 17 novembre 2021).
- Fiala, Pierre, Habert, Benoît (1989). « La langue de bois en éclat : les défigements dans les titres de presse quotidienne française », dans *Mots*, n° 21, Pierre Fiala, Carmen Pineira et Patrick Sériot (sous la dir. de) *Langues de bois?*, pp. 83-99. Accès : <www.persee.fr/doc/mots_0243-6450_1989_num_21_1_1504>. DOI : <https://doi.org/10.3406/mots.1989.1504>. (Dernière consultation : le 17 novembre 2021).
- Haßler, Gerda, Hümmer, Christiane (2005). « Figement et défigement polylexical : l'effet des modifications dans des locutions figées », dans *Linx*, n°53, pp. 103-119. Accès : <<http://journals.openedition.org/linx/266>>. DOI : <https://doi.org/10.4000/linx.266>. (Dernière consultation : le 12 octobre 2021).
- Lupu, Mihaela (2021a). « Valeurs ludiques des titres : étude d'un corpus de presse française », dans Emanuela Ilie, Claudia Tărnăuceanu (coord.), *Surse și*

- valori ale educației. Perspective pluridisciplinare*, Editura Universității « Alexandru Ioan Cuza » din Iași, col. *Transdisciplinaria*, pp. 273-288.
- Lupu, Mihaela (2021b). « Le seuil entre informativité et expressivité dans la presse française et francophone : focus sur les titres », dans Felicia Dumas (éd.), *Le seuil. Actes du colloque international Journées de la Francophonie, XXV^e édition, Iași, Junimea, 28-29.05.2021* (à paraître).
- Mejri, Salah (1998). « Le figement lexical : descriptions linguistiques et structuration sémantique », dans *L'Information grammaticale*, n° 76, pp. 50-51. Accès : <https://www.persee.fr/doc/igram_0222-9838_1998_num_76_1_2893>. DOI : <https://doi.org/10.3406/igram.1998.2893>. (Dernière consultation : le 22 novembre 2021).
- Mejri, Salah (2005). « Figement absolu ou relatif : la notion de degré de figement », dans *Linx*, n°53, pp. 183-196. Accès : <<http://journals.openedition.org/linx/283>>. DOI: <https://doi.org/10.4000/linx.283>. (Dernière consultation : le 10 novembre 2021).
- Mejri, Salah (2013). « Figement et défigement : problématique théorique », dans *Pratiques*, n° 159-160, pp. 79-97. Accès : <<http://journals.openedition.org/pratiques/2847>>. DOI : 10.4000/pratiques.2847. (Dernière consultation : le 7 septembre 2021).
- Villers, Damien (2010). « Les modalités du détournement proverbial : entre contraintes et libertés », dans *Modèles linguistiques*, n°62, pp. 147-172. Accès : <<http://journals.openedition.org/ml/237>>. DOI : <https://doi.org/10.4000/ml.237>. (Dernière consultation : le 18 octobre 2021).
- Wozniak, Audrey (2009). « Le proverbe détourné : étude théorique appliquée à un corpus bilingue franco-espagnol », dans *Paremia*, n°18, pp. 185-196. Accès : <https://cvc.cervantes.es/lengua/paremia/pdf/018/017_wozniak.pdf>. (Dernière consultation : le 21 octobre 2021).

Corpus de titres d'articles

- Académie de Paris* (05.02.2018). « Souriez ! Vous êtes géolocalisés ! », sur le site de l'*Académie de Paris*. Accès : <https://www.ac-paris.fr/portail/jcms/s/p1_1638057/souriez-vous-etes-geolocalises>. (Dernière consultation : le 21 septembre 2021).
- Brennetot, Arnaud (19.05.2021). « L'œil du géographe : la Normandie veut prendre le devant de la Seine », dans *Libération*. Accès : <https://www.liberation.fr/politique/loeil-du-geographe-la-normandie-veut-prendre-le-devant-de-la-seine-20210519_COD7WF6HFNCYHP6W52XKWWHCRY/>. (Dernière consultation : le 16 septembre 2021).
- Dole, Damien (17.06.2021). « Euro 2021 : le capitaine danois Simon Kjær se voit ériger une stature », dans *Libération*. Accès : <https://www.liberation.fr/sports/football/euro-2021-le-capitaine-danois-simon-kjaer-se-voit-eriger-une-stature-20210617_3YXRLQZNAFHLZJOVFAH2SHZEJY/>. (Dernière consultation : le 16 septembre 2021).

- Estebe, Jérôme (05.06.2021). « Ouverture de deux crémeries : Genève tombe dans les tommes », dans *Tribune de Genève*. Accès : <<https://www.tdg.ch/ouverture-de-deux-cremeries-geneve-tombe-dans-les-tommes-423614679955>>. (Dernière consultation : le 17 septembre 2021).
- Gévaudan, Camille (18.01.2021). « Chez les seiches, une crevette vaut mieux que deux tu l'auras », dans *Libération*. Accès : <https://www.liberation.fr/sciences/2021/01/18/chez-les-seiches-une-crevette-recompensee-vaut-mieux-que-deux-tu-l-auras_1817698/>. (Dernière consultation : le 16 septembre 2021).
- Guerrand, Gilbert (15.11.2020). « Souriez, vous êtes tracé(e)s ! », sur le site de *France Bleu*. Accès : <<https://www.francebleu.fr/emissions/100-pixel-france-bleu-cotentin/cotentin/souriez-vous-etes-trace-e-s>>. (Mise à jour le 19 novembre 2020, dernière consultation : le 21 septembre 2021).
- La Presse* (25.05.2021). « Litige canado-américain sur le lait : ça va de mal en pis », sur le site de *La Presse*. Accès : <<https://www.lapresse.ca/affaires/economie/2021-05-25/accord-de-libre-echange/litige-canado-americain-sur-le-lait-ca-va-de-mal-en-pis.php>>. (Dernière consultation : le 17 septembre 2021).
- La Voix du Nord* (30.08.2021). « Nouvelle hausse du tarif réglementé : ça ne "gaz" plus du tout pour vous », dans *La Voix du Nord*. Accès : <<https://www.lavoixdunord.fr/1062549/article/2021-08-30/nouvelle-hausse-du-tarif-reglemente-ca-ne-gaz-plus-du-tout-pour-vous>>. (Dernière consultation : le 1^{er} septembre 2021).
- Léger, Laurent, Lecadre, Renaud (14.06.2021). « Sarkozy au procès Bygmalion : la parole est à la dépense », dans *Libération*. Accès : <https://www.liberation.fr/societe/police-justice/sarkozy-au-proces-bygmalion-la-parole-est-a-la-depense-20210614_DSFYHP7KLBAD5FSLHYQZ6RZ6CY/>. (Dernière consultation : le 14 juin 2021).
- Lehmann, Christian (07.04.2021). « Souriez, vous êtes vaccinés ! », dans *Libération*. Accès : <https://www.liberation.fr/societe/sante/souriez-vous-etes-vaccines-20210407_ILMACVBTXJHDVL23TS7AQ4LXJM/>. (Dernière consultation: le 27 mai 2021).
- Le Service Metronews* (10.06.2015). « Lyon : souriez, vous êtes vacciné », sur le site de *La Chaîne Info*. Accès : <<https://www.lci.fr/france/lyon-souriez-vous-etes-vaccine-1524619.html>>. (Dernière consultation : le 20 septembre 2021).
- Letist, Fernand (01./07.07.2021). « Souriez, vous êtes scanné : l'accès sécurisé est en pleine transition technologique », dans *Trends-Tendances*. Accès : <https://trends.levif.be/economie/high-tech/souriez-vous-etes-scanne-l-acces-securise-est-en-pleine-transition-technologique/article-normal-1442881.html?cookie_check=1632171771>. (Mise à jour le 8 juillet 2021, dernière consultation : le 23 septembre 2021).
- Mangin, Virginie (29.07.2018). « Chine : souriez, vous êtes fliqué ! », dans *Marianne*. Accès : <<https://www.marianne.net/monde/chine-souriez-vous-etes-flique>>. (Dernière consultation : le 21 septembre 2021).
- Moullot, Pauline (14.09.2021). « Fin de la castration à vif des porcs : du groin à moudre pour le secteur », dans *Libération*. Accès : <<https://www.lib>

- eration.fr/environnement/agriculture/fin-de-la-castration-a-vif-des-porc-du-groin-a-moudre-pour-le-secteur-20210914_HIZPY2WV5ZDLJ-BXJZFQ5LQZSZQ/>. (Dernière consultation : le 15 septembre 2021).
- Quoidbach, Serge, Le Belzic, Sébastien (07.06.2018). « Souriez, vous êtes fichés », dans *L'Écho*. Accès : <<https://www.lecho.be/tech-media/technologie/souriez-vous-etes-fiches/10017891.Html>>. (Dernière consultation : le 21 septembre 2021).
- Renault, Gilles (30.08.2021). « Au musée Réattu à Arles, Veni Vidi Arici », dans *Libération*. Accès : <https://www.liberation.fr/culture/photographie/au-musee-reattu-a-arles-veni-vidi-arici-20210830_5IR46BL52BDZFET-LN7WYEUM3CQ/>. (Dernière consultation : le 1^{er} septembre 2021).
- Rodhain, Florence (27.05.2020). « Souriez, vous êtes surveillés ! », dans *La Tribune*. Accès : <<https://www.latribune.fr/opinions/tribunes/souriez-vous-etes-surveilles-848761.html>>. (Dernière consultation : le 21 septembre 2021).
- Sabourin, Marc-André (17.02.2016). « Souriez, vous êtes viré ! », dans *L'actualité*. Accès : <<https://lactualite.com/lactualite-affaires/souriez-vous-etes-vire/>>. (Dernière consultation : le 21 septembre 2021).
- Sarrazin, Sylvain (31.08.2021). « Alcools, sorbets et crèmes glacées : d'une pierre deux coupes », sur le site de *La Presse*. Accès : <<https://www.lapresse.ca/gourmand/alcools/2021-08-31/alcools-sorbets-et-cremes-glacees-d-une-pierre-deux-coupes.php>>. (Dernière consultation le 1^{er} septembre 2021).
- Therin, Frédéric (31.05.2018). « Souriez, vous êtes épiés... », dans *Influencia*. Accès : <<https://www.influencia.net/souriez-vous-etes-epies/>>. (Dernière consultation : le 21 septembre 2021).
- Vennin, Loïc (15.09.2021). « Aux arbres, citoyens ! : dans le Morvan, des résistants achètent la forêt pour la sauver », sur le site de *FranceSoir*. Accès : <<https://www.francesoir.fr/afp-afp-france/aux-arbres-citoyens-dans-le-morvan-des-resistants-achetent-la-foret-pour-la-sauver>>. (Mise à jour le 16 septembre 2021, dernière consultation : le 16 septembre 2021).
- Woestyne, Francis Van de (23.04.2021). « Souriez, vous êtes vaccinés », dans *La Libre Belgique*. Accès : <<https://www.lalibre.be/debats/edito/2021/04/24/souriez-vous-etes-vaccines-7TMSFUOZQVCFJHLS73HRIUMCBE/>>. (Mise à jour le 24 avril 2021, dernière consultation : le 20 septembre 2021).
- Woodson, Rachael (27.08.2021). « Mutations relationnelles : allons enfants de la fratrie », dans *Libération*. Accès : <https://www.liberation.fr/culture/photographie/mutations-relationnelles-allons-enfants-de-la-fratrie-20210827_CDVZ66DTRCELG_GENUOOYROQVE/>. (Dernière consultation : le 1^{er} septembre 2021).

COMPORTEMENT MORPHOSYNTAXIQUE ET LEXICAL DES EXPRESSIONS FIGÉES FRANÇAISES DANS LA PRESSE ÉCRITE BURKINABÉ

Yassia MANDÉ
Centre Universitaire de Banfora, Burkina Faso
yassmand@yahoo.fr

Résumé

Une des spécificités de la presse burkinabè est de s'adresser à des lecteurs souvent très peu instruits et parlant autres langues que celle utilisée par le journaliste (le français). Sachant que l'expression figée n'est pas simplement qu'un figement linguistique (elle a aussi une connotation culturelle), on arrive à se demander si l'emploi de telles constructions souvent opaques est opportun dans un discours qui s'adresse à un tel lectorat dans des contextes aussi étrangers à la langue française. Comment les journalistes adaptent-ils les expressions figées au contexte sociolinguistique ? La présente recherche tente de répondre à cette interrogation centrale en partant de l'usage pragmatique que font les journalistes des expressions figées dans la presse écrite en décrivant leur comportement morphosyntaxique et lexical.

Abstract

MORPHOSYNTAXIC AND LEXICAL BEHAVIOR OF FRENCH FIXED EXPRESSIONS IN THE BURKINABÉ WRITTEN PRESS

One of the specificities of the Burkinabè press is that it speaks to readers who are often very poorly educated and speak languages other than that used by the journalist (French). Knowing that the fixed expression is not simply a linguistic freezing (it also has a cultural connotation), one comes to wonder whether the use of such often very opaque constructions is appropriate in a discourse that is address to such a readership in contexts so foreign to the French language. How do journalists adapt fixed expressions to the sociolinguistic context? The present research attempts to answer this central question by starting from the pragmatic use journalists make of fixed expressions in the written press by describing their morphosyntactic and lexical behavior.

Mots clés : *figement, défigement, expressions figées, morphosyntaxe, lexique*
Keywords: *idioms, frozen expressions, morphosyntax, lexicon*

Introduction

Le langage verbal, système de communication par excellence entre les humains, leur a permis, et ce, depuis des milliers d'années, de transmettre leurs idées et d'influencer les autres. Cette influence sur le récepteur évolue actuellement en fonction des nouveautés et des développements dans le domaine de la communication. C'est ainsi que les médias de nos jours sont largement présents dans toutes les sociétés et rythment la vie de tous les jours. Le langage évolue également de façon continue, nous obligeant à trouver des nouveaux signifiés pour de nouveaux signifiants. C'est ainsi que par convention, les locuteurs d'une langue donnée font recours à des expressions particulières pour désigner certaines réalités sociales de leur environnement. Ces expressions d'usage forment une proportion très importante de la langue parlée et écrite. Aussi, les termes ainsi que la typologie employée dans la recherche dans ce domaine sont multiples, tantôt complémentaires et souvent même contradictoires. La terminologie foisonne et les termes les plus fréquemment employés pour désigner ces constructions sont entre autres : locutions figées, expressions figées, stéréotypes, expressions idiomatiques, énoncés liés, syntaxe figée, etc. Pour la présente étude, nous empruntons le terme « expression figée » à Svensson (2004), qui désigne les expressions conventionnelles que partagent les locuteurs du français. La langue française, comme toutes les langues naturelles, est suffisamment pourvue de ces expressions qui lui sont propres. L'ensemble de ces façons de s'exprimer a donné naissance à une discipline appelée « phraséologie ».

Même si la phraséologie des langues naturelles et du français en particulier semble trouver son champ d'action principalement dans la langue orale, on constate à travers les articles de presse que la langue écrite est aussi un terrain d'essai des unités phraséologiques et des variations auxquelles les journalistes les soumettent. Le segment figé n'admet pourtant pas l'insertion, les substitutions d'éléments et autres translations morphologiques. Au vu de ces propriétés lexicales et morphosyntaxiques des expressions figées, l'on peut alors se demander comment ces expressions figées françaises s'intègrent-elles dans le discours discursif de la presse écrite au Burkina Faso?

De cette problématique centrale, surgissent deux questions secondaires : Pourquoi les journalistes tentent-ils souvent de défiger les expressions figées dans leurs articles ? Par quels procédés le réalisent-ils ? L'objectif de l'étude est de présenter les motivations et les raisons discursives du défigement dans la presse écrite burkinabè ainsi que les procédés par lesquels les journalistes défigent ces expressions dans les articles de presse écrite.

1. Définition de l'expression figée

Les tentatives de définition du figement sont nombreuses et n'ont pas été sans problème. Il n'y a toujours pas de définition claire et univoque, toute chose qui est à l'origine de problèmes délicats chez les chercheurs dans le domaine de la phraséologie comme l'écrit Gross (1996 :3) : « Le fait linguistique du figement a été obscurci par des dénominations floues et très hétérogènes, de sorte qu'on est en présence de strates

définitionnelles très souvent incompatibles ». En effet, certains chercheurs utilisent des termes souvent contradictoires. Cela peut sans doute s'expliquer davantage par la complexité de la langue plutôt qu'une quelconque inconsistance de ces chercheurs. C'est ce qui explique le fait qu'à chaque fois qu'on est amené à appliquer certains termes, il s'avère nécessaire de les clarifier en indiquant le sens dans lequel nous les orientons. La terminologie est très abondante, très complexe. Une des notions qui posent problème est, justement, celle d'*expression figée*.

Intuitivement, le terme *figé* peut faire penser en premier lieu à une situation où il n'est pas possible d'effectuer de changement sur les parties dont l'expression est constituée, donc à un figement morphosyntaxique. Le mot « figé » traduit le fait que ladite expression est fixée dans une formule interchangeable. Dans ce sens, les déclinaisons, conjugaisons, et autres transformations appelées variations morphosyntaxiques et les commutations des éléments lexicaux seraient alors restreintes, voire impossibles. À ce sens de « figé » l'on ajoute également un autre à savoir le figement d'ordre mémoriel ou psychologique. Cela se traduit par le fait que le locuteur se rend compte que les mots de l'expression forment une unité, ce qui signifie donc que l'expression en question existerait comme telle dans la mémoire du locuteur.

2. Cadre théorique et méthodologique

La présente étude dans son approche du figement fait recours à la théorie des expressions figées de Svensson (2004), théorie ayant comme point névralgique l'étude de la langue en usage. Pour distinguer les expressions figées des expressions libres dans un corpus, Svensson (2004 : 42, 43, 44) a mis au point six principaux critères de figement : la mémorisation, la présence d'un mot à contexte unique dans l'expression, la non-compositionnalité, la syntaxe marquée, le blocage lexical et le blocage grammatical. Parmi ces critères, la syntaxe marquée, le blocage lexical et le blocage grammatical nous ont servi principalement de guide dans cette étude. Selon cette théorie, il y a :

- blocage lexical, car les expressions figées contiendraient toujours au moins un mot qui refuserait toute variation paradigmatique : la substitution de ce mot par un synonyme aurait pour conséquence de dénaturer l'expression figée. Cette possibilité existe même quand un remplacement devrait être possible selon les règles grammaticales,

- blocage grammatical lorsqu'il y a impossibilité de modifier le genre, le nombre ou le temps des mots constituants d'une expression ainsi que par l'impossibilité d'effectuer des transformations telles que la relativisation, la passivation, la pronominalisation ou la permutation.

- syntaxe marquée parce que les constructions figées doivent être reproduites exactement comme elles sont inscrites, avec une syntaxe propre à elles.

Pour les exemples d'expressions figées analysées, nous les avons extraites dans quelques parutions de trois organes de la presse écrite paraissant au Burkina Faso, en l'occurrence *Sidwaya*, *Le Pays* et *L'EXPRESS du Faso*. Pour l'analyse des expressions figées défigées, nous nous sommes servie du dictionnaire *Le Petit Robert*, ainsi que de l'ouvrage normatif de grammaire de Grevisse et Goosse (2011).

3. Entre figement et défigement : les expressions figées défigées

Il faut signaler que l'utilisation d'expressions figées représente une économie discursive importante pour les locuteurs d'une langue, car ils ne sont pas obligés de créer pour chaque situation de communication un nouvel énoncé produit à partir de la syntaxe libre puisqu'ils peuvent se servir de formules déjà existantes qui satisfont parfaitement le besoin communicatif en question. Ces suites préfabriquées sont des éléments holistiques dont se servent les locuteurs. Ce caractère préfabriqué intrinsèque aux expressions figées est pourtant déstabilisé par l'intervention de phénomènes de variation et de manipulation phraséologiques qui remet en cause ce qui a été traditionnellement considéré comme leur forme canonique. Ce phénomène dit *défigement* est beaucoup observé au niveau de la presse écrite. Il s'agit de diverses manipulations phraséologiques liées au lexique, à la morphologie, à la syntaxe, à la sémantique, etc. comme entre autres l'interversion des termes, le changement de statut assertif, les jeux sur la synonymie, la variation par antonymie.

La pulsion ludique semble être la principale motivation du défigement des expressions figées et, dans la prose journalistique, a souvent un caractère stylistique. Ces manipulations dans la langue de la presse obéissent ainsi à des ressorts qui pour certains relèvent des figures de la rhétorique classique et, pour d'autres, correspondent à des figurations morphologiques et syntaxiques. Il s'agit pour les journalistes de jeux de langage ayant une fonction ludique et des visées esthétiques et expressives. Mais la pulsion ludique n'est pas la seule raison sous-jacente du défigement phraséologique. Il faut donc signaler entre autres le rôle joué par la « recontextualisation », selon la terminologie de Gross (1996), d'une unité phraséologique. En effet, il y a souvent nécessité de trouver un nouveau contexte auquel une forme déjà existante puisse être appliquée : la recontextualisation répond à cette nécessité. Le journaliste ayant l'obligation d'adapter son récit au public auquel il est destiné, il ressort que les phénomènes de variation sur les expressions figées soient spécialement abondants et présents dans la presse écrite en comparaison à d'autres types de textes. Ainsi donc, si sous d'autres cieux le défigement constitue un simple jeu de mots, il n'a pas toujours été ainsi dans ces situations. On dira donc qu'il y a détournement ludique lorsque le défigement entre dans le cadre de purs jeux de mots, et n'est pas au service d'un enjeu idéologique, politique, etc. Le défigement ludique s'oppose donc au défigement militant.

Le défigement est donc un procédé qui se base sur le blocage lexical, syntaxique, morphologique, sémantique des éléments de l'expression figée, étant donné que c'est le fait même que le locuteur connaît déjà l'expression d'origine (et qu'elle est normalement bloquée), qui rend le jeu de mots réussi. Autrement dit, s'il n'y avait pas déjà une expression à modifier, on ne pourrait pas y faire allusion.

Le mécanisme d'interversion des termes (une sorte de permutation de syntagmes cordonnés) est par exemple l'un des ressorts utilisés par les locuteurs pour manipuler les unités phraséologiques. Elle consiste en une interversion de deux éléments symétriques sur l'axe syntagmatique, inversant ainsi le sens global de

l'expression originelle. L'interversion des termes est un moyen à la fois stylistique et sémantique d'adaptation contextuelle des unités phraséologiques.

(1) Les souris dansent lorsque le chat n'est pas là. » (*Le Pays* n°6784).

C'est cette nouvelle expression ainsi obtenue à partir de l'expression « quand le chat n'est pas là, les souris dansent » que nous appelons ici expression figée défigée. Il existe une infinité de procédés utilisés par les journalistes pour imprimer leur marque sur des expressions figées bien connues. Nous en avons précédemment fait cas plus haut de l'interversion, des termes qui est comme un cas de défigement minime où la manipulation est peu créative et repose sur la faculté du récepteur à retrouver l'ordre normal de disposition des différents éléments de l'expression. Nous focaliserons à présent sur deux procédés de la réécriture des expressions figées très fréquents dans la presse : la substitution et l'expansion.

3.1. La substitution

Le détournement par substitution est le procédé de défigement vedette qui peut avoir des relents phonétiques, lexicaux ou syntaxiques.

3.1.1. La substitution phonétique

La substitution phonétique s'appuie sur la parenté phonétique pour provoquer la modification du signifiant entraînant conséquemment celle du signifié.

(2) REN-LAC : la chasse aux caissières continue » (*Sidwaya* n°8835).

Cette expression a un enjeu ludique car l'expression-mère (3) *chasse aux sorcières* reste celle visée principalement par l'auteur, et l'expression altérée n'est qu'un faux masque forgé par complicité pour faire écho à la thématique de l'article de presse où elle a été tirée.

3.1.2. La substitution lexicale

Souvent les journalistes en arrivent à altérer le lexique par la substitution. La compréhension de l'expression exige en ce moment plus de calculs interprétatifs de la part de l'interlocuteur car aucune parenté phonétique n'est perçue entre le substituant et le substitué. C'est l'exemple de l'expression (4) *accoucher d'une souris*, qui, par substitution lexicale devient (5) *accoucher d'une discorde* dans la phrase :

(3) une rencontre qui risque d'accoucher d'une discorde. (*Le Pays* n°6800)

Ceci pour dire que ladite rencontre risquait de terminer par une dissension. Dans ces détournements, le changement du signifiant peut entraîner le changement de sémantisme de l'expression comme les exemples ci-dessous :

(4) Les commerçants de *Rood-woko* font la chasse aux ordures (*Le Pays* n°6803)

| Expression figée | Substitution nominale | Expression figée défigée |
|--|-----------------------|---|
| <i>Chasse aux sorcières</i> | <i>Sorcières</i> | <i>chasse aux ordures</i> |
| Campagne de dénigrement et de délation visant à exclure des opposants politiques ou des individus jugés indésirables | Ordures | Ramassage des ordures par les commerçants du marché <i>Rood-woko</i> |

Tableau 1: Défigement de « Chasse aux sorcières »

- (5) Contre les terroristes, les FDS ont encore fait parler la poudre (*L'EXPRESS du Faso* N° 4949)

| Expression | Substitution nominale | Expression figée défigée |
|------------------------------|-----------------------|-------------------------------|
| <i>Faire parler son cœur</i> | <i>Cœur</i> | <i>Faire parler la poudre</i> |
| faire un geste de solidarité | Poudre | Attaquer à l'arme à feu |

Tableau 2: Défigement de « faire parler son cœur »

- (6) Nouveau premier ministre : Un challenge à portée de sacrifice (*Sidwaya* n°8819)

| Expression figée | Substitution nominale | Expression figée défigée |
|---|-----------------------|--|
| <i>À portée de main</i> | <i>Main</i> | <i>À portée de sacrifice</i> |
| <i>qui est réalisable, qui est proche dans le temps</i> | <i>Sacrifice</i> | <i>Une gageure à relever après d'énormes efforts</i> |

Tableau 3: Défigement de « à porter de main »

Pour défiger les expressions figées les journalistes procèdent également par le truchement de la substitution paradigmatique. C'est surtout la synonymie, la paronymie de MISRI (1987b) et souvent l'emprunt qui sont utilisés pour transformer l'expression figée en un paradigme ouvert sémantiquement, caractérisable et actualisable. La substitution synonymique se réalise à travers les noms de sens proches comme dans l'expression ci-dessous:

- (7) CAN U20 : Les Étalons reviennent sur la pointe des...sabots (Lefaso.net: actualités du Burkina du 12 février 2019)

| Expression figée | Substitution synonymique nominale | Expression figée défigée |
|--------------------------------|-----------------------------------|--|
| <i>Sur la pointe des pieds</i> | <i>Pieds</i> | <i>Sur la pointe des sabots</i> |
| Sans faire de bruit. | Sabots | Sans bruit, avec déception ; l'E.F.D. est alors contextualisée car l'étalon a des sabots à la place des pieds. |

Tableau 4: Défigement de « sur la pointe des pieds »

3.1.3. La substitution syntaxique

La substitution syntaxique semble être d'une ampleur plus énorme, surtout lorsque le journaliste se propose le défi de ne pas rater sa cible sémantico-pragmatique et stylistique tout en effectuant des changements de plus en plus tangibles sur le plan syntaxique.

(8) Le chien aboie, le CDP demeure » (*Le Pays* n°6787).

La forme de l'expression mère est plus ou moins préservée dans la nouvelle expression où la ponctuation (la virgule) qui est l'empreinte de la syntaxe du figement scinde l'expression en deux parties. Cette expression défigée convoque l'actualisation de l'isotopie qui fait appel au sens de

(9) « le chien aboie, la caravane passe » (KHAMISSY 2017:186)

On peut ainsi remarquer, à partir de l'exemple ci-dessus que les expressions originelles ne perdent pas leur notoriété après leur défigement dans la presse. Le journaliste les recycle pour réutiliser de manière opératoire la forme nouvelle tout en invitant son interlocuteur à reconstruire l'expression initiale dans sa forme canonique. Ici au niveau de la presse, il est donc à considérer en premier lieu la visée communicative, l'effet perlocutoire produit par le locuteur grâce à la réécriture-recomposition de l'expression-mère.

3.1.4. Substitution par emprunt

On constate souvent l'emploi de mots (généralement des substantifs) de certaines langues locales par les journalistes burkinabè pour construire des expressions figées défigées. Ces emprunts se présentent comme des situations de substitutions synonymiques nominales. Le journaliste remplace les substantifs français par leurs synonymes en langues locales.

(10) Nomination d'un nouveau Chef d'Etat-major : les mêmes causes produiront-elles les mêmes *moui-zindo* ? (*Le Pays* n°6756).

Moui-zindo est ici la forme francisée du mot *mui zêdo* en mooré qui signifie littéralement « riz à la sauce ». Le nom *moui-zindo* est ici utilisé en lieu et place du substantif français « effets » dans l'expression figée française « les mêmes causes produisent les mêmes effets » dans le sens de tropicaliser cette expression.

3.2. Les insertions

L'insertion est une expansion de l'expression figée par ajout soit d'une lettre, soit d'un mot ou une proposition à l'expression cible. Cette suite ajoutée défige l'expression sans pour autant l'altérer formellement. C'est ce que LECLER (2006 :48) appelle « défigement non marqué ». Le défigement non marqué formellement, comme son nom l'indique, ne présente pas de modifications formelles (ou des modifications minimales) par rapport au figement. Il a ainsi l'apparence de

l'expression figée. L'énoncé coupé de son contexte ne comporte pas d'éléments susceptibles d'indiquer qu'il s'agit en effet d'un défigement : le contenu prépositionnel ne semble pas modifié. Seul le recours à la situation de communication et au contexte permet de percevoir une autre construction du sens. Il s'agit donc de l'émergence d'une nouvelle construction par l'adjonction d'éléments supplémentaires à l'énoncé d'origine. On trouve ainsi dans la presse écrite burkinabè (KHAMISSY (2017:187) des exemples d'insertions telles que :

- (11) Corneille Nangaa est aujourd'hui pris « entre le marteau de l'opposition et l'enclume du pouvoir (*Le Pays* n°6750).

Cette expression défige l'expression originale (15) *entre le marteau et l'enclume*. On peut constater que l'expansion suit l'expression d'origine, mais altère une de ses caractéristiques fondamentales : il lui ôte son caractère générique. Dans l'expression originale, les mots « marteau et enclume » symbolisent une situation conflictuelle de façon générale entre deux camps protagonistes, et toute l'expression désigne alors le fait d'être entre deux intérêts, sans pouvoir éviter les coups d'un côté ni de l'autre. L'ajout des syntagmes « de l'opposition » et « du pouvoir » vient ainsi contextualiser l'expression en lui autant du coup son caractère général et conventionnel.

La locution (16) *enterrer la hache de guerre* souvent utilisée pour faire allusion à la fin d'une situation d'hostilité subit également très souvent cette expansion dans la presse : on a par exemple cette insertion de l'adverbe « définitivement » dans ce titre d'article:

- (12) crise intercommunautaire à Solenzo : la hache de guerre définitivement enterrée sous les auspices de Saran SÉRÉMÉ (*Le Pays* n°6798).

L'expansion (insertion de *définitivement*) vient renforcer cette idée avec une sorte d'insistance. Cette expression semble même avoir subi un défigement à un triple plan : « la hache de guerre définitivement enterrée » est la forme passive de l'expression. Au niveau de la passivation, le verbe agentif ou statif joue un rôle primordial par rapport au sens figuré de l'expression. Il y a également cette expansion par complémentation nominale avec le syntagme nominale « sous les auspices de Saran SÉRÉMÉ ». Ici le syntagme nouveau contextualise l'expression « enterrer la hache de guerre » en soulignant que cela a été possible grâce aux efforts de Mme Saran SÉRÉMÉ, alors Médiateur du Faso. C'est-à-dire donc qu'il existe divers procédés lexicaux et syntaxiques par lesquels le défigement se réalise pour adapter l'expression figée au contexte social et linguistique et à divers types de communication. Mais voyons à présent les situations où les expressions figées ont été employées dans leur forme originale.

4. Les expressions figées non défigées

Il y a dans le corpus certaines expressions figées qui ont été authentiquement employées sans aucune modification ni de leur structure, ni des éléments qui les composent. Certaines de ces expressions présentent des particularités qui s'opposent

à toute modification, quel que soit le contexte dans lequel elles sont employées. Il s'agit essentiellement du contexte unique, de la syntaxe marquée, du genre et du nombre des substantifs employés dans ces constructions.

4.1. Le contexte unique

Le contexte unique désigne le genre de mots qui ont un usage très restreint, du fait qu'ils ne sont utilisés que dans des expressions figées bien déterminées, c'est-à-dire que c'est toujours dans les mêmes constructions que le mot est utilisé par les locuteurs d'une langue donnée. C'est-à-dire donc que le locuteur n'imagine même pas que le mot puisse être employé dans un autre contexte, mais reconnaît intuitivement l'expression à laquelle il appartient. Pour parler comme SCHAPIRA (1999 :10), ce genre de mots « n'existe plus à l'état indépendant en français moderne », bien qu'ils aient une existence autonome. C'est le cas du lexème (18) *ores* dans le titre d'article :

- (13) Suspension des évaluations dans les établissements scolaires, c'est « une année blanche qui est d'ores et déjà programmée (*Le Pays* n°6757).

On a également (20) *azimuts* dans :

- (14) *Actualités au Faso : des attaques terroristes tous azimuts* (*Le Pays* n°6777),

ou encore (22) *fur* dans :

- (15) Promotion de la musique féminine au Burkina Faso : L'ABFAM entend jouer au fur et à mesure sa partition (*Le Pays* n°6796).

Les mots *ores*, *azimuts*, *fur*, ne s'emploient nulle part que dans les expressions citées ci-dessus, donc ne peuvent être remplacées par aucun autre dans ces expressions rendant du coup impossible toute tentative de défigement de celles-ci.

4.2. La syntaxe marquée

Un autre aspect lié aux expressions figées dans la presse et également non négligeable dans la graphie correcte de ces expressions est le cas où la syntaxe s'écarte des formes les plus courantes, déviances que SVENSSON (2004 :98) a choisi de rassembler sous le terme de « syntaxe marquée ». En effet, des phénomènes comme l'article zéro dans certaines expressions constituent des propriétés non modifiées dans les expressions figées relevées dans le corpus. Généralement un syntagme nominal sans article est rare voire fautif en français, pourtant plusieurs expressions figées à article zéro ont été relevées sans tentative de défigement. Ce sont entre autres :

- (16) Échanges à bâtons rompus avec les organisations féminines du Centre (*Le Pays* n° 6785),
(17) Éditorial : contre vents et marées (*Sidwaya* n°8806).

4.3. Le genre et le nombre des substantifs

Un autre cas de blocage morphologique concerne le nombre. Certaines expressions figées ne sont employées que dans une des deux formes : soit au singulier, soit au pluriel. Le changement du nombre des éléments, n'est pas accepté dans le cadre du figement. Lorsque l'expression est dans une de ces deux formes, sa transformation dans l'une ou l'autre forme n'est plus régie par la convention. Aussi, ce changement de nombre qui se présente comme une espèce de défigement morphologique ne nous semble pas bien efficace pour un locuteur qui cherche à jouer avec la langue car la réaction attendue probablement de l'interlocuteur est qu'il ne le remarque même pas ou ne réagisse pas devant un si minuscule détail, parce qu'on n'a vraiment pas souvent l'impression de changer le sens de certaines expressions comme dans l'expression (26) *tous azimuts* (*Le Pays* n° 6747) dont le passage au singulier donne (27) *tout azimut* ou encore (28) *à bâtons rompus* (*Le Pays* n°6785) qui mise au singulier devient (29) *à bâton rompu*. Cette espèce de défigement ne semble alors présenter aucun intérêt chez les journalistes dans la presse ce qui pourrait expliquer donc qu'aucun changement de nombre n'ait été observé dans le corpus soumis à l'étude.

Conclusion

L'insertion des expressions figées par les journalistes dans la presse écrite burkinabè se fait le plus souvent avec modification de l'expression conventionnelle : c'est le défigement. Les principaux procédés de défigement sont la substitution (phonétique, lexicale, syntaxique, par emprunt) et les insertions de morphèmes étrangers à l'intérieur de l'expression figée d'origine. Ces recours à diverses manipulations aboutissent à l'émergence de nouveaux sens dérivés des imbrications de sens dénotatifs, connotatifs et contextuels. Tout cela permet au journaliste d'outrepasser les contraintes normatives et conventionnelles du langage pour traduire de façon plus expressive sa position par rapport à l'actualité sociopolitique du pays.

Nous avons également pu constater au cours de cette analyse que certaines expressions figées employées dans le corpus analysé n'ont pas fait l'objet de défigement. Ce « non défigement » pourrait être dû d'une part au fait que le contexte discursif ne l'exige pas et d'autre part à la configuration morphosyntaxique de ces expressions. Ainsi les expressions formées autour d'un mot à contexte unique ou encore celles à syntaxe marquée relevées dans le corpus n'ont fait l'objet d'aucun défigement. Si un des objectifs de défigement dans la presse burkinabè est de rendre le message plus accessible en le réadaptant au contexte social et linguistique, l'on pourrait alors se poser la question (qui pourrait faire l'objet d'études ultérieures) si l'emploi de certaines expressions figées françaises n'altère pas le décodage du message chez certains lecteurs.

Bibliographie

- Grevisse, Maurice/ Goosse, André (2011). *Le bon usage* édition prestige, 15^e édition, Paris, De Boeck et Duculot.
- Lecler, Aude (2006). « Le défigement : un nouvel indicateur des marques du figement? », dans *Cahiers de praxématique*, n°46, Montpellier, Pulm.
- Mancabou, Nzalé B. Pascal (2017). *Étude des expressions figées du français au Sénégal: approches linguistique et sociolinguistique*, thèse de doctorat unique, École doctorale Arts, Cultures et Civilisations (Arciv) de la Faculté des Lettres et Sciences humaines de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar, Sénégal.
- Moon, Rosamund (2001). *Fixed expressions and idioms in English, a corpus-based approach*, Clarendon Press, Oxford.
- Schapira, Charlotte (1999). *Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules*, Paris, Ophrys.
- Solano, Ramon (2008). *Les ressorts de la manipulation phraséologique dans le discours journalistique en anglais : les procédés d'inversion*, Université de Limoges.
- Svensson, Maria Helena (2004). *Critères de figement et conditions nécessaires et suffisantes*, Oslo, Umea Universitet.
- Thun, Hélène (1975). « Quelques relations systématiques entre groupements de mots figés », dans *Cahiers de lexicologie*, Vol. 27, 2.

LE MIROIR DE L'UNIVERS À TRAVERS DES EXPRESSIONS TRADITIONNELLES EN FRANÇAIS

Marinela PETROVA
Université de V. Tarnovo, Bulgarie
marinela_vt@yahoo.fr

Résumé

La présente étude se propose de faire un tour d'horizon du monde au moyen des expressions françaises et de décrire les stéréotypes attribués aux différents pays à travers les expressions qui comportent des éléments lexicaux relatifs au domaine du tourisme comme les noms de pays, de nationalités, de villes ou de monuments. Parmi les unités étudiées on observe un grand nombre de comparaisons imagées dans lesquelles l'élément porteur de sens est le premier terme et le second terme de l'ensemble (le nom du domaine du tourisme) est sémantiquement opaque et a une valeur expressive.

Abstract

THE MIRROR OF THE UNIVERSE THROUGH TRADITIONAL EXPRESSIONS IN FRENCH

The purpose of this study tries to make an overview of the world by means of French expressions and to describe the stereotypes attributed to the different countries through the phraseologisms which include lexical elements relating to the field of tourism such as the names of countries, nationalities, cities or monuments. Among the units studied one observes a large number of pictorial comparisons in which the meaning containing element is the first term and the second term of the set (the name of the tourism domain) is semantically opaque and has an expressive value.

Mots-clés : *expression en français, phraséologisme, comparaison imagée*
Keywords: *French expression, phraseologism, comparison*

1. Introduction

Dans la littérature scientifique, les expressions sont étudiées selon leur étymologie, leur structure syntaxique, leur fréquence et leur sémantique. Elles sont répertoriées surtout dans les ouvrages lexicographiques et sont classifiées par ordre alphabétique à partir de l'un des termes principaux qui les compose. Mais il existe aussi d'autres manières de les étudier et de les regrouper à partir de différents

critères. Une étude sur la lexicologie de l'Université nationale de Kiev publie les principes de classification des expressions, à savoir : le degré de leur motivation, leurs fonctions communicatives et leur fonctionnement¹. Mojca Pecman (2004) étudie les principaux paramètres, perçus souvent en termes de critères, qui sous-tendent la typologie des expressions et aborde quelques-unes des classifications des auteurs d'origine diverse. L'auteure liste onze sections qui abordent les principaux critères régissant la classification des expressions. À la neuvième position elle cite des exemples de classification selon le critère sémantique : « Ce type de classement est fondé sur une approche onomasiologique de la langue tandis que son résultat se présente régulièrement sous forme d'une ontologie. » (Pecman 2004 : 140). Un classement similaire, selon les notions exprimées par les expressions, est fait par A. Aksamitov (1975) qui établit sept groupes thématiques tels que : la matérialité, la qualité, la quantité, l'état, les rapports, le mouvement, la communication externe, etc. Dans la littérature bulgare, les expressions sont divisées par Keti Nicheva (1978) en quelques groupes, selon l'image qui sert de comparant : de la description de l'homme (ses qualités, son caractère, son physique, etc.) ; des activités humaines (des actes, des réactions, des émotions, des rapports etc.) ; de la nature (le temps, l'espace, la météo) ; des adverbes pour préciser ou pour modifier le sens d'un verbe et le groupe de la quantité et du degré.

Le voyage, le tourisme, l'évasion sont des activités humaines et on retrouve leurs reflets dans les expressions figées. Dans cette perspective, nous nous sommes interrogés sur les stéréotypes attribués aux différents pays à travers les expressions qui comportent des éléments lexicaux relatifs au domaine du tourisme comme les noms de pays, de nationalités, de villes ou de monuments. En fait, la présente étude se propose de saisir et d'analyser les expressions comportant les dénominations de pays, villes, monuments et de faire un portrait (positif, négatif ou neutre) de ces nationalités en regroupant les traits nationaux à partir des expressions recensées dans les dictionnaires spécialisés. Cette analyse mettra en évidence le jugement des Français sur certains aspects de la vie et sur les traits des gens de plusieurs pays du monde, surtout de l'Europe : *beau comme un (dieu) grec*, pour des « hommes d'une beauté exceptionnelle », *soûl comme un Polonais* « complètement soûl » ou dans l'expression wallonne : *soûl comme toute la Pologne*. Ces étranges réputations varient d'une langue à l'autre et il y a toujours des opinions qui critiquent ou qui flattent les autres. Par exemple, dans les expressions en d'autres langues européennes, les grands buveurs sont associés à d'autres peuples : les Albanais disent *soûl comme un Serbe*, les Néerlandais - *soûl comme un Malais*, les Allemands - *gras comme la terre de Russie* et les Bulgares - *soûl comme un Cosaque*.

Le corpus comporte un grand nombre de comparaisons dont les comparants, exprimés avec un mot relatif au tourisme, jouent soit un rôle de complément intensif : *fumer comme un Turc* « fumer beaucoup » ou *madré comme un Normand* « très malin », soit un rôle de complément de manière : *une offre de Gascon* « une offre peu sérieuse ».

¹ URL : <https://studfile.net/preview/5115123/page:15/#31>

Le sens général de ces expressions se laisse plus ou moins révéler à travers le sens du premier élément. Parmi les expressions étudiées on observe un grand nombre de comparaisons imagées dans lesquelles l'élément porteur de sens est le premier terme et le second terme de l'ensemble (le nom de pays, de nationalité, de ville etc.) est sémantiquement opaque et a une valeur expressive. Son rôle est soit adjectival : *oncle d'Amérique*, dans le sens « oncle très riche », soit adverbial : *solide comme le Pont Neuf* « très solide ».

Selon la structure syntaxique, dans la classification des expressions comportant un élément relatif au nom de pays, de région, de ville, de nationalité ou d'origine, on compte un grand nombre d'expressions à base verbale : *répondre en Normand* « ne dire ni oui ni non » et à base adjectivale : *vieux comme le port de Rouen* « très vieux », suivies du groupe à base nominale : *une réponse de Normand* « une réponse ambiguë ; une réponse qui n'est ni oui, ni non » et du groupe des phrases toutes faites : *À Rome, fais comme les Romains* « Il faut se plier aux règles de l'endroit où l'on se trouve. » Quand on utilise le terme *locution*, nous faisons référence à la définition faite par Alain Rey et Sophie Chantreau (2007) qui la définissent comme « manière de dire », manière de structurer le discours. C'est pourquoi on parle de *locutions verbales*, *locutions adjectivales* et d'autres types de locutions. L'*expression* est cette même réalité comme « manière d'exprimer quelque chose ». Elle fait appel à une image.

Notre analyse démontre que plus de la moitié des expressions comportant des mots du micro champ lexical désignant les communautés humaines sont des locutions comparatives (LC) où les éléments clés jouent le rôle de second terme de la comparaison (comparant) dans leur sens figuré et ont une valeur expressive, émotionnelle *savant comme un Grec* « très savant ». On peut distinguer des locutions du type « nom de nom » : *une querelle d'Allemand* « une querelle sans sujet sérieux ; une querelle pour des raisons futiles ». Il y a des locutions nominales, où l'on peut remplacer le groupe prépositionnel « de nom » comportant l'élément touristique, par un adjectif d'intensité faible *une offre de Gascon* « une offre peu sérieuse ». Le second substantif est utilisé dans le sens figuré et le terme touristique ne désigne pas la même qualité selon qu'il se rapporte à un autre premier terme (p.ex. *faire une lessive de gascon* « retourner son linge pour donner l'illusion de la propreté »). Il y a donc des locutions partiellement figées car le premier terme garde le sens concret de l'unité : *vieux comme Rouen* « très vieux » ; il y a aussi des locutions soudées où le sens général ne se révèle pas à travers le sens de leurs mots-composants : *aller se faire voir chez les Grecs* « se faire renvoyer brutalement ».

Notre attention est attirée par les expressions comportant comme deuxième terme le mot *Suisse* qui ne veut pas dire le pays qui s'appelle la Suisse, ni ses habitants : *boire en Suisse/faire quelque chose en Suisse* « boire quelque chose seul ; manger quelque chose seul ; faire une action sans inviter ses amis ». Selon Gaston Esnault « (...) la locution viendrait des gardes suisses de l'Ancien Régime » et selon Lorédan Larchey², dans les expressions susmentionnées « le Suisse n'est pas

² URL : <https://www.expressio.fr/expressions/boire-faire-quelque-chose-en-suisse>

l'habitant du pays du même nom, mais le concierge ou le portier, selon l'ancienne dénomination qu'on donnait à cette personne ».

Parmi les unités étudiées on peut distinguer les formations du type « à la + adjectif féminin » pour introduire un complément de manière qui signifie « à la manière de, à la mode de » : *filer à l'anglaise* « partir sans dire au revoir ; partir sans se faire remarquer ; se retirer discrètement ». À l'instar des Français, les Hongrois et les Polonais emploient la même image *sortir à l'anglaise*, les Roumains - *filer à l'anglaise* et les Russes - *s'en aller à l'anglaise*. On ne va pas s'arrêter sur l'origine plus au moins certaine des expressions mais, pour cet exemple, il est curieux de savoir que les Anglais utilisent l'expression réciproque *to take French leave* « filer à la française » pour dire la même chose, mais « Il peut s'agir d'une vengeance relativement récente vis-à-vis du peuple d'Outre-Manche... »³. Les Allemands ont la même expression que les Anglais, ainsi que les Espagnols, les Portugais et les Grecs avec une expression synonyme *tourner à la française*.

2. Voyage au moyen des expressions imagées en-français

Dans cette section, nous faisons un voyage au moyen de ces expressions imagées comportant en français des termes relatifs aux pays et aux nationalités. Dans ce sens, le voyage pourrait être défini, par métaphore, comme un déplacement imaginaire dans l'espace et dans le temps, comme synonyme d'évasion de la pensée. On analysera comment les autres nationalités sont perçues par les Français et on fera des commentaires sur leur talent d'observateur du monde. Pour commencer on prendra une bonne image des Français qui est faite par Pierre Daninos dans son livre *Le Jacassin* utilisant le nom de nationalité (Français) comme comparé et comme comparant - des noms d'animaux « des domestiques du langage » : « *Le Français dort comme un loir, a une faim de loup, un œil de lynx, une vie de chien.* » (Daninos 1973 : 116).

2.1. La France

Il existe une liste de stéréotypes sur les différentes nationalités qui reposent sur les qualités personnelles de leurs représentants – que les Français sont de fins gastronomes, les Allemands sont disciplinés, les Italiens sont joyeux, les Brésiliens sont tous d'excellents danseurs, etc. Dans les expressions en français, parmi celles qui portent sur la France, ses villes et ses habitants, les plus connues sont celles qui sont liées au Pont Neuf. C'est l'unique monument dans tout Paris et dans toute la France qui sert d'image dans ces comparaisons et qui a une dénomination positive : *solide comme le Pont-Neuf* qui signifie « très solide ; en bonne santé ; vigoureux », du même sens : *aller, se porter comme le Pont-Neuf* « être en bonne santé ; très bien aller » et *connu comme le pont Neuf* « très connu ». Avec le même terme comme comparant, on peut citer une expression adverbiale de quantité qui signifie « très vieux » : *vieux (ou âgé) comme le Pont Neuf* et qui se dit tant pour des choses que pour des personnes. Une autre expression comparative qui porte sur la vieillesse

³ URL : <https://www.expressio.fr/expressions/filer-a-l-anglaise>

prend comme comparé la ville de Rouen et plus concrètement son port : *vieux comme le port de Rouen* « très vieux, obsolète ».

Un autre groupe d'expressions qui comportent l'appellation des habitants d'une ancienne province de la France est formé des locutions à valeur caractérisante avec le mot *Gascon*. Le Gascon est réputé comme « plaisant et habile, mais fanfaron et hâbleur »⁴ : *en gascon* « avec habileté », *fier comme un Gascon* « fierté poussée à l'extrême », synonyme de *fier comme Artaban* qui connaît plusieurs détournements, *promesse de gascon* « promesse excessive qui ne sera sans doute pas tenue », *offre de Gascon* « proposition peu sérieuse », et *faire une lessive de Gascon* « retourner son linge pour donner l'illusion de la propreté ». Ce sont les œuvres littéraires telles que *Les Trois mousquetaires* d'Alexandre Dumas et *Cyrano de Bergerac* d'Edmond Rostand qui ont popularisé les traits des habitants de la Gascogne et les ont immortalisés dans plusieurs expressions.

Les Gascons ne sont pas les seuls à être mal considérés dans les expressions en français. Les habitants de la Normandie sont représentés comme synonyme de personnes « rusées » ou « madrées » dans les expressions suivantes : *une réponse de Normand* « une réponse ambiguë ; une réponse qui n'est ni oui, ni non ; une opinion qui n'est pas tranchée ; réponse incertaine ; réponse peu précise », *une réconciliation normande* est une réconciliation simulée et *madré comme un Normand* « très malin ». Enfin, le manque de fiabilité chez les Français originaires des deux régions est exprimé dans le proverbe : *Garde-toi d'un Gascon ou Normand, l'un hâble, l'autre ment*.

L'image négative des habitants des régions susmentionnées est complétée par « l'injuste gloire » des pompiers de Nanterre dans les expressions *c'est un pompier de Nanterre*, pour marquer l'incompétence, ou *arriver comme un pompier de Nanterre* « lorsque tout est fini ».

Redescendant dans la région qui s'étend vers la frontière occidentale franco-espagnole, on note l'expression *courir comme un Basque* et ses variantes *aller du pied, marcher, trotter comme un Basque* pour « marcher vite et longtemps ». Cette construction adverbiale marquant la vitesse est bien connue parmi tant d'autres qui ont pour deuxième terme un nom d'animal (*courir comme un lièvre, un zèbre, une gazelle*) ou d'un phénomène naturel (*passer comme le vent, une ombre ; entrer comme une tornade, une bourrasque, etc.*).

Enfin on va citer l'expression bien connue *donner des coups de pied à la France* « parler français avec difficulté ; parler très mal le français », synonyme de *parler français comme une vache espagnole*. C'est une expression où la langue française est désignée par le nom du pays et lui donner des coups de pied qualifie négativement la manière de parler un mauvais français.

2.2. L'Allemagne

On quitte la France pour dresser un portrait de ses voisins en Europe et mener une réflexion sur leurs caractéristiques à travers les yeux des Français. Car les qualités des personnes et des objets des différentes origines décrites dans les

⁴ URL : <https://www.cnrtl.fr/definition/gascon>

expressions françaises sont mesurées par rapport aux impressions reçues par les Francophones : « Qui domine ses voisins est grand là où il domine. La grandeur est relative ; elle croit et décroît par comparaison. Ce qui sur le fleuve est vaisseau, est barque sur la mer ; le même gouvernail est trop grand pour un navire et trop petit pour un autre »⁵. Dans les expressions françaises, l'Allemagne est représentée par la toupie et la querelle : *une querelle d'Allemand* est « une querelle sans sujet ; une discussion subtile et presque inutile ». La locution *dormir, ronfler comme une toupie d'Allemagne* « ronfler fort ; dormir profondément » fait allusion au bruit de la toupie qui tourne sur elle-même tout comme les forts ronflements du sonneur qu'on les comparerait au bruit de ses cloches dans la locution *ronfler comme un sonneur*. L'expression *encore un que les Allemands n'auront pas* et ses variantes avec le transfert à d'autres nationalités (et leurs dérivés argotiques : *les Boches, les Prussiens* mais aussi *les Anglais*) désigne quelque chose que l'on boit ; quelque chose que l'on mange ; à propos de ce dont on bénéficie.

2.3. La Pologne

Toujours dans le domaine de la gastronomie, les Polonais servent d'image à des comparaisons qui caractérisent les grands buveurs *boire comme un Polonais* « boire avec excès » et *être gris, ivre, soûl comme un Polonais, ivre comme toute la Pologne* « être ivre au dernier point ». Il existe une dizaine d'expressions comparatives pour désigner « boire énormément » où le comparé est exprimé par un nom d'animal (une grive, un âne, un cochon, des tiques, une vache) ou un mot de métier (un cordelier, un musicien, un templier). Les Albanais comparent les ivres avec leurs voisins : *soûl comme Serbe*, les Allemands – avec la Russie : *gras comme la terre de Russie* et les Espagnols et les Bulgares – avec les Cosaques : *ivre comme un Cosaque*.

2.4. L'Angleterre

Pour ce qui est typiquement anglais, il y a des locutions comme *parc anglais, thé anglais, semaine anglaise* qui ne sont pas imagées. La locution à *l'anglaise* fait partie de certaines constructions adverbiales caractérisant le mouvement comme mentionné plus haut : *filer, s'en aller, s'esquiver à l'anglaise* et leur synonyme argotique *pisser à l'anglaise* « disparaître et ne pas revenir ». Dans le même registre, on peut citer l'expression *faire un lit à l'anglaise* « faire un lit à la hâte ». En français comme dans d'autres langues comme l'espagnol, le néerlandais, le grec, on dit *une douche écossaise* pour « un traitement très contrasté ». Et encore ce n'est pas seulement le Gascon qui est fier car on dit aussi *fier comme un Écossais* « avoir beaucoup d'orgueil ».

2.5. L'Espagne

Dans la phraséologie française, l'Espagne est célèbre par ses châteaux, symbole de projets chimériques, tout comme en anglais et en roumain : *bâtir*,

⁵ URL : http://agoraclass.fltr.ucl.ac.be/concordances/sen_luciliusV/

construire des châteaux en Espagne signifie « faire des projets irréalisables ». Comme l'origine de l'expression l'explique « Vouloir entrer dans un de ces lieux inaccessibles, c'était bien se lancer dans des projets irréalisables. »⁶. Reste à deviner pourquoi c'est justement ceux d'Espagne qui sont utilisés dans les expressions françaises car, dans d'autres langues, on en trouve des expressions avec le même sens, mais avec un comparant plus généralisé *construire des châteaux en l'air*. Toujours en rapport avec l'histoire, on trouve en français l'expression imagée avec l'adjectif *espagnol* : *auberge espagnole* pour « un endroit où l'on ne trouve rien que l'on n'ait soi-même apporté » ce qui est une caractéristique des anciennes auberges d'Espagne. Aujourd'hui l'expression a un sens plus large « toute idée ou situation où chacun trouve ce qui l'intéresse, ce qu'il comprend, en fonction de ses goûts, sa culture, ses convictions »⁷. Une autre expression très amusante, dont l'origine est un peu obscure et qui offre plusieurs explications pour sa forme, c'est *parler français comme une vache espagnole* qui signifie « parler très mal le français ». Enfin on va citer un vers burlesque, appliqué à des gens et à des choses d'Espagne, tiré de *La Périchole*, opéra célèbre de Meilhac et Halévy : *Il grandira, car il est Espagnol*, expression utilisée par extension pour l'épidémie d'influenza en Espagne sous la forme *La grippe grandira, car elle est espagnole*, si actuelle de nos jours.

2.6. L'Italie

Dans les expressions analysées, l'Italie ne figure qu'avec le nom de sa capitale – Rome. L'expression la plus fréquente est *Tous les chemins, toutes les routes mènent à Rome*. « on peut obtenir un même résultat de différentes manières ». L'autre expression, dont une variante existe avec le nom de la capitale française Paris : *Rome ne s'est pas faite en un jour. ; Paris ne s'est pas fait en un jour*. signifie « il faut du temps pour accomplir de grands projets ». C'est le nom de la capitale italienne qui apparaît dans l'expression très répandue dans le monde *À Rome, fais comme les Romains*. « obéir aux règles du pays dans lequel on se trouve » et ses variantes *À Rome, on fait comme les Romains* ou encore *il faut vivre à Rome comme à Rome*.

2.7. La Grèce

À part la référence à la civilisation de la Grèce antique, à la religion orthodoxe ou aux traits physiques ou moraux des habitants, dans les expressions imagées, les Grecs ont une réputation contradictoire. D'un côté, ils sont l'exemple de beauté et d'intelligence comme mentionné plus haut : *beau comme un (dieu) grec, savant comme un Grec* mais, de l'autre, ils dénotent la façon très impolie pour éconduire quelqu'un : *aller se faire voir chez les Grecs* « se faire brutalement répudier ; se faire éconduire désagréablement », ou reporter indéfiniment un acte : *payer, renvoyer, remettre aux calendes (grecques)* c'est-à-dire à une date très éloignée et si indéterminée qu'elle risque de ne jamais arriver. Avec un sens figuré,

⁶ URL : <https://www.expressio.fr/expressions/chateaux-en-espagne>

⁷ URL : <https://www.expressio.fr/expressions/une-auberge-espagnole>

l'expression *à la grecque* est utilisée dans les expressions : *vivre à la grecque* (vx) « vivre dans le luxe et la mollesse » et *soupe à la grecque* « mauvaise soupe ».

2.8. La Turquie

Les Turcs ne sont pas si présents dans la phraséologie française. L'expression la plus connue *fort comme un Turc* « très fort ; vigoureux ; robuste ; costaud » est reliée étymologiquement à l'histoire de l'Empire ottoman et, de là, *traiter quelqu'un à la turque* veut dire « traiter quelqu'un durement, rudement ». C'est probablement à la suite de cette image qu'apparaît l'expression *tête de Turc* « bouc émissaire » servant de cible lors des fêtes foraines du XIX^e siècle.

2.9. L'Afrique

Les expressions françaises quittent les frontières de l'Europe et prennent comme comparant les Arabes des pays de l'Afrique du Nord. Tout d'abord, l'expression issue de l'époque de la colonisation *un travail arabe* « un travail bâclé ; un travail mal fait » donne une image générale assez négative sur le travail fait par un Arabe. En contrepartie, les Néerlandais, pour juger un travail comme exécuté négligemment dans leur langue, utilisent la locution *à la manière française*, les Algériens - *orthographe française incertaine* et les Bulgares - *un travail de Tzigane*. Une autre expression moins péjorative et plus ironique, connue sous différentes formes dans les langues ci-après, donne en français *le téléphone arabe* « bouche à oreille ». Pourtant il s'agit d'une transmission entre personnes sans utiliser les nouvelles technologies. Avec des variantes *radio cour* (en espagnol) et *radio compagnon* (en portugais du Brésil), ou *le télégraphe de jungle* (en anglais), on trouve cette expression en anglais pour faire référence aux Chinois ou aux Indiens : *chuchotements chinois*, *le chuchotement indien*.

2.10. L'Asie

Dans la phraséologie française, le continent asiatique est représenté par les noms de deux langues dans l'expression *c'est du chinois ; c'est de l'hébreu* qui veut dire « c'est complètement incompréhensible ». Les Espagnols, les Grecs, les Hongrois, les Roumains et bien d'autres nationalités ont la même expression pour exprimer une chose incompréhensible. Pour les Allemands cela leur *semble être espagnol*, pour les Anglais et les Suédois - *c'est du grec* ou *du double hollandais* ; pour les Italiens – *c'est parler turc* ou *c'est Pays Arabe*. La motivation de ces expressions est claire – on ne comprend pas les différents caractères à l'écriture. En bulgare, l'idée d'une langue incompréhensible est reliée au patagon, la langue soit-disante de la Patagonie, une région géographique située à l'extrémité sud de l'Amérique du Sud dans les expressions : *c'est du patagon* ou *parler du patagon*.

2.11. L'Amérique

Les Français montrent leur talent de grands observateurs du monde dans les expressions suivantes reliées à l'Amérique et à son histoire comportant l'adjectif avec la même racine dans le sens « propre à ses habitants » : *œil américain* « œil vif,

observateur » ou le terme de police *faire l'œil américain* « suivre en regardant de côté ». En restant aux Etats-Unis, on note l'expression *oncle d'Amérique* « oncle très riche qui arrive à point pour payer les dettes ou arranger les affaires de son neveu ». Cette locution nominale repose sur l'image du personnage littéraire et cinématographique symbolisant la réussite financière des personnes parties en Amérique et qui y ont fait fortune. Le thème de l'argent est représenté dans une autre unité phraséologique : *Ce n'est pas le Pérou !* « Ce n'est pas grand-chose » qui vient du nom commun Pérou - symbole de richesse et qui a fait apparaître l'expression *gagner le Pérou* « grosse fortune, grosse somme d'argent » dont l'emploi est archaïque ou mal compris en français contemporain. Pour terminer, nous citons certaines expressions bien connues en plusieurs langues avec le qualifiant *indien* : *été indien, été des Indiens* « période de l'automne en Amérique du Nord où la température reste très agréable et les couleurs de la nature magnifiques »⁸ qui vient du français de Canada. Cet adjectif est relatif aux indigènes d'Amérique en non pas d'Inde et fait partie de la même expression en anglais, en italien, en roumain et en arabe. Etymologiquement liée à la population nomade dont les températures douces favorisent les migrations, cette locution est utilisée en bulgare sous la variante *été tsigane*. L'expression adverbiale *en file indienne* « à la queue leu leu ; l'un derrière l'autre » prend l'image des Indiens d'Amérique comme dans plusieurs langues européennes. Enfin, on note la locution *vaincre, briser le signe indien* « vaincre la malchance, briser le mauvais sort » qui d'après les sources, est une simple traduction de l'anglais.

3. Conclusion

En conclusion, nous pouvons dire que les expressions françaises comportant un nom de pays, de région, de ville, de nationalité ou de monument national sont très variées et servent à mettre en relief un trait spécifique à travers le regard des Français. L'élément touristique est partiellement ou entièrement désémantisé et caractérise quantitativement ou qualitativement le verbe, l'adjectif ou le nom auquel il fait référence.

Ensuite, ces expressions qui donnent une image du monde et de leurs habitants sont essentiellement situées en Europe et les plus nombreuses sont celles qui se rapportent aux représentants typiques de quelques régions ou de pays (les Gascons, les Normands et les Grecs), d'une ville (Rome) et d'un monument à Paris (le Pont Neuf). Les autres territoires et pays francophones d'Europe comme la Belgique wallonne, Monaco ou le Luxembourg ne figurent point dans ces unités, tandis que la Suisse, comme nous l'avons dit au début, est faussement identifiée par le nom de ses habitants qui coïncide avec le mot « concierge ou portier », selon l'ancienne dénomination qu'on donnait à cette personne. Dans les expressions répertoriées dans les dictionnaires ou sur les sites Internet spécialisés ne sont pas mentionnées les provinces francophones de Canada, ni les départements et régions d'outre-mer et leurs habitants. Leur rôle est essentiellement péjoratif pour souligner les traits négatifs des gens (les Gascons avec leur fierté, les Normands avec leur ruse, les

⁸ URL : <https://www.expressio.fr/expressions/l-ete-indien>

Polonais avec leur ivresse, etc.) en passant par la réputation contradictoire des Turcs et des Grecs pour arriver à l'éloge de la beauté de ces derniers et de leur sagesse.

Avec la présente étude, nous sommes loin de dresser un inventaire complet des expressions comportant des noms de pays, de nationalités, de régions ou de villes, mais en illustrant leur sens et leur emploi on espère que toutes ces expressions serviront aux apprenants pour bien les interpréter, construire des modèles mentaux et trouver leurs équivalents convenables lors de la traduction dans la langue cible.

Bibliographie

- Aksamitov, Анатолий Степанович. (1975). « Идеографический словарь и сопоставительная фразеология » dans *Ezik i literatura 1978/4* Keti Nicheva, *Tematichna karakteristika na fraseologizmite v bulgarskia ezik*.
- Daninos, Pierre (1973). *Le jacassin*, Paris : Le livre de poche.
- Grevisse, Maurice (1988). *Cours d'analyse grammaticale*, Paris : Duculot.
- Kyuvlieva, Vesa (1986). *Ustoychivite sravneniya v balgarskiya ezik*, Sofiya: BAN. (В.Кювлиева-Мишайкова, *Устойчивите сравнения в българския език*. София: БАН).
- Nazaryan, Armand (1965). *Obraznyye sravneniya frantsuzskogo yazyka*, Moskva: Nauka. Назарян, Арманд. *Образные сравнения французского языка*. Москва : Наука.
- Nitcheva, Keti (1978). *Tematichna karakteristika na fraseologizmite v bulgarskia ezik*. – *Език и литература*, 1978, № 4, с. 48-60
- Рецман, Мойца (2004). « L'enjeu de la classification en phraséologie » dans *Actes du congrès EUROPHRAS. Société européenne de phraséologie*, Université de Bâle, Baltmannsweiler : Schneider Hohengehren Verlag, pp. 127-146.
- Rat, Maurice (2014). *Dictionnaire des expressions et locutions traditionnelles*. Dictionnaire de référence, Paris : Larousse.
- Rey, Alain, Chantreau, Sophie (2007). *Dictionnaire des expressions et locutions*, Paris: Le Robert.

Ressources en ligne

- <https://dictionnaire.reverso.net/>
<https://www.cnrtl.fr/>
<https://www.expressio.fr/>
<https://www.expressions-francaises.fr/>
<https://www.expressio.fr/expressions/boire-faire-quelque-chose-en-suisse>

LE PROVERBE COMME STÉRÉOTYPE DOXAL

Anda RĂDULESCU
Université de Craiova, Roumanie
andaradul@gmail.com

Résumé

Le proverbe, en tant qu'élément important du patrimoine immatériel d'une communauté, dépositaire de la sagesse ancestrale, joue un rôle considérable dans toute langue-culture, tant du point de vue cognitif que culturel. Puisant dans la doxa, concept fondé sur un savoir partagé et sur une opinion commune, le proverbe se manifeste comme un stéréotype de langue et de pensée, dans la mesure où un énoncé imagé, analysable sous l'aspect formel et sémantique, remplace graduellement une combinaison individuelle libre, plus « neutre », se fige dans la langue et acquiert souvent un sens formulaire, figuré. Illustrant une représentation collective, les stéréotypes de langue renvoient à des stéréotypes de pensée qui, n'ayant pas de forme fixe, sont repris par les usagers d'une langue sous des formes diverses, tant au niveau de la structure que des figures de style. Le fait que pour des raisons ludiques, stylistiques, publicitaires on peut déformer, changer, détourner les proverbes prouve que la doxa n'est pourtant pas un savoir immuable et que le proverbe est en même temps un facteur qui assure sa pérennité, mais aussi son rajeunissement.

Abstract

THE PROVERB AS A DOXAL STEREOTYPE

The proverb, as an important part of the intangible heritage of a community, repository of ancestral wisdom, plays a considerable role in any language-culture, both cognitively and culturally. Drawing on doxa, a concept based on shared knowledge and common opinion, the proverb manifests itself as a language and cognition stereotype. As a pictorial statement, which can be analysed formally and semantically, it gradually replaces a free individual combination, more "neutral", freezing in the language and often acquiring a formal, figurative meaning. Illustrating a collective representation, the language stereotypes reflect cognition stereotypes which, having no fixed form, are taken up by the users of a language in various ways, both in terms of structure and figures of speech. Proverbs can be distorted, changed, twisted for playful, stylistic or advertising reasons, which proves that doxa is not, however, an immutable knowledge and that the proverb is, at the same time, a factor which ensures its durability, but also its rejuvenation.

Mots-clés : paremiologie, doxa, stéréotype, proverbe, pérennité, rajeunissement
Keywords: paremiology, doxa, stereotype, proverb, sustainability, rejuvenation

1. Introduction

Concept véhiculé dans plusieurs domaines (typographie, art, sociologie, anthropologie, linguistique), le stéréotype a fait déjà l'objet des recherches qui s'enchaînent depuis une trentaine d'années, dont les résultats ont été publiés dans des ouvrages¹ qui ont essayé d'apporter des précisions dans le flou terminologique de la stéréotypie². Prenant comme point de départ la communication de Schapira au Congrès mondial de Linguistique française de 2014, nous allons essayer de prouver que le proverbe³, en tant que dépositaire d'une morale, d'une série de valeurs et de normes de conduites unanimement reconnues et acceptées par une communauté, a pour rôle de fixer, à travers des stéréotypes langagières et de pensée, une doxa formée d'opinions, de préjugés, de présuppositions généralement admises, sur lesquelles se fonde toute forme de communication. Notre but est de vérifier si les préceptes doxaux, exprimés d'abord de façon plus ou moins imagée, ont été fixés dans des proverbes compositionnels (littéraires) et/ou formulaires (métaphoriques). Nous nous proposons donc de montrer que l'opinion commune, cristallisée dans des stéréotypes de pensée et exprimée par des stéréotypes de langue, est restituée ensuite à la doxa, « renforcée et doublement motivée du fait de son intégration dans le lexique » (Schapira, 2014 : 75). De la sorte, nous avançons l'hypothèse que le rôle du proverbe n'est pas uniquement de pérenniser la doxa, mais aussi de la rajeunir et l'enrichir, par des variantes du même sens ou de sens similaire. De même, nous mettrons en évidence l'autorité de la doxa, son emprise sur le mental de la collectivité, toutes les fois qu'un stéréotype intègre le discours d'une personne faisant partie d'une communauté qui partage la doxa, mais qui est « exonérée de toute responsabilité éthique ou idéologique » (Delorme, 2015 : 209), lorsqu'elle rapporte une signification supposée consensuelle, existant en dehors de ses propos. C'est la raison pour laquelle bon nombre de proverbes/énoncés proverbiaux sexistes, ethniques, religieux subsistent encore, malgré l'évolution des mœurs, de l'ouverture vers l'Autre et des lois anti discrimination en vigueur. L'emploi fréquent des proverbes

¹ Nous ne rappelons que ceux d'Amossy 1991, 1997, 1998, Dubois 1997, Mejri 1994, Kleiber 1989, Schapira 1999, 2000, 2014, Szende 1999, Anscombe 2001, Saïd 2006, 2010, etc.

² Le stéréotype est en relation étroite avec le figement, la routinisation, le cliché, les idées reçues, etc. Paveau (2013) rapproche le stéréotype du préconstruit, qu'elle considère un hypéronyme d'un ensemble de formes discursives, stylistiques ou cognitives telles que : clichés, stéréotypes, lieux communs, idées reçues, poncifs, doxa, topoï, préjugés, archétypes, mythes, banalité, code, forme fixe, etc. (Présentation du Séminaire des doctorants de Marge, 30 oct.2013, [http:// teteschercheuses.hypotheses.org/1019](http://teteschercheuses.hypotheses.org/1019)).

³ Nous mentionnons que nous ne faisons pas de distinction entre les parémies savantes et les parémies populaires, ni entre les diverses catégories parémiologiques (maxime, aphorisme, axiome, proverbe, dicton, adage, phrase proverbiale, etc. – voir Julia Sevilla Muñoz 1995) et nous utiliserons partout les termes *proverbe* ou *énoncé proverbial*.

dans le discours est une preuve qu'il constitue un élément immatériel du patrimoine culturel d'une communauté et qu'il reflète, à travers les époques, une manière spécifique de penser et de se rapporter aux autres, son rôle cognitif et culturel étant donc incontestable.

2. Rappel d'éléments définitoires

Pour faciliter notre démonstration, nous estimons utile de rappeler brièvement les concepts opérationnels sur lesquels nous nous appuyons, compte tenu du flou terminologique et de la diversité des sens acquis en fonction du domaine d'utilisation.

2.1. Le proverbe

Dans l'ouvrage *Stéréotypie et figement*, Anscombre (2015 : 18) énumère sept caractéristiques du proverbe :

- (i) Le proverbe/parémie/forme sentencieuse⁴ est le reflet de la sagesse populaire et représente un savoir d'origine ancestrale et expérimentale⁵.
- (ii) Il est bref et souvent métaphorique⁶.
- (iii) Il est de création orale et spontanée, d'où son caractère vulgaire et sa structure linguistique pauvre, et renvoie à des objets et des coutumes obsolètes⁷.
- (iv) Il se transmet fidèlement de génération en génération, d'où la présence d'éléments et de structures archaïsantes⁸.

⁴ Chez d'autres linguistes on les retrouve sous l'appellation d'*énoncés proverbiaux* (Ben Amor 2006 : 261) ou de *formules parémiques* (2006 : 264).

⁵ Nous allons revenir sur cet aspect dans la présentation des catégories de la doxa. Pour Georges Kleiber (1989 : 232-252) la généralité du proverbe est assimilée à une « dénomination » de situations génériques, en ce sens que le proverbe est une unité polylexicale codée et figée, possédant à la fois une certaine rigidité de forme, fixité référentielle et stabilité sémantique, traduites par un sens préconstruit, fixé par convention, et qui indique l'appartenance à une communauté linguistique. La dénomination est donc une opération qui a pour but de ranger des occurrences de référents et plus spécifiquement des situations. Partageant l'avis unanime, Kleiber estime que le sens du proverbe ne peut pas être calculé à partir des unités qui le composent, parce qu'il est « donné par avance », étant « fixé par convention pour tout locuteur ».

⁶ *Qui a bu, boira*, dont le sens est qu'il est difficile de renoncer à ses anciennes habitudes.

⁷ Expression pauvre et condensée dans *À beau mensonge, longue mémoire*; objets et coutumes obsolètes dans *Il ne faut pas avoir la conscience large comme la manche d'un cordelier* (= Il ne faut pas être peu scrupuleux), *Un buveur de genièvre ne meurt jamais jeune, Le fuseau doit suivre l'hoyau*.

⁸ Expressions archaïsantes: *Qui fait fi de la morale, porte atteinte à sa valeur; Il faut penser deux fois si l'on peut conquérir la ville sans coup férir*. Quant aux tournures qui marquent une évolution évidente de la langue, Anscombre (2015: 19) mentionne l'apparition des structures de type *Prép. + qui* à la place du simple *qui*, son exemple étant *Tout vient à point qui peut attendre* (Cotgrave 1611, Oudin 1640 cités par Anscombre) → *Tout vient à point à qui sait attendre* (actuellement).

- (v) C'est une expression figée⁹.
- (vi) Il est généralement bimembre¹⁰.
- (vii) Il présente des caractéristiques métriques qui sont en fait des procédés mnémotechniques¹¹.

Il souligne également que :

[...] l'examen du parcours diachronique des formes sentencieuses montre une grande instabilité de ces formes. Elles apparaissent, disparaissent, sont modifiées, rallongées, tronquées, transformées. Les seules par ailleurs qui « bougent peu » et peuvent présenter des structures archaïques ou archaïsantes sont celles des parémies qui sont effectivement figées (Anscombe 2015 : 19).

Pour d'autres (François Suard et Claude Buridant), c'est le caractère autonome du proverbe qui devrait être également retenu pour caractériser un énoncé proverbial :

« Prêt à penser » ou « moralité en boîte », condensent dans une réduction généralisante l'autorité morale ou l'expérience référée à la norme, le « proverbe » se présente généralement comme un énoncé autonome ou micro-récit ayant une organisation logique - régie fondamentalement par le principe d'implication -, de structure formulaire, caractérisée par des traits prosodiques et sémantiques, en rupture du discours continu. (Suard & Buridant, 984 : 2)

2.2. Le figement

Une forme sentencieuse est figée en raison de son blocage grammatical, où, comme le précise Gaston Gross « Une séquence est figée du point de vue syntaxique quand elle refuse toutes les possibilités combinatoires et transformationnelles. [...] Elle est figée sémantiquement quand le sens est opaque ou non compositionnel » (1996 : 154).

Comme toute séquence figée, le proverbe/l'énoncé proverbial se caractérise par la suspension des transformations (exemples empruntés à Ben Amor, 2006 : 263) et à Anscombe, 2015 : 24) :

- passivation : *À l'œuvre on connaît l'ouvrier.* → **L'ouvrier est connu à l'œuvre.*
- topicalisation : → **L'ouvrier, on le connaît à l'œuvre*
- variation (des constituants) en nombre : *Le mur a des oreilles.* → **Le mur a une oreille.*

⁹ Le degré de figement est pourtant variable, compte tenu du fait que certains proverbes acceptent des transformations, ajouts, etc. L'ex. d'Anscombe (2015: 20) est *Il ne faut jamais remettre au lendemain ce (qu'on fait + ce qui peut être fait) le jour même* et *Les cordonniers sont les plus mal chaussés/ C'est toujours les cordonniers qui sont les plus mal chaussés.*

¹⁰ *Qui veut noyer son chien, l'accuse de la rage.*

¹¹ D'habitude la rime et le rythme aident à la mémorisation des proverbes: *À la chandelle, la chèvre semble demoiselle ; Au temps où chante le coucou / Le soir sec, le matin mou ; Quand vient la gloire, s'en va la mémoire.*

- remplacement par un synonyme : *Aux grands maux, les grands remèdes.* → **Aux grands maux, les grands médicaments* ; *L'argent n'a pas d'odeur.* → **L'argent est inodore.*
- changement de l'ordre des mots : *Qui vole un œuf, vole un bœuf.* → **Qui vole un bœuf vole un œuf.*
- ajouts d'éléments : *On se heurte toujours où l'on a mal* → **On se heurte toujours où l'on a mal et où l'on fait souffrir* ; *C'est en forgeant que l'on devient forgeron.* → **Depuis lors, c'est en forgeant que l'on devient forgeron.*

Une séquence est donc figée non seulement en raison de sa conventionnalité¹² et de son inflexibilité, mais aussi de son opacité¹³, car, dans la plupart des cas, le sens des énoncés proverbiaux est métaphorique, imagé, difficile à comprendre surtout lorsque les pratiques de certains métiers changent. Ainsi, comme de nos jours on abat les arbres avec des scies électriques, les bûcherons ne se servent plus de cognées et un énoncé proverbial tel que *Il ne faut jamais jeter le manche après la cognée* dont le sens est de renoncer à quelque chose par dépit¹⁴, pourrait passer pour assez obscur. De même, dans *Petite pluie abat grand vent*, c'est la pluie qui symbolise la douceur et le vent, la violence, alors que les adjectifs *petite* et *grand* sont utilisés pour renforcer l'idée qu'un peu de douceur apaise un comportement.

Ayant un caractère plus ou moins figé¹⁵, littéral¹⁶ ou métaphorique, tous ces énoncés proverbiaux sont stéréotypés, fixés par l'usage à force d'être répétés plusieurs fois et devenus ainsi des automatismes linguistiques et/ou culturels¹⁷.

¹² Le locuteur ressent qu'il y a une relation entre les mots qui forment une unité (Svensson, 2004 : 17).

¹³ Ben Amor montre qu'il y a également des énoncés proverbiaux qui ont une signification compositionnelle, littérale et transparente. Ses exemples sont: *Les grandes douleurs sont muettes*, dont le sens est que « l'extrême souffrance morale ne fait entendre aucune plainte » et *Les bons comptes font les bons amis*, qui veut dire que « pour rester amis, il faut s'acquitter exactement de ce que l'on doit à l'autre » (2006 : 236-264).

¹⁴ D'une façon plus générale, on peut interpréter cet énoncé proverbial comme un conseil de ne pas se décourager devant les difficultés de la vie.

¹⁵ En ce sens, Anscombe (2015 : 24) distingue entre les énoncés situationnels, qui commentent la situation, tels que *Il a coulé de l'eau sous les ponts* et *Il y a anguille sous roche* qui sont proches d'énoncés événementiels, et qui supportent des marques déictiques et circonstancielles (*Depuis lors, il avait coulé de l'eau sous les ponts* ; *Attention, là, il y a anguille sous roche*) et les énoncés parémiques proprement dits, qui sont gnomiques, donc de nature intemporelle : **Attention, là, il faut battre le fer quand il est chaud* ; **Depuis lors, c'est en forgeant qu'on devient forgeron.*

¹⁶ *Il faut qu'un menteur ait bonne mémoire*; *Les fautes du médecin, la terre les recouvre*; *Pluie du matin / En juillet est bon vin.*

¹⁷ *Qui aime Bertrand, aime son chien*; *Il a un œil à Paris et l'autre à Pontoise*. Les anthroponymes et les toponymes connotent une certaine aire culturelle. Ces énoncés ont également des variantes plus générales, non connotées culturellement: *Qui m'aime, aime mon chien*; *Il a un œil qui dit zut à l'autre / Il a un œil qui joue au billard et l'autre qui compte les points* (voir aussi Rădulescu, 2013: 61-62).

2.3. Le stéréotype

Désignant au début un « cliché métallique en relief obtenu à partir d'une composition en relief originale » (TLFi), ce terme a été adopté au XIX^e siècle dans le domaine de la photographie, parce que du négatif on pouvait tirer par la suite des images en série. Ensuite, ce mot a été utilisé dans d'autres domaines, comme la psychologie et la linguistique. Ainsi, dans un sens figuré, le stéréotype réfère à une:

« Idée, opinion toute faite, acceptée sans réflexion et répétée sans avoir été soumise à un examen critique [...] et qui détermine, à un degré plus ou moins élevé, ses manières de penser, de sentir et d'agir » ;

« Association stable d'éléments, groupe de mots formant une unité devenue indécomposable, réemployé après avoir perdu toute expressivité... » (TLFi).

Schapira remarque, à juste titre, que « les trois sens dominants indiqués par le TLF comme appartenant à des domaines différents d'activité (imprimerie, psychologie/sociologie, linguistiques/stylistique) représentent, en réalité, grosso modo, les définitions du stéréotype dans son sens littéral, du stéréotype de pensée et du stéréotype de langue » (2014 : 66). Et, comme les stéréotypes de pensée reposent sur des idées toutes faites, sur des « prêts-à-penser », il s'impose de voir qu'elle est la place qu'elles occupent dans le cadre de la doxa, envisagée comme un ensemble d'opinions, de préjugés communs ou individuels, de présuppositions généralement admises et évaluées positivement ou négativement, sur lesquelles se fonde la communication.

2.4. La doxa

La doxa se fonde sur deux catégories génériques, à savoir sur *un savoir partagé* et sur *une opinion commune* des usagers d'une langue.

a) **Le savoir partagé** est également appelé « science populaire » (Anscombe), une sorte de « fondement sur lequel se construit et s'échafaude toute la connaissance individuelle acquise par un être humain au cours de sa vie » (Schapira, 2014 : 68). Pour Paveau c'est « ce qui va sans dire ». En d'autres mots, ce concept porte sur nos connaissances primaires, assimilées à base d'observation, d'expériences personnelles, de pratiques transmises verbalement ou non verbalement, bref c'est un savoir pré-encyclopédique reposant implicitement ou explicitement sur la tradition et le folklore. Ainsi, il n'est pas nécessaire de justifier qu'avec un coup de main on réussit à réaliser plus facilement une tâche (*Un peu d'aide fait grand bien*), que les amis sont importants parce que prêts à aider (*Il est bon d'avoir des amis partout*), que souvent ils nous sont plus proches que nos parents (*Un bon ami vaut mieux que cent parents*), que le malheur est le test de l'amitié (*La véritable amitié se voit dans le malheur*), que l'amour arrive par se faire révéler (*Amour se montre là où il est ; on a beau être discret, nul ne peut longtemps le cacher*), qu'*Il n'y a pas de fumée sans feu*, que celui *Qui sème bon grain recueille bon pain*, etc. Ce savoir partagé n'est pas mis en doute, même si parfois il y a des contre-exemples dans la vie quotidienne, mais qui sont considérés des exceptions. Par exemple, l'emploi de la violence peut se justifier dans certaines situations (cas

concrets de violence révolutionnaire ou de maintien de l'ordre public), contrairement à la morale de la fable de La Fontaine, *Plus fait douceur que violence*. De même, la beauté physique accroche les regards, elle est visible, elle n'est pas comme la beauté intérieure, celle de l'âme, que l'on met du temps pour découvrir (*La beauté ne se voit qu'avec les yeux de l'âme*).

En revanche, le savoir encyclopédique d'un individu se fonde sur des acquis fondamentaux auxquels s'ajoutent des connaissances acquises par éducation et lectures. Ainsi, le proverbe *Du savoir vient avoir* renforce l'idée que pour mieux gagner sa vie il faut avoir des études solides et une bonne instruction. Mais tout savoir est le résultat d'un effort et d'un long travail (*L'instruction est un trésor et le travail en est la clé*). De même, des choses bien apprises pendant la jeunesse on profite toute sa vie (*Ce qu'on apprend au berceau dure jusqu'au tombeau*). Et enfin, pour obtenir de bonnes récoltes en plus d'un fertilisant, il faut un labour et des travaux agricoles adéquats exécutés à temps (*Engrais, que le labour ne suit, pour exploiter point ne suffit*).

b) L'opinion commune, ou « ce qui va de soi » (Schapira, 2014 : 69) porte exclusivement sur les humains et leurs aspects sociaux et psychologiques (vie, appartenance sociale, relations entre eux, liens avec la nature et le monde). C'est « le domaine des représentations collectives, source des opinions individuelles, des préjugés, des superstitions » (Schapira, 2014 : 68). Pour Fournier ces représentations font partie d'une série de schèmes d'interprétation de la réalité quotidienne dont nous disposons, formés d'« éléments sémiotiques préfabriqués¹⁸, emblématisés par la communauté qui les produit et les nourrit. Ces schèmes interprétatifs sont précisément les stéréotypes » (2010 : 50), leur ensemble pouvant « être considéré comme signifiant, assurant [ainsi] l'inscription dans le patrimoine culturel d'un groupe » (Delorme, 2015 : 205). Et même si les savoirs encyclopédiques de tout un chacun ne sont pas généralisables, objectivables ou marqués explicitement dans le discours, les formes figées telles que les clichés et les stéréotypes portant sur des représentations collectives « sont analysables linguistiquement parlant, car ils appartiennent à un trésor lexico-discursif marqué en langue et souvent lexicographié, dans les dictionnaires notamment » (Paveau, 2017 : chap. 2). En plus, l'élément culturel a un poids considérable dans le cadre des stéréotypes de chaque langue, preuve que le linguistique et le culturel s'enchevêtrent dans le stéréotype, de sorte qu'on réalise

[...] un pont entre domaine cognitif et domaine culturel : son maniement, on le sait, relève à la fois de la maîtrise du schème interprétatif donné, des relations culturelles instituées et de son dépassement, au cœur d'une dialectique entre le maintien et le

¹⁸ Pour d'autres linguistes (Henry 1975, Marandin 1993, Adam 1999, Paveau 2017) ce sont des préconstruits culturels qui ne s'incarnent pas dans des segments langagiers et qui ne sont pas définissables comme « une opération langagière, lexicale, sémantique, syntaxique ou énonciative. Il s'agit plutôt d'un mode de relation entre les productions discursives et leurs extérieurs, même si cette relation est élaborée au niveau linguistique » (Paveau 2017, <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01672261>).

rejet. Outils d'investigation présents dans la mémoire de l'individu engagé dans un acte de communication, les stéréotypes apparaissent comme ce qui permet de relier tout message reçu ou produit à l'univers des expériences familières [...]. (Demougin, 2010 : 82)

C'est par ailleurs ce qui explique la présence, dans les vocabulaires de toutes les langues, d'énoncés proverbiaux et d'expressions qui véhiculent des stéréotypes ethniques, religieux ou sexuels. Par exemple, en Roumanie, les groupes ethniques sur lesquels portent des jugements stéréotypés xénophobes sont les Gitans (*Ce n'est que de loin que le Gitan est un homme, Tous les Gitans ne valent pas un chrétien, Le Gitan reste Gitan même le jour des Pâques*¹⁹) et les Juifs (*se lamenter comme un Juif, avoir une tête de Juif, être avare comme un Juif*²⁰, etc.), alors que les femmes sont le sexe le plus discrédité (*La femme est un animal à cheveux longs et idées courtes, La femme est un panier percé, La femme est soit miel soit fiel; si parfois elle devient fiel, jamais ne devient miel ; À la femme sottte, nul ne s'y frotte*, etc.)²¹. Toutes ces opinions dévalorisantes, d'abord individuelles, se sont généralisées et banalisées au cours du temps et sont devenues des vérités incontestables, des stéréotypes dont la fonction est « d'affirmer ou plutôt de confirmer des propositions paraissant évidentes aux yeux de la communauté » (Fournier, 2010 : 54).

3. Du stéréotype de langue au stéréotype de pensée et vice-versa

3.1. Les stéréotypes de langue

Défini comme un « modèle initialement unique qui, en se multipliant, a perdu son originalité » (Schapira, 2014 : 70), le stéréotype de langue est une sous-classe des expressions figées, basé sur des combinaisons individuelles libres, qui, ultérieurement, se sont fixées dans la langue. Nous nous limitons à quelques exemples :

- (1) sur les chiens qui aboient sans savoir pourquoi on a créé l'expression figée *aboyer à la lune* qui signifie « crier hors de propos, proférer des menaces vaines » ;
- (2) *acheter chat en poche* = « acheter de confiance et être trompé par le vendeur » ;
- (3) *parler français comme une vache espagnole* = « parler le français de façon incompréhensible » ;
- (4) *prendre la poudre d'escampette* ou *prendre ses jambes à son cou* = « prendre la fuite, se sauver à toutes jambes » ;
- (5) *ressembler à l'âne de Buridan* = « personne indécise » ;
- (6) *tête de Turc* = « souffre-douleur, personne en butte aux sarcasmes » ;
- (7) *gueux comme un rat d'église* = « très pauvre, contraint à la mendicité ».

On peut facilement remarquer l'expressivité des ex. 1-7, pour lesquels la langue dispose d'équivalents plus « neutres », de longueur variable, allant d'une seule unité (par ex. *besogneux, victime, hésitant*, etc.), jusqu'à toute une séquence

¹⁹ L'équivalent de ce dernier est *Qui a bu, boira*.

²⁰ Les équivalents français sont : *verser des larmes de crocodiles, être malin comme un singe, être avare comme un rat*.

²¹ Rădulescu 2015, 2013.

(*acheter sans examiner l'objet, parler très mal une langue, s'enfuir vite, etc.*). Les usagers d'une langue se servent des trouvailles stylistiques de ces expressions justement pour leur caractère imagé, mais qui, à force d'être utilisées couramment dans le discours, ont fini par s'éroder et perdre de leur originalité. Le résultat a été une lexicalisation, une banalisation de l'expression, une stéréotypie « intégrée à la langue, [devenue] ainsi un item lexical à part entière » (Schapira, 2014 : 71).

Du point de vue linguistique, les stéréotypes de langue sont analysables tant sous l'aspect formel, que sémantique. Ainsi, la plupart de ces expressions sont formées à base verbale (ex. 1-5) + déterminant (objet direct ou circonstanciel) ; d'autres sont des structures nominales de type *N de N* (ex.6), alors que les expressions figées à valeur intensive (ex. 7) sont, pour la plupart, de type *Adj. + comme + N/V* (*bête comme ses pieds, maigre comme un clou ; bête à pleurer/ à faire peur*). Sémantiquement, elles reposent sur des figures de style variées (comparaisons, personnifications, métaphores), qui leur confèrent la force expressive et le coloris caractéristiques. Pour le linguiste, l'intérêt du stéréotype réside non seulement dans sa forme, construite selon un certain schéma²², mais aussi dans ses conditions d'emploi et dans les fonctions qu'il remplit dans la structuration du discours. En ce sens, Delorme (2015) souligne la triple importance des stéréotypes :

- a) rôle cognitif et culturel grâce au figement et à la rémanence qui leur sont attribués ;
- b) possibilité de les défiger, de les déproverbialiser, dans des buts ludiques ou prosodiques ;
- c) fonction de « garants d'enchaînements argumentatifs décrits dans les versions successives de la théorie de l'argumentation dans la langue » (Delorme, 2015 : 202).

3.2. Les stéréotypes de pensée

Par rapport à la stéréotypie de langue, la stéréotypie de pensée n'a pas de forme fixe, elle peut s'exprimer par des séquences plus ou moins larges dont le contenu est similaire, mais pas nécessairement exprimé sous la même forme. C'est exactement ce que souligne Schapira en affirmant que « Le stéréotype de pensée est susceptible d'être repris par différents locuteurs et même par un locuteur unique, de manières diverses et stylistiquement variées » (2014 : 70). Ainsi, pour illustrer le concept d'action et de réaction à un fait, attitude ou événement, on utilise toute une série d'expressions figées qui ont gagné le statut d'énoncés proverbiaux (ex : *À*

²² a) Forme binaire, verbale ou averbale : *À chose faite, conseil pris ; Achète en foire et vends à la maison* ; b) Phrases simples ou complexes : *Acompte n'est pas compte ; À la montée ne me presse, à la descente ne me monte, dans la plaine ne m'épargne, dans l'écurie ne m'oublie, tu auras un cheval pour la vie* ; c) Deux principales ou une subordonnée + une principale : *Couche-toi sans souper et tu te trouveras le matin sans dettes ; Qui a faim, mange tout pain ; Comme tu fais, on te fera ; Quand la cage est faite, l'oiseau s'envole* ; d) Phrases assertives, négatives, interrogatives, impératives, exclamatives, etc. : *Quand le vase est plein, il faut qu'il déborde ; Prière de fou n'est point écoutée ; Préparez-vous au pire en espérant le mieux ; Mauvaise question? Mauvaise réponse!*

corsaire, corsaire et demi ; À Normand, Normand et demi ; À méchant, méchant et demi ; À menteur, menteur et demi ; À dure âne, dure aiguillon ; À grosse enclume, gros marteau ; À méchant cheval, bon éperon ; À bon chat, bon rat ; À pain dur, dent aiguë ; À chair de chien, sauce de loup ; À menteur, menteur et demi ; Chair de loup, dents de chien ; Tel loup, tel chien). Ou encore, pour caractériser le comportement d'une personne qui demande tout le temps ou trop de choses, le français dispose d'une série synonymique comme : *Si on lui donne un doigt, il en prend long comme le bras ; Si vous lui donnez un pied, il vous prendra la jambe ; Si vous lui donnez un pied il en prendra quatre ; Donnez-lui grand comme le doigt, et il en prendra long comme le bras ; Laissez-lui mettre un pied dans le plat, il en aura bientôt mis deux*.

Ces formules fixes à valeur proverbiale expriment donc une opinion commune qui ne fait plus l'objet d'un examen critique et qui s'héritent d'une génération à l'autre, par l'inertie de la tradition. Dans leur cas on ne met plus en cause la justesse des idées qu'elles véhiculent, parce que « les proverbes se nourrissent des deux composantes doxales » (Schapira, 2014 : 71), ils sont le reflet des stéréotypes de pensée d'une communauté et on ne pose pas le problème de l'adhésion de l'utilisateur au point de vue qui y est exprimé.

Certaines catégories d'énoncés proverbiaux n'ont qu'un sens littéral, tiré du savoir commun, qui portent sur²³:

- les phénomènes météorologiques : *Après la pluie, le beau temps ; Noël au balcon, Pâques aux tisons ; Quand il pleut à la Saint Médard, il pleut quarante jours plus tard*.
- les travaux agricoles : *Labour d'été vaut fumier ; Tu peux semer sans crainte / Quand arrive la Saint-Hyacinthe ; Un pré bien soigné rapporte plus qu'un blé*.
- les tautologies : *Une femme est une femme ; Trop, c'est trop ; Il faut semer pour moissonner*.
- les superstitions : *Mariage pluvieux, mariage heureux ; Ne jamais passer sous un chat noir ; S'il pleut pour l'Assomption / Tout va en perdition*.

Ils ne se prêtent pas à une double lecture, littérale et figurée, malgré que la question de la figuralité soit un ingrédient important pour la proverbialité, mais pas indispensable. Cependant, dans bon nombre d'énoncés proverbiaux, le sens compositionnel, littéral se conjugue avec celui métaphorique, figuré (Tamba 2011)²⁴, qui renvoie à la sphère des humains. Ainsi, il y a des cas où l'énoncé proverbial peut s'interpréter dans le deux sens, comme par ex. *Quand la maison est haute, il n'y a rien au grenier* = 1. (litt.) Une grande maison nécessite de grandes dépenses, donc il ne reste plus d'argent pour faire des provisions et remplir le grenier ; 2. (fig.) La grande taille d'un individu est parfois le signe de sa bêtise. C'est « la translation de

²³ À cette série, Kleiber (2017 : §6) ajoute d'autres énoncés littéraux candidats à acquérir le statut de proverbes, vu leur caractère sentencieux et leur vérité, tirée de l'expérience et des opinions communes : *L'union fait la force ; Abondance de bien ne nuit pas ; Bien mal acquis ne profite jamais ; Qui peut le plus peut le moins*.

²⁴ « [...] le sens proverbial repose sur le couplage d'un sens phrastique compositionnel et d'un sens formulaire conventionnel, lexicalisé » (Tamba, 2011 : 119).

type métaphorique aux humains » (Schapira, 2014 : 72) qui s'impose dans la seconde interprétation. Tamba (2011 : 114) illustre ce passage métaphorique par le proverbe *Petit à petit l'oiseau fait son nid*, dont le sens formulaire conventionnel est qu'en avançant par étapes on finit par atteindre son but. La preuve que les stéréotypes de pensée n'ont pas de forme fixe est que la même idée se retrouve formulée différemment. On remarque donc que le même sens est rendu par plusieurs énoncés proverbiaux, comme par ex. *Rome ne s'est pas faite en un jour ; Il faut du temps pour accomplir de grands projets ; Une petite impatience ruine un grand projet*, tous ces stéréotypes de langue pouvant être analysés, linguistiquement, selon un schéma (« cadre matriciel », Mejri, 2001 : 12) donné²⁵ et sémantiquement, en fonction du contexte (sens propre /vs./ sens figuré). Le passage d'un stéréotype de langue à un stéréotype de pensée se fait donc dans le bénéfice de la langue-culture, qui enrichit constamment son patrimoine de sagesse millénaire par de nouveaux énoncés proverbiaux, qui portent les traces du dynamisme de la langue et du changement des mœurs.

4. La relation proverbe - doxa

4.1. La doxa pérennisée dans le proverbe

Porteuse de l'expérience et des principes moraux d'une communauté, la doxa fixe ses préceptes dans des structures repérables, répétables, faciles à retenir. C'est pourquoi les énoncés proverbiaux sont estimés être les plus en mesure de garder et de transmettre cette richesse populaire, sous une forme imagée, condensée et (d'habitude) prescriptive. Schapira (2014 : 74) avance l'idée que le vrai message du proverbe est son sens figuré, formulaire et que l'idée doxale qu'il véhicule préexiste à la phrase porteuse du sens littéral :

Création populaire s'adressant à tous les locuteurs de la langue indépendamment de leur capacité intellectuelle et/ou de leur éducation, le proverbe puise ses images exemplaires dans la strate doxale la plus fondamentale : soit dans le réservoir du savoir commun, soit parmi les stéréotypes les plus simples et les plus motivés dans l'usage. Ce sont eux qui fournissent la proposition qui constitue le proverbe même et son sens littéral. (Schapira, 2014 : 74)

Pour gloser sur la citation ci-dessus, on pourrait dire que le proverbe tire sa source de la doxa, devient stéréotype de pensée qui est ensuite réintégré à la doxa, ce qui prouve une sorte de circularité de l'opinion, de l'idée ou de la croyance portant sur un aspect de la réalité. Par exemple, de l'expérience on sait que la fumée est due à une chose qui brûle réellement. Alors, l'opinion commune est qu'il n'y a pas de fumée s'il n'existe pas de feu, fait qui « va sans dire ». En se lexicalisant, cette phrase acquiert un sens formulaire qui fixe l'opinion initiale, de sorte qu'à l'origine des rumeurs il y a toujours quelque chose de vrai, et donc *Il n'y a pas de fumée sans feu*.

²⁵ X n'est pas Y (*Courir n'est pas tenir*) ; Il faut + N + Dét. (*Il faut une aiguille pour la bourse et deux pour la bouche ; Il faut bonne mémoire après qu'on a menti*) ; GN₁ (Adj.+N) + V + GN₂ (Adj.+N) (*Petite pluie abat grand vent ; Petite étincelle engendre grand feu*).

De même, un chasseur sait très bien *Qu'il ne faut pas vendre la peau de l'ours avant de l'avoir tué*, un énoncé prescriptif dont le sens formulaire inscrit dans la langue est qu' « il ne faut pas se réjouir d'une victoire ou d'un gain avant de ne l'avoir obtenu / crier victoire à l'avance est souvent synonyme de déception »²⁶. Comme nous l'avons déjà montré, les stéréotypes de pensée n'ont pas de forme fixe, c'est pourquoi certains énoncés proverbiaux ont plusieurs variantes, quasi-synonymiques (dans notre cas : *Il ne faut pas vendre la peau de l'ours avant de l'avoir mis en/par terre ; Il ne faut pas acheter la corde avant d'avoir le veau ; Il ne faut pas piler le poivre avant d'avoir le lièvre ; Il ne faut pas mettre le lièvre en sauce avant de l'avoir attrapé ; C'est viande mal prête que lièvre en buisson*, etc.), le retour du premier stéréotype de pensée puisé dans le savoir commun se faisant sous des variantes différentes. De même, partant de l'idée doxale qu'on ne peut pas tout avoir et qu'il faut savoir faire des choix, on a créé des proverbes illustrant des stéréotypes de pensée, retenus comme tels par la doxa, et qui expriment la nécessité d'opter, de trancher, de prendre une décision, tous ayant rapport avec le bon sens paysan : *On ne peut pas avoir le beurre et l'argent du beurre ; On ne peut pas avoir le lard et le cochon ; On ne peut pas ménager la chèvre et le chou*. Cette circularité (doxa – stéréotype de pensée + stéréotype de langue – doxa) s'avère être importante non seulement pour une meilleure fixation d'un proverbe dans le mental collectif, mais aussi pour ne pas banaliser une expression. Et, ce qui nous semble important, c'est le rôle de la figure de style (personnification²⁷, comparaison²⁸, métaphore²⁹, métonymie³⁰, etc.) dans le passage du compositionnel au formulaire, parce qu'elle déplace l'interprétation du sens propre, littéral, au sens figuré. Ainsi, beaucoup de proverbes passent de la sphère des non animés à la sphère des humains (*Petit chaudron, grandes oreilles* pour illustrer la curiosité d'un enfant qui est attentif à tout ce qu'on lui dit) ou de la sphère animalière à celle des humains : *À renard endormi ne vient bien ni profit* (variante *À renard endormi il ne tombe rien dans la gueule*), dans le sens qu'on doit faire des efforts pour qu'on puisse obtenir de bons résultats. Ces leçons de vie, allégoriques et imagées, présentent l'avantage d'enseigner, d'instruire, de former sans donner l'impression de contraindre, leur forme parfois prescriptive ne mettant pourtant pas de pression sur les usagers d'une langue.

4.2. La doxa ravivée par le proverbe

Malgré le fait que la doxa est responsable de la préservation d'opinions, représentations, préjugés, comportements d'une communauté, elle n'est pas immuable, étant « dotée d'un mécanisme régulateur interne, modérant le caractère absolu et définitif de ses assertions » (Schapira, 2014 :73). Elle est un système vivant, preuve en sont les formes antonymiques de certains énoncés proverbiaux, tels que :

²⁶ (<http://www.linternaute.fr/proverbe/606/>)

²⁷ *L'argent est un bon serviteur et un mauvais maître.*

²⁸ *Comme on fait son lit, on se couche.*

²⁹ *Tout ce qui brille n'est pas or.*

³⁰ *Grosse tête, peu de sens.*

- (8) *Il ne faut pas remettre à demain ce que l'on peut faire aujourd'hui. / Mieux vaut tard que jamais.*
- (9) *Tout vient à point à qui sait attendre. / Quand le vin est tiré, il faut le boire.*
- (10) *Pierre qui roule n'amasse pas mousse. / Les voyages forment la jeunesse.*
- (11) *Après la pluie vient le beau temps. / Un malheur n'arrive jamais seul.*
- (12) *Qui se ressemble s'assemble. / Les opposés s'attirent.*
- (13) *Prudence est mère de sûreté. / Qui ne risque rien n'a rien.*

Pour Schapira, la possibilité de l'emploi au négatif des proverbes pris dans un sens littéral dépend du type de la composante doxale. Ainsi, seuls les proverbes dont le sens est littéral et qui reflètent une opinion commune acceptent le passage de l'affirmatif au négatif et vice-versa, car « La raison réside, précisément, dans le fait que l'inverse est aussi une idée doxale qui, dans certaines conditions, aurait pu, elle aussi, se stéréotyper » (2014 :73). Elle illustre son affirmation par les couples proverbiaux suivants :

- (14) *L'habit ne fait pas le moine / C'est l'habit qui fait le moine ;*
- (15) *Une hirondelle ne fait pas le printemps / Une hirondelle est déjà le printemps³¹ / Il suffit d'une hirondelle pour savoir qu'il est printemps ;*
- (16) *Nul n'est prophète dans son pays / Chaque pays a ses prophètes ;*
- (17) *L'argent ne fait pas le bonheur / L'argent fait le bonheur (Villiers, 2010).*

Alors que pour ceux ayant un sens littéral et reflétant le savoir populaire, le passage au négatif n'est pas possible, sauf situations spéciales, déconcertantes :

- (18) **On peut faire des omelettes sans casser des œufs³².*
- (19) **Il ne faut pas semer pour moissonner.*

Les proverbes détournés (Grésillon & Maingueneau 1984), dans un but publicitaire, ironique ou badin, forment, à notre avis, une catégorie spéciale dans la mesure où ces formes ludiques ne font pas partie de la doxa, mais, pour les comprendre, il faut s'appuyer sur un « ce qui va de soi » dévié, sur une opinion commune opposée (ex. 21).

- (20) *Chassez le naturel, il revient au galop → Chassez le naturiste, il revient au bungalow (Camping, 2006, cité par Villiers, 2010)*
- (21) *Qui aime bien, châtie bien → Qui aime bien, protège bien (Assurances MAE)*
- (22) *En avril, ne te découvre pas d'un fil. → En Avril, ne te découvre pas d'un Dim.*

³¹ On remarque, dans cet ex., la coïncidence des points de vue de Schapira et d'Anscombe (2015 : 24), pour qui certains énoncés proverbiaux sont apparentés aux énoncés événementiels (voir 2.2).

³² *Comment faire une omelette sans casser les œufs ? Une recette incroyable pour passer de la créativité à l'innovation* (<https://blog.educpros.fr> > 2017/02/27).

Dans ces cas, les modifications (paronymes, homophones, polysémie, ajouts de mots, négations, etc.) que subissent les énoncés proverbiaux sont une affaire de discours, ce qui explique la possibilité d'appliquer ces transformations aux énoncés proverbiaux qui sont, en principe, des structures figées, le résultat étant une déproverbialisation (Schapira 2000), un détournement (Barta 2007, Villiers 2010) ou un défigement (Anscombe & Mejri 2011). Ce détournement se fait par des manipulations linguistiques, par des aménagements qui sont compris uniquement si l'énoncé proverbial est connu – donc le savoir partagé est obligatoire. On passe ainsi d'un stéréotype de pensée à un stéréotype linguistique fondé, dans la plupart des cas, sur un jeu de mots (ex. 23, 24, 26) ou sur une allusion culturelle (ex. 20-22) :

- (23) *À chaque jour suffit sa peine* → *À chaque jour suffit sa (veine + plaine + laine + naine + scène...)*
- (24) *Qui veut aller loin ménage sa monture* → *Qui aime bien ses lunettes ménage sa monture* (Francis Blanche)
- (25) *Qui vole un œuf vole un bœuf* → *Qui vole un œuf ferait mieux de voler un bœuf* (Francis Blanche)
- (26) *Tant va la cruche à l'eau qu'à la fin elle se casse* → *Tant va le cachalot qu'à la fin il se casse* (Frédéric Dard)
- (27) *L'homme propose, Dieu dispose* → *L'homme propose, Dieu dispose et la femme s'interpose* (Pierre Doris)
- (28) *Il n'y a pas de fumée sans feu* → *Il y a de la fumée sans feu*³³
- (29) *On ne fait pas d'omelettes sans casser des œufs* → *On ne fait pas d'omelette sans castrer des bœufs*³⁴
- (30) *Ne remets pas au lendemain ce que tu peux faire le jour même* → *Je ne remets jamais au lendemain ce que je peux faire le surlendemain* (Oscar Wilde)

Dans le discours, la doxa est valorisée par l'emploi argumentatif des stéréotypes de pensée dont le rôle est, assez souvent, de révéler l'adhésion à la doxa par la citation du proverbe et/ou de clôturer un échange verbal, comme dans l'exemple suivant :

- (31) *–Je voulais simplement le faire pour écarter un ennui de notre chemin. Comme disait le proverbe : «La fenêtre par laquelle risque d'entrer de l'air pour te perturber, ferme-la».*
–Tu n'as rien à fermer ou à ouvrir. Juste laisse passer et ne secoue rien. Crois-moi, reste détaché et indifférent. Tant pis pour eux, tant pis pour toi.
–Tu as raison. Tant pis. Et qui vivra, verra. (Najib Redouane, 2005 : 57)

Pour conclure

Puisant dans le réservoir doxal formé de vérité et de sagesse, elles-mêmes des stéréotypes de pensée, les proverbes « façonnent nos représentations du monde »

³³ <https://www.ladepêche.fr/article/2011/10/17/1194233-olemps-il-peut-y-avoir-de-la-fumee-sans-feu.html>

³⁴ <https://www.labouffonnerie.be/event/2>

(Schapira, 2014 :71) et sont ensuite réintégrés à la doxa, dans un mouvement circulaire, qui garantit la survie des stéréotypes initiaux de pensée. L'opinion commune d'un groupe qui, au début, n'est pas exprimée par une forme fixe, se fige graduellement dans des stéréotypes de langue (ex. 1-7), analysables tant du point de vue linguistique que sémantique, qui reflètent les stéréotypes de pensée. Ceux-ci n'ont pas de forme stable, c'est ce qui explique la coexistence en synchronie et en diachronie de plusieurs énoncés (énoncés) proverbiaux de sens similaire. En fait, le sens proverbial repose sur la jonction d'un sens phrastique compositionnel et d'un sens formulaire conventionnel, lexicalisé, compte tenu du fait qu'on passe facilement du sens littéral d'un énoncé (énoncé) proverbial à un sens métaphorique, portant sur les humains. La présence de toute une série de proverbes à la forme négative (ex. 11, 13), polémique, « dans lesquels l'idée doxale lexicalisée combat une autre idée doxale, présupposée dans la phrase » (Schapira, 2014 : 73), le détournement du sens des proverbes (ex. 20-22) notamment dans le domaine publicitaire, de même que leur emploi fréquent pour argumenter (ex. 31) et illustrer un raisonnement prouvent que la doxa est, paradoxalement, vivante. Ainsi, le proverbe lui assure non seulement la pérennité, mais aussi le rajeunissement par l'emploi des énoncés modifiés, transformés (ex. 23-30), compris par les connaisseurs de la doxa.

Bibliographie

- Adam, Jean-Michel (1999). *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*, Paris, Nathan.
- Amossy, Ruth (1998). « Du cliché et du stéréotype. Bilan provisoire ou anatomie d'un parcours », dans *Le cliché*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, pp. 21-28.
- Amossy Ruth, Pierrot Anne Herschberg (1997). *Stéréotypes et clichés*, Paris, Nathan.
- Amossy, Ruth (1991) *Les idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan.
- Anscombe, Jean-Claude (2015). « Classification(s) et critères de classifications dans le domaine parémique », dans *Stéréotypie et figement. À l'origine du sens* (Vladimir Beliakov et Salah Mejri dir.), Toulouse : Presses Universitaires du Midi, pp. 15-27.
- Anscombe, Jean-Claude, Mejri, Salah (éds) (2011). « Sens figé : idiomes et proverbes », dans *La parole entravée : études sur le figement*, Paris, Honoré Champion, pp. 109-126.
- Anscombe Jean-Claude (2001). « Le rôle du lexique dans la théorie des stéréotypes », dans *Langages*, n° 142, pp. 57-76.
- Barta, Péter (2007). « Quelques caractéristiques des proverbes-valises du français », dans *Acta Ethnographica Hungarica*, n° 52 (1), pp. 191-207.
- Ben Amor, Thouraya (2006). « Figement, défilement et jeux de mots formes sur énoncés proverbiaux », dans *Composition syntaxique et figement lexical* (J. François et S. Mejri dir.), Caen, Presses universitaires de Caen, pp. 261-272.

- Charaudeau, Patrick (2001). « Langue, discours et identité culturelle », dans *ELA. Etudes de Linguistique Appliquée*, n° 123-124, pp. 341-348.
- Combet Louis, Sevilla Muñoz, Julia (1995). « Proverbes, expressions proverbiales, sentences et lieux communs sentencieux de la langue française d'aujourd'hui, avec leur correspondance en espagnol », dans *Paremia*, n° 4, pp. 7-95.
- Delorme, Benjamin (2015). « Tous les stéréotypes ont-ils un air de famille ? Quelques remarques sur la morphosyntaxe stéréotypique », dans *Stéréotypie et figement. À l'origine du sens* (Vladimir Beliaikov et Salah Mejri dir.), Toulouse, Presses Universitaires du Midi, pp. 201-211.
- Demougin, Françoise (2010). « Construire des automatismes linguistiques et culturels en classe de littérature », dans *11-e Rencontres des chercheurs en didactique des littératures*, Genève, mars 2010, pp. 81-96, http://www.unige.ch/litteratures2010/contributions_files/Demougin%202010.pdf. (Dernière consultation : le 20.04.2021).
- Dubois, Danièle (1997). « Catégories, prototypes et figement », dans *La locution entre langue et usages*, St. Cloud, Editions ENS Fontenay / St Cloud.
- Fournier, Phi Nga (2010). « Le stéréotype dans le lexique », dans *Synergies Pays riverains du Mékong*, n° 1, pp. 85-99, (https://gerflint.fr/Base/Mekong1/Phi_nga.pdf) (Dernière consultation : le 10.04.2021).
- Fournier, Phi Nga (2010). « La stéréotypie, un avatar de communication incontournable dans l'enseignement – apprentissage d'une langue-culture étrangère. Essai de mise au point conceptuelle », dans *Synergies Pays riverains du Mékong*, n° 2, pp. 47-65, (https://gerflint.fr/Base/Mekong2/fournier_phi_nga.pdf) (Dernière consultation : le 10.04.2021).
- Grésillon, Almuth, Maingueneau, Dominique (1984). « Un proverbe peut en cacher un autre », dans *Langages*, n° 73, pp. 112-125.
- Gross, Gaston (1996). *Les expressions figées en français : noms composés et autres locutions*, Paris, Ophrys.
- Henry, Paul (1975). « Constructions relatives et articulations discursives », dans *Langages*, n° 37, pp. 81-98.
- Kleiber, Georges (2017). « La figure d'un proverbe n'est pas toujours celle d'une métaphore », dans *Scolia*, n° 31, pp. 39-77, <https://journals.openedition.org/scolia/400> (Dernière consultation : le 21 avril 2021).
- Kleiber, Georges (1999). « Les proverbes : des dénominations d'un type 'très très spécial' », dans *Langue française*, n° 123, pp.52-69.
- Kleiber, Georges (1999). « Les proverbes antinomiques : une grosse pierre 'logique' dans le jardin toujours 'universel' des proverbes », dans *Bulletin de la Société de Linguistique de Paris*, n° 94-1, pp.185-208.
- Kleiber, Georges (1989). « Sur la définition du proverbe », dans *Recherches Germaniques*, n° 2, pp. 233-252.
- Kleiber, Georges, (1988). « Prototype, stéréotype un air de famille ? », dans *DRLAV*, n° 38.
- Marandin, Jean-Marie (1993). « Syntaxe et discours. Du point de vue de l'analyse du discours », dans *Histoire Épistémologie Langage XV*, n° 2, pp.155-177.

- Mejri, Salah (2001). « La structuration sémantique des énoncés proverbiaux », dans *L'Information grammaticale*, n° 88, pp.10-15.
- Mejri, Salah (1994). « Séquences figées et expression de l'intensité. Essai de description sémantique », dans *Cahiers de lexicologie*, n° 65, pp. 111-122.
- Paveau, Marie-Anne (2003). « L'entrée DOXA : pour un traitement rigoureux d'une notion floue », dans *Mots. Les langages du politique. Mondialisation(s)*, n° 71, pp. 176-181.
- Paveau, Marie-Anne (2013). *Langage et morale. Une éthique des vertus discursives*, Editions Lambert Lucas.
- Paveau Marie-Anne (2017). « Le préconstruit. Généalogie et déploiements d'une notion plastique », dans *Le préconstruit, approche pluridisciplinaire*, (Florent Bréchet, Sabrina Gai-Duganera, Raphaël Luis, Agathe Mezzadri et Solène Thomas dir.), Paris : Classiques Garnier, coll. Rencontres, (<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01672261>) (Dernière consultation : le 27.04.2021).
- Rădulescu, Anda (2015). « La femme sous toutes les couleurs : figement et imaginaire dans les proverbes roumains et français », dans *Figement et imaginaire linguistique. De la langue à la traduction* (Sonia Berbinski éd.), București, Editura Universității din București, pp.37-60.
- Rădulescu, Anda (2013). « Pourquoi est-il difficile de traduire les proverbes ? (application sur les parémies roumaines formées avec le mot drac [diable]) », dans *Paremia*, n° 22, pp.53-68.
- Rădulescu, Anda (2013). « La traduction proverbiale – entre ethnocentrisme et acclimatation », dans Jean-Michel Benayoun, Natalie Kübler, Jean-Philippe Zouogbo (éds.), *Parémiologie. Proverbes et formes voisines*, tome III, Paris, Presses Universitaires de Sainte Gemme, pp. 159-171.
- Saïd, Mosbah (2006). « La stéréotypie dans les séquences figées : entre transparence et opacité », dans *Composition syntaxique et figement lexical* (J. François et S. Mejri dir.), Caen : Presses universitaires de Caen, pp.245-260.
- Saïd, Mosbah (2010). *La stéréotypie : fonctionnement linguistique et traitement lexicographique*, Saarbrücken, Editions universitaires européennes.
- Schapira, Charlotte (2014). « Les Stéréotypes : stéréotypes de pensée et stéréotypes de langue », dans Congrès Mondial de Linguistique Française - CMLF 2014, SHS Web of Conferences, Vol. n°8, pp.65-83, (https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2014/05/shsconf_cmlf14_01398/shsconf_cmlf14_01398.html) (Dernière consultation : le 15.04.2021).
- Schapira, Charlotte (2000). « Proverbe, proverbialisation et déproverbialisation », dans *Langages*, n°139, *La parole proverbiale*, pp.81-97.
- Schapira, Charlotte (1999). *Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules*, Paris-Gap, Ophrys.
- Suard, François, Buridan, Claude (1984). *Richesse du proverbe. vol. 2. Typologie et fonctions*, Lille, Université Lille III.
- Svensson, Maria (2004). *Critères de figement : l'identification des expressions figées en français contemporain*, Thèse de doctorat, Université d'Umeå,

[https:// www.diva-portal.org/smash/get/diva2:143138/FULLTEXT01.pdf](https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:143138/FULLTEXT01.pdf)
(Dernière consultation : le 10.02.2021).

Szende, Thomas (1999). « À propos des séquences intensives stéréotypées », dans *Cahiers de lexicologie*, vol. LXXIV/1999-1, pp. 61-77.

Tamba, Irène (2000). « Formules et dire proverbial », dans *Langages*, n° 139, pp.110-118.

Tamba, Irène (2011). « Sens figé : idiomes et proverbes », dans *Le figement linguistique : la parole entravée* (J.-C. Anscombre, S. Mejri dir.) Paris : H. Champion, pp. 109-126.

Villiers, Damien (2010). « Les modalités du détournement proverbial : entre contraintes et libertés », dans *Modèles linguistiques*, n° 62, pp. 147-172, <https://journals.openedition.org/ml/237> (Dernière consultation : le 28.04.2021).

Sitographie

http://www.linternaute.fr/proverbe/dernier_avis/50/

Le dictionnaire des proverbes et idiotismes français (1827) <https://www.proverbes-francais.fr/proverbes-beaute-2/>

Les proverbes et dictons agricoles de France (1872) <https://www.proverbes-francais.fr/proverbes-agricoles/>

<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-03115510/document>

[https://blog.educpros.fr > 2017/02/27](https://blog.educpros.fr/2017/02/27)

<https://www.ladepeche.fr/article/2011/10/17/1194233-olemps-il-peut-y-avoir-de-la-fumee-sans-feu.html>

<https://www.labouffonnerie.be/event/2>

<http://www.linternaute.fr/proverbe/606/>

L'ASIATIQUE, SOURCE DE PROPAGATION DE CORONAVIRUS ?

Zakia RMIDA,
Université de Moulay Ismail, Maroc
zakiarmida@gmail.com

Résumé

L'épidémie induite par le Coronavirus a mis l'Homme face à sa fragilité et à ses angoisses. C'est ainsi qu'une parole raciste illustrant une crise relationnelle à l'autre s'est libérée. Sur les réseaux sociaux et dans divers médias, un discours imprégné de stéréotypes et de clichés présente la race asiatique comme le présumé fabriquant et la source de propagation de ce virus, un discours qui circule et influence profondément les esprits. La psychologie sociale établit une relation causale entre le discours stéréotypique et la catégorisation sociale comme forme de ségrégation.

Abstract

L'ASIATIQUE, SOURCE OF PROPAGATION OF CORONAVIRUS?

The epidemic introduced by Coronavirus put the human in front of his fragility and his anguishes, that a need of blaming a given race appeared. This is how a racist word illustrating a relational crisis to the other emerges. On social networks and in various media, a discourse impregnated with stereotypes and clichés presents the Asian race as the alleged manufacturer and source of propagation of this virus, a discourse that circulates and deeply influences the minds. Social psychology establishes a causal relationship between stereotypical speech and social categorization as a form of segregation.

Mots-clés : *race asiatique, Coronavirus, discours médiatique, clichés, stéréotypes*

Keywords: *Asian race, Coronavirus, media discourse, clichés, stereotypes*

D'après le *Daily Telegraph*, un homme asiatique s'est écroulé devant un restaurant aux États-Unis, suite à une crise cardiaque. Personne ne s'est approchée de lui pour lui donner secours, il est mort.

Qu'est-ce qui justifie l'attitude passive des passants face à une personne en danger ? Leur réaction aurait-elle été plus positive si l'homme n'était pas asiatique ?

La réaction des passants pourrait trouver son explication dans leur crainte que cet asiatique soit atteint de Coronavirus. Cette crainte semble alimentée par des stéréotypes et des clichés associant l'apparition de ce virus à la race asiatique. Il est connu que les stéréotypes se renforcent lorsque l'humanité fait face à un danger menaçant dont elle ignore les origines et les aboutissements, telle qu'une épidémie. En effet, leur apparition constitue un signe de crise sur plusieurs échelles : psychologique, sociale, culturelle et éthique. Il s'agit d'un mécanisme de défense contre l'Autre, faute de pouvoir l'accueillir et le comprendre.

À l'origine du mot stéréotype, nous trouvons les deux mots grecques « stereos » qui signifie solide et « tûpos » qui a le sens de « empreinte et caractère ». Il s'agit de la notion des caractères solides imprimés sur un objet-modèle en vue de les reproduire. Cette idée, associée aux stéréotypes, comme mécanisme de reproduction d'images fixes, se trouve également dans la définition que le dictionnaire Larousse consacre à « l'ouvrage stéréotypé » comme un « imprimé avec des planches dont les caractères ne sont pas mobiles, et que l'on conserve pour de nouveaux tirages » (Légal, J., & Delouée, S., 2009, p. 11).

L'étymologie du mot « stéréotype » souligne avec pertinence leur définition comme un moule d'idées qui reproduit mécaniquement des conceptions figées sans qu'elles fassent l'objet d'aucune actualisation. C'est le publiciste américain Walter Lipman qui a introduit cette notion dans les sciences sociales, dans son ouvrage *Opinion Publique* publié en 1922. Pour lui, les stéréotypes sont dangereux dans le sens qu'ils aveuglent les observateurs d'un phénomène donné en leur fournissant une conception simpliste et souvent erronée du phénomène objet de leur observation-analyse. Dans le contexte de Coronavirus, il y a un foisonnement délirant des informations relatives à cette épidémie, raison pour laquelle les stéréotypes constituent un repère de réflexion permettant d'appréhender et de commenter cette situation sans déployer un réel effort. Ils fournissent un modèle figé et solide de pensée. Dans ce sens, Lippmann insiste sur l'aspect des stéréotypes comme « images rigides » du monde, employées par le système cognitif humain lors du traitement de la multiplicité des données fournies par le milieu environnant. À l'aide des stéréotypes, la conscience humaine opère une forme de catégorisation et de classement des données lui évitant un traitement sérieux et approfondi de ces informations.

La psychologie sociale, notamment Moscovici, souligne la présence des « représentations sociales » synonymes des entités conceptuelles structurant le mode de pensée des différents groupes sociaux¹. Ce sont des repères d'idées consultés par les différents groupes sociaux, notamment au moment de fournir un jugement à l'égard d'une communauté sociale donnée. Dans cette perspective, le même mécanisme, notamment en matière de l'emploi des stéréotypes comme représentation-référence, de classement des données pourrait être appliqué dans la catégorisation des éléments sociaux. Dans l'incident raconté par Daily Telegraph, les passants américains semblent sous l'effet des représentations sociales leur

¹ Moscovici, The phenomenon of social representations, in R. Farr and S. Moscovici (eds), *Social Representations*, Cambridge, University Press, 1984.

assurant une forme d'illusion consolatrice faisant de soi et de sa communauté sociale une catégorie saine appelée à se protéger contre les asiatiques, une catégorie productrice de Coronavirus.

Dans le présent article, nous étudions les stéréotypes et les clichés dans le discours médiatique associant Coronavirus à la race asiatique, notamment les chinois. Le problème qui sera abordé est celui de la fonction structurante que les stéréotypes assument dans le discours médiatique adopté dans certaines chaînes de télé et de radio ainsi que dans les réseaux sociaux. Notre analyse se fait à lumière de certains travaux inscrits dans le champ de la psychologie sociale. Notre but est d'essayer de répondre à

la question suivante : comment les stéréotypes orientent le choix de contenus et de procédés mis en place par les concepteurs du discours médiatique ?

Notre analyse s'articule en deux axes, le premier axe se focalise sur les enjeux des stéréotypes dans le discours médiatique attribuant à Coronavirus une identité chinoise. Dans le second axe, nous portons notre intérêt à l'effet de rire assuré par l'emploi excessif des stéréotypes dans le discours humoristique.

1. L'identification de l'asiatique à un virus

L'apparition d'une pandémie, au moment où le monde se croit en sécurité, grâce à ses progrès scientifiques, introduit un traumatisme. Cela active certaines conceptions tels que les stéréotypes et les clichés à l'égard d'une communauté donnée. En effet les effets psychologiques et émotionnels de ce traumatisme nécessitent la désignation d'un bouc émissaire, la Chine, sur lequel la rage mondiale est portée. Cela aide à trouver un coupable qui devient objet de commentaires ironiques, de clichés et dispose à chercher toute explication rationnelle de la pandémie, c'est le concept de « la catégorisation sociale », telle qu'elle est développée par les psychologues Tajfel, Bruner et Turner en (1979, 1986). Ils se sont intéressés en particulier au processus de classement des éléments sociaux dans des catégories et à la perception réservée à ces éléments. En effet, le concept de la catégorisation sociale est rattaché à la perception comme activité mentale cherchant à classer dans des catégories les êtres humains à partir des représentations qu'on a d'eux et par la suite déterminer la nature des rapports à entretenir avec eux. Salès-Wuillemin, auteur de *La catégorisation et les stéréotypes en psychologie sociale*, admet que :

Le processus de catégorisation renvoie à une activité mentale qui consiste à organiser et à ranger les éléments d'information –appelés des données- qui sont collectées dans le milieu environnant. Elles proviennent des cinq sens (données visuelles, tactiles, auditives ou encore olfactives) et sont regroupées en ensembles -appelés classes- plus ou moins vastes. Le regroupement se fait parce que ces objets partagent un certain nombre de caractéristiques communes, appelées des propriétés.²

² Salès-Wuillemin, E., *La catégorisation et les stéréotypes en psychologie sociale*, Paris, Dunod (Collection Psycho Sup), 2006, p. 5.

Le regroupement en « classe sociale/ catégorie » est basé sur l'identification des caractéristiques partagées par les éléments sociaux, « les propriétés » : race, couleur, âge, religion, habitudes culinaires. Autrement dit, à l'origine de toute catégorisation sociale, le point est mis sur « des ressemblances » soulignées entre les éléments sociaux de la même catégorie et « les différences » qui les distinguent des éléments des autres catégories. Dans le contexte de Coronavirus, les asiatiques ont subi une forme de catégorisation, dans le discours médiatique, du fait que ce discours leur a attribué une propriété les identifiant aux producteurs de virus. En effet, depuis l'apparition de Coronavirus, ce discours ne cesse de s'enrichir de titres, images, articles, émissions de télé et blagues véhiculant ces clichés. Le 26 janvier 2020, le quotidien français *Courrier Picard* a publié dans sa Une le titre suivant : « Alerte jaune », ainsi qu'un éditorial intitulé « Le péril jaune ». La couleur jaune, dans sa valeur symbolique, renvoie à la race asiatique. Le choix d'associer Coronavirus à cette couleur pour l'identifier à la race asiatique est un acte d'attribution d'une propriété dégradante à une race humaine pour la catégoriser.

Les réseaux sociaux est un espace de communication très efficace. Largement fréquentés et très ouverts, ils constituent un support de production et de reproduction du discours reflétant cet état de traumatisme et du besoin de puiser dans les stéréotypes et les clichés pour commenter une situation-crise. Une chinoise a partagé sur Facebook une vidéo la montrant en train de déguster sa soupe aux chauves-souris. Par la suite, sur Twitter, Facebook et d'autres réseaux sociaux, nombreux ont commenté cette vidéo comme suit : « ARRÊTEZ DE MANGER DES CHAUVES-SOURIS ! »

Dans l'imaginaire universel, la chauve-souris est un animal diabolisé. Vu comme issu des ténèbres et habitant des grottes hantées par les sorcières et les démons, cet animal est utilisé souvent comme une manifestation de l'horreur. Ce réservoir culturel facilite l'identification de la chauve-souris à une source de malheur capable d'introduire la fin de l'humanité. D'abord, dans ce commentaire des internautes, écrit en lettres majuscules, est affichée une vision réductrice de la culture culinaire asiatique, réduite à la consommation des animaux suscitant souvent dégoût. Rappelons que dans la psychologie sociale, les habitudes culinaires constituent l'un des critères de la catégorisation sociale : la catégorie des chinois identifiés au virus de Corona est conçue à la base du critère relatif à la consommation de la chauve-souris, c'est la propriété-ressemblance qui les range dans la même catégorie, et les distingue des autres catégories sociales qui ne mangent pas cet animal. Pour Salès-Wuillemin, « le processus de catégorisation nécessite une simplification de la réalité qui se fait grâce à deux mouvements complémentaires : accentuation des ressemblances entre les éléments d'une même catégorie et des différences entre les catégories. »³

L'emploi de la forme impérative dans cet énoncé, « ARRÊTEZ DE MANGER DES CHAUVES-SOURIS ! », traduit un degré d'autorité de l'énonciateur se permettant de donner un ordre censé être exécuté par un destinataire privé de sa liberté d'agir, le

³ *Idem.*

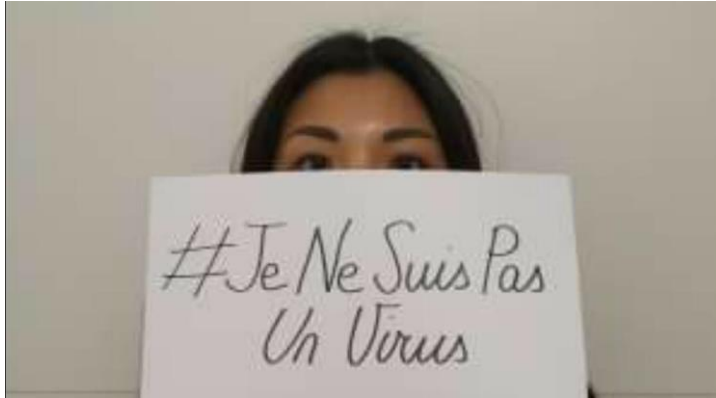
chinois. Luce Petitjean, dans son article intitulé « L'impératif dans le discours politique », confirme que « la forme impérative [...] supprime la liberté de l'initiative du destinataire »⁴. À notre sens ce qui légitime ce ton d'autorité, relevé dans ce commentaire, c'est la fausse conscience qu'ils ont certains internautes de faire partie d'une catégorie d'élite intellectuelle chargée de veiller sur l'intérêt général, celui de sauver l'humanité d'un virus mortel qu'on suppose transmis par les chauves-souris consommées par la catégorie des chinois. Dans cet énoncé, il s'agit d'une invitation implicite adressée aux chinois pour qu'ils quittent leur catégorie de mangeurs de chauves-souris et de producteurs de Coronavirus pour mériter de rejoindre la vaste catégorie de l'humanité. Car l'appartenance à une catégorie n'est pas stable, un élément social peut changer de catégorie une fois qu'il n'a pas la propriété qui le fait y adhérer.

Un autre internaute commente une vidéo d'un homme chinois mangeant de la viande crue comme suit : « Pas surprenant que les Chinois fabriquent de nouvelles maladies ! ». D'après ce discours, les chinois ont déjà fabriqué des maladies au passé et qu'il faut s'attendre à ce qu'ils fabriquent d'autres. Important est de remarquer que le commentaire porte sur toute la communauté chinoise, « les chinois », alors que la vidéo montre un acte individuel, ce qui révèle une perception catégorielle de cette vidéo. Salès-Wuillemin souligne que « Dès qu'une perception catégorielle est mise en place dans une situation, cela revient à prendre en compte l'appartenance groupale des individus (origine ethnoculturelle, âge, sexe, religion, ...) »⁵. Autrement dit, l'acte de manger de la viande crue est critiqué non seulement parce qu'il suscite dégoût mais surtout parce qu'il est effectué par un chinois faisant partie d'une catégorie accusée d'être à l'origine de Coronavirus.

Il est tout à fait logique que la catégorisation sociale nourrit une dimension conflictuelle au niveau relationnel. Le monde risque de devenir un ensemble de catégories sociales séparées et enfermées sur elles. Car elles sont victimes d'un discours imprégné de racisme, très influant notamment sur les réseaux sociaux. Pour y faire face, l'hashtag « Je Ne Suis Pas Un Virus » a été lancé pour dénoncer la résurgence des réactions haineuses envers les asiatiques. L'image d'une jeune fille asiatique affichant une pancarte sur laquelle cet hashtag est écrit est largement partagée par les internautes.

⁴ Petitjean, Luce, « L'impératif dans le discours politique », in *Mots. Les langages du politique*, Année 1995, pp. 19-32.

⁵ Salès-Wuillemin, E., *La catégorisation et les stéréotypes en psychologie sociale*, op.cit., p. 5.



Selon une approche discursive, cet hashtag est formulé à l'image d'une réponse à l'énoncé-accusation suivant : « tu es un virus », adressé à l'asiatique. Il s'agit alors d'une réponse formulée dans le but de nier et de refuser une identification dégradante privant l'asiatique de son aspect humain. Ainsi les producteurs de cet hashtag se défendent contre un cliché qui les catégorise dans une classe de virus et les responsabilise d'un désordre universel introduit par ce même virus. En effet dans cette formule, à la négation, se lit une volonté d'effacer une identification inadéquate de l'asiatique à un virus. Il est utile de rappeler, une idée de Claude Muller voyant dans « la négation [...] un jugement d'inadéquation de l'énoncé, il est normal que l'usage qui en soit fait soit surtout de rejeter un énoncé. »⁶

Cette mobilisation virtuelle constitue une forme de stratégie défensive pour faire face à des représentations radicalisées faisant de l'asiatique le synonyme d'un virus. Le choix de faire des réseaux sociaux le terrain de cette bataille relève de la conscience des internautes de l'effet profond du discours véhiculé par ce médias. Aussi, la télévision, notamment dans le discours humoristique, les stéréotypes sont employés pour créer un effet de rire en se moquant de certaines races, un point que nous analysons dans le second axe de cet article.

2. Stéréotypes et humour

Aristote est l'un des premiers à avoir théorisé le rire comme effet provoqué par le comique, dans sa *Poétique*. Il désigne par le terme « risible » tout ce qui déclenche le rire dans un discours. Pour ce philosophe, « le risible est un défaut et une laideur sans douleur et ni dommage, ainsi, par exemple, le masque comique est laid et difforme sans expression de douleur »⁷. Pour Aristote, la représentation exagérée et caricaturale d'une laideur semble à l'origine du déclenchement de rire. C'est à déduire que le discours comique est critiquant par nature puisqu'il met de la lumière sur les défauts. C'est une forme de prise de distance à l'égard des êtres

⁶ Muller, Claude, «La négation comme jugement: une application aux interronégatives», in *Linx* [En ligne], 5 | 1994, mis en ligne le 18 juillet 2012, consulté le 19 septembre 2021. URL: <http://journals.openedition.org/linx/1210> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/linx.1210>

⁷Aristote, *La Poétique*, Gallimard, trad. J. Hardy, Paris, 1996, p.45.

ridiculisés et représentés comme « pires que nous », d'après Aristote toujours. Dans le même sens, Molière voit dans ses comédies « des peintures ridicules »⁸. Pour atteindre le risible, le discours humoristique semble ridiculisant par principe dans la mesure qu'il souligne, avec exagération, les défauts et la laideur d'une réalité donnée. Le dictionnaire Larousse associe l'humour à « une forme d'esprit qui met en valeur avec drôlerie le caractère insolite, absurde ou ridicule de certains aspects de la réalité, qui dissimule sous un air sérieux une raillerie caustique. »⁹

Janvier 2020, l'humoriste français Nicolas Canteloup a été invité à intervenir sur la radio Europe 1. L'animatrice a présenté une information-rumeur selon laquelle, il se peut qu'une fille chinoise soit arrivée la veille en France, exactement à la ville de Lyon. Dans une voix tremblante et alarmante, Nicolas Canteloup a imité la voix du maire de Lyon engagé dans un appel avec un brigadier pour lui demander d'arrêter la chinoise, à tout prix de peur qu'elle soit porteuse de Coronavirus.¹⁰

Une question se pose : par ce choix d'opter pour un discours humoristique structuré des stéréotypes associant le chinois à Coronavirus, qui est ridiculisé exactement ? Les mentalités qui usent des stéréotypes pour approcher la réalité ou ces chinois que l'humoriste représente comme dangereux pour l'humanité ? D'abord la stratégie de l'humoriste consiste à dramatiser un fait banal, celui de l'arrivée d'une chinoise en France, pour en faire un événement d'une importance majeure, un fait brûlant d'actualité nationale. Il est évident qu'un humoriste est appelé à faire rire en exagérant une réalité donnée, d'ailleurs le discours de Canteloup a suscité le rire de l'assistance, ce qui souligne une forme de complicité entre cette communauté sociale française réunie dans le studio. À ce propos le philosophe Henri Bergson souligne que le rire est social, son émergence illustre une forme d'entente et de complicité entre les membres d'un groupe social¹¹. Souvent cette entente se fait à la base d'une conscience de supériorité du groupe riant et d'infériorité du groupe objet de ridiculisation, conçu comme pire que nous. En effet le concepteur du discours humoristique se situe dans un rapport de supériorité par rapport à la réalité et aux personnes objet de son discours comique, par conséquent ce discours est porteur de jugement de valeur. Genette ne manque pas de préciser que « l'humour (fait porter) sur le jugement de valeur »¹². Pour Genette, c'est une forme de prise de position morale soulignant le tort pour mettre le point implicitement sur ce qui doit être.

La lecture ironique que l'humoriste consacre à la nouvelle de l'arrivée de la chinoise en France est marquée notamment par une exagération des conséquences négatives voire dangereuses de cette arrivée. Pour ce faire, l'hyperbole caricaturale constitue l'un de ses procédés humoristiques fondamentaux. María Vivero et Dolores Garcia, auteur du « Le fonctionnement de l'hyperbole dans l'humour des

⁸ Molière, *Tartuffe ou l'Imposteur*, Édition Louandre, 1910, Premier placet, Texte établi par Charles Louandre, Charpentier, 1910.

⁹ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/humour/40668>

¹⁰ <https://twitter.com/i/status/1220748579893055489>, le lien de l'émission-radio objet de notre analyse.

¹¹ Bergson, Henri, *Le rire*, Paris, Librairie Félix Alcan, 1938.

¹² Genette, Gérard, «Morts de rire» *Figures V*, Paris, Seuil, 2002, p.11.

chroniques du Monde », considèrent que « l'hyperbole caricaturale, en tant que procédé humoristique, intensifie toujours un jugement de valeur défavorable, manifestement exagéré. »¹³

Cette exagération sert le but de l'humoriste cherchant à créer une atmosphère angoissante et une situation d'alarme impliquant tout le peuple français. Il dit :

Il faut attraper cette chinoise impérativement ! Faites ce que vous pouvez. Vous l'attirez comme vous voulez : mettez – je ne sais pas moi – des nems en ligne sur le trottoir ou une grande tapette à Chinois. Elle ne doit pas nous échapper.¹⁴

Même les solutions que l'humoriste propose pour faire face à cette situation alarmante s'inscrivent dans ce procédé d'amplifier une réalité banale. Par exemple, il déclare :

Toute personne qui voit un chinois doit immédiatement se présenter nue à la mairie de Lyon, des militaires en combinaison anti-Tchernobyl vous tromperons dans un tonneau d'eau de Javel.¹⁵

L'évocation du centre nucléaire ukrainien Tchernobyl ne manquera pas sûrement de ressusciter toutes les représentations sociales relatives au grand danger que représente l'arme nucléaire en général. L'incident de centre, survenu en 1986, a démontré que ce danger est réel et très menaçant. Cette évocation lors de commenter l'arrivée de la chinoise en France sert le but de l'humoriste désirant mettre sur le même pied d'égalité le danger menaçant introduit par cette arrivée et l'effet désastreux de l'accident nucléaire le plus grave de l'histoire.

Dans le discours de Canteloup, tous les mots sont centrés sur la nationalité de la fille en question, le terme « chinois/se » est repris plus d'une dizaine de fois, dans une tonalité agressive. Diabolisée, cette chinoise est décrite comme un intrus qui a quitté sa catégorie de porteurs de Coronavirus pour s'intégrer dans une catégorie dont elle ne fait pas partie, la communauté française, et pour laquelle elle pourrait transmettre un danger menaçant, Coronavirus. Par conséquence, s'affiche un élan de nationalisme et de patriotisme français exagérés dans le discours de l'humoriste attribuant à l'autre l'image du Mal personnalisé. Il ne manque pas de dire : « Il faut attraper cette Chinoise absolument, en mettant des nems sur le trottoir et, au bout, une grande tapette à Chinois ». Son discours révèle une volonté de dresser une frontière géographique, symbolique et émotionnelle entre « nous » représentant la catégorie des français comme un peuple uni et solidaire impliqué dans une guerre contre « elle » représentative de la catégorie des chinois. Ainsi, se traduit un rejet de l'Autre, le chinois réduit à une mouche à attraper et catégorisé dans la classe des animaux inférieure aux autres groupes sociaux.

¹³ María Dolores VIVERO GARCÍA, « Le fonctionnement de l'hyperbole dans l'humour des chroniques du Monde », Travaux neuchâtelois de linguistique, 2014-2015, 61-62, 197-206

¹⁴ <https://twitter.com/i/status/1220748579893055489>

¹⁵ *Idem.*

Ce désir de souligner avec insistance les différences entre les deux groupes, français et chinois, ne manquera pas de nourrir la tension, l'hostilité et les préjugés entre les deux peuples. Car tout le contexte est marqué par la tension et la crainte suite à l'activation et à la circulation d'une représentation selon laquelle tout chinois est porteur de coronavirus. Pourtant dans l'information donnée par l'animatrice, rien ne confirme que la fille en question soit Corona positive. Mais parce qu'elle appartient à la communauté chinoise, l'humoriste n'hésite pas à la ranger dans ce rang. Par conséquent sa catégorisation est effectuée selon une perspective sociale et non pas cognitive. Autrement dit, elle n'est pas classée d'après une information médicale, mais suite à une activation automatique des stéréotypes associant tout chinois à ce virus.

Au début de ce second axe, nous nous sommes interrogée sur le cible de moquerie et de ridiculisation dans le discours de Canteloup, est-ce les chinois qu'il juge dangereux pour l'humanité ou les personnes qui usent de ces stéréotypes ? Si son discours a fait l'objet de beaucoup de critiques, notamment des asiatiques l'accusant de transmettre un discours raciste, Canteloup n'y a pas réagi. Sa position demeure peu claire. Il semble que c'est voulu, puisque son but a été atteint : produire et diffuser un discours instaurant le débat autour des stéréotypes et des clichés comme représentations sociales introduisant l'hostilité et les conflits intergroupes, peu importe qui en est la victime.

Conclusion

En guise de conclusion de cette étude, nous soulignons que les stéréotypes constituent un réservoir d'idées et de conceptions qui nourrissent et s'alimentent des débats d'actualité. Ils sont à l'image d'un miroir déformant introduisant une lecture erronée d'une réalité donnée. Ils illustrent ce besoin humain de puiser dans des moules des conceptions conçues à l'avance, notamment en moment de crise. Cela assure un degré de confort psychologique et dispose à déployer un effort de réflexion. La psychologie sociale répond aux questions relatives au processus d'activation des stéréotypes comme critère d'évaluation et de classement des éléments sociaux. Tajfel, Moscovici ont interrogé le processus de la formation des catégories sociales, leur réception et la charge émotionnelle qui accompagne ce processus. Leur but consiste à mettre le point sur ce besoin humain de coller des étiquettes sur les éléments sociaux pour les ranger dans un cercle étroit facilitant leur appréhension. Le discours médiatique, par l'effet répétitif de certaines données et le choix de certains contenus, renforce nombre de stéréotypes et clichés.

L'humour, comme création de discours divertissant, se fonde souvent sur des clichés ridiculisant l'autre (l'africain, le chinois, le juif...) En effet pour réussir à déclencher le rire du public sur une communauté donnée, il est nécessaire d'opter pour un discours intensifiant ses défauts de manière que le public la catégorise et s'y distancie. Dans une lecture plus approfondie, si l'humoriste reste fidèle aux objectifs du discours comique classique qui divertit tout en moralisant, il est possible de voir dans cet emploi excessif des stéréotypes, un message de sensibilisation à leur effet destructeur.

Bibliographie

- Amossy, Ruth (1991). *Les Idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan.
- Amossy, Ruth & Herschberg Pierrot Anne (1997). *Stéréotypes et Clichés. Langue, discours, société*, Paris, Colin.
- Aristote (1996). *La Poétique*, Gallimard, trad. J. Hardy, Paris.
- Bergson, Henri (1938). *Le rire*, Paris, Librairie Félix Alcan.
- Debray, R. (1991). *Cours de médiologie*, Paris, Gallimard.
- De La Haye, A.-M. (1998). *La catégorisation des personnes*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Genette, Gérard (2002), « Morts de rire », dans *Figures V*, Paris, Seuil.
- Greimas, A.-J. et Fontanille, J. (1991). *Sémiotique des Passions*, Paris, Seuil.
- Lippmann, Walter (1922). *Opinion publique*, Harcourt, Brace & Co.
- Molière (1910). *Tartuffe ou l'Imposteur*, Édition Louandre, Texte établi par Charles Louandre, Charpentier.
- Moscovici (1984). *The phenomenon of social representations*, dans R. Farr and S. Moscovici (eds), *Social Representations*, Cambridge, University Press.
- Muller, Claude (1994). « La négation comme jugement : une application aux interronégatives », dans *Linx* [En ligne], n° 5. URL : <http://journals.openedition.org/linx/1210> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/linx> (Dernière consultation : le 19 septembre 2021).
- Petitjean, Luce (1995). « L'impératif dans le discours politique », dans *Mots. Les langages du politique*, pp. 19-32.
- Sales-Wuillemin (2006). *La catégorisation et les stéréotypes en psychologie sociale*, Paris, Dunod, Collection Psycho Sup.
- Tajfel, Henri (1972) « La catégorisation sociale », dans S. Moscovici (éd.) *Introduction à la psychologie sociale*, T1, Paris.
- Vivero García, María Dolores (2014-2015). « Le fonctionnement de l'hyperbole dans l'humour des chroniques du Monde », dans *Travaux neuchâtelois de linguistique*, n° 61-62, pp. 197-206.

LE DÉFIGEMENT DANS LA DRAMATURGIE GROTESQUE DE L'*ESPERPENTO* VALLEINCLANIEN

Vanessa SAINT-MARTIN
Université de Toulon, France
vanstmartin@gmail.com

Résumé

Dans l'Espagne du début du XX^e siècle, Ramón del Valle-Inclán propose une dramaturgie résolument éloignée de la rhétorique bourgeoise du théâtre commercial. Cette pièce qui instaure l'esthétique subversive et grotesque de l'*esperpento* s'attaque aux conventions et aux stéréotypes inhérents au théâtre dominant, mais également au langage de l'époque. Aussi, cet article vise à analyser les opérations de défigement menées dans le dialogue de *Luces de bohemia*. À la croisée de la linguistique et des études théâtrales, cet article observe dans un premier temps les différentes modalités de détournement des expressions figées au sein de la conversation entre les personnages. Il s'attache ensuite à déterminer les effets ainsi que les enjeux du défigement à la lumière du projet de « rethéâtralisation » dans lequel s'insère l'*esperpento*.

Abstract

THE “DEFIGEMENT” IN THE GROTESQUE DRAMATURGY OF VALLE-INCLÁN'S *ESPERPENTO*

In Spain at the beginning of the 20th century, Ramón del Valle-Inclán proposes a dramaturgy that is far from the bourgeois rhetoric of commercial theatre. This play, which establishes the subversive and grotesque aesthetic of the *esperpento*, attacks the conventions and stereotypes inherent in mainstream theatre, but also in the language of the time. The aim of this paper is therefore to analyse the operations of « défigement » carried out in the dialogue of *Luces de bohemia*. At the crossroads of linguistics and theatre studies, this article first observes the different modalities of the diversion of fixed expressions within the conversation between the characters. Secondly, it attempts to determine the effects and the stakes of « défigement » in the light of the project of « re-theatricalization » in which the *esperpento* is inserted.

Mots-clés : *défigement, dramaturgie grotesque, rethéâtralisation, incommunication*

Keywords : *grotesque dramaturgy, miscommunication, re-theatricalization*

Au tournant du XX^e siècle, le dramaturge galicien Ramón del Valle-Inclán rejette le théâtre commercial qui prédomine en Espagne. Son aspiration à créer une dramaturgie subversive se cristallise dans une nouvelle esthétique – l'*esperpento* – qui met à mal les normes théâtrales et morales en vigueur. Publiée dans sa version définitive en 1924, *Luces de bohemia* incarne cette aspiration. Face au théâtre de divertissement plébiscité par la bourgeoisie, la pièce thématise la nécessité d'un renouveau à travers la déchéance d'un poète nommé Max Estrella. Ignoré par la prestigieuse Real Academia de la Lengua et renvoyé du journal pour lequel il collaborait, le poète déambule de nuit, dans les rues de Madrid avant de s'éteindre sur le pas de sa porte, ivre, déçu et gelé. Dans un élan de lucidité, il soutient qu'il n'est plus possible de produire de tragédie classique ou de héros au sein d'une société rongée par la misère, le vice et les fausses apparences. Il expose ainsi la nécessité de composer une esthétique grotesque plus à même de rendre compte de cette réalité. Toutefois, la distorsion associée à l'*esperpento* ne fait pas uniquement l'objet d'un développement théorique à l'intérieur du drame. En effet, le texte déploie maints recours formels destinés à malmener les conventions théâtrales, linguistiques ou encore sociales qui régissent l'Espagne du début du XX^e siècle (Montolío Durán, 1992 : 779).

Fondée sur un langage composite et dissonant, la pièce façonne le dialogue entre les personnages à partir de matériaux linguistiques préexistants tels que des fragments de citations littéraires, des locutions latines, des mots béquilles, des métaphores « clichés », des proverbes, etc. Dans les études consacrées à cette pièce, la critique valleinclanienne a souvent mis en évidence le caractère varié et hétérogène de ces matériaux ainsi que leur dimension parodique¹. En complément de cette approche générale et typologique, cet article se propose d'analyser le fonctionnement particulier des expressions figées dans le texte dramatique de *Luces de bohemia*. S'il est vrai que leur emploi est récurrent dans les échanges verbaux entre les personnages, l'intérêt qu'elles représentent repose moins sur un critère quantitatif que sur le traitement singulier qu'elles subissent. De fait, alors que les locutions relèvent de la cristallisation d'un stéréotype dans la langue, un « moule de pensée » (Schapira, 1999 : 2) dont on fait usage tel quel, Valle-Inclán bouleverse leur structure et le sens qui y est attaché. La déconstruction méthodique des expressions figées présentes dans la pièce nous invite donc à penser que ces stéréotypes linguistiques sont loin d'être épargnés par la dégradation systématisée. En partant de cette hypothèse, nous allons tenter de démontrer que le défigement des locutions stéréotypées constitue un dispositif déformant qui met en lumière la dimension grotesque de la société espagnole de la Restauration. Nous dégagerons tout d'abord deux modes de défigement témoignant d'une vision aussi créative que réflexive de la langue. Ces procédés de détournement donnent lieu à de multiples lectures du texte valleinclanien sur lesquelles il conviendra de s'interroger afin d'en déterminer les enjeux esthétiques et idéologiques. Il s'agira enfin d'envisager la

¹ On peut citer l'étude canonique d'Alonso Zamora Vicente intitulée *La realidad esperpéntica : (aproximación a « Luces de Bohemia »)*.

manière dont le défigement s'inscrit dans le projet de rénovation de la scène espagnole abandonnée à la complaisance et à la passivité du spectateur bourgeois.

1. La manipulation à vue des expressions figées

Les locutions figées qui nourrissent les dialogues de *Luces de bohemia* participent d'une caricature du réel faite de « collages d'éléments épars et hétérogènes », comme le mentionne Carole Egger (2007 : 98). Tantôt employés dans leur forme figée, tantôt soumis à de violentes manipulations, les stéréotypes linguistiques impliquent une dialectique figement/défigement qui s'inscrit au cœur de l'*esperpento*. Aussi, il apparaît nécessaire de définir attentivement ce rapport dialectique pour comprendre l'originalité du traitement réservé aux expressions figées dans cette pièce. Précisons d'abord que les séquences fixes ne sont pas uniquement employées pour leur commodité. Liliana Alic (2013 : 142) rappelle qu'elles présentent également l'avantage d'être très expressives, car elles s'appuient en règle générale sur une figure devenue plus ou moins opaque. De toute évidence, c'est avant tout cette propriété qui retient l'attention du dramaturge et stimule sa créativité, comme nous aurons l'occasion de le démontrer. En outre, d'autres caractéristiques sont déterminantes pour appréhender l'infléchissement du mécanisme de figement, et en particulier la réactivation du potentiel figural. Les spécialistes s'accordent à dire que les contraintes qui pèsent habituellement sur la syntaxe s'intensifient dans le cas d'une séquence figée. Si Georges Misri (1987 : 72) évoque « un blocage total ou quasi total des axes paradigmatique et syntagmatique », Laurent Perrin (2013 : 110) explique quant à lui que le « figement linguistique s'applique à ce qui entrave et contrôle la mobilité de toute combinatoire morpho-syntaxico-sémantique ou inférence pragmatique à quelque niveau que ce soit ». À ce blocage s'ajoute une autre propriété essentielle sur le plan sémantique : l'aspect global (Amossy et Herschberg-Pierrot, 1997 : 87) de la signification de la séquence. Il convient d'indiquer que ce « sens codé unitaire » (Perrin, 2013 : 110) est susceptible de fonctionner métaphoriquement. Ces caractéristiques sont aisément identifiables dans les séquences figées employées telles quelles par les personnages issus des bas-fonds madrilènes, à l'image des locutions verbales suivantes :

- (1) « *A cambiar el agua de las aceitunas* »² (Valle-Inclán, 2017 : 456)
- (2) « *Se juega de boquilla* »³ (Valle-Inclán, 2017 : 310)
- (3) « *Si usted le da coba* »⁴ (Valle-Inclán, 2017 : 329)
- (4) « *no dan ni los buenos días* »⁵ (Valle-Inclán, 2017 : 329)

En (1), la locution « *cambiar el agua de las aceitunas* » emploie un détour métaphorique pour désigner l'action d'uriner (Martínez López et Myre Jorgense,

² « Changer l'eau des poissons rouges » (Valle-Inclán, 2015 : 153).

³ « Un coup de bluff » (Valle-Inclán, 2015 : 47).

⁴ « Si vous lui passez de la pommade » (Valle-Inclán, 2015 : 59).

⁵ « Ils ne vous donneront même pas l'heure » (Valle-Inclán, 2015 : 59).

2009 : 16). L'expression « *jugar de boquilla* » (2) renvoie quant à elle au fait de dire quelque chose sans l'intention de le faire (Martínez López et Myre Jorgense, 2009 : 49), de même que « *dar coba* » (3) désigne l'action de faire des éloges à quelqu'un dans le but d'en tirer quelque chose (Martínez López et Myre Jorgense, 2009 : 102). La locution « *no dar ni los buenos días* » (4) signifie quant à elle l'avarice de quelqu'un (Martínez López et Myre Jorgense, 2009 : 151). Dans les trois derniers exemples, on remarque déjà que ces expressions reflètent les travers de la société représentée.

Cependant, comme nous l'avons avancé dans l'introduction, l'auteur ne se contente pas de reproduire les expressions qui rythment le langage courant, voire familier. Parallèlement à ces emplois conventionnels, il leur fait subir de multiples manipulations destinées à défaire le processus d'ossification. Cette exploration ludique du langage aboutit ainsi au « défigement » des locutions qui tire parti d'un dédoublement des interprétations. Salah Mejri précise ainsi qu'il « réactive le sens littéral et redonne aux constituants de la séquence leur liberté combinatoire » (2011 : 75). Dans un article sur le défigement dans les romans de Jean Giono et de Samuel Beckett, Sophie Milcent-Lawson approfondit cet aspect en affirmant que cette opération permet précisément de réactiver le sens compositionnel et analytique qui s'était effacé derrière le sens locutionnel, figuré et synthétique (2013 : 128).

Signalons encore que le défigement constitue un procédé dialogique qui fait entendre plusieurs voix hiérarchisées dans l'énoncé. Proche du détournement tel que l'entend Sarah Leroy (2005), le défigement est le résultat d'un dédoublement énonciatif : sous l'énoncé actualisé apparaît un énoncé enchâssé et détourné, à la fois antérieur et identifiable (Leroy, 2005 : 203). Aude Lecler indique à juste titre que malgré la proximité entre le détournement et le défigement, ce dernier présente la particularité de s'appuyer « sur une expression figée dont le sens est opaque et où l'énonciateur originel est moins nettement identifiable (car souvent fondu dans la doxa) » (2004 : §17). Le point de vue antérieur qui se trouve infléchi est donc imputable à un « ON », ou à « la voix anonyme de la collectivité » (Amossy et Herschberg-Pierrot, 1997 : 99). En manipulant un énoncé antérieur, le locuteur se détache alors d'un énonciateur doxique dont il « détourne le point de vue » (Lecler, 2004 : § 22). La description du défigement en tant que phénomène dialogique s'avère spécialement intéressante dans un contexte théâtral, où le dédoublement des voix au sein du discours des personnages se superpose à la double énonciation. Cette stratification des voix est susceptible d'avoir un impact significatif sur la communication, comme nous le verrons postérieurement.

Si ces définitions permettent de dégager les caractéristiques générales du défigement, elles ne sauraient suffire à appréhender ces opérations dans le texte dramatique. Avant de nous appliquer à examiner les effets d'un tel procédé, il apparaît nécessaire de considérer les différentes modalités du défigement dans *Lucas de bohemia*. Précisons d'emblée qu'il n'existe pas un procédé unique susceptible de détourner la locution figée et d'ouvrir le texte au dialogisme. Nous aborderons donc en premier lieu les déformations formelles des locutions aisément repérables dans les dialogues, comme en témoignent les exemples suivants :

- (5) « *Ministerio de la Desgobernación* »⁶ (Valle-Inclán, 2017 : 329)
 (6) « *tomarme la coleta* »⁷ (Valle-Inclán, 2017 : 420)
 (7) « *¡Me quito el cráneo!* »⁸ (Valle-Inclán, 2017 : 419)
 (8) « *No introduzcas tú la pata* »⁹ (Valle-Inclán, 2017 : 355)
 (9) « *No te pongas a gatas* »¹⁰ (Valle-Inclán, 2017 : 305)

Bien qu'il ne présente qu'une seule occurrence dans le texte, l'exemple (5) ci-dessus est assez saillant pour être mentionné. La locution nominale « *Ministerio de Gobernación* » se trouve détournée par une opération de dérivation lexicale. En ajoutant le préfixe privatif « *-des* » au mot « *gobernación* », le personnage fustige humoristiquement l'incompétence de l'institution. De fait, le défigement est le recours tout choisi pour dénoncer l'immobilisme qui a gagné les hautes sphères du pouvoir.

En outre, on rencontre également plusieurs cas de substitution lexicale, la modalité de défigement la plus souvent citée par les spécialistes. Dans les exemples tirés de *Luces de bohemia*, le signifiant choisi est sémantiquement proche de celui qui est présent dans la séquence figée, mais le simple remplacement suffit à faire émerger l'image enfouie. En (6), le substantif « *coleta* » vient remplacer « *pelo* », dans l'expression « *tomar el pelo* » qui signifie « se moquer de quelqu'un ou le duper » (Martínez López et Myre Jorgense, 2009 : 374). De même, dans l'exemple (7), le substantif « *cráneo* » prend la place du mot « *sombrero* » intégré à la locution verbale « *quitarse el sombrero* » qui exprime l'admiration de l'émetteur. Par conséquent, le sens locutionnel et le sens littéral à nouveau motivé¹¹ (Milcent-Lawson, 2013 : 133) coexistent. La valeur ajoutée de ces types de défigement réside dans l'aspect cocasse, voire absurde du sens littéral, parfaitement illustratif de l'*esperpento*.

Dans l'exemple (8), ce n'est pas le substantif, mais le verbe « *meter* » intégré à la locution « *meter la pata* »¹² qui est substitué par le verbe « *introducir* », plus savant et recherché. Si le sens synthétique – commettre une indiscretion (Martínez López et Myre Jorgense, 2009 : 363) – se trouve actualisé, l'image de l'extrémité d'un animal prise dans un piège refait également surface. Ce défigement rejoint donc les très nombreux procédés d'animalisation présents dans la pièce. On observe un cas similaire dans l'exemple (9), dont le fonctionnement est cependant plus complexe. En effet, Zamora Vicente voit dans l'expression « *no te pongas a gatas* » une modification de la locution « *salir a gatas* » qui signifie « se tirer d'une situation difficile » (1996 : 213). Mais, compte tenu du cotexte – à savoir la plainte de Max relative à l'absence de reconnaissance de son talent poétique – Carlos Álvarez-Nóvoa soutient qu'il s'agirait

⁶ « Ministère de l'Injustice » (Valle-Inclán, 2015 : 86)

⁷ « tu te foutras de moi » (Valle-Inclán, 2015 : 125)

⁸ « Je te tire mon crâne. » (Valle-Inclán, 2015 : 125)

⁹ « Occupe-toi de tes oignons » (Valle-Inclán, 2015 : 63)

¹⁰ « Ne te fais pas de mouron » (Valle-Inclán, 2015 : 44)

¹¹ Sophie Milcent-Lawson affirme en ce sens : « Dès lors, l'énoncé, qui continue de fonctionner sur le plan locutionnel, retrouve une motivation sur le plan compositionnel par son adéquation lexicale et thématique au contexte dans lequel il trouve place. » (2013 : 133)

¹² Cette expression est également employée telle quelle dans *Luces de bohemia*, sans modification préalable.

davantage d'une adaptation de l'expression « *ponerse a cuatro patas* », qui signifie « se rabaisser » (Álvarez-Nóvoa, 2000 : 76). Quoi qu'il en soit, en ranimant l'image de la posture féline, ce procédé est lui aussi porteur d'une caricature de la société au sein de laquelle l'humanité n'a plus sa place. Que dévoilent ces opérations de défigement, si ce n'est la dégradation généralisée et goyesque de la société ?

2. Un défigement co(n)textuel

Force est de constater que les opérations de défigement ne reposent pas toutes sur une manipulation manifeste des constituants de la locution. Dans de nombreux extraits, c'est le co(n)texte qui favorise une nouvelle lecture compositionnelle sans modification préalable. En ce sens, Aude Lecler affirme qu'« en étant la copie conforme de l'expression figée », ce défigement par composition « produit un sens délexicalisé par le contexte discursif et non-verbal, le cotexte ou la situation d'énonciation » (2004 : § 17). Les exemples suivants répondent à ces caractéristiques :

- (10) « *Te habían cerrado todas las puertas* »¹³ (Valle-Inclán, 2017 : 430)
- (11) « *el fondo de los Reptiles* »¹⁴ (Valle-Inclán, 2017 : 391)
- (12) « *echarle la zarpa* »¹⁵ (Valle-Inclán, 2017 : 328)
- (13) « *¡Pico de Oro!* »¹⁶ (Valle-Inclán, 2017 : 351)

En (10), Don Latino¹⁷ emploie la locution « *cerrarse [a alguien] todas las puertas* » pour exprimer les difficultés insolubles auxquelles son compagnon Max Estrella a dû faire face (Martínez López et Myre Jorgense, 2009 : 417) avant son décès. Au-delà de cette interprétation figurée et locutionnelle, le contexte offre une autre lecture possible dans la mesure où la mort du poète est *littéralement* une affaire de portes. En effet, lorsque le personnage retourne chez lui au lever du jour après avoir passé la nuit à errer dans les bas-fonds de Madrid, il trouve le portail de l'immeuble fermé. Transi de froid, il demande à son épouse, Madama Collet, de venir lui ouvrir, mais il n'obtient pas de réponse. Son cadavre sera retrouvé sur le pas de la porte au petit matin.

Les locutions comprises dans les exemples (11) et (12) illustrent une nouvelle fois l'animalisation des personnages. L'image du reptile (11) dissimulée dans l'expression qui renvoie à l'argent qu'un gouvernement destine clandestinement aux pots-de-vin (Álvarez-Nóvoa, 2000 : 198) ou celle de la griffe du lion (12) renfermée dans la locution verbale qui fonctionne comme synonyme du verbe *s'emparer* (Martínez López et Myre Jorgense, 2009 : 141), sont toutes les deux remotivées par le contexte fictionnel de la dégénérescence de la société au sein de laquelle l'argent a balayé toute valeur morale. L'appât du gain anime l'action de tous

¹³ « On t'avait fermé toutes les portes » (Valle-Inclán, 2015 : 133)

¹⁴ « (les) caisses noires » (Valle-Inclán, 2015 : 101)

¹⁵ « mettre le grappin dessus » (Valle-Inclán, 2015 : 58)

¹⁶ « Bouche d'Or ! » (Valle-Inclán, 2015 : 71)

¹⁷ Il s'agit du personnage qui guide Max Estrella dans la nuit madrilène.

les personnages, de sorte qu'ils s'en trouvent déshumanisés et réduits à leur instinct animal. Dans l'exemple (13), l'ironie qui transparaît dans l'expression « *pico de oro* » (Martínez López et Myre Jorgense, 2009 : 387) censée traduire l'éloquence d'un policier est encore amplifiée par un procédé de défigement. En effet, le contexte de dégradation généralisée invite également à isoler et à interpréter littéralement le mot « *pico* » qui renvoie au bec d'un perroquet.

Enfin, on observe un dernier procédé grâce auquel le défigement opère par une reprise à l'identique de la séquence figée, à ceci près que le double sens émane du plan dialogal à l'insu du locuteur (Milcent-Lawson : 2013 : 139). Plus précisément, il s'agit des cas où l'interlocuteur signale la pertinence du sens compositionnel de la locution employée par l'émetteur :

- (14) « *DON FILIBERTO. ¡Usted me ha buscado la lengua!*
DORIO DE GADEX. ¡A eso no llego! »¹⁸ (Valle-Inclán, 2017 : 371)
- (15) « *LA VIEJA PINTADA. Que le den morcilla.*
DON LATINO. Se la prohíbe el rito judaico. »¹⁹ (Valle-Inclán, 2017 : 403-404)
- (16) « *MADAMA COLLET. Otra puerta se abrirá.*
MAX. La de la muerte. »²⁰ (Valle-Inclán, 2017 : 304)
- (17) « *CLAUDINITA. Viene a dos velas.*
DORIO DE GADEX. Para el funeral. ¡Siempre correcto! »²¹ (Valle-Inclán, 2017 : 429)

En (14), le personnage de Don Filiberto emploie sans réfléchir l'expression « *buscar la lengua* » pour signifier que son interlocuteur l'a provoqué (Martínez López et Myre Jorgense, 2009 : 260). Or, Dorio de Gadex, ne manque pas l'occasion de se moquer de Don Filiberto : il feint alors d'interpréter la locution au pied de la lettre, lui attribuant ainsi un sens scabreux (Álvarez-Nóvoa, 2000 : 87). Cette fausse méprise – Dorio nie avoir tenté d'embrasser Don Filiberto – a un effet clairement comique. Le jeu rhétorique qui repose sur un enchaînement fautif de l'interlocuteur sur le sens littéral de la locution est également visible en (15). La Vieja Pintada emploie l'expression « *Que le den morcilla* » pour manifester tout son mépris envers un homme politique qui vient d'être évoqué dans la conversation (Álvarez-Nóvoa, 2000 : 229). À partir du mot *boudin*, Latino se permet une plaisanterie sur les origines juives de l'homme en question. Ces procédés de défigement offrent la possibilité à l'interlocuteur de montrer toute sa vivacité d'esprit, mais le jeu rhétorique n'en reste pas moins léger et superficiel. En revanche, on observe d'autres cas où le détournement de la locution fait émerger la thématique de la mort. La dimension comico-ludique devient par conséquent indissociable du tragique, comme

¹⁸ « DON PHILIBERT. C'est vous qui m'avez asticoté.
DORIO DE GADEX. Je n'irai pas jusque-là. » (Valle-Inclán, 2015 : 87)

¹⁹ « LA VIEILLE FARDÉE. Qu'il aille se faire foutre.
DON LATINO. La religion juive le lui interdit. » (Valle-Inclán, 2015 : 113)

²⁰ « MADAME COLETTE. On trouvera bien une solution.
MAX. La mort. » (Valle-Inclán, 2015 : 44)

²¹ « CLAUDINE. Il est complètement noir.
DORIO DE GADEX. Pour l'enterrement ! C'est de circonstance ! » (Valle-Inclán, 2015 : 132)

en (16). Alors que Madama Collet s'emploie à rassurer son mari en s'aidant d'un fragment du proverbe « *Cuando una puerta se cierra, otra se abre* », Max infléchit l'optimisme qui dérive du sens locutionnel en ajoutant que la seule porte susceptible de s'ouvrir est celle de la mort. Dans l'exemple (17), c'est une nouvelle fois Dorio de Gadex qui met en évidence la pertinence du mot « *velas* » pris indépendamment de la locution « *venir a dos velas* ». Claudinita, la fille du poète, accuse l'un des personnages présents, Latino, de ne pas comprendre la gravité de la situation à cause de son état d'ébriété (Álvarez-Nóvoa, 2000 : 290). Or, Dorio souligne ironiquement le caractère opportun de l'arrivée de Latino en feignant d'interpréter littéralement l'expression de Claudinita. Il affirme ainsi qu'il est de bon ton d'apporter des bougies à une veillée funèbre. Le mot d'esprit de Dorio fait apparaître un décalage entre l'aspect solennel du rituel et l'attitude grotesque et impertinente de Don Latino. À la lumière de ces derniers exemples, il semblerait que le détournement n'obéit pas uniquement à la volonté de susciter le rire chez le récepteur, ce qui nous amène à nous interroger sur les enjeux de ce procédé dans *Luces de bohemia*.

3. Les enjeux avant-gardistes du défigement

Dire que le défigement consiste à « *ranimer la figure* » (Perrin, 2013 : 120) revient à lui attribuer un certain rôle dans le processus créatif de l'auteur. Il s'agirait ainsi de l'une des ressources exploitées par Valle-Inclán pour réinventer la langue. Bien que vraies, ces considérations sont potentiellement applicables à toutes les œuvres littéraires qui ont recours au défigement. Aussi, l'originalité de la démarche du dramaturge galicien ainsi que l'apport de ce procédé au sein de l'esthétique de *l'esperpento* et du genre théâtral restent à déterminer.

L'analyse des exemples démontre que le défigement est un ressort comique, mais qu'il ne s'y limite nullement. De fait, le rire qu'il peut produire ne saurait masquer la crise esthétique, sociale et morale représentée dans la pièce. Le dramaturge s'éloigne ainsi du stéréotype linguistique en tant que « *formule simplifiée* » qui condenserait « *une réalité plus complexe* » (Dufays, 1994 : § 4) dans la mesure où sa démarche vise plutôt à « *discréditer toute stéréotypie corsetée dans un sens unique* » (1994 : § 21), comme l'affirme Jean-Louis Dufays dans son article sur le rapport étroit entre stéréotype et littérature. Le détournement des locutions figées permet de restituer une vision disloquée, déformée et désautomatisée du réel fictionnel à l'origine même de *l'esperpento*. En proposant deux lectures²² et en nourrissant une certaine ambivalence, le procédé démantèle l'unicité du monde fictionnel véhiculé par le dialogue. Le réveil de la figure qui sommeillait dans une forme figée met à nu les mécanismes d'une société gagnée par l'absurde. Ainsi, le défigement de l'expression « *Ministerio de Gobernación* » (5) rend compte d'un pouvoir qui fonctionne à l'envers et qui use de son autorité de façon arbitraire. De même, l'aspect grotesque des actions humaines et la vanité de la mort sont soulignés

²² Charlotte Schapira évoque la « *superposition de deux sémantismes* » : « *d'une part, le sens, fixe et convenu, du stéréotype, d'autre part, celui de la séquence manipulée, non figée, individuelle et par conséquent originale, essentiellement allusive et par conséquent plus riche et plus chargée de sens* ». (Schapira, 1999 : 146).

par les détournements tels que « *quitarse el cráneo* » (7), « *te habían cerrado todas las puertas* » (10), ou le défigement de l'expression « *venir a dos velas* » (17). Enfin, les opérations de défigement affectent significativement les locutions dont le sens littéral est en lien avec le monde animal (8), (9), (11), (12), (13). De cette manière, le dramaturge dénonce la dégradation de l'humain dans une société où l'argent prime. La vision unifiée, héroïque et transcendante véhiculée par la tragédie est constamment remise en question.

On remarque ainsi que les enjeux poétiques sont intrinsèquement liés à des enjeux dramaturgiques. La destruction des principes de la tragédie se combine à une transgression du pacte communicationnel fondé sur l'imbrication de deux circuits de parole²³. L'*esperpento* se défait du dialogue théâtral stylisé et idéalisé (Kerbrat-Orecchioni, 1984 : 56) pour privilégier toutes sortes de ruptures auxquelles participe largement le défigement. À la faveur de ce dispositif dialogique, le bon sens, qui fonctionne bien souvent comme un socle commun sur lequel se bâtit la conversation, est sans cesse détourné. Par conséquent, le procédé permet de mettre à mal les automatismes de la société bien-pensante, la voix de la collectivité et les vérités préétablies. Or, malmener les expressions toutes faites ne serait-il pas un moyen d'attaquer le théâtre bourgeois, fondé sur la transparence du langage et la répétition de formules stéréotypées ? De cette façon, le défigement ferait plus largement écho au débat qui agite le monde culturel du début du XX^e en Europe. De nombreux intellectuels et auteurs évoquent en effet de la crise théâtrale qui frappe les dramaturgies conventionnelles, dénonçant ainsi l'inertie et la paralysie de la scène. Par opposition, le théâtre d'avant-garde revendique le mouvement et la rupture formelle pour parvenir à une rethéâtralisation. La resémantisation des expressions figées dans *Luces de bohemia* s'inscrit pleinement dans ce projet, puisqu'elle n'a pas uniquement pour effet de défaire l'unité du monde et du sens au sein de la pièce. Elle permet avant tout de bouleverser les modes de réception habituels et la paresse intellectuelle auxquels les dramaturges d'avant-garde attribuent le déclin du théâtre. Le défigement serait mis au service du réveil du spectateur, quête inhérente aux avant-gardes. Sarah Leroy affirme en ce sens : « L'énonciataire, prenant part à la fois à la chaîne citative initiale et à la coénonciation du détournement proprement dit, y joue un rôle majeur » (2005 : 213).

En définitive, le détournement des locutions figées s'ajoute aux nombreux procédés dialogiques dont use Valle-Inclán pour ébranler les moules de pensée et les conventions. Le défigement, toute comme l'ironie, fait sans doute partie de ces techniques de déformation qui ont valu à *Luces de bohemia* de ne jamais être représentée sur la scène de son temps.

²³ La communication entre les personnages est en effet adressée en dernière instance au public.

Bibliographie

- Alic, Liliana (2013). « Le stéréotype linguistique », dans *Language and Literature Studies*, Editura Universității Petru Maior, n° 14, pp. 139-147.
- Álvarez-Nóvoa, Carlos (2000). *La noche de Max Estrella*, Barcelona, Octaedro, 326 p.
- Amossy, Ruth et Herschberg-Pierrot, Anne (1997). *Stéréotypes et clichés : langue, discours, société*, Paris, Nathan, 128 p.
- Dufays, Jean-Louis (1994). « Stéréotype et littérature : L'inéluctable va-et-vient », dans Goulet, Alain (dir.), *Le Stéréotype : Crise et transformations*, Caen, Presses universitaires de Caen, pp. 77-89. Accès : <http://books.openedition.org/puc/9702>. DOI : 10.4000/books.puc.9702. (Dernière consultation : le 07 novembre 2021).
- Egger, Carole (2007). « Théâtralité et dramaturgie visionnaire », dans Samper, Edgard, *Le retour du tragique : « Lucas de Bohemia » de Valle-Inclán (1920) et la rénovation esthétique*, Paris, Ellipses, pp. 89-100.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1984). « Pour une approche pragmatique du texte théâtral », dans *Revue Pratiques*, n° 41, pp. 46-62.
- Lavaud-Fage, Éliane et Lavaud, Jean-Marie (1991). *Valle-Inclán, un Espagnol de la rupture*, Paris, Actes sud, 159 p.
- Leroy, Sarah (2005). «Le détournement dans les titres de presse : un marquage dialogique », dans Bres, Jacques (éd.), *Dialogisme et polyphonie*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, pp. 201-214.
- Lercler, Aude (2004). «Blague à part, peut-on traiter la question du défigement en termes dialogiques? », dans *Cahiers de praxématique*, n° 43, pp. 81-106. Accès <<https://journals.openedition.org/praxematique/1807>>. DOI : 10.4000/praxematique.1807. (Dernière consultation: le 07 novembre 2021).
- Maingueneau, Dominique (2015). *Manuel de linguistique pour le texte littéraire*, Paris, A. Colin, 358 p.
- Mejri, Salah (2005). « Figement absolu ou relatif : la notion de degré de figement », dans *Linx*, n° 53, pp. 183-196.
- Mejri, Salah (2011). «Figement, collocation et combinatoire libre », dans Anscombe J-C., Mejri S. (éds.), *Le figement linguistique : la parole entravée*, Paris, Honoré Champion, pp. 63-77.
- Misri, Georges (1987). « Approches du figement linguistique : Critères et tendances », dans *La Linguistique*, Vol. 23, Fasc. 2, pp. 71-85.
- Milcent-Lawson, Sophie (2013). « Poétiques du défigement chez Giono et Beckett », dans *Pratiques*, n° 159-160, pp. 127-146.
- Montolío Durán, Estrella (1992). «La conciencia lingüística de Valle Inclán: la voluntad de renovar la lengua literaria», dans *Actas del II Congreso Internacional de Historia de la Lengua Española. Tomo II*, Madrid, Pabellón de España, pp. 777-786.
- Perrin, Laurent (2013). « De l'analysibilité au défigement des expressions figées », dans *Pratiques*, n° 159-160, 2013, pp. 109-126.

- Schapira, Charlotte (1999). *Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules*, Paris, Ophrys, 172 p.
- Valle-Inclán, Ramón del (2017). *Luces de Bohemia* (édition de Francisco Caudet), Madrid, Cátedra, 459 p. (1ère édition définitive en 1924).
- Valle-Inclán, Ramón del (2015). *Lumières de bohème : esperpentos ; Carnaval de Mars* (traduction de Serge Salaün), Grenoble, Ellug, 379 p.
- Valle-Inclán, Ramón del (1996). *Luces de Bohemia : esperpento* (59e éd.) (édition d'Alonso Zamora Vicente ; guide de lecture et glossaire de Joaquín del Valle-Inclán), Madrid, Espasa Calpe, 215 p.
- Martínez López, Juan Antonio et Myre Jorgense, Annette (2009). *Diccionario de expresiones y locuciones del español*, Ediciones de la Torre, 542 p.

LA FABRIQUE DE STÉRÉOTYPES SUR LE CINÉMA JAPONAIS, AFFICHES ET DÉPLACEMENT NOTIONNEL

Yoshiko SUTO
Université Nihon, Japon
sutou.yoshiko@nihon-u.ac.jp

Résumé

Cet article propose une analyse d'affiche de cinéma dont les modalités de productions industrielles reposent à la fois sur des modèles nationaux et mondialisés. Deux niveaux de stéréotype sont notables, ceux référant au cinéma et ceux référant aux cultures qui produisent les films. Certaines études comparatives d'affiches produisent des simplifications en opposant un modèle de cognition qui serait occidental avec un modèle qui serait japonais. Nous analyserons le fonctionnement habituel des affiches de cinéma au Japon puis nous aborderons le cas particulier des affiches du Studio Ghibli pour enfin nous intéresser à un déplacement notionnel produit par une critique cinématographique qui rejoue sur le plan théorique la dynamique de construction de stéréotype à l'international.

Abstract

FORMATION OF STEREOTYPES ON JAPANESE FILM, POSTERS AND NOTIONAL SHIFT

This article offers an analysis of a cinema poster which is an industrial medium, based on both national and global models. Two levels of stereotypes are visible, those referring to the cinema and those referring to the cultures which produce films. Some comparative poster studies produce simplifications, they oppose a Western cognitive model with a Japanese cognitive model. We will analyze the usual functioning of movie posters in Japan and then discuss the specific case of Studio Ghibli posters. Finally, we will be interested in a notional shift produced by a film criticism which re-enacts theoretically the dynamics of stereotype formation at the international level.

Mots-clés : *cinéma, affiche, Japon, topos, Ghibli, stéréotype*

Keywords : *cinema, poster, Japan, topos, Ghibli, stereotype*

Introduction

Les mots de *stéréotype*, de *cliché* ou même de *poncif* proviennent historiquement de procédés techniques de duplication qui appartiennent aux arts

graphiques ou à l'imprimerie, avant de désigner « péjorativement l'usure de l'expression verbale » (Amossy et Herschberg-Pierrot, 1999). D'un point de vue technique, le cinéma est un médium industriel reposant à la fois sur des modèles nationaux et mondialisés, il peut allègrement être lui-aussi porteur de lieux communs. Plus fortement encore l'affiche de film renvoie à plusieurs niveaux de stéréotypes, ceux propres au cinéma et à ceux propres aux cultures qui produisent les films. D'une manière équivalente, une littérature savante vient appuyer des poncifs qui adviennent par des logiques de déplacements et de traductions à l'international.

Premièrement, nous allons suivre l'analyse comparative des affiches de cinéma par Ono (2004, 2008), celle-ci mène à des clichés concernant une opposition culturelle entre spectateur américain et japonais. Puis nous tenterons de discerner certaines des raisons de la construction de stéréotypes culturelles, ainsi dans une seconde partie nous allons voir le fonctionnement habituel dans les affiches des topoï renvoyant aux règles cinématographiques, et ensuite nous allons approcher une série d'affiches qui relèvent de stéréotypes culturels par la diffusion à l'international. Enfin dans l'optique d'élargir notre problématique de construction de stéréotypes par des énoncés entourant les films, nous aborderons un texte de critique cinématographique qui produit un déplacement notionnel comparable à celui des affiches. Nous analyserons la manière dont Capel (2015) transfigure une notion en jouant sur le plan théorique, ce que nous observerons avec les supports publicitaires.

1. Comparatisme et affiches de cinéma

Ono (2004, 2018) a produit une analyse comparative entre des affiches japonaises et américaines à partir de films américains. En recourant au domaine de la linguistique cognitive japonaise, il tente d'expliquer les variations entre les affiches par la comparaison des caractéristiques issues des deux langues. Ainsi les anglophones auraient tendance à s'exprimer de façon objective et analytique, et au contraire les japonophones s'exprimeraient de manière directe et subjective par leur émotivité et par l'immédiateté de sensations physiques et visuelles. Chez cet auteur, il y a bien deux typicités qui s'opposent et qui valident des clichés concernant l'objectivité supposée de l'« Occidental », et la sentimentalité du Japonais. Plus précisément, selon Ono, la tendance des personnages sur l'affiche japonaise serait d'être intégrés au fond par une composition d'image qui ne supprime pas l'arrière-plan. Mais aussi, la figuration de la scène serait directement « perçue » comme si le récepteur se situait à l'intérieur du support de communication. En revanche, les images des affiches américaines auraient tendance à isoler les personnages et à supprimer l'arrière-plan. Il en serait de même pour les éléments textuels. Alors que les affiches américaines seraient d'ordre sélectif et analytique, les récepteurs japonais préféreraient les titres qui expriment une sensation ou une atmosphère englobant le film dans sa totalité. Prenons directement depuis Ono (2008) les exemples (18) et (23) portant sur les affiches des films « Lions for lambs » et « Patton ». Les visuels proviennent de l'ouvrage (*Ibid.* : 128).



L'auteur soulève deux contrastes. Premièrement, il oppose l'absence d'arrière-plan dans la version américaine, à l'intégration dans la scène des photos de personnage de la version japonaise. Deuxièmement, il signale l'inefficacité du titre américain *Lions for lambs* ou *Patton*, car ils ne permettraient en rien de comprendre l'histoire du film, tandis que les titres japonais *Ôinaru inbô* (Grand complot) et *Patton dai-sensha-gundan* (La grande unité de chars de Patton) précisent mieux la diégèse du film.

Or d'un point de vue graphique, comme le matériel de communication se déploie en plusieurs versions, l'analyse devient peu convaincante quand on compare les différentes versions existantes. Par exemple pour *Lions for lambs*, il existe au Japon une version de l'affiche¹ avec la même composition que celle américaine. Par ailleurs, le visuel de la version française est le même que la version japonaise citée par Ono. Dès lors, c'est en vertu d'une sélection préalable et dissimulée que ce comparatisme d'affiches devient efficient. Concernant les différences entre les titres anglais et japonais, la prise en compte du manque de connaissance d'éléments spécifiques à l'histoire d'un pays vient grandement nuancer les oppositions décrites. En effet pour « *Lions for lambs* », notons que les Japonais ne partagent pas les connotations judéo-chrétiennes concernant des mots comme « agneaux », ce qui empêche d'avoir accès au sens métaphorique du titre américain. Dès lors, le mot « inbô (complot) » peut simplement venir combler une lacune concernant des références culturelles. Pareillement, pour le titre en japonais du film *Patton*, la mention de « char » remplit un manque de références. En effet le mot *Patton* renvoie à un général américain, héros de la Deuxième Guerre mondiale, qui a légué son nom à une série de chars d'assaut. De telle sorte, les associations se font spontanément entre ce général et les chars, mais uniquement aux États-Unis². Les références culturelles, y compris celles connotatives, constituent des lieux communs pour les récepteurs de la version d'origine de ces films américains. Ils recèlent d'informations primordiales pour communiquer le contenu du film.

¹ Affiche japonaise visible sur http://eiga-chirashi.jp/081113_1/081113a000010.pdf (Dernière consultation : le 30 mars 2022).

² Nous pouvons noter que l'affiche belge ajoute le slogan « le démon des blindés » probablement pour pallier une carence de connaissance d'une manière similaire à l'affiche japonaise.

L'opposition typologique des « modes de cognition » soulevée par Ono provient en réalité des différences que produit le transfert des informations véhiculées au moyen de lieux communs, cela à partir des récepteurs américains vers les récepteurs japonais.

En radicalisant les oppositions entre deux affiches, Ono conclut à l'existence de deux modalités esthétiques et cognitives différentes. De telle sorte, il nous semble qu'il mélange deux niveaux de clichés : le premier portant sur des lieux communs, sur des informations partagées au sein d'une communauté, le second portant sur des stéréotypes concernant une âme qui serait propre à un peuple, une manière spécifique de penser et de sentir limitée culturellement.

2. Les topoï, l'usage général de l'affiche de cinéma au Japon

Tout d'abord, notons que les affiches de cinéma ne communiquent pas sur des objets de consommation à acquérir, mais plutôt sur des expériences esthétiques à accomplir. Dès lors, l'aspect émotionnel est encadré par des énoncés normatifs concernant le comportement à adopter pour devenir un spectateur face aux films dans le cadre d'une salle de cinéma. De plus, il est aisé de noter le grand nombre d'informations présentes sur les affiches japonaises, ne serait-ce que par comparaison avec celles françaises ou américaines, tant au niveau des images que du texte. Ces différents éléments ont pour fonction de guider le potentiel spectateur, de lui donner certains préalables pour qu'il puisse se représenter ce que sera l'expérience proposée.

En regroupant les philosophes qui ont posé des règles à la bonne pratique de l'esthétique, Cauquelin (2018) qualifie leurs théories d'« injonctives ». De telle sorte, les discours esthétiques injonctifs consisteraient à « poser des règles d'actions telles qu'en les suivant on obtienne ce qui sera qualifié d'œuvre d'art » (*Ibid.* : 6). Dans les affiches japonaises, les règles d'actions permettent d'acquérir le bon comportement face à l'objet filmique, en utilisant comme expédient la forme de lieux communs cinématographiques. Ceux-ci sont partagés par une communauté, mais renvoient aussi à un objet esthétique mondialisé. Leurs fonctions ressemblent à la manière dont Aristote, qui serait d'après Cauquelin le philosophe inventeur de l'esthétique injonctive, suppose les topoï comme nécessaires à la poétique, à la réception de la tragédie.

Nous allons voir deux exemples concrets³, avec des films de romance grand public qui comportent de nombreuses indications textuelles. En guise de première affiche⁴, nous abordons le film *Bjin ga konkatsu shite mitara* (Si une belle fille cherche un mari) sorti en salle en 2018. La photo de chacun des quatre personnages sur l'affiche est accompagnée par un bref descriptif et par un énoncé qui semble repris d'une réplique dans le film :

³ Concernant les affiches analysées, nous renvoyons en note vers les occurrences se trouvant sur le site de référence IMDB ou sur les sites des producteurs.

⁴ Affiche sur IMDB : <https://www.imdb.com/title/tt8661570/mediaviewer/rm3768674304/> ; Site officiel : <https://bijikon.official-movie.com/> (Dernière consultation : le 30 mars 2022).

- (1) Sonoki (m) : employé d'une firme commerciale / timide par rapport aux filles / pas de bon goût pour les vêtements ; « Ça fait des années depuis que j'ai quitté ma dernière copine... »
 Takako (f) : web designer / belle / pas de chance par rapport aux garçons ; « Je renonçais à me marier. Ah, je veux mourir. »
 Yatabe (m) : dentiste / divorcé une fois / pas d'envie de se marier ; « ... peut-être que tu es tombée amoureuse ? »
 Keiko (f) : femme au foyer / fille critique / vivre avec sa belle-mère ; « Ce qui est le plus important pour la vie conjugale, c'est ... de la patience. »

Au-dessus des personnages se présentent de multiples énoncés, renvoyant à l'héroïne (Takako) par des flèches, qui sont perçues comme étant des monologues internes :

- (2) « Ce que je compte faire, ce n'est pas une amourette, mais un mariage ! » ; « Je n'ai pas de temps à perdre pour m'amuser avec un homme qui ne veut pas se marier... » ; « En réalité, je n'ai eu que des relations extraconjugales vaseuses. » ; « Pourquoi, je me sens si seule ? » ; « En fait, je me rends compte que je ne suis pas du côté des gens qui choisissent, mais du côté des gens qui se font choisir. » ; « Je veux me faire accoster par un homme normal. » ; « Donnez-moi une bière fraîche !!! » ; « Quoi ! ? Je n'ai que des hommes âgés. »

L'ensemble de ces nombreux éléments discursifs, en plus de donner des informations propres aux personnages, imitent leurs voix. Ils décrivent précisément la diégèse du film et les relations complexes entre les individus, tous ces éléments sont constitutifs de la trame narrative et permettent au récepteur de l'affiche d'appréhender l'objet avant la séance à laquelle il assistera.

Le second exemple, l'affiche⁵ du film *Kugatsu no koi to deau made* (Jusqu'à ce que je rencontre l'amour de septembre) possède deux slogans. Le premier slogan (3) se donne comme une parole du garçon par rapport à la fille et suggère une histoire d'amour à sens unique. Le deuxième slogan (4) annonce que le film relève de la science-fiction et du drame. Il promet aussi un effet bénéfique sur les spectateurs, une catharsis, en l'occurrence l'acte de pleurer.

- (3) Unmei no hito ga boku ja naku temo, boku wa anata o mamoritai.
 « Même si je ne suis pas l'homme de ta vie, je veux te protéger. »
 (4) « Mirai » ga kanojo o kesu made, 365 nichi. Ichizuna omoi ni namidasuru setsunai kiseki no koi.
 « Il reste 365 jours jusqu'à ce que "l'avenir" la fasse disparaître. Les sentiments sincères, un amour douloureux et miraculeux, vous feront pleurer. »

Comme dans l'affiche précédente et dans la plupart des cas au Japon, de nombreux éléments permettent de saisir la composition d'une intrigue vraisemblable

⁵ Affiche sur IMDB : <https://www.imdb.com/title/tt9303120/mediaviewer/rm2612883712/> ; Site officiel : <https://www.warnerbros.co.jp/kugatsunokoi/> (Dernière consultation : le 30 mars 2022).

et unifiée. Par la même, les affiches japonaises esquissent généralement un monde autonome, doté d'une unicité temporelle et spatiale. Entre le récepteur et le monde fictionnel, les articulations peuvent être réalisées par des topoï, des lieux communs. De telle sorte, dans la grande majorité des cas, il n'est pas supposé un spectateur japonais ayant une spécificité limitée culturellement au cinéma japonais, et cela alors que les slogans d'affiches ont des formes propres au pays. La finalité esthétique visée est mondialisée, la perception d'un film suit alors les règles aristotéliennes du vraisemblable.

Mais il y a naturellement des exceptions, et nous allons voir le cas particulier des Affiches de films du Studio Ghibli.

3. Le cas des films du Studio Ghibli et la construction de stéréotypes culturels

Le Studio Ghibli rend visible sur les archives de son site internet⁶ l'ensemble des affiches officielles de ses longs-métrages. Cette vision générale met en évidence leurs grandes simplicités qui les rapprochent du canon international. Notons que les slogans sont verticaux⁷ et qu'ils sont globalement courts. Par exemple le slogan de l'affiche⁸ *Hauru no ugoku shiro* (*Le Château ambulante*) est une phrase avec seulement un sujet et un verbe :

- (5) Futari ga kurashita.
« Les deux personnes ont vécu. »

Il s'agit d'un énoncé qui suggère une histoire d'amour rapportée rétrospectivement par un narrateur omniscient. À partir des éléments visuels disponibles sur l'affiche, il est difficile de savoir exactement à qui renvoie le couple « amoureux » décrit par *futari* (deux personnes). Ni le duo au premier plan, c'est-à-dire une vieille dame et son chien qui ont bien vécu, ni les deux éléments du fond, un épouvantail et un château dont on sait par le titre que le second peut se déplacer, ne correspondent à la connotation d'une « histoire d'amour ». Par le manque d'une stabilité interprétative des relations entre le titre, le slogan et l'image, il n'apparaît pas d'unité qui serait en mesure de transmettre au récepteur le monde du film.

Le peu d'informations disponibles dans les affiches de Ghibli et le manque de contexte verbal et visuel peuvent rendre délicate ou instable l'interprétation d'un récepteur japonais qui est habitué aux supports de communication courants que nous avons abordés à la section précédente.

Shigesato Itoi est l'auteur de 12 slogans de films de Ghibli. C'est un publicitaire reconnu, ses slogans sont devenus une marque de fabrique qui lui a donné un statut d'auteur. Mais remarquons qu'ils sont peu efficaces en termes de

⁶ Site du Studio Ghibli : <https://www.ghibli.jp/works/> (Dernière consultation : le 30 mars 2022).

⁷ À l'exception des affiches officielles de *Heisei tanuki gassen ponpoko* (*Pompoko*) (1994) et *Hôhokekyo tonari no yamada kun* (*Mes voisins les Yamada*) (1999).

⁸ Affiche japonaise : <https://www.ghibli.jp/images/howl.jpg> (Dernière consultation : le 30 mars 2022).

communication concernant l'histoire du film. Une question se pose alors sur la manière dont les récepteurs appréhendent ce type de slogans dépouillés d'informations narratives, comment se représentent-ils la fiction narrative proposée ? Une hypothèse serait de supposer pour ces slogans une capacité d'incarnation d'une idéalité relevant d'une spécificité culturelle partagée entre les spectateurs japonais. Néanmoins, les campagnes de communications de Ghibli ne se limitent pas aux affiches présentées sur le site officiel, il y a aussi des publicités régulières dans les grands quotidiens. Avec de nombreuses variations pour chaque film, les campagnes de diffusions présentent un fonctionnement proche des affiches habituelles au Japon, c'est-à-dire une accumulation de slogans et d'illustration à but injonctif. D'ailleurs la directrice artistique Mieko Hara qui a été responsable de la publicité dans les journaux sur de nombreux films de Ghibli nous informe que (c'est nous qui traduisons) :

Si l'on produit une affiche de type simple, on est obligé de faire une deuxième affiche avec des photos qui permettent de comprendre le contenu du film. Pour cela, je produis des publicités sur les journaux qui peuvent être compréhensibles même pour des hommes et des femmes de toutes provinces et de tout âge. (Sutajio jiburi sekinin henshū, 2002 : 193)

En plus des publicités dans les journaux, il y a aussi le cas d'autres affiches se rapprochant du canon habituel au Japon. On y retrouve ainsi des slogans expliquant les éléments de la trame narrative ou des écritures horizontales. En prenant par exemple, une affiche⁹ utilisée pour la promotion du *Hotaru no haka* (*Le Tombeau des lucioles*) et en la comparant à l'affiche officielle¹⁰ qui comporte les slogans (6) et (7), elle rajoute (8) qui explicite la relation entre les deux personnages principaux et une explication générale du récit filmique. Notons aussi la présence de petites vignettes qui viennent informer le récepteur de différentes scènes visibles dans le film.

- (6) Wasuremono o, todoke ni kimashita.
« Je viens vous apporter ce que vous avez oublié. »
- (7) 4sai to 14sai de, ikiyō to omotta.
« À 4 ans et à 14 ans, nous avons voulu vivre. »
- (8) Sei to shi no tsugime ni senka ga hashiru. Shōwa 20 nen, Kōbe – keimai wa futari dake de osanai inochi ni hikari o tomosō to shita....
« Le feu de la guerre court à la jointure de la vie et de la mort. Lors de la 20^e année de Shōwa à Kōbe, le frère et sa petite sœur, tous les deux seuls, ont voulu brûler leurs jeunes vies. »

Il semble donc y avoir deux types d'affiches bien distincts avec des fonctions différentes, ce que nous confirme Masaya Tokuyama, le producteur publicitaire des

⁹ Affiche japonaise de promotion : <https://www.imdb.com/title/tt0095327/mediaviewer/rm4029811968/> (Dernière consultation : le 30 mars 2022).

¹⁰ Affiche officielle : <https://www.ghibli.jp/images/hotarunohaka.jpg> (Dernière consultation : le 30 mars 2022).

premiers films. En effet, il a noté que les affiches avec un slogan simple ne sont efficaces qu'à partir du moment où Ghibli a déjà été reconnu pour la qualité de ses films (*Ibid.* : 253).

Tout nous porte à penser que les affiches du site officiel de Ghibli et leur simplicité ne sont pas représentatives de la communication efficace qui permet de diffuser les films, mais qu'il s'agit plutôt d'une construction parallèle mettant en avant une typicité propre aux affiches de Ghibli. Néanmoins si ces formats à l'apparence de simplicité sont plutôt une exception, ils occupent la place de canon par rapport à la diffusion à l'international qui favorise les affiches avec peu d'informations. Il apparaît tout naturel alors que les affiches perçues mondialement deviennent plus représentatives que celles qui sont communes au Japon. Par effets secondaires, elles incarnent quelque chose d'une modalité culturelle japonaise, mais uniquement depuis l'extérieur du pays.

À partir du film *Hauru no ugoku shiro* (*Le Château ambulante*¹¹) qui est sorti en France en 2005, les affiches françaises comportent des slogans écrits en vertical directement en langue japonaise. Parfois aussi, la typographie rouge et la présence d'un carré arrondi semblent renvoyer à un sceau japonais. Ces éléments qui n'ont pas de valeurs informatives pour les récepteurs francophones deviennent des signes chargés d'une « japonité » qui sont paradoxaux dans le sens où leurs légèretés apparentes ne sont pas d'usage habituel au Japon.

De telle sorte c'est bien la diffusion à l'international qui est à la fois le vecteur à la constitution de la typicité de Ghibli pour le public japonais et le vecteur de « japonité » pour le public étranger. Ce déplacement implique des déformations concernant la composition de l'affiche japonaise afin de convenir au canon des affiches mondialisés. Cette dynamique produit une forme particularisée au Japon, au travers d'un style original qui devient celui d'un producteur d'animation, et un stéréotype généralisé à l'international relevant d'une « japonité » apparaissant comme authentique.

4. La particularisation cognitive de l'autre, le stéréotype par le biais théorique

Les modalités que nous venons de décrire avec les affiches de Ghibli peuvent être comprises en relation avec les fortes contraintes économiques d'un objet industriel comme le cinéma. Néanmoins avec certaines croyances concernant la possibilité d'un saisissement direct de la signification dans une intuition unitaire comme dans le cas d'une affiche, nous pouvons avoir des phénomènes similaires concernant l'analyse théorique des films. Dès lors la traduction (ou la non-traduction) des concepts joue un rôle prédominant.

Nous proposons de prendre comme exemple l'analyse du concept de *shutai* (主体) dans Capel (2015) traitant du cinéma des années 1960. Notons déjà que ce livre comporte de nombreuses traductions dont les références bibliographiques des

¹¹ Affiche française : <https://www.imdb.com/title/tt0347149/mediaviewer/rm4195490048/> (Dernière consultation : le 30 mars 2022).

textes originels ne sont pas indiquées. Il est donc impossible de vérifier le sérieux des transpositions linguistiques ou même de connaître le contexte précis des citations. Dans de nombreux passages, l'auteur a décidé de ne pas traduire le terme japonais *shutai* qui est simplement transcrit en lettre romane italique. Comme les slogans en japonais dans les affiches françaises de film Ghibli, la notion semble revêtir d'une aura magique.

Par exemple dans la traduction en français d'un passage du réalisateur Masao Matsuda portant sur la nature protéiforme du paysage, on peut lire qu'il s'agit d'« une énigme qui questionne aussi sévèrement qu'avec grand calme la position du *shutai* dans le paysage » (*Ibid.* : 300).

Et pourtant, cette notion appartient au langage du japonais courant, il s'agit d'un équivalent du « sujet », c'est un néologisme apparaissant dès l'ère Meiji. Que le paysage questionne la position du sujet est quelque chose de commun, alors pourquoi ne pas traduire la notion ?

On se gardera d'en proposer ici une traduction fixe. D'abord parce qu'il s'agit de notions extrêmement labiles, comme autant d'idiotismes propres à quiconque décide un jour de les discuter. Ensuite parce qu'elles procèdent elles-mêmes d'une question de traduction. (*Ibid.* : 82)

En suivant cette logique, il serait donc impossible de traduire les mots correspondant à *sujet* depuis le latin, l'anglais ou l'allemand car des philosophes tels que Saint-Augustin, Descartes, David Hume, Kant ou même Hegel, ont des définitions différentes de ce qu'ils appellent « sujet ».

Pourtant quelques pages plus tard, l'auteur apporte sa définition de *shutai* qui ne provient pas directement d'un penseur japonais. En effet, il oppose *shukan* (un autre néologisme désignant « sujet ») à *shutai*. Le premier sujet serait d'ordre cartésien, car : « "sujet-regard" (*shu-kan*主+観) d'un "espace-système" » (*Ibid.* : 86). Le second sujet ne serait « plus dans le regard surplombant » mais dans « la réduction d'un chaos où je prends pied et corps (sujet-corps, *shu+tai*主+体, de la *shutaisei*) » (*Ibid.* : 90)¹².

Cette analyse d'ordre herméneutique jouant sur la combinaison d'idéogramme est sous-jacente au livre et fait apparaître un « être japonais » qui peut sembler cohérent pour un francophone, mais qui ne nous paraît pas intuitif. Tout d'abord la signification d'un mot en japonais ne provient pas forcément de l'addition du sens particulier des idéogrammes qui le composent. Rajoutons que 体 renvoie aussi à la notion d'apparence et 主 signifie « principal » ou « maître » et non pas « sujet ». De plus les deux notions fonctionnent avec des couples d'opposé, *shutai* 主体/*kyakututai*客体和 *shukan*主観/*kyakkan*客観, ils renvoient tous deux à l'opposition sujet/objet, ces deux mots partagent donc un socle notionnel commun. Pour pouvoir les opposer, il faut mener une lecture qui fragmente les différentes définitions pour en choisir uniquement certaines occurrences. Par exemple *shukan*

¹² Notons que *shutaisei* signifie « subjectivité ».

主観 peut aussi prendre la valeur de regard personnel (teinté de sentimentalité) par différenciation à un regard collectif, cette définition minorée par l'auteur rend caduque une opposition radicalisée entre *shukan* et *shutai*.

Notons aussi que la traduction du concept de *shutai* peut grandement varier en fonction des auteurs et du domaine de recherche, passant par une appréhension phénoménologique, une citoyenneté, une dynamique totalitaire... L'analyse lexicale d'Augustin Berque se rapproche de Capel en affirmant que *shutai* est « le sujet existentiel de la perception et du comportement » (Berque, 1982 : 31). A contrario en s'appuyant sur la philosophie politique de Masao Maruyama, Bernard Stevens propose *shutaisei* comme « autonomie subjective, une conscience subjective capable de jugement politique » (Stevens, 2018 : 134). Enfin pour présenter le philosophe Masakazu Nakai, Michael Lucken utilise « individu autonome » (Lucken, 2015 : 213). Par ailleurs cet historien signale les « conséquences redoutables » (*Ibid.* : 175) dans les années 1930 du *shutai* comme « sujet-corps » (*Ibid.* : 174) qui favorisait « la logique de rassemblement national prônée par les militaires et le gouvernement » (*Ibid.* : 175).

Dans le flou interprétatif de *shutai*, laissé volontairement en japonais, cette notion permet de valider une définition du cinéma comme « art de l'image telle que l'ont définie les théories du *shutai* : d'une image qui ne soit plus antonomase mais présence irradiante » (Capel, 2015 : 361). L'auteur décontextualise une notion et lui donne une valeur ontologique liée à une présence esthétique, plus précisément à un « corps » cinématographique¹³. Plutôt que de forger un nouveau néologisme approprié qui serait l'affirmation d'une invention de la part de l'auteur, un terme japonais décontextualisé est investi d'une puissance d'idéalité passant pour proprement japonais aux yeux du lecteur francophone.

Nous pouvons remarquer que cette opposition entre deux modèles de cognition, *shukan* et *shutai*, rappelle les oppositions qu'Ono voyait dans son analyse des affiches. Dans ces deux cas, il y a bien la construction de stéréotypes culturalistes au travers de spéculations sur des éléments entourant le cinéma, que ce soit des affiches ou des notions philosophiques. Il est alors aisé de constater comment des supports de diffusions et des discours théoriques peuvent fabriquer de robustes stéréotypes, particulièrement ceux proposant une différenciation entre un sujet analytique et un sujet émotionnel spécifiquement japonais.

5. Différents niveaux de clichés

Il y a deux niveaux de clichés concernant les affiches cinématographiques japonaises. Un premier niveau se rapporte aux topoï nécessaires à la fiction cinématographique. Ils sont très courants sur les affiches japonaises, mais ne renvoient pas à une manière culturellement limitée de vivre un film. Un second niveau concerne les stéréotypes culturels. Ceux-ci adviennent généralement par la diffusion à l'international et par la conformation aux normes mondialisées de

¹³ Le corps d'une actrice nue est décrit dans l'analyse qui précède la définition du cinéma, ou encore le corps du spectateur est invoqué dans le chapitre portant sur la définition de *shutai*.

production d'affiches. Paradoxalement, leurs caractères fragmentaires et parcellaires rendent les slogans d'affiches représentatifs d'une culture japonaise sur le marché international. Ces stéréotypes sont construits par la diffusion de supports de communication, mais aussi par des écrits théoriques sur le cinéma japonais, ou encore par toute forme de traduction. Toutes ces dynamiques s'additionnant viennent constituer un cliché à la fois tenace et indéfinissable de ce que serait l'âme japonaise à travers son art cinématographique.

Entre ces deux niveaux se joue la construction de stéréotypes d'ordre culturel, c'est alors par la perte d'une fonction concrète ou par une dénomination imprécise que les signes accèdent à un statut flottant d'idéalité.

Bibliographie

- Amossy, Ruth, et Anne Herschberg-Pierrot (1999). *Stéréotypes et clichés*, Paris, Nathan université.
- Berque, Augustin (1982). *Vivre l'espace au Japon*, Paris, Puf.
- Capel, Mathieu (2015). *Évasion du Japon : le cinéma japonais des années 1960*, Paris, Les Prairies ordinaires.
- Cauquelin, Anne (2018 [1998]). *Les théories de l'art*, Paris, PUF.
- Lucken, Michael (2015). *Nakai Masakazu – Naissance de la théorie critique au Japon*, Dijon, Les presses du réel.
- Ono, Haruhiko (2004). « Nichieigo no eiga taitoru ni okeru hyôgen no chigai wo megutte » (Sur la différence d'expressions de titres de films en japonais et en anglais), *Hokkaidô musashi joshi tanki daigaku kiyô*, n° 36, pp. 63-110.
- Ono, Haruhiko (2018). « *Shiten* » no chigai kara miru nichieigo no hyôgen to bunka no hikaku (Comparaison entre le japonais et l'anglais sur leurs expressions et leurs cultures, vues depuis la différence de « point de vue »), Tokyo, Kaitakusha.
- Stevens, Bernard (2018). *Maruyama Masao. Un regard japonais sur la modernité Paris*, CNRS Éditions.
- Sutajio jiburi sekinin henshû (2002). Naushika no « shinbun kôkoku » tte mita koto arimasu ka. (Avez-vous déjà vu des « publicités dans les journaux » de Nausicaä ?), Tokyo, Tokumashoten.
- Suto, Yoshiko (2019). « Les voix dans le slogan : procédés discursifs de la citation en français et en japonais », dans Mariana Pitar et Adina Tihu (éds.), *De la phrase/énoncé au texte/discours*, Timișoara, Editura Universității de Vest, pp. 195-212.
- Suto, Yoshiko (2020). « Comparaison interculturelle des slogans cinématographiques en japonais et en français », dans *Le discours et la langue : Revue de linguistique française et d'analyse du discours*, tome 12.1, numéro coordonné par Fabienne Baidier et Georgeta Cislaru, Louvain-la-Neuve, Éditions Modulaires Européennes, pp. 131-149.

LA STÉRÉOTYPATION DE LA FEMME DANS *LA CROIX DU SUD* DE JOSEPH NGOUÉ

Omer TAKAM
Université de Buea, Cameroun
omertakam@gmail.com

Résumé

La Croix du Sud de Joseph Ngoué est une œuvre théâtrale qui donne à découvrir l'image de la femme dans une pluridimensionnalité qui commande qu'on s'y attarde pour explorer la caractérisation du féminin sous la forme du stéréotype. La particularité de cette étude réside en ceci que la stéréotypation de la femme dans l'œuvre amène à se départir des théories classiques de la conception du stéréotype pour l'aborder dans une vue plutôt factuelle, en une donnée de l'expérience en partant des actes et des discours qui caractérisent et définissent la femme. Puisqu'il est question du discours en acte contextualisé dans un espace social, transparaît ainsi l'approche théorique y afférente, l'analyse du discours, étude qui sera menée via la démarche inductive.

Abstract

THE STEREOTYPATION OF WOMAN IN *THE SOUTHERN CROSS* OF JOSEPH NGOUÉ

The Southern Cross of Joseph Ngoué is a theater which lets discover the image of woman in a multiple dimension which leads to explore the significant characterization of female gender under the shape of stereotype. The particularity of this study dwells in that the stereotypation of woman as seen in the book causes, to study it, to let down classical theories of conceiving stereotype, but to treat it by rather focusing from fact, experience which comes from deeds and speeches which characterize and define woman. Since we are dealing with discourse in action which is contextualized in a social space, thus appears the theoretical approach of this study, the discourse analysis, which will be carried out through the inductive method.

Mots-clés : *femme, stéréotype, caractérisation, analyse du discours, démarche inductive*

Keywords: *woman, stereotype, characterization, discourse analysis, inductive method*

Introduction

À la lecture de *La Croix du Sud* de Joseph Ngoué, l'on s'avise que son univers discursif est traversé par plusieurs champs discursifs au sein desquels se repère un espace discursif tout à fait singulier, duquel se profile une certaine construction de l'image du féminin qui se constitue significativement des propos des acteurs que des actes qu'accomplit le sujet féminin. La représentation de la femme se profile au fil des discours de la description de son comportement comme fait social avéré, duquel procède une stéréotypation du féminin qui se perçoit des positionnements discursifs. Si nos discours parlent en fait de nous, si nos propos renvoient notre image, le discours des personnages féminins comme masculins dans cette œuvre délivre des indications sur la nature du sujet féminin. Le texte donne à découvrir une description de la nature du féminin. Se schématise de manière définitoire une stéréotypation de la femme, espace discursif que nous nous assignons ainsi de caractériser. Une caractérisation qui tient de l'étymologie du concept même de stéréotype.

Aux dires de Dubois et al., le vocable « stéréotype » vient du grec « stereos », qui veut dire « solide », et « tupos » qui signifie « caractère » (Dubois et al., 2007 : 790). Ce qui laisse entendre que stéréotyper quelqu'un ou quelque chose revient à décrire la nature de l'entité en question. Ce qui rentre en adéquation avec l'objectif de ce travail, qui est celui de caractériser la femme, de décrire sa nature.

Deux conceptions s'affrontent cependant quant à la définition de cette notion: une définition linguistique et une psychosociale. La première se rattache à cette définition que donnent Lehmann et Martin-Berthet qui saisissent le stéréotype comme « une idée conventionnelle, parfois inexacte, qui correspond à l'image sociale partagée de l'unité lexicale. » (Lehmann et Martin-Berthet, 1998 : 34). C'est sous cette acception que s'énonce également Amossy qui conçoit cette notion comme « une représentation ou une image collective simplifiée et figée des êtres et des choses que nous héritons de notre culture, et qui détermine nos attitudes et nos comportements. » (Amossy, 2000 : 110). Sous cette acception, le stéréotype est regardé comme l'image que l'on se fait d'une entité ou que l'on nous a fait assimiler de celle-ci. C'est l'image socialement partagée à l'unité lexicale, que celle-ci renvoie à une personne ou à une chose. En clair, c'est la représentation mentale que l'on se fait d'une ontologie, c'est-à-dire le signifié qui procède du signe, qu'importe la nature de ce signe.

La définition psychosociale du stéréotype est celle qui se lit de ces propos d'Amossy et Herschberg Pierrot qui définissent le stéréotype comme des « Croyances concernant des classes d'individus, des groupes ou des objets qui sont préconçues, c'est-à-dire qui ne relèvent pas d'une appréciation neuve de chaque phénomène mais d'habitudes de jugement et d'attentes routinières [...] » (Amossy et Herschberg Pierrot, 1997 : 27). C'est justement parce que le stéréotype est une idée préconçue qui ne repose sur aucun fait vérifiable qu'elles argumentent : « Un stéréotype est une croyance qui ne se donne pas comme une hypothèse confirmée par des preuves mais est plutôt considérée, entièrement ou partiellement à tort, comme un fait établi. »

Si avec les premières le stéréotype est le sens qui unit le signe à sa référence, pour les secondes il est une idée préconçue et sommaire sous la forme d'un jugement

à priori que l'on se fait d'un être ou d'une chose sans en avoir une connaissance exacte. Sous cette vue, le stéréotype n'est rien d'autre qu'un préjugé.

Nous aborderons la notion de stéréotype dans ce travail dans une perspective nouvelle, selon que l'idée qui est véhiculée de la femme, la conception qui en est faite, ne relèvent pas d'une idée préconçue, comme l'entendent Amossy et Herschberg Pierrot, ni de l'idée de l'association faite du signe que constituent le signifiant et le signifié, comme l'appréhendent Amossy et al., mais selon que la stéréotypation de la femme procède de la phénoménologie, de l'expérience vécue, des habitudes et des comportements concrets et vérifiables qui déterminent le caractère féminin. Ce travail transcende la conception du stéréotype limitée dans l'idée sociale véhiculée du signe linguistique, de même qu'elle conteste l'appréhension de cette notion dans le cadre d'une préconception de l'ontologie. Alors que dans la conception d'Amossy et Herschberg Pierrot le stéréotype est un fait établi qui n'est pas confirmé par des preuves, nous montrerons au contraire dans ce travail qu'il est un fait établi confirmé par des preuves. L'absence de preuve qui caractérise la conception de ces dernières fait du stéréotype une étude *in abstracto*, que nous opposons dans ce travail par une étude *in vivo*.

Dans cette optique, nous entendons dépasser le concept de « croyance » pour inscrire le stéréotype dans la praxis. Ce positionnement se justifie par le fait que la stéréotypation de la femme se schématise des actes posés par celle-ci, qui la caractérisent. Dans cette veine, la stéréotypation de la femme procède de l'expérience, du vécu. On a par conséquent affaire à des discours stéréotypés soutendus par des preuves, par du vérifiable. Ces discours schématisant proviennent de deux sources : l'intradiscours, produit par la femme elle-même et qui la caractérise ; autrement dit, la femme délivre son propre portrait discursif en discourant sur sa nature. À ce propos, Amossy affirme d'ailleurs : « Toute prise de parole implique la construction d'une image de soi. » (Amossy, 1999 : 9). Et par conséquent, poursuit-elle, « Délibérément ou non, le locuteur effectue ainsi dans son discours une présentation de soi. » A côté de cet intradiscours se juxtapose une autre source de discours, que nous osons désigner « l'extradiscours », discours extérieur, produit par l'agent mâle au sujet de la femme.

Pour traiter de ce sujet, trois questions fondamentales constitueront notre problématique et serviront d'orientation à notre démonstration : quels sont les signes linguistiques qui porteraient l'image de la femme dans le texte ; autrement dit, quels sont les discours tenus qui décrivent et typicalisent le sujet féminin ? Comment ces discours configurent-ils une image de la femme ? Dans quelle mesure ces discours élaborés en stéréotypes se constituent-ils en authenticité ?

Le traitement de cette problématique donnera à voir comment émerge et s'érige la catégorisation de la femme dans l'œuvre. La conduite de cette problématique se fera par le biais de l'analyse du discours. Cette approche linguistique cherche à étudier un discours en partant de son contexte social de production, c'est-à-dire son inscription dans un espace social déterminé. Et c'est faisant référence à ce contexte de production que Maingueneau affirme que cette théorie « a pour spécificité de chercher à construire des modèles de discours en articulant ces modèles sur des conditions de

production » (Maingueneau, 1976 : 18). Et par « conditions de production », affirme ce théoricien (1987 : 37), il faut comprendre par là le « contexte social » (Maingueneau, 1987 : 37). Partant du fait que cette théorie inscrit le discours dans un cadre social, Charaudeau et Maingueneau définiront l'analyse du discours comme « l'étude de l'usage réel du langage, par des locuteurs réels dans des situations réelles » (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 42). L'emploi des adjectifs qualificatifs « réels » et « réelles » ne compromet pas notre corpus, qui est littéraire ; car l'œuvre littéraire, notamment le théâtre, porte sur le réel. Le théâtre est la transposition du réel dans un monde irréel. Et c'est à raison qu'Ubersfeld assertera : « Le dialogue théâtral reproduit des éléments empruntés à la réalité des paroles humaines ; il est fait de discours vraisemblables reprenant (avec des écarts) des rapports de communication « réels » (Ubersfeld, 1996 : 8). De même Fromilhague et Sancier Château conçoivent le théâtre comme « l'imitation directe ou la représentation des êtres humains en action – mimesis » (Fromilhague et Sancier Château, 2005 : 175). Le théâtre est alors une visualisation sous forme scripturale de la réalité. Cet entrelacement entre le théâtre et la réalité a amené Genette à énoncer : « Le monde est un théâtre » (Genette, 1966 : 18), ne dissociant plus le texte théâtral de la réalité.

Si Charaudeau et Maingueneau voient dans l'analyse du discours « ce que l'étude de l'utilisation du langage peut nous apprendre sur le langage lui-même et sur les locuteurs eux-mêmes » (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 42), c'est que le langage en analyse du discours se montre révélateur : il révèle l'identité de sa source productrice, en même temps que ce qu'elle pense. Et l'on comprend pourquoi Sarfati perçoit le langage, en analyse du discours, comme son « objet de connaissance » (Sarfati, 2005 : 13), attendu qu'il « est objet d'investigation en lui-même » (Bachman et al., 1991 : 45). Aussi verrons-nous comment les discours des acteurs se révèlent en objet de connaissance et nous font saisir le référent impliqué dans l'acte d'énonciation : la femme.

La convocation de cette approche se fera par le biais de la démarche inductive, qui consiste à aller du particulier au général. C'est ainsi que la définissent Greimas et Courtès, quand ils assertent: « L'induction est une suite d'opérations cognitives, effectuées lors de la description (ou de la construction d'un modèle), qui consistent à passer d'une composante à une classe, d'une proposition particulière à une proposition plus générale » (Greimas et Courtès, 1979 : 187). Elle se montre bien à propos avec l'approche assignée à ce travail, celle de s'articuler sur le réel, sur l'expérience vivante des paroles et des actes des personnages définissant la femme. Nous le tenons de ces deux théoriciens pour qui « La démarche inductive est considérée, par ses tenants, comme plus proche des données de l'expérience, comme reflétant mieux la « réalité » (Greimas et Courtès, 1979 : 187). Sa justification dans ce travail tient au fait que les discours des personnages sur les femmes ont, pour la plupart, pour référence un personnage féminin de l'œuvre à partir de qui se construit une image du féminin. Mais également parce qu'une situation concrète concernant le sexe féminin transparait en une donnée schématique de la catégorisation de la femme. Ainsi caractériserons-nous la femme en partant de la praxis dans sa relation

avec l'altérité, d'une part, et, d'autre part, de l'idée qu'elle véhicule de sa propre personne au travers de son dire.

L'analyse de la stéréotypation de la femme sera axée sur quatre angles : le sentimental, sa personnalité, son amour pour sa progéniture et enfin sa perception en tant qu'un objet sexuel.

1. Le sentimental

La femme est présentée sur le plan sentimental comme un être versatile, instable, inconstant, à qui l'on ne peut se fier ; mais aussi comme une conquête permanente. Si la femme s'appréhende elle-même comme une éternelle conquête, cette exigence féminine n'a pas de borne et demeure une même à l'endroit de son propre conjoint. Cette schématisation de l'image de la femme est évidente dans les énoncés ci-après :

- (1) Suzanne : Le cœur d'une femme, on ne le mérite jamais assez, on ne devrait jamais en avoir assez de chercher à le mériter. (p. 85)
- (2) Axel : Toutefois, en y réfléchissant bien, je m'aperçois que je supporterai mal la présence de Wilfried. J'ai besoin d'un bonheur total. Les femmes sont très instables. Je redoute qu'un jour la mienne, prise de compassion pour son ancien mari, ne se détourne de moi. (p. 49)
- (3) Judith : Père !
Suzanne : Il n'est pas votre père.
Wilfried : Je suis son père. Cela me reste en partage.
Suzanne, à Judith : Vous n'avez jamais été sa fille.
Judith : Qu'est-ce que vous insinuez ?
Suzanne, montrant Axel. : Votre père, c'est lui.
Judith : Qui ?
Suzanne : Axel.
Karmis : Incroyable ! Toutes les femmes sont pareilles.
Wilfried : Impossible !
Le notaire : La paternité, dit-on, est toujours incertaine. [...]
Suzanne : Après notre mariage, Monsieur passait le plus clair de son temps à ses affaires. Il voyageait beaucoup. Et quand il n'était pas sur les routes, il fouillait la terre ou scrutait le ciel. Axel s'occupait de mes problèmes. Il connaît tous les ragots qu'une femme de ma classe ne se permet pas d'ignorer dans un salon. Une force souterraine me poussait dans ses bras. J'ai lutté. Mais, abandonnée à moi-même au moment où je devenais une femme, j'ai cédé, j'ai aimé ; je n'y pouvais rien, j'ai aimé, j'ai cédé. (p. 40-41)

La femme est diversement présentée dans les occurrences (1), (2) et (3) sur le plan sentimental. En (1), elle se fait connaître comme une éternelle conquête, comme un être qui ne se laisse jamais facilement apprivoisé, qui n'est même jamais apprivoisé, qui n'est jamais en cage. De ces propos de Suzanne, l'on comprend que la possession de la femme n'est pas une certitude absolue, n'est d'aucune assurance. La femme n'est jamais conquise, quand bien même ta propre épouse. L'avoir n'est pas la posséder, la posséder est une illusion. Son amour est une conquête qui n'a de

fin. L'aura qui saura mieux la conquérir. A en croire la locutrice, la femme n'appartient à personne, mais au plus méritant. La proposition « on ne devrait jamais en avoir assez de chercher à le mériter » laisse entendre qu'elle aime à se faire conquérir, qu'elle se conçoit comme une conquête permanente et est assoiffée de se faire appréhender comme telle. De même par la proposition « le cœur d'une femme, on ne le mérite jamais assez » laisse lire que la conquête de l'amour de la femme requiert de l'endurance masculine et exige aucun répit de la part de l'homme qui ne doit jamais avoir de cesse de conquérir son cœur. Il est surtout à noter que pour Suzanne, locuteur collectif, la femme se donne à appréhender comme celle-là qui s'attache à celui qui sait mieux la conquérir, laissant entrevoir qu'elle n'est à proprement parler la propriété de qui que ce soit.

Et l'on peut alors comprendre pourquoi Axel, le second époux de Suzanne, en (2), déclare sentencieusement: « les femmes sont très instables ». Par cet énoncé générique, il traduit sa crainte de perdre sa femme. Une crainte qui se prend en véritable inquiétude quand il énonce: « Je redoute qu'un jour la mienne, prise de compassion pour son ancien mari, ne se détourne de moi. » L'énoncé générique catégorise la femme comme un être sentimentalement instable et la donne à saisir comme des êtres à qui il ne faut point se fier. La subséquence de ce positionnement discursif se perçoit de la crainte éprouvée par le sujet parlant apeuré de perdre sa conjointe, du fait de l'inconstance frivole de la femme en matière d'amour. L'adverbe d'intensité « très » accuse de manière alarmante ce penchant naturel de la femme et n'autorise point d'envisager une quiétude amoureuse avec elle. D'où sa crainte de perdre sa femme s'il ne prend des mesures conséquentes, en éloignant à cent mille lieux d'eux son premier mari, pour prémunir toute velléité qui pourrait subvenir dans la conscience de sa femme de repartir dans les bras de ce dernier.

Cette nature sentimentale instable de la femme s'exemplifie en (3), où Suzanne, épouse de Wilfried, apprend à celui-ci de manière impudique que leur fille Judith n'est pas de lui. Une déclaration aussi fracassante que bouleversante qui turlupine tout son auditoire. Culbuté par une information si difficilement digeste, c'est par un énoncé sentencieux que Karmis va catégoriser la femme, en traduisant sa stupéfaction de leurs actes horribles quand il déclare : « toutes les femmes sont pareilles ». Par cet énoncé générique, il fait de l'infidélité de la femme un comportement caractéristique du monde féminin, laquelle a pour conséquence avérée l'avènement des enfants adultérins dans le couple. Il est renchéri par le notaire qui passe par le proverbe : « la paternité, dit-on, est toujours incertaine » pour rendre véridique ce positionnement discursif de Karmis de l'infidélité conjugale avérée de la femme. Cette parole en hétérogénéité montrée consacre et sacralise l'infidélité conjugale de la femme, ainsi qu'elle renforce la dubitation quant à la vraie paternité de l'enfant issu du couple. La femme se perçoit ainsi comme un être frivole, volage, inconstant, à l'infidélité caractérisée et viscérale.

Et ce ne sont point les propos de Suzanne qui viennent démentir cette image peu reluisante de la femme. Image qu'elle compromet de l'astreinte qu'elle ressent à vouloir justifier son adultère. Et c'est par ces propos qu'elle tente vainement de se redorer le blason : « Une force souterraine me poussait dans ses bras. J'ai lutté. Mais,

abandonnée à moi-même au moment où je devenais une femme, j'ai cédé, j'ai aimé ; je n'y pouvais rien, j'ai aimé, j'ai cédé. » Si par le syntagme verbal « abandonnée à moi-même », elle incrimine son mari de ne pas assumer ses devoirs conjugaux, le tenant ainsi pour responsable de sa faillite sur le plan de la fidélité, par contre, par la proposition subordonnée « au moment où je devenais une femme », elle se excuse de son infidélité en se rapportant à la nature de la femme, notamment à sa faiblesse naturelle, qui l'a poussée impuissamment, et contre sa propre volonté, à accomplir cet acte. Pour ce locuteur collectif qui nous révèle la nature de la femme, l'adultère féminin est la résultante de la faiblesse naturelle de la femme contre laquelle elle s'avère toujours vaincue.

Ainsi, l'analyse de la nature de la femme sur le plan sentimental la fait découvrir comme un être irrésolu, versatile, dispersé, imprévisible. Si elle se montre exigeante dans la constance du sujet masculin à lui prouver son amour, elle ne se fait pourtant aucune exigence morale vis-à-vis d'elle-même. Vivant comme sans principe, elle se sent libre d'aimer et de s'attacher à n'importe quel homme, selon la direction vers laquelle le vent d'une conquête l'entraîne. Se montrant ainsi très émotive, ce sentiment l'inhibe, la régite et obscurcit, voire annihile sa capacité à se gouverner et à imposer la raison dans ses actes.

Ce pan émotif que l'œuvre exhibe comme caractéristique du sujet féminin est constitutif de sa psyché et permet de lire sa personnalité.

2. La personnalité de la femme

Le traitement qui est fait de la femme dans cette pièce tend à montrer que cet être est particulier de par sa psyché. C'est cet aspect psychologique de la personne de la femme que nous tenterons d'aborder par ce titre, notamment pour manifester son état d'être nouménal qui la caractérise de manière singulière. Ainsi observera-t-on comment le langage révèle la face cachée de l'être. Sous ce prisme, on verra comment « Le langage reflète la composition biologique de l'homme » (Lyons, 1990 : 311), comment il devient « un miroir de l'esprit » (Chomsky, 1981 : 12). A cet égard, l'on comprend pourquoi Bachman et al. assertent que le langage est « l'une des plus importantes manifestations de la vie mentale » (Bachman et al., 1991 : 45). Ainsi allons-nous schématiser la femme en la scrutant sur cinq points focaux de sa psyché : un être de honte, veule, revanchard, matérialiste, de paraître.

2.1. Le sentiment de honte

La honte est un sentiment qui se concrétise dans le texte comme proprement caractéristique du monde féminin. La femme est présentée comme un être qui tient beaucoup à sa dignité, à sa personnalité, et par conséquent qui ne supporte pas des situations qui peuvent porter ombrage à son image. Toute situation qui entraîne l'opprobre lui est insupportable. Les occurrences ci-dessous l'illustrent clairement :

- (4) Suzanne : Une solution équitable. Je ne souhaite pas votre mort, mais une femme ne supporte pas la honte. Exilé, vous vivrez loin de moi, au milieu de vos semblables. Avec le temps, j'oublierai ma mésaventure. (p. 62)

- (5) Suzanne : Accepteriez-vous l'héritage d'une négresse ? D'autres ont eu peur d'en être éclaboussés. (p. 84)
- (6) Hans : Se pourrait-il que vous n'ayez rien vu ?
Suzanne : J'ai peur de me montrer. Toutes ces femmes sur lesquelles je l'emporte par ma naissance et mon rang, que pensent-elles de moi ? (p. 88)

Le syntagme nominal « la honte » en (4), l'interrogation rhétorique « accepteriez-vous l'héritage d'une négresse ? » et le verbe « éclabousser » en (5), la locution verbale « avoir peur » en (6) transcrivent le sentiment de honte qui accable la femme devant des situations compromettantes qui portent atteinte à son image, à son amour-propre, à sa considération. Par l'énoncé générique « une femme ne supporte pas la honte » en (4), la locutrice présente la femme comme un être qui ne supporte pas la salissure, l'opprobre, le scandale. Et c'est bien pour cela que l'interrogation rhétorique « accepteriez-vous l'héritage d'une négresse ? » en (5) laisse sous-entendre que si Axel, le mari de la locutrice, un homme, est en droit de s'adjuger les richesses d'une négresse sans en éprouver de honte, il en va autrement d'elle, une femme, qui ne peut l'accepter sans avoir à supporter de perdre son honneur. Garder la face, son respect, sa dignité sont d'un enjeu prééminent pour Suzanne, par-delà la femme, qu'elle n'est pas prête à perdre sa dignité en s'autorisant des actes susceptibles de porter préjudice à sa considération.

Si la honte l'emporte sur la femme, cela force à comprendre que celle-ci n'est pas un être sur qui on peut compter à toute épreuve.

2.2. Un être veule

A la lecture de cette pièce, apparaît un autre visage qui ouvre sur la nature de la femme, qui est son caractère veule. Le texte ne présente pas la femme comme un être pragmatique, mais comme un être amorphe, veule, qui manque d'entrain et d'entreprise. Les énoncés textuels le démontrent fort bien, à l'instar de ceux-ci :

- (7) Suzanne : Les femmes ont-elles parié ?
Axel : Tant que cela semblait un divertissement. Leur ardeur s'est altérée lorsque Karmis, ivre de coups, de crachats et d'injures, mais vociférant jusqu'au bout le mot « Liberté », a expiré. J'ai vu les femmes reculer d'horreur comme si, faibles créatures, elles ne réalisaient pas l'enjeu de cette nuit. (p. 65)
- (8) Suzanne : Accepteriez-vous l'héritage d'une négresse ? D'autres ont eu peur d'en être éclaboussés.
Axel : Quand verrai-je une femme tracer droit un sillon, barrer d'une main ferme une embarcation ? (p. 84)
- (9) Suzanne : Ce manoir me relie à mes lointains ancêtres. En refusant d'empêcher une rixe d'y éclater, vous m'avez inquiétée. Je tiens à mes bibelots, à mon mobilier « Vieux Pionniers ». Chacun le sait. Ou je me trompe fort, ou vous êtes incapable de me défendre.
Axel : Femme des beaux quartiers, vous n'avez pas encore vu un nègre en colère. Un volcan en action ferait moins de ravages. Je suis joueur, certes, mais non pas usurier. Devais-je risquer ma vie en intervenant dans un combat singulier qui ne me concernait pas.

Suzanne : Un nègre veut venger son frère, vous craignez de secourir le vôtre et de protéger mes biens. Vous aurez besoin d'un peu plus de courage pour me mériter. (p. 84-85)

Les occurrences (7), (8) et (9) schématisent la femme comme un être inhibé. En (7), le syntagme verbal « reculer d'horreur » décrivant l'attitude de la femme devant le corps inerte de Karmis criblé de coups traduit leur incapacité à affronter l'horreur, l'adversité. La femme s'aperçoit de ce fait comme un être sans courage, incapable d'audace. Et c'est parce qu'elle est dénuée de courage et incapable d'affronter l'adversité que se comprend davantage la textualisation des procès « me défendre » et « protéger mes biens » en (9), où elle se montre incapable de s'assumer, de se défendre face à l'adversité, et pour cela a besoin de l'homme pour assurer sa protection. De cela découle que la femme se fait appréhender comme un être qui a besoin de la tutelle de l'homme pour exister, vivre et s'épanouir. Son impéritie à affronter l'adversité la contraint à la nécessité de vivre sous l'égide d'un être mâle.

Ce déficit de témérité caractéristique surplombe l'occurrence (8) où l'interrogation rhétorique « Quand verrai-je une femme tracer droit un sillon, barrer d'une main ferme une embarcation ? » laisse lire l'impéritie de la femme à entreprendre, à nourrir des ambitions, à réaliser un objectif. La femme apparaît ainsi comme un être qui manque de pragmatisme, de réalisme. Par cette interrogation, on s'aperçoit que la femme est un être qui manque d'audace : incapable d'oser, de se projeter, apeurée devant l'adversité, inhibée à toute ambition, veule.

Si la femme manque de pragmatisme quant à la possibilité à se projeter, de courage quant à affronter l'adversité, son ardeur à répondre du mal par le mal, par contre, lui est consubstantiel.

2.3. Un être revanchard

Un des ancrages sur lesquels se lit la stéréotypation de la femme réside dans sa volonté à prendre sa revanche quand elle a été offensée. Ne faisant jamais table rase du mal qui lui a été fait, la femme songe toujours à rendre le mal par le mal. Revendiquant l'aphorisme biblique « œil pour œil, dent pour dent », la vengeance apparaît comme une exigence morale qui caractérise le comportement féminin. On le tient de ces propos de Suzanne :

- (10) Le fils du notaire: Le notaire me doit des explications.
Suzanne: Vous ne dites plus « mon père ». Je vous tiens. On n'insulte pas impunément une femme, sachez-le, fils indigne. (p. 84)

L'énoncé générique « on n'insulte pas impunément une femme » présente les femmes comme des êtres qui ne tolèrent pas et ne pardonnent pas le mal qu'on leur a fait. Revancharde, l'adverbe « impunément » décrit la femme comme un être qui ronge son frein et garde dent à qui l'a mordu.

À ce penchant vindicatif catégorisant la femme se dessine sa propension pour le matériel.

2.4. Un être matérialiste

Un autre pan de caractère sous lequel apparaît la femme dans le texte est son amour pour le matériel. Si les biens et les richesses attirent et intéressent tous les êtres, indépendamment du genre, il s'avère que la femme se montre comme l'être qui est le plus attaché aux avoirs. Son attachement aux choses matérielles se percevant des occurrences dans l'œuvre ne le démentent pas :

- (11) Wilfried : Puis-je remonter dans mon bureau ?
Suzanne : N'y restez pas longtemps, de peur qu'on ne vous retrouve chez moi. Que tout se passe loin de mon manoir ! (p. 62-63)
- (12) Pala, *se tournant vers Suzanne* : Une arme, une arme ! A moins qu'il ne préfère se battre à mains nues. (*Il va déposer son revolver. Le messenger veut sortir le sien, caché sous son manteau.*)
Le notaire : Doucement, rengainez !
Pala, *se retournant* : Lâche !
Judith : Ne tirez pas, les partisans ne sont pas loin.
Suzanne : Mon manoir, mes meubles, mes tableaux ! (p. 74)
- (13) Wilfried : Je me demande ce que me lègue cette mort.
Suzanne : Vous aurez de bonnes surprises. Myriam vous adorait. Vous êtes son héritier. Elle était sérieuse et secrète. La fortune qu'elle laisse ne peut être qu'importante. (p. 6)
- (14) Wilfried : Je me refuse à hériter d'une femme qui m'est totalement étrangère et dont les origines pourraient m'éclabousser.
Suzanne : Auriez-vous découvert à quarante-six ans que vous vous êtes trompé de tante ? Abandonneriez-vous tant de richesse à l'État ? (p. 7)

Une fois qu'est révélée l'origine noire de Wilfried, sa femme Suzanne se distancie de lui et prend le large. Cependant, c'est son mari qui est appelé à gagner le dehors, tandis qu'elle garde la maison, qui pourtant est leur bien commun, si ce n'est pour le mari, pour de vrai. L'auto-octroi des biens du couple par Suzanne au détriment de son mari est rendu par les syntagmes nominaux « mon manoir » en (11), « mes meubles » et « mes tableaux » en (12). Qui plus est quand son mari entend renoncer à l'héritage de sa tante dont il doute de l'origine blanche, elle l'en dissuade et le persuade de posséder le legs de la défunte. Sa volonté de les voir propriétaires des biens de Myriam Hotterman est verbalisée à travers l'énoncé « la fortune qu'elle laisse ne peut être qu'importante » en (13) et l'interrogation rhétorique « abandonneriez-vous tant de richesse à l'État ? » en (14), par laquelle elle s'offusque de la débilité de son mari à se dessaisir des biens de sa tante au profit de l'état pour de futiles motifs de conscience. Pour elle, qu'importe l'origine sociale de Myriam, parente ou non, le plus important est de faire leur ses legs. Perce à travers ce comportement de Suzanne l'amour prononcé de la femme pour le matériel, comme si l'être était de peu d'importance, comparativement au paraître.

2.5. Un être de paraître

Le souci de jouir d'une bonne image aux yeux du monde est pour le sujet féminin hors de prix. Susciter de l'intérêt, attirer les regards, se donner de

l'importance sont pour la femme la raison de vivre. Œuvrer à ne point galvauder son honneur, s'inquiéter à poser des actes qui préservent sa dignité, sa respectabilité s'incarnent en points d'honneur chez le sujet féminin. Le souci de faire bonne figure, bonne apparence et jouir d'une bonne estime est crucial chez la femme. Le démontrent les exemples suivants :

- (15) Suzanne : Regardez-vous, mais regardez-vous donc !
Wilfried : Aurais-je subitement changé ?
Suzanne : Hélas, non ! Vous restez le même.
Wilfried : C'est-à-dire ?
Suzanne : Un écran, un fardeau, un scandale, un mal qu'une femme de mon rang ne saurait supporter. Je suis jeune encore et veux vivre. Autour de moi, tout doit être net. Présidente de sociétés féminines et mixtes, fondatrice d'œuvres de charité, je ne peux pas me permettre de perdre la face. On m'admire, on m'aime, on me respecte. Vos malheurs ne me concernent pas. (p. 23)
- (16) Wilfried : Était-ce cela notre amour ?
Suzanne : Nous vivons dans une société qui ses lois et ses interdits. Vous n'êtes pas de ma race, je ne veux plus de vous. En vous éloignant volontairement de moi, vous m'éviterez de recourir à la force publique. (p. 24)

Une fois les origines noires de son mari ébruitées, Suzanne n'entend pas de la sorte perdre la face dans un monde où sa figure est prisée, honorée, vénérée. Se voir déchoir d'un tel piédestal lui est, plus que surréaliste, cauchemardesque. Il faut exorciser le mal. Conserver sa vénération n'est à troquer avec rien. Son rang social prééminent de « présidente », de « fondatrice » ne peut souffrir l'inconvenance d'un mariage mal assorti. Admirée, aimée et respectée, comme elle le dit en (15), il est de bon ton, afin que demeure cet état de chose, que l'agent perturbateur soit ôté. Ainsi l'énoncé « autour de moi, tout doit être net » traduit sa décision de se débarrasser de l'ivraie qui veut pourrir le vrai, laquelle n'est autre que son mari noir, dont l'origine est une éclaboussure et un opprobre pour le monde blanc auquel elle appartient. Décidée à sauvegarder son image, sa dignité et à garder l'estime qui lui est vouée, c'est par une déclaration de rupture de relation en l'énoncé « vous n'êtes pas de ma race, je ne veux plus de vous » en (16) qu'elle signifie à son mari la trêve de leur relation conjugale. Puisqu'ils ne sont pas de la même race, ils ne sont point du même acabit. Telle est d'ailleurs l'idéologie raciste, à laquelle elle fait allégeance en se débarrassant de son conjoint.

La femme se perçoit alors comme un être qui tient fort à sa dignité, qui se soucie beaucoup de son image, qui n'est pas prête à la perdre quand surgit une adversité à même de compromettre son honneur. S'y lit également l'état d'esprit d'un être qui ne s'unit à l'homme que par motif d'intérêt personnel, et non pas mû par l'amour qui constitue la motivation fondamentale de la volonté de s'unir. On s'avise ainsi que la femme est un être qui fait passer son intérêt personnel au devant de l'amour qui la lie à son conjoint. Voire que son attachement à son conjoint n'est que de surface, quand survient l'adversité elle se convertit, sans état d'âme, en adversaire de son mari, duquel elle est prête à se détacher quand survient un événement malencontreux.

Cette analyse de la personnalité de la femme, de sa psyché, a permis de lire la conception qu'elle se fait d'elle-même et l'idée qu'elle véhicule de sa personne, des actes qu'elle pose. On a ainsi pu dégager des propos de la femme et des actes qu'elle pose que c'est un être inconstant et infidèle en amour, un être très attaché au matériel, quoique incapable d'entreprendre d'elle-même pour acquérir des biens. Son incapacité à faire face à l'adversité l'amène à recourir à l'homme pour la protéger et assurer la garde de ses avoirs. Inhibée par la honte, la femme est un être qui tient beaucoup à son image, à son honneur au point où le paraître lui semble plus de prix que l'être. Ne supportant pas le mépris et la déconsidération, elle garde dent et tient toujours à se venger du mal qui lui est fait.

Jusqu'alors la stéréotypation de la femme n'a dévoilé que du négatif. Et pourtant tout n'est pas que péjoratif chez la femme, notamment dans sa relation avec sa progéniture où se délivre un autre angle de son aperception.

3. L'amour parental

Un des repères caractéristiques sur lesquels s'aperçoit une prise sur l'image de la femme dans l'œuvre est son attachement à son enfant. Son amour pour celui-ci s'avère foncier que la femme ne conçoit pas son épanouissement sans le fruit de ses entrailles. Prémunir toute adversité à son encontre, s'assurer de son bien-être et le protéger contre tout danger sont des soucis que s'adjuge la femme vis-à-vis de sa progéniture avec une volonté sacrificielle. Ce caractère de la femme se lit des occurrences que voici :

- (17) Le messager : Il va sans dire que nous ne croyons non plus aux rumeurs qui circulent. Pour sauver son enfant, que ne dirait une mère ? (p. 60)
- (18) Suzanne : Et notre fille ? Je ne me vois pas heureuse loin de Judith. (p. 43)

Les deux occurrences (17) et (18) caractérisent la femme dans son rapport avec sa progéniture. On lit en (17), au travers de l'interrogation rhétorique « pour sauver son enfant, que ne dirait une mère ? », que la femme est capable, pour sauver la vie de son enfant, de travestir la vérité pour avoir raison, à condition que son rejeton soit hors de danger. Cette inclination foncière à protéger le fruit de ses entrailles est la manifestation indicible de l'amour inouï de la femme pour son enfant. Ce constat du messager, sujet mâle, de l'amour incommensurable et sacrificiel de la mère pour son enfant s'accorde fort avec cette déclaration de Suzanne en (18), quand elle dit à son second mari : « je ne me vois pas heureuse loin de Judith ». Découle de cette phrase déclarative de la locutrice que sa vie ne peut avoir de sens et d'importance que si elle vit en compagnie de sa fille. Ce qui est propre à rendre son mari jaloux, du fait que le bonheur de sa femme réside non en leur amour réciproque, mais en l'amour qu'elle porte à leur fille. Ce qui revient à dire que Suzanne montre très explicitement qu'elle a plus d'amour pour son enfant que pour son mari. Ce qui induit à comprendre que l'enfant est ce que la femme a de plus cher dans sa vie.

On ne saurait achever cette analyse sans faire cas du regard singulier du mâle envers le sujet féminin. Il n'est non point négligeable, quoiqu'isolé, de faire découvrir cette image que l'homme se construit de la femme en tant qu'être différent

de lui. Image aussi peu reluisante qu'offusquante, au regard de la représentation péjorative que la femme symbolise chez le sujet masculin.

4. Un objet sexuel

Le regard de l'homme envers la femme n'est jamais neutre. S'attache au regard du mâle vis-à-vis de la femelle un ensemble de stéréotypes ancrés sur la représentation de celle-ci en tant qu'être différent de lui, une différence qui constitue un ancrage fort de l'idée qu'il se fait du sujet féminin, du fait même de leur genre dichotomique. Si le sexe constitue l'élément de dichotomisation entre les deux genres, il constitue l'ancrage majeur de la représentation que se fait l'homme du sujet féminin. L'homme, le mâle, conçoit la femme comme un objet sexuel, comme un être dont la valeur réside dans le plaisir qu'il tire de l'accouplement avec elle. Celle-ci n'est pas conçue comme un être dont la valeur réside dans son ontologie en tant qu'être, mais dans l'intérêt que suscite son genre. La femme n'est ainsi conçue par l'homme qu'à partir de la symbolisation d'une partie de son anatomie. C'est ce qu'on peut lire de cet extrait textuel :

- (19) Pala : « Qui cherche un logement ? Versez-moi une caution de cent sénirs. Le reste dans six mois, mais à la date dite, autrement, je reprends le logement. » Le même taudis est vendu mille fois sans jamais être acheté, sauf si le père, quand il en a une, cède sa fille pour une maison close fréquentée par ces beaux messieurs. (p. 74)

Deux actants sont aux prises dans cette occurrence avec pour enjeu la possibilité de la possession d'une maison, laquelle est de peu de valeur : le taudis. Ces deux actants sont : le père et les beaux messieurs. L'inscription de la femme dans ce contexte procède de l'impossibilité du père de posséder le taudis dont il devrait être bénéficiaire pour avoir pourvu moyen financier pour son acquisition, mais qui cependant se le voit refusé à son détriment, perdant ainsi et son argent et la maison qu'il ne peut acquérir. Pour parer à ce qu'il lui apparaît comme une escroquerie savamment organisée, il ne trouve autre moyen pour rentrer dans ses droits que de sacrifier la dignité de sa fille en la leur offrant pour une partie de plaisir. Ainsi, le syntagme verbal « céder sa fille » transcrit ce sacrifice de la dignité de sa fille par le parent pour acquérir son bien. Ce qui donne lieu de s'aviser que le père, en particulier, comme les beaux messieurs, regardent la femme comme un objet sexuel, comme un être qui n'a de prix que le service qu'une partie de son anatomie peut rendre à l'homme. La femme n'est ainsi perçue que de l'intérêt que suscite une partie précise de son anatomie. Elle n'a pas de valeur en elle-même, sa valeur sui ontologique se trouve déniée, celle-ci réside plutôt dans une partie anatomique de son être : son sexe. La femme n'est regardée par l'homme que comme servant à l'assouvissement de ses désirs sexuels. Sa dénégation ontologique amène à la traiter comme un objet de commerce : elle peut servir de troc en la livrant en échange d'une maison, à l'instar de cette occurrence. On en vient à un déni de sa valeur ontologique et à une désacralisation de sa dignité humaine.

Tout compte fait, l'analyse des discours des personnages permet de lire une représentation de la femme, une conception de celle-ci en tant qu'être à part. L'image

de la femme est véhiculée par un locuteur féminin, Suzanne, locuteur collectif, qui nous livre la personne de la femme, l'image qu'elle se fait d'elle-même et l'appréhension qu'elle délivre de leur psyché. La description de l'image du féminin découle aussi bien de ses paroles que de ses actes. Des situations concrètes se sont présentées où la réaction et les prises de position de Suzanne définissent sa nature et la caractérisent. Une caractérisation qu'elle revendique comme caractéristique de la femme en général ; et pour ce faire, donne à ses énoncés un caractère générique pour faire comprendre que la caractérisation outrepassse le cadre isolé de sa seule personne pour embrasser la généralité. La stéréotypation de la femme s'est trouvée aussi forgée par des discours des sujets masculins qui se sont servis des situations concrètes pour définir la femme, en partant de ses actes. La catégorisation de la femme s'est ainsi axée sur des actes portés en discours. Et c'est pour cela que cette étude, l'avons-nous souligné, est axée sur la praxis.

Conclusion

En résumé, l'analyse de la stéréotypation de la femme a permis d'explorer dans le texte les discours formulés au sujet de celle-ci, afin de déceler et reconstruire les schèmes discursifs qui dérivent de l'image que l'homme et la femme décrivent de la nature de celle-ci et qui aspirent à construire sa représentation, sa conception. Dans l'œuvre, l'image de la femme est délivrée par Suzanne, conçue comme un locuteur collectif ; et c'est à partir d'elle que se forge en grande partie une construction de l'image du féminin. Également, les hommes délivrent l'image de la femme à partir des actes posés par Suzanne et lesquels appareillent et caractérisent le sujet féminin, justifiant de ce fait la démarche inductive adoptée dans ce travail. La stéréotypation de la femme devient ainsi une description de sa nature, de sa particularité en tant qu'être. Une description qui procède de ses actes, comme des discours qu'elle tient et qui informent sur son être et sa nature, mais des discours qui s'appuient sur ces actes et se vérifient par leur intermédiaire. Il en dérive que la stéréotypation de la femme est axée sur la réalité, sur du vérifiable.

Sentimentalement instable, inconstante et infidèle, la femme apparaît également comme un être dominé par la honte, vindicatif et matérialiste. Veule, manquant d'esprit d'entreprise et de pragmatisme, elle ne peut véritablement œuvrer d'elle-même pour posséder ses propres avoirs. Dénuée de courage, elle a toujours besoin de l'homme pour la défendre. S'inquiétant fort pour des motifs qui se rapportent à sa dignité, son souci de paraître digne, respectable et considérable lui est hors de prix qu'elle ne peut les sacrifier pour quelque raison que ce soit. Soucieuse du paraître que de l'être, elle accorde une importance accrue à son image sociale et se montre toujours prête à sacrifier tout ce qui peut porter atteinte à sa dignité, à sa respectabilité et à son honneur. Son amour pour son enfant est si prononcé qu'elle est regardée comme son avocat, lequel demeure pour elle ce qu'elle a de plus cher au monde. Si elle tient fort à son image, à sa dignité, elle ne peut cependant pas changer le regard voluptueux de l'homme qui la conçoit comme un objet sexuel, comme cet être qui n'a de valeur que servant à l'assouvissement de ses désirs sexuels.

Cette analyse a été rendue possible par les discours des personnages. Ce sont surtout les énoncés à caractère générique qui ont permis de construire le stéréotype du féminin, en ce sens qu'ils sont apparus catégorisants, appareillant ainsi les sujets féminins et les typalisant. La schématisation de la stéréotypation de la femme s'est fondée, d'une part, sur des discours et actes d'un personnage féminin, et, d'autre part, sur des discours des personnages masculins s'appuyant sur des faits qui déterminent la nature de la femme et la caractérisent. C'est en cela que cette étude s'est écartée de la conception classique du stéréotype, appréhendé comme l'idée du signe socialement établi et surtout comme une idée préconçue des êtres et des choses. Ce que conteste cette étude qui s'est inscrite non dans une préconception de l'être ni dans la relation biunivoque du signe et de sa référence, mais dans une vue phénoménologique et factuelle inspirée de la praxis.

Bibliographie

- Amossy, Ruth (2000). *L'argumentation dans le discours*, Paris, Nathan, 346 p.
- Amossy, Ruth (1999). *Image de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. Lausanne, Delachaux et Niestlé, 215 p.
- Amossy, Ruth, Herschberg Pierrot, Anne (1997). *Stéréotypes et clichés*, Paris, Nathan, 128 p.
- Bachman, Christian, Lindenfeld, Jacqueline, Simonin, Jacky, (1991). *Langage et communications sociales*, Paris, Les Éditions Didier, 223 p.
- Charaudeau, Patrick, Maingueneau, Dominique (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil, 666 p.
- Chomsky, Noam (1981). *Réflexion sur le langage*, Paris, Flammarion, 283 p.
- Dubois, Jean, Mitterand, Henri, Dauzat, Albert (2007). *Dictionnaire étymologique*, Paris, Éditions Larousse, 893 p.
- Fromilhague, Catherine, Sancier Château, Anne (2005). *Analyses stylistiques. Formes et genres*, Paris, Armand Colin, 234 p.
- Genette, Gérard (1966). *Figures I*, Paris, Éditions du Seuil, 265 p.
- Greimas, Algirdas, Julien, Courtès, Joseph (1979). *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage, tome I*, Paris, Classiques Hachette, 423 p.
- Lehmann, Alise, Martin-Berthet, Françoise (1998). *Introduction à la lexicologie. Sémantique et morphologie*, Paris, Nathan, 201 p.
- Lyons, John (1990). *Sémantique linguistique*, Paris, Larousse, 695 p.
- Maingueneau, Dominique (1987). *Nouvelles tendances en analyse du discours*, Paris, Hachette, 144 p.
- Maingueneau, Dominique (1976). *Initiation aux méthodes de l'analyse du discours*, Paris, Classiques Hachette, 191 p.
- Ngoué, Joseph 1997. *La Croix du Sud*, Paris, Les classiques africains, 95 p.
- Sarfati, Georges-Elia (2005). *Éléments d'analyse du discours*, Paris, Armand Colin, 128 p.
- Ubersfeld, Anne (1996). *Lire le théâtre III. Le dialogue de théâtre*, Paris, Éditions Belin, 217 p.

L'OPACITÉ DES TERMES GASTRONOMIQUES « POIRE » ET « POMME » DANS LES EXPRESSIONS FIGÉES

Cristiana-Nicola TEODORESCU
Université de Craiova, Roumanie
cteodorescu05@yahoo.fr

Dr. Anca Gabriela NICOLAE (MIC)
mic.gabriela.anca@gmail.com

Résumé

La terminologie gastronomique est particulièrement fertile pour toutes sortes d'études (lexico-sémantiques, discursives, sémiotiques, etc.). Dans cet article, nous nous orientons vers l'analyse des expressions figées contenant les termes gastronomiques « poire » et « pomme ». Nous justifions le choix de cet objectif de recherche par le grand nombre d'expressions figées formées autour de ces termes gastronomiques. Notre intérêt se dirige vers les expressions figées dans lesquelles ces termes gastronomiques-noyaux ont totalement perdu leur sens gastronomique, la signification globale de l'expression n'ayant rien à voir avec la gastronomie et acquérant des significations différentes.

Abstract

THE OPACITY OF GASTRONOMIC TERMS “PEAR” AND “APPLE” IN FIXED EXPRESSIONS

Gastronomic terminology is particularly fertile for all sorts of studies (lexico-semantic, discursive, semiotic, etc.). In this paper, we focus on the analysis of fixed expressions formed with gastronomic terms such as “pear” and “apple”. We chose this research direction due to the large number of fixed expressions constructed around the two gastronomic terms. We were particularly interested in analysing fixed expressions in which these core gastronomic terms have completely lost their gastronomic background, as the overall meaning of the expression has lost all connection with gastronomy and has acquired different meanings.

Mots-clés : *expression idiomatique, opacité sémantique, termes gastronomiques, scène lexicale et scène réelle*

Keywords: *idiomatic expression/idiom, semantic opacity, gastronomic terms, lexical context and real-life context*

1. Introduction

Notre vie de tous les jours est envahie par la gastronomie, devenue préoccupation constante, passion, domaine d'intérêt. Nous sommes, durant les années, passés du « manger pour vivre » à « manger sainement pour vivre sainement » et nous avons esthétisé les plats, en les transformant en objets esthétiques à vie éphémère. C'est un important changement de paradigme, avec le passage des livres de cuisine classiques ou des « cahiers » personnels de recettes soigneusement préservés au fil du temps à « la cuisine en ligne », aux émissions culinaires proposées par presque toutes les chaînes de télévision, aux chaînes de télévision spécialisées, aux blogs culinaires de plus en plus présents dans nos vies quotidiennes. Dans ce contexte, nous rappelons la position d'Éric Trudel (2018, en ligne), qui montre que :

Dans nos sociétés, notamment francophones, les pratiques alimentaires, la table et la convivialité occupent une place primordiale. Et *l'alimentation*, de façon plus générale, *fait constamment l'objet d'une mise en discours*, par exemple dans la publicité, les émissions culinaires (dont l'offre s'est multipliée dans la mouvance de la tendance *foodie* ou du *foodporn*), les sites de recettes ou de critiques de restaurants, ainsi que sur les réseaux sociaux. Le site web de restaurant constitue à cet égard une forme incontournable de la médiatisation du culinaire » (souligné par nous).

Dans ce contexte de « domination » des préoccupations pour la gastronomie, interprétée dans son double statut d'art et de science, le domaine culinaire devient l'objet d'investigations scientifiques. Toutes les sciences humaines, mais pas exclusivement, s'orientent avec prédilection vers l'analyse de cette réalité. Anthropologie, sociologie, linguistique, sémiotique, terminologie, sciences de la communication étudient, sous des angles très différents, la gastronomie, que nous interprétons, à partir de Marcel Mauss, comme « un fait social total », qui cible l'ensemble de la société. Les linguistes s'orientent vers l'analyse du langage et du discours gastronomiques, y trouvant un champ d'investigation extrêmement vaste. Le phénomène de l'internationalisation gastronomique auquel nous assistons pousse les terminologues à se pencher sur l'analyse des termes et des phraséotermes gastronomiques et de leurs correspondants dans toutes les langues.

2. Objectif de la recherche

Nos préoccupations de recherche nous ont orientées vers le domaine gastronomique et, plus précisément, vers la terminologie gastronomique. L'affirmation selon laquelle « la pratique de la terminologie est au milieu de notre vie quotidienne, insérée profondément dans l'usage de la langue, confondue avec les autres éléments du lexique » (Cabré 1994 : 15) est unanimement acceptée. L'étude de la terminologie gastronomique, placée entre la langue commune et les langues de spécialité, s'avère être particulièrement fertile pour des études lexicographiques, étymologiques, lexico-sémantiques, discursives, textuelles, rhétoriques, sémiotiques, communicatives. Le domaine de la gastronomie, souvent considéré

comme « frivole » (Neț 2019 : 28), représente un vrai trésor pour les analyses linguistiques sur des corpus écrits et oraux.

Après avoir étudié la terminologie gastronomique à partir d'un vaste corpus oral, l'émission concours *MasterChef Roumanie*, nous nous orientons vers l'analyse des expressions figées contenant des termes gastronomiques. Nous justifions le choix de cet objectif de recherche par le grand nombre d'expressions figées formées autour de termes gastronomiques. Notre intérêt se dirige vers les expressions figées dans lesquelles les termes gastronomiques-noyaux ont totalement perdu leur sens gastronomique, la signification globale de l'expression n'ayant rien à voir avec la gastronomie et acquérant des significations différentes. Cette opacité des termes gastronomiques « poire » et « pomme » dans certaines expressions figées ne signifie aucunement un appauvrissement sémantique, mais plutôt « un élargissement de sens, dans la mesure où un élément grammaticalisé peut être utilisé dans plusieurs contextes et il peut renvoyer à la situation de l'énonciation, donnant des informations sur le contexte énonciatif » (Mihu Cibu, 2018 : 10, en ligne).

Pour l'analyse de ces expressions figées contenant des termes gastronomiques qui ont partiellement ou totalement perdu leur sens gastronomique, nous voulons répondre à la question de l'explication de cette perte et de ce changement significationnel.

2.1. Cadre théorique

Pour répondre à notre question de recherche, nous partons de *la phraséologie*, vue dans le sens d'« ensemble des tournures typiques d'une langue, soit par leur fréquence, soit par leur caractère idiomatique »¹ (CNRTL) ou d'« ensemble d'expressions, locutions, collocations et phrases codées dans la langue en général » (*Petit Robert*, 2014).

Charles Bally a très bien démontré l'importance des *unités phraséologiques* en tant que groupes de mots dont la signification unitaire ne représente pas la somme des significations des composants, ces unités constituant l'une des manifestations de l'expressivité d'une langue. Pour l'identification de ces unités, Bally (1909 : 75) propose deux types d'« indices, [...] ceux qu'on tire de la forme des locutions et ceux qui tiennent à la correspondance entre la forme et la pensée ». Il distingue ainsi les indices « extérieurs » et les indices « intérieurs ». En ce qui concerne les *indices extérieurs*, Bally parle de « groupe (qui) est composé de plusieurs mots *séparés par l'écriture* » (Bally, 1909 : 75), de l'« *ordre invariable* » et de l'inséparabilité des mots qui la composent par d'autres mots et de l'impossibilité de remplacer un mot par un autre mot. Bally considère les *indices intérieurs* comme étant plus importants que les premiers, tout en mettant en exergue l'« équivalence avec un mot simple ; oubli du sens des éléments ; locutions de forme analogue ; archaïsmes et expressions vieilles » (Bally, 1909 : 77-82).

Pour la classification de ces expressions figées, Mojca Pecman (2004 : 137-141) parle de plusieurs critères : *la fréquence, le figement, la substituabilité des éléments*

¹ <http://www.cnrtl.fr/definition/phras%C3%A9ologie>.

constitutifs, l'opacité sémantique, la compositionnalité, la motivation, la structure syntaxique, la fonction, le contenu sémantique, la valeur sémantico-pragmatique, l'étymologie, l'opacité sémantique étant pour notre analyse le critère le plus important.

Même si la littérature de spécialité fait preuve d'un flou terminologique en ce qui concerne l'idée de figement et les dénominations des groupes de mots qui fonctionnent ensemble, nous allons retenir le terme *expression idiomatique*, structure dont les mots composants forment une unité, douée d'un sens unique et qui n'est pas censée subir des modifications, étant caractérisée par le *figement sémantique*.

Mariana Tuțescu (1978 : 91) affirme que la combinatoire figée est le phénomène par lequel une séquence co-occurrence de lexèmes forme une unité indissociable sur les plans fonctionnel (formel ou morphosyntaxique) et sémantique. La linguiste (1996 : 25) considère que les morphèmes propres à la combinatoire figée perdent ainsi leur autonomie grammaticale et sémantique et forment une lexie (mot composé, locution, expression, proverbe, tout idiotisme ou toute idiomatie) qui est un tout de signification et de grammaire.

Mariana Tuțescu (1974 : 62) définit *l'épiséme* comme « l'unité sémique d'une lexie composée ou d'une lexie complexe telle que la locution, le proverbe, l'expression, l'idiotisme ». À l'aide de l'épiséme ou signification constructionnelle on conçoit le sens d'une expression idiomatique comme une unité autre que la somme des sens de ses constituants immédiats. L'épiséme se base sur des traits connotatifs appelés *virtuèmes*. Les *virtuèmes* sont des traits nonpertinents et nonobligatoires. B. Pottier (1974 : 74-75) considère que « est virtuel tout élément qui est latent dans la mémoire associative du sujet parlant et dont l'actualisation est liée aux facteurs variables des circonstances de la communication. Le vertuème représente la partie connotative du sémème. Il est très dépendant des acquis socioculturels des interlocuteurs. Il est donc instable, mais se situe dans la compétence à un moment donné ».

3. Corpus et analyse des expressions idiomatiques retenues

Pour notre analyse, nous avons choisi de travailler sur un corpus d'expressions idiomatiques ayant comme terme-noyau gastronomique les noms des fruits *poire* et *pomme*. Pour la constitution du corpus nous avons choisi le *Dictionnaire des expressions et des locutions* d'Alain Rey et Sophie Chantreau (Paris, Les Usuels du Robert, 1989) et des sources électroniques.

Dans ce sens, nous avons retenu :

- **11 expressions idiomatiques avec le mot *poire*** : *une bonne poire, couper la poire en deux, (parler) entre la poire et le fromage, se fendre la poire, se payer la poire de qqn, faire sa poire, laisser murir la poire, se sucer la poire, une poire pour la soif, prendre qqn pour une poire, (avalé) des poires d'angoisse ;*
- **16 expressions idiomatiques avec le mot *pomme*** : *le ver dans le fruit, dans la pomme, bonne pomme, pomme à l'eau, ma/ta/sa pomme, pomme de discorde, tomber dans les pommes, pomme pourrie, haut comme trois*

pommes, pomme d'Adam, aux pommes, donner/ décerner la pomme, jeter les pommes cuites à qqn, être dans les pommes cuites, se sucer la pomme, pomme de Newton, croquer la pomme.

3.1. Signification des expressions idiomatiques construites autour des mots *poire* et *pomme*

La signification de ces 27 expressions idiomatiques est présentée en bas :

- (1) ***une bonne poire*** (Rey&Chantreau, 1989 : 951) : être trop gentil, assez négatif, ça veut dire qu'il se fait avoir par les autres. Trop bon ; naïf ; niais ; qui se laisse mener par le bout du nez ; simple d'esprit et ingénu² ;
- (2) ***couper la poire en deux***³ (Rey&Chantreau, 1989 : 951) : essayer de trouver une solution qui arrange plus ou moins les deux personnes, créer une entente, trouver une solution un peu équilibrée qui convient aux deux personnes, compromis équitable entre les deux parties ; transiger, partager les profits et les risques, faire des concessions égales, faire des concessions pour arriver à une entente ;
- (3) ***(parler) entre la poire et le fromage***⁴ (Rey&Chantreau, 1989 : 951) : À un moment de conversation libre et détendu, vers la fin d'un repas, par extension quand le moment sera propice ;
- (4) ***se fendre la poire***⁵ (en ligne) : rire aux éclats ; rire ; se poiler ; se taper sur les cuisses ; se bidonner ; se taper une barre ; se fendre la gueule ; se marrer ;
- (5) ***se payer la poire de qqn.***⁶ (Rey&Chantreau, 1989 : 952) : se moquer gentiment ;
- (6) ***faire sa poire*** (Rey&Chantreau, 1989 : 951) : prendre un air important, prétentieux ;
- (7) ***laisser murir la poire*** (Rey&Chantreau, 1989 : 951) : attendre le moment favorable (pour obtenir quelque avantage). Dans le même sens *La poire est mûre, n'est pas mûre* ;
- (8) ***se sucer la poire*** (Rey&Chantreau, 1989 : 952) : s'embrasser avec insistance ;

² <https://www.expressio.fr/expressions/etre-une-bonne-poire>.

³ https://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2guides/guides/clefsfp/index-fra.html?lang=fra&lettr=indx_catlog_f&page=9KmBPqRzGIMc.html; <https://photo.neonmag.fr/12-expressionsexpliquees-37644#couper-la-poire-en-deux-656019>; <https://coursdefrancaisenligne.wordpress.com/2020/02/07/couper-la-poire-en-deux-explications-et-origine-de-l-expression-avec-cours-de-francais-en-ligne-2/>.

⁴ <http://francescax8.unblog.fr/2014/09/01/expression-entre-la-poire-et-le-fromage/>; <https://www.expressio.fr/expressions/entre-la-poire-et-le-fromage>.

⁵ https://www.pourquoi.com/expressions_langage/pourquoi-fendre-poire-.html; <https://www.expressio.fr/expressions/se-fendre-la-poire>.

⁶ <https://www.terroirsdechefs.com/les-chroniques-de-terroirs-de-chefs/la-chronique-culino-litteraire-de-louis-carzou/La-poire>.

- (9) **une poire pour la soif**⁷ (Rey&Chantreau, 1989 : 951) : des moyens, des ressources pour un emploi futur (s'applique aux économies, aux réserves) ; être prévoyant ; garder de côté de quoi assurer des besoins futurs ; économiser ; épargner ; anticiper ; ménager ; réserver quelque chose pour les besoins à venir ; épargner pour les jours difficiles à venir ;
- (10) **prendre qqn pour une poire**⁸ : considérer que qqn est naïf ;
- (11) **(avaler) des poires d'angoisse**⁹ : subir des traitements cruels ; vivre des situations très désagréables ; vivre l'enfer ; vivre une situation très pénible ;
- (12) **le ver dans le fruit, dans la pomme**¹⁰ : (d'une personne, d'une situation, d'une entreprise) le point faible caché, l'élément insidieux qui est susceptible d'avoir des effets négatifs ou perturbateurs importants ;
- (13) **bonne pomme** (Rey&Chantreau, 1989 : 956) : indulgent, naïf, trop bon. Récent ; sans doute renouvellement de *bonne poire* ;
- (14) **pomme à l'eau** (Rey&Chantreau, 1989 : 956) : imbécile. Renforce *pomme* pris au sens de „pomme de terre” et utilisée comme *patate* dans ce sens ;
- (15) **ma, ta, sa pomme**¹¹ : moi, toi, lui (la personne) ;
- (16) **tomber dans les pommes**¹² : s'évanouir ; faire une crise d'hypo-glycémie, s'évanouir, perdre connaissance, faire un malaise ;
- (17) **pomme pourrie**¹³ : personne qui nuit à la bonne entente, à la bonne marche d'un groupe ;
- (18) **haut comme trois pommes**¹⁴ (Rey&Chantreau, 1989 : 957) : tout petit ;
- (19) **pomme d'Adam** (Rey&Chantreau, 1989 : 956) : « saillie du cou de l'homme formée par le cartilage thyroïde » ;
- (20) **pomme de discorde** (Rey&Chantreau, 1989 : 956) : Sujet de disputes, de discussions. Il s'agit de la pomme du jugement de Paris ;
- (21) **aux pommes** (Rey&Chantreau, 1989 : 957) : excellent, parfait. Intensif de *l'agréable* ;
- (22) **donner, décerner la pomme** (Rey&Chantreau, 1989 : 957) : donner la prééminence, distinguer ;
- (23) **jeter les pommes cuites à qqn.** (Rey&Chantreau, 1989 : 957) : le conspuer ;
- (24) **être dans les pommes cuites**¹⁵ : être très fatigué, être épuisé ;

⁷ <https://www.expressio.fr/expressions/garder-une-poire-pour-la-soif>.

⁸ <https://leflpourlescurieux.fr/expressions-idiomatiques-autour-des-fruits-et-legumes-b1/>.

⁹ [https://www.terroirsdechefs.com/les-chroniques-de-terroirs-de-chefs/la-chronique-culino-littéraire-de-louis-carzou/La-poire](https://www.terroirsdechefs.com/les-chroniques-de-terroirs-de-chefs/la-chronique-culino-littéraire-de-louis-carzou/La-poire;); <https://www.expressio.fr/expressions/avaler-des-poires-d-angoisse>.

¹⁰ <https://usito.usherbrooke.ca/lexies?lt=pomme>.

¹¹ <https://www.expressio.fr/expressions/ma-ta-sa-pomme>.

¹² <https://usito.usherbrooke.ca/lexies?lt=pomme>; <https://www.expressio.fr/expressions/tomber-dans-les-pommes>.

¹³ <https://usito.usherbrooke.ca/lexies?lt=pomme>.

¹⁴ <https://usito.usherbrooke.ca/lexies?lt=pomme>.

¹⁵ https://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2guides/guides/clefsfp/index-fra.html?lang=fra&lettr=indx_catlog_f&page=9KmBPqRzGIMc.html.

- (25) *se sucer la pomme* (Rey&Chantreau, 1989 : 957) : s’embrasser ;
 (26) *pomme de Newton*¹⁶ : événement banal qui aboutit à quelque chose d’important ;
 (27) *croquer la pomme*¹⁷ : succomber à la tentation ; faire l’amour.

3.2. Les origines de ces expressions idiomatiques

Dans les sources informatives consultées, nous avons trouvé les explications suivantes concernant les origines de ces expressions idiomatiques :

- *une bonne poire*
 « Depuis la fin du XIXe siècle, une „poire”, c’est quelqu’un qui se laisse aisément duper, par une métaphore venue de la poire bien mûre qui tombe toute seule de l’arbre, comme la dupe tombe facilement dans l’attrape-nigaud qui lui est tendu. L’adjectif "bonne" atténue le côté méprisant pour faire de la "bonne poire" une victime facile de moqueries ou une personne dont la gentillesse fait qu’on en abuse facilement »¹⁸. Alain Rey et Sophie Chantreau (1989 : 951) considèrent que l’expression, avec le sens de « dupe », est « Sans doute issu(e) du croisement entre *la poire est mûre* et l’assimilation "poire-personne" acquise dans le sens "visage" d’où "personne". Lexicalisé(e) en *une poire* (1896, Delesalle) ».

- *couper la poire en deux*
 « À l’époque, la poire était un fruit dégusté avant le fromage car elle permettait de mieux le savourer. Alors que le repas touche à sa fin, mets et vins délient les langues. C’est le moment des confidences et compromis, d’où l’expression « Nous en parlerons entre la poire et le fromage » qui signifie « quand le moment sera propice ». Ainsi, « couper la poire en deux » renvoie à un compromis équitable entre les deux parties »¹⁹.

« Cette métaphore est limpide : partager en deux quelque chose et en donner une moitié à chaque partie, c’est bien répartir cette chose équitablement, la répartition jugée acceptable par les deux parties pouvant venir d’une décision volontaire de partager mais aussi résulter d’une négociation suivie d’un compromis ou encore de la décision d’une partie de renoncer à des prétentions trop importantes. Cependant, on peut très légitimement se demander pourquoi la poire au lieu de la pastèque ou du mammouth. Pour ce dernier on le comprendra aisément car il est plutôt rare de nos jours d’en trouver sur les étals de nos marchands. Mais à la place de la poire on aurait pu choisir beaucoup d’autres choses. Alors pourquoi ce fruit ? Cette expression ne semble apparaître dans la littérature qu’après les années 1880. Or, 1882 est l’année qui a vu la publication, par messieurs Félix Galipaux et Lucien Cressonnois, d’une saynète où discutent deux personnages et intitulée « la poire en deux ». Les deux personnes, le monologueur et le récitateur, sont sur une scène et se disputent le fait de pouvoir déclamer chacun leur texte qui est en vers. Après

¹⁶ https://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2guides/guides/clefsfp/index-fra.html?lang=fra&lettr=indx_catlog_f&page=9KmBPqRzGIMc.html.

¹⁷ <https://www.expressio.fr/expressions/croquer-la-pomme>.

¹⁸ <https://www.expressio.fr/expressions/etre-une-bonne-poire>.

¹⁹ <https://photo.neonmag.fr/12-expressions-expliquees-37644#couper-la-poire-en-deux-656019>.

quelques échanges, l'un propose à l'autre de « couper la poire en deux » et de réciter chacun leur tour quatre de leurs vers. Ils finiront par se séparer sans avoir dit leur texte. Est-ce cette saynète qui est à l'origine de l'expression ou, plus probablement, est-ce que c'est l'expression, apparue un peu avant, qui a donné son titre à la saynète ? Nul ne semble le savoir. Toujours est-il que, maintenant, si vous dites à quelqu'un « coupons le kiwi en deux », il vous regardera d'un œil éberlué ». ²⁰

- *(parler) entre la poire et le fromage*

« Au XVII^e siècle, le fromage se mangeait après les fruits, dont les poires et les pommes étaient des exemples types. À l'origine, l'expression signifiait donc « vers la fin du repas », à un moment où l'on commence à être repu et détendu, instant plus convivial et propice aux discussions. Puis elle s'est généralisée pour indiquer « à un moment libre entre deux événements », la poire et le fromage n'étant plus que des marques temporelles ». ²¹

« La poire a probablement été le fruit préféré de nos aïeux. À cause de son goût, bien sûr, de sa pulpe juteuse qui a donné « la poire pour la soif ». Peut-être aussi pour que la saison en est longue et les variétés nombreuses, contrairement aux autres fruits de l'époque, succulents aussi, mais tellement éphémères. Les poires les plus précoces étaient mûres en juillet, les plus tardives au début de l'hiver. Elle semble avoir été le symbole de l'exquise douceur : ne pas « promettre poires molles » voulait dire ne pas promettre un avenir tout rose, et lorsqu'il est question de partager une bonne chose avec quelqu'un, naturellement on coupe la poire en deux. On mangeait des poires à la fin du repas, tout de suite avant le fromage, autre délice, qui le terminait. Cela ne paraît une bizarrerie qu'à une première vue ; c'était au contraire une habitude assez logique dans les menus où les légumes brillaient par leur absence, et où il semble, contrairement à une image répandue, que l'on buvait surtout après le repas, et non pendant. Au fond il était peut-être mal commode de manier la coupe ou le hanap avec les mains pleines de graisse. C'est sans doute le sens de ce vieux proverbe : « La table ôtée doit-on laver et boire ». Bref, les derniers rôtis de volaille ou de gibier avalés, la poire arrivait pour rincer agréablement la bouche, rafraîchir le palais et changer le goût des victuilles ; En somme elle jouait le rôle de la salade dans notre gastronomie. [...] Les poires et le fromage (abondant au Moyen Âge ; on le faisait sécher au soleil pour le vieillir et le conserver) constituaient donc le dessert traditionnel de ces agapes et le régal des gourmets [...]. De ces usages il nous est resté l'expression familière « entre la poire et le fromage » : au moment où la panse pleine et le cœur réjoui on a le temps et l'envie de causer, voire de se laisser aller à la confiance. Au début du XVII^e siècle un personnage de Sorel à qui on a demandé d'expliquer un rêve répond ; « ... Nous en parlerons à souper entre la poire et le fromage » (extrait de LA PUCE A L'OREILLE de Claude Duneton – Editions Stock 1973 – Anthologie des expressions populaires avec leur origine) ». ²²

²⁰ <https://www.expressio.fr/expressions/couper-la-poire-en-deux>; <https://coursdefrancaisenligne.wordpress.com/2020/02/07/couper-la-poire-en-deux-explications-et-origine-de-l-expression-avec-cours-de-francais-en-ligne-2/>.

²¹ <https://www.expressio.fr/expressions/entre-la-poire-et-le-fromage>.

²² <http://francescax8.unblog.fr/2014/09/01/expression-entre-la-poire-et-le-fromage/>.

Alain Rey et Sophie Chantreau (1989 : 951) considèrent que le sens de l'expression est « à un moment de conversation libre et détendue, comme vers la fin d'un repas » (1640, Oudin : *entre la poire et le fromage*). Le fromage se mangeait après les fruits (el la poire était, avec la pomme, le fruit type) ; la loc. signifie d'abord concrètement “vers la fin du repas”, donc à un moment où on est repu et dans une atmosphère conviviale [...] Les extensions concernent d'abord le discours parlé (cf. Balzac) ou écrit (cf. Flaubert). Aujourd'hui la forme de l'expression lui donne une autre valeur, plus temporelle : “entre deux événements, de manière fortuite, à un moment perdu”. *Poire et fromage*, dans cet ordre, sont démotivés et deviennent de pures démarcations »

- *se fendre la poire*

« Peut-être vous souvenez-vous avoir vu cette fameuse caricature, faite par Charles Philippon en 1832, qui représentait la tête de Louis-Philippe avec la forme d'une poire ? C'est probablement de cette période que date un des sens argotiques de “poire” qui, dans notre cas, signifie “tête” ou “visage”. Or, pour peu que vous soyez un peu observateur, vous aurez remarqué que, lorsque quelqu'un rit aux éclats, son visage est très largement et néanmoins horizontalement fendu par sa bouche grande ouverte. Il n'en a pas fallu plus pour que naisse notre expression ». ²³

« En 1832 Charles Philippon représentait d'ailleurs Louis Philippe avec une tête ayant la forme d'une poire. Visiblement, la poire, pour désigner la tête ou le visage, semble venir de cette représentation qui était une parodie avec une représentation caricaturale mais très ressemblante ». ²⁴

- *faire sa poire :*

« Du sens de *poire* “visage” peut être issu de la célèbre caricature de Louis-Philippe en forme de poire » (Rey&Chantreau, 1989 : 951).

- *une poire pour la soif*

« Citée par Antoine Oudin en 1640 dans ses *Curiositez francoises*, cette expression daterait de la fin du XVI^e siècle. La poire étant un fruit juteux, on peut aisément imaginer que celui qui suppose pouvoir avoir soif un peu plus tard, sans avoir d'accès facile à un point d'eau, tel le voyageur d'autrefois cheminant longtemps à pied, ait envie de se garder une poire intacte dans son baluchon pour pouvoir étancher sa soif à venir. Si le choix de la poire comme symbole de ce qu'il faut mettre de côté pour ne pas avoir de surprises dans le futur n'est pas expliqué (d'autres métaphores auraient tout aussi bien pu convenir), l'image de prévoyance est ici suffisamment explicite pour que l'expression ait perduré ». ²⁵

- *(avaler) des poires d'angoisse*

« La reine du côté obscur de ce fruit est sans doute la *poire d'angoisse*. C'est ainsi que l'on désignait autrefois une poche de cuir, remplie de graines, et que l'on vous attachait au niveau de la bouche pour vous empêcher de pouvoir émettre le moindre son. Comme ça, “inhumain” ? Subir cette astucieuse idée de bourreau,

²³ <https://www.expressio.fr/expressions/se-fendre-la-poire>.

²⁴ https://www.pourquois.com/expressions_langage/pourquoi-fendre-poire-.html.

²⁵ <https://www.expressio.fr/expressions/garder-une-poire-pour-la-soif>.

décrite notamment par Gérard de Nerval, n'entraînait pas automatiquement l'étouffement... Enfin, pas toujours... Par extension, les *poires d'angoisse* pouvaient décrire toutes sortes de torture, mauvais traitements et autres cruautés. Et à l'inverse, mais avec le même genre d'intentions, *ne pas promettre poire molle* signifiait que l'on menaçait son ennemi d'une sérieuse correction ».²⁶

« Souvenez-vous du Moyen Âge, cette époque atroce où la télévision et Internet n'existaient pas. Et pourtant, il fallait bien trouver d'autres moyens d'occuper ses loisirs, non ? Alors une des occupations préférées de quelques-uns était de torturer ceux de leurs congénères qui avaient une tronche qui ne leur revenait pas ou qui leur avaient cherché quelques noises. Quel plaisir, en effet, d'arracher des ongles, briser quelques membres à coups de barre de fer, énucléer l'œil droit, introduire un fer rouge dans l'anus ou bien couler du plomb fondu dans un abdomen ouvert, par exemple. Malheureusement un gros défaut de ces amusements était le bruit, car ceux qui, dans ces activités ludiques, avaient le rôle passif, un peu à leur corps défendant, avaient la fâcheuse habitude de hurler de douleur, ce qu'on ne pouvait évidemment pas leur reprocher, en plus ; il aurait fallu en effet être un tantinet sauvage pour les menacer de quoi que ce soit s'ils continuaient à crier, hein ? Alors pour ne plus les entendre, un bon moyen consistait à leur enfoncer dans la bouche un instrument qui, selon Larousse, "s'ouvrait au moyen d'un ressort, se développait en forme de poire, et étouffait complètement les cris". Autant dire que celui qui avait cette chose dans la bouche et qui devait subir les petites gâteries de ses camarades de jeu, devait ressentir une certaine angoisse, incapable qu'il était d'extérioriser ce qu'il ressentait. Cela dit, ces instruments, dont le nom est cité au XV^e siècle, servaient aussi plus simplement à bâillonner un prisonnier pour l'empêcher de parler. Si, de nos jours, le genre d'amusement lié aux poires d'angoisse originelles est tombé en désuétude dans les pays dits civilisés, on peut toujours dire de celui qui vit des situations extrêmement désagréables qu'il *avale des poires d'angoisse*. Par plaisanterie, certains faisaient aussi le rapprochement avec les poires du village d'Angoisse, en Dordogne, qui étaient, paraît-il, très âpres et dures à mâcher. Mais elles n'avaient probablement pas le potentiel de déplaisir des véritables poires d'angoisse ».²⁷

« On explique l'expression par un calembour sur le village d'Angoisse (Dordogne) dont les poires étaient particulièrement âpres (provençal *pera d'engoyso*, XIII^e s.) » (Rey&Chantreau, 1989 : 951).

- *ma, ta, sa pomme*

« Nous n'avons pas vraiment là une expression, tout au plus une appellation argotique. Mais comme son origine semble intéresser... Popularisée par Maurice Chevalier en 1924, cette désignation nous vient de la deuxième moitié du XIX^e siècle. En effet, à cette époque, parce que ce fruit sphérique qu'est la pomme était comparable à une tête - il l'est toujours, d'ailleurs -, son nom a servi à désigner cette

²⁶ <https://www.terroirsdechefs.com/les-chroniques-de-terroirs-de-chefs/la-chronique-culino-litteraire-de-louis-carzou/La-poire>.

²⁷ <https://www.expressio.fr/expressions/avaler-des-poires-d-angoisse>.

dernière en argot (“se sucer la pomme”, par exemple, voulait dire “s’embrasser”). Puis par extension, le mot a aussi désigné une personne entière. Notez que cette appellation ne s’utilise généralement pas au pluriel (on ne dit pas “nos pommes” pour dire “nous”) ». ²⁸

- *tomber dans les pommes*

« L’apparition de cette expression est confirmée en 1889, mais l’origine réelle en est inconnue. Certains ont supposé que les “pommes” étaient une déformation de *pâmes* (tomber en pâmoison, s’évanouir), mais ce terme n’a plus du tout été employé depuis le XV^e siècle et il est donc extrêmement peu plausible qu’une déformation verbale ait pu avoir lieu au XIX^e siècle. L’origine la plus probable viendrait d’une locution que George Sand emploie dans une lettre à Madame Dupin, dans laquelle elle écrit “*être dans les pommes cuites*” pour dire qu’elle est dans un état de fatigue avancée, à rapprocher de l’expression *être cuit*. Cette locution, peut être influencée par l’ancien *se pâmer*, aurait donné l’expression actuelle ». ²⁹

- *aux pommes*

« Intensif de l’*agréable*, très comparable à (c’est) du gâteau, de la tarte, ce qui donnerait une origine à cette expression (tarte aux pommes) » (Rey&Chantreau 1989 : 957)

- *Donner, décerner la pomme*

« De même que *emporter la pomme*, “l’emporter”, cette locution est une allusion mythologique au jugement de Pâris, attestée au XVII^e s. » (Rey&Chantreau 1989 : 957)

- *Jeter les pommes cuites à qqn*

« La pomme cuite est rendue molle par la cuisson ; comme la tomate, l’œuf (de préférence pourri) elle constitue un projectile inoffensif mais infamant. D’où la locution *on abattrait* (*on jetterait bas cette muraille, cette place forte à coups de (avec des) pommes cuites*) » (Rey&Chantreau 1989 : 957)

- *pomme de Newton*

« (allusion à la pomme qui, en tombant sur la tête d’Isaac Newton, lui aurait fait découvrir les lois de la gravitation universelle) ». ³⁰

²⁸ <https://www.expressio.fr/expressions/ma-ta-sa-pomme>.

²⁹ <https://www.expressio.fr/expressions/tomber-dans-les-pommes>.

³⁰ https://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2guides/guides/clefsfp/index-eng.html?lang=eng&lettr=indx_catlog_f&page=9KmBPqRzGIMc.html.

3.3. Trajet sémique du processus d'opacification de ces expressions idiomatiques : la perte du sens gastronomique des termes *poire* et *pomme*

Nous soutenons le point de vue de Yohan Haquin (2016 : 39-40) qui considère, à juste raison, que :

« L'un des points les plus importants de cette littérature est que la plupart des travaux existants se sont essentiellement focalisés sur la notion de *figement* – au sens syntaxique du terme – et ont, de ce fait, quelque peu sous-estimé la complexité des questions liées à la sémantique des expressions figées, faisant souvent de la non-compositionnalité du sens un critère majeur de définition et de délimitation de ces séquences polylexicales figées. Or, en se focalisant presque exclusivement sur la notion de *figement*, ces travaux n'abordent pas du tout la notion d'*expression* elle-même et passent donc sous silence des considérations sémantiques et pragmatiques importantes des expressions figées ».

Nous trouvons extrêmement utile pour notre analyse des expressions idiomatiques la distinction que Haquin (2016 : 45) fait entre la *compositionnalité lexicale* et la *compositionnalité globale*, en montrant que retenir uniquement « l'*interprétation lexicale* de ces séquences, à savoir leur degré de transparence ou d'opacité sur le plan strictement lexical » et laisser en ombre « leur *interprétation globale*, autrement dit, ce à quoi ces expressions nous permettent d'accéder sur le plan interprétatif » serait très réductif au niveau de l'interprétation. Pour arriver à l'*interprétation globale* des expressions idiomatiques, Haquin introduit deux nouvelles notions que nous considérons fortement opératoires pour l'explication du processus d'opacification : il s'agit de *scène lexicale* et *scène réelle*. Le linguiste (Haquin, 2016 : 47) considère que « toute expression figée convoque à la fois une *scène lexicale* d'une part, et une *scène réelle*, d'autre part, et qu'à chacune de ces deux scènes est associé un certain type d'interprétation, à savoir : le *sens de dicto* pour la scène lexicale et *sens de re* pour la scène réelle. Nous allons dès à présent préciser ce métalangage nouveau dont le terme de *scène* est emprunté au linguiste B. Victorri. Très simplement, la *scène lexicale* (sens de *dicto*) est ce que dit une expression indépendamment de ce dont elle parle dans les faits, tandis que la *scène réelle* (sens de *re*) correspond à ce que l'on comprend, en réalité, lorsque l'expression est employée ».

À partir de ces considérations théoriques, nous allons essayer d'analyser le processus d'opacification des expressions idiomatiques retenues, construites autour des noms *poire* et *pomme*, termes qui ont totalement perdu leur sens gastronomique. Les résultats de notre analyse sont présentés dans l'Annexe 1, retrouvée à la fin de cet article.

Conclusion

L'analyse de ces expressions idiomatiques construites autour des termes gastronomiques de fruit *poire* et *pomme* connaissent un parcours similaire d'opacification ([+fruit] [+concret] → [processus de métaphorisation] → [processus de métonymisation]) avec l'ajout de sèmes concrétisant l'interprétation globale de

l'expression. Le sens gastronomique des termes *poire* et *pomme* s'est effacé, pour faire place à de nouveaux sens *de re*, « le lien explicatif entre l'histoire (scène lexicale) et la conclusion (scène réelle) » (Haquin, 2016 : 46) étant perdu. Le linguiste a parfaitement raison quand il affirme que le décalage sémantique entre ces deux « strates interprétatives est évidemment fondamental pour comprendre ce qu'est une expression figée en tant qu'objet plurisémiologique lexicalisé » (Haquin, 2016 : 48).

Bibliographie

- Adam, Jean-Michel, Bonhomme, Marc (2012). *L'argumentation publicitaire : Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Paris, Armand Colin, Collection « I.COM », 368 p.
- Collot, Michel (1986). « La perception des paysages », dans *L'Espace géographique*, volume XV, n° 3, pp. 211-217. Accès : <http://www.persee.fr/doc/spgeo_0-046-2497_1986_num_15_3_4144>. DOI : 10.3406/spgeo.1986.4144. (Dernière consultation : le 28 février 2022).
- Bally, Charles (1909) (1^e édit.). *Traité de Stylistique française*, vol. 1, Heidelberg, Carl Winter's Universitäts-Buchhandlung, Paris, Librairie C. Klincksieck.
- Cabré, Maria Teresa (1994). « Terminologie et dictionnaires » dans *Meta*, 39 (4), pp. 589-597, DOI: <https://doi.org/10.7202/002182ar>.
- Cibu, Mihaela, Silvia Georgiana (2018). *Une étude des marqueurs discursifs. Analyse contrastive des marqueurs on dirait que et parce que*, en ligne, <https://www.ucm.es/data/cont/docs/969-2019-01-22-TFMSilviaMIHU.pdf>. (Dernière consultation : le 28 février 2022).
- Haquin, Yohan (2017). « Comment analyser sémantiquement les expressions figées ? », dans *Revue de Sémantique et Pragmatique* [en ligne], 39 | 2016, mis en ligne le 01 octobre 2017, pp. 39-58, DOI : 10.4000/rsp.403 URL : <http://journals.openedition.org/rsp/403>. (Dernière consultation : le 28 février 2022).
- Mauss, Marcel (1950) [1923-1924]. « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », dans *Sociologie et Anthropologie*, Paris, PUF, pp. 143-279.
- Neț, Mariana (2019). « Adjective care desemnează cantitatea în cărțile de bucate românești » dans Neț, Mariana (ed.). *Limba cărților de bucate românești*, București, Editura Academiei Române, pp. 142-146.
- Pecman, Mojca (2004). « L'enjeu de la classification en phraséologie », dans *Actes du congrès EUROPHRAS 2004*, Société européenne de phraséologie, Université de Bâle, 26-29 août 2004, Baltmannsweiler : Schneider Hohengehren Verlag, pp. 127-146. (Dernière consultation : le 8 mai 2021).
- Pottier, Bernard (1974). *Linguistique générale. Théorie et description*, Paris, Klincksieck.
- Trudel, Éric (2018). « La francophonie à table : les traits culturels dans les sites web de restaurants de cuisine française et de cuisine libanaise de France et du Québec »,

dans *Revue de l'Université de Moncton*, Vol. 48, No. 1, pp. 179-202, Langues, discours, idéologies, DOI : <https://doi.org/10.7202/1043564ar>, URL : <https://id.erudit.org/iderudit/1043564ar>. (Dernière consultation : le 28 février 2022).

Tuțescu, Mariana (1974). *Précis de sémantique française*, București, EDP.

Tuțescu, Mariana (1978). *Précis de sémantique française*, București, Editura Didactică și Pedagogică.

Tuțescu, Mariana (1996). *Du mot au texte*, București, Editura Cavallioti.

****Le Petit Robert* (2014), nouvelle édition milésime, Paris, Le Robert.

Sitographie :

<https://www.cnrtl.fr/>

www.expressio.fr

www.btb.termiumplus.gc.ca

<https://photo.neonmag.fr>

<https://coursdefrancaisenligne.wordpress.com>

www.expressio.fr

www.pourquoi.com

www.terroirsdechefs.com

<https://leflepourlescurieux.fr>

<https://usito.usherbrooke.ca>

<http://francescax8.unblog.fr>

Annexe 1

| EI | Interprétation lexicale = scène lexicale <i>Sens de dicto</i> | Sèmes justifiant le processus d'opacification | Interprétation globale = scène réelle <i>Sens de re</i> |
|--|--|---|--|
| <i>une bonne poire</i> | la poire bien mûre qui tombe toute seule de l'arbre | [+fruit]→ [+processus de métaphorisation : poire = personne] → [+comparaison de l'action de tomber : la poire/la personne] [+dépréciatif] | la dupe tombe facilement dans l'attrape-nigaud qui lui est tendu |
| <i>couper la poire en deux</i> | probablement le titre de la saynète de 1882, <i>Couper la poire en deux</i> où deux personnages se disputent pour arriver, à la fin, à un compromis | [+fruit]→ [+ résolution pacifique d'un problème] | « partager en deux quelque chose et en donner une moitié à chaque partie, c'est bien répartir cette chose équitablement, la répartition jugée acceptable par les deux parties pouvant venir d'une décision volontaire de partager, mais aussi résulter d'une négociation suivie d'un compromis ou encore de la décision d'une partie de renoncer à des prétentions trop importantes ». |
| <i>(parler) entre la poire et le fromage</i> | « Au XVII ^e siècle, le fromage se mangeait après les fruits, dont les poires et les pommes étaient des exemples types. À l'origine, l'expression signifiait donc « vers la fin du repas », à un moment où l'on commence à être repu et détendu, instant plus convivial et | [+fin du repas quand on mange des fruits] → [+moment temporal du repas] → [+moment temporal propice] | moment propice pour la conversation |

| | | | |
|---|--|---|--|
| | propice aux discussions. Puis elle s'est généralisée pour indiquer « à un moment libre entre deux évènements », la poire et le fromage n'étant plus que des marques temporelles ». ³¹ | | |
| <i>se fendre la poire</i> | caricature de Louis Philippe dont la tête était représentée en forme de poire, faite par Charles Philippon en 1832. ³² | [+fruit]→ [+processus de métaphorisation : poire = tête/visage] → [+similarité de forme] | rire aux éclats, « lorsque quelqu'un rit aux éclats, son visage est très largement et néanmoins horizontalement fendu par sa bouche grande ouverte ». ³³ |
| <i>se payer la poire de qqn.</i> | variante familière de <i>se payer la tête de qqn</i> | [+fruit]→ [+processus de métaphorisation : poire = tête] | se moquer de qqn |
| <i>faire sa poire</i> | « du sens de <i>poire</i> « visage », peut être issu de la célèbre caricature de Louis-Philippe en forme de poire » (Rey & Chantreau, 1898 : 951) | [+fruit]→ [+processus de métaphorisation : poire = visage] | prendre un air important, prétentieux |
| <i>laisser mûrir la poire/ la poire est mûre/ la poire n'est pas mûre</i> | attendre | [+fruit]→ [+moment temporel propice] | moment favorable pour obtenir quelque avantage |

³¹ <https://www.expressio.fr/expressions/entre-la-poire-et-le-fromage>.

³² https://www.pourquois.com/expressions_langage/pourquoi-fendre-poire-.html.

³³ <https://www.expressio.fr/expressions/se-fendre-la-poire>.

| | | | |
|--|---|---|---|
| <i>se sucer la poire</i> | rapprochement des visages | [+fruit]→ [+processus de métaphorisation : poire = visage] | s'embrasser avec insistance |
| <i>une poire pour la soif</i> | prévoyance | [+fruit]→ [+moyen] [+ressources] | Des moyens, des ressources pour un emploi futur (Rey&Chantreau, 1989 : 951) |
| <i>prendre qqn pour une poire</i> | déconsidérer, mépriser | [+fruit]→ [+processus de métaphorisation : poire = personne] | considérer que qqn. est naïf |
| <i>(avalier) des poires d'angoisse</i> | torture, mauvais traitements cruels | [+fruit]→ [+similarité de forme] [+objet de torture] | torturer, nuire physiquement, faire peur, |
| <i>ne pas promettre poire molle</i> | objet de torture | [+fruit]→ [+similarité de forme] → [+objet de torture] [+matériel] → [+abstrait] | menacer son ennemi d'une sérieuse correction |
| <i>le ver dans le fruit, dans la pomme</i> | référence à une personne, une situation | [+élément invisible] [+élément nuisible] | élément insidieux susceptible d'avoir des effets négatifs ou perturbateurs importants |
| <i>bonne pomme</i> | renouvellement de <i>bonne poire</i> (Rey&Chantreau, 1989 : 956) | [+fruit]→ [+processus de métaphorisation : pomme = tête] → [+processus métonymique : tête = personne] → [+dépréciatif] | indulgent, naïf, trop bon |
| <i>pomme à l'eau</i> | « renforce <i>pomme</i> pris au sens de „pomme de terre” et utilisée comme <i>patate</i> dans ce sens » (Rey&Chantreau, 1989 : 956) | [+fruit]→ [+processus de métaphorisation : pomme = tête] → [+processus métonymique : tête = personne] → [+péjoratif] | imbécile |
| <i>ma/ta/sa pomme</i> | « De l'argot (1890) l'expression s'est | [+fruit]→ | moi, toi, lui |

| | | | |
|-------------------------------|---|--|--|
| | diffusée au langage familier, par exemple à travers la chanson célèbre de Maurice Chevalier » (Rey & Chantreau, 1989 : 956) | [+processus de métaphorisation : pomme = tête] [+processus métonymique : tête = personne] | |
| <i>pomme de discorde</i> | « fin XVI ^e s., d'Aubigné). Il s'agit de la pomme du jugement de Pâris » (Rey & Chantreau, 1989 : 956) | [+fruit] [+concret] → [+abstrait] | sujet de dispute |
| <i>tomber dans les pommes</i> | « L'origine la plus probable, viendrait d'une locution que George Sand emploie dans une lettre à Madame Dupin, dans laquelle elle écrit " <i>être dans les pommes cuites</i> " pour dire qu'elle est dans un état de fatigue avancée, à rapprocher de l'expression <i>être cuit</i> . Cette locution, peut être influencée par l'ancien <i>se pâmer</i> , aurait donné l'expression actuelle ». ³⁴ | [+fruit] → [+pourri] → [+état affecté] → [+concret] → [+abstrait] | s'évanouir |
| <i>pomme pourrie</i> | l'existence d'une pomme pourrie dans un tas de | [+fruit] → | Personne qui nuit à la bonne entente, à la bonne marche d'un groupe. |

³⁴ <https://www.expressio.fr/expressions/tomber-dans-les-pommes>.

| | | | |
|--------------------------------------|--|---|-----------------------------------|
| | fruits affecte le bon état de tous les autres | [+processus de métaphorisation : pomme = tête] [+processus métonymique : tête = personne] [+dépréciatif] | |
| <i>haut comme trois pommes</i> | dimension | [+fruit] [+concret] [+dimension] → [+processus de métaphorisation : pomme = tête] [+processus métonymique : tête = personne] [+affectif] | tout petit |
| <i>pomme d'Adam</i> | « saillie du cou de l'homme formée par le cartilage thyroïde » (Rey&Chantreau, 1989 : 956) | [+fruit] → [+similarité de forme] | anatomie |
| <i>aux pommes</i> | « Intensif de l' <i>agréable</i> , très comparable à (c'est) du gâteau, de la tarte, ce qui donnerait une origine à cette expression (tarte aux pommes) » (Rey& Chantreau 1989 : 957) | [+fruit] [+concret] [+gout agréable] → [+abstrait] [+ état d'esprit euphorique] | euphorie |
| <i>donner, décerner la pomme</i> | « allusion mythologique au jugement de Pâris, attestée au XVIII ^e s. » (Rey&Chantreau, 1989 : 957) | [+fruit] [+concret] → [+abstrait] | donner la prééminence, distinguer |
| <i>jeter les pommes cuites à qqn</i> | projectile inoffensif (Rey&Chantreau, 1989 : 957) | [+fruit] [+concret] → [+objet] → [+arme inoffensive] | le conspuer |

| | | | |
|------------------------------------|--|---|---|
| <i>être dans les pommes cuites</i> | comparaison entre la consistance de la pomme cuite et le manque de forme physique (état physique déprécié) | [+fruit] [+concret] →[+consistance molle] →[+abstrait] →[+état physique déprécié] | être très fatigué, être épuisé |
| <i>se sucer la pomme</i> | Synonyme de <i>se sucer la poire</i> | [+fruit]→ [+processus de métaphorisation : poire = visage] | s’embrasser |
| <i>pomme de Newton</i> | « allusion à la pomme qui, en tombant sur la tête d’Isaac Newton, lui aurait fait découvrir les lois de la gravitation universelle) ». ³⁵ | [+fruit] [+concret] →[+abstrait] →[+événement banal] →[résultat important] | événement banal qui aboutit à quelque chose d’important |
| <i>croquer la pomme</i> | allusion mythologique à la pomme de Pâris | [+fruit] [+concret] →[+abstrait] →[+objet de convoitise] | succomber à la tentation ; faire l’amour |

³⁵ https://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2guides/guides/clefsfp/index-eng.html?lang=eng&lettr=indx_catlog_f&page=9KmBPqRzGIMc.html.

DEUXIÈME PARTIE

STÉRÉOTYPES ET CLICHÉS EN LITTÉRATURE

LES STÉRÉOTYPES DE L'EXOTISME TAHITIEN

Mihaela CHAPELAN
Université de Bucarest, Roumanie
chapelanmihaela@yahoo.com

Résumé

La rencontre avec l'Autre constitue toujours un événement qui met à l'épreuve nos propres repères identitaires, la modalité dont nous réagissons devant sa différence disant autant sinon plus de choses sur nous-mêmes que sur celui que nous dévisageons. L'Autre peut bien être une personne, une catégorie ou une communauté réelles, mais ce que nous percevons ce n'est pas vraiment la réalité telle qu'elle est, mais plutôt son image, et celle-ci, comme toute image, fait partie simultanément du réel et de la fiction, ne nous arrivant qu'à travers le filtre souvent déformant de notre imaginaire. Pour comprendre et intégrer la nouveauté, le psychique humain recourt à des opérations d'amplification ou de simplification atteignant parfois à la caricature, au grotesque ou tout simplement à la stéréotypie.

Notre article abordera une catégorie à part de stéréotypes identitaires, à savoir ceux de l'exotisme tahitien, en insistant plus particulièrement sur les marqueurs de cette image exacerbée du paradis polynésien construite par l'Occident ainsi que sur les sources culturelles qui se trouvent à ses fondements.

Abstract

STEREOTYPES OF TAHITIAN EXOTICISM

The encounter with the Other always constitutes a test for our own identity: how we react when confronted with its difference is far more telling of who we are than of who we observe. The Other can be a real-world person, a category or a community, but what we see is not exactly a physical reality, but rather its image, which concurrently belongs to the realm of fiction and of reality and which is filtered through the often-distorting prism of our subjective representations. To understand and make sense of novelty, the human psyche resorts to operations of augmentation and simplification that sometimes reach the level of caricature, grotesque or simply stereotyping. Our lecture sets out to highlight a specific category of identity stereotypes in French culture, the Tahitian exoticism. We'll explore the symbolic markers and the cultural sources of this image of exotic Polynesian Eden constructed by the Western world.

Mots-clés : *exotisme, exotisation, stéréotypes identitaires, altérité, littérature viatique, Tahiti*

Keywords : *exoticism, exoticization, identity stereotypes, Otherness, travel Literature, Tahiti*

Le titre de mon article le place d'emblée à la croisée de plusieurs théories qui ont marqué profondément la recherche contemporaine dans le domaine des sciences humaines. Les deux concepts qui y figurent, l'*exotisme* et la *stéréotypie*, établissent des relations non seulement entre eux et les sous-concepts qu'ils ont développés mais aussi avec des notions théoriques d'une encore plus grande envergure telles que l'*identité*, l'*altérité*, la *diversité*, tout cela convergeant vers l'horizon d'attente critique mis en place par les *études postcoloniales*.

1. Exotisme et stéréotypie : des mots aux concepts

Sans me proposer de reconstituer en abrégé l'histoire de l'exotisme ou de la stéréotypie, il me semble pourtant nécessaire de faire quelques remarques concernant leur évolution. Même si, à leur début, ces deux notions ne semblaient avoir rien en commun, assez vite elles finiront par se rejoindre, s'entrecroiser et s'alimenter réciproquement. Les deux mots sont entrés dans la langue française à des époques différentes, l'un au XVI^e siècle et l'autre au XIX^e, mais les phénomènes ou attitudes qu'ils désignent, depuis leur déplacement de sens et leur transformation en concepts, existaient déjà depuis longtemps.

L'adjectif « exotique », issu du grec *exoticos* (étranger, extérieur), commence à être utilisé en français au XVI^e siècle et, selon les affirmations de Frank Lestringant, c'est Rabelais qui l'utilise pour la première fois dans un texte. Il s'agit du *Quart Livre* (1552) où on le retrouve dans le syntagme « marchandises exotiques et pérégrines », par lequel l'auteur qualifie les marchandises en provenance de l'*Île de nulle part*. Le syntagme mérite qu'on s'y attarde un peu plus, non seulement parce qu'il constitue la première occurrence textuelle du terme, mais aussi parce qu'il contient *in nuce* une bonne partie des directions de son développement ultérieur. Ainsi, on y trouve la référence au voyage lointain, au commerce et à l'île, qui deviendra, par la suite, l'espace de prédilection de la manifestation de l'exotisme. Il est vrai que dans le cas de Rabelais il s'agit d'une île imaginaire, sans référent dans la réalité et qu'ensuite la qualification d'exotique s'appliquera plutôt à des territoires réels, mais il ne faut pas oublier qu'il existe aussi un exotisme attaché à des espaces imaginaires, même si ce type d'exotisme est moins étudié, peut-être pour la simple raison qu'il se dissout, du point de vue de l'approche critique, dans la notion de *fantastique*.

Au XVII^e siècle le mot se spécialisera pour désigner un ensemble d'objets précieux apportés d'ailleurs, ainsi on retrouve la mention *Exotica* dans de nombreux catalogues qui faisaient l'inventaire des cabinets de curiosités de l'époque.

Le XVIII^e contribue de manière essentielle au développement du goût pour l'exotisme au point qu'au XIX^e siècle, sur la toile de fonds de l'essor du colonialisme, il deviendra une véritable mode qui laissera des traces indélébiles non seulement dans l'imaginaire européen mais aussi dans ses pratiques socio-culturelles. De nombreuses

œuvres littéraires, et pas des moindres¹, peuvent être également rangées sous l'enseigne de cet « amor de lohn » (amour pour le lointain) que le troubadour Jaufré Rudel chantait déjà au XII^e siècle. Liés étroitement au tourisme, qui ne devient pas encore de masse mais qui se développe considérablement tout le long du XIX^e siècle, prennent également essor les clichés photographiques, censés rendre compte, de manière objective et incontestable, des particularités des endroits visités. Le grand commerce des « souvenirs » touristiques se met en place et ces clichés, au sens propre du terme, que les voyageurs faisaient voir à leurs proches, deviendront de plus en plus des clichés au sens figuré, charriant une incroyable quantité de poncifs sur les pays visités. Ignorées longtemps par les études critiques sérieuses, ces collections photographiques sont devenues, de nos jours, un objet d'étude des plus pertinents, qui réserve des surprises, malgré une certaine perte de crédibilité concernant leur véridicité. Effectivement, beaucoup de chercheurs actuels attirent l'attention qu'il ne faut pas prêter une foi absolue à ces images supposées être prises sur le vif, car souvent il s'agissait de clichés fabriqués dans les ateliers photographiques et les autochtones, qui apparaissent dans ces images, sont parfois de simples modèles payés pour se laisser photographier dans les postures conventionnelles choisies par les photographes. Je mentionnerais comme exemple l'impressionnante collection d'un géographe et explorateur genevois, Alfred Louis Bertrand, qui, en 2013, a été présentée au public sous le titre *Clichés exotiques. Le tour du monde en photographies*. Ultérieurement, les 1700 images produites entre 1860 – 1890 seront publiées en volume par Lionel Gauthier et Jean François Staszak. Il faut également mentionner que c'est toujours au XIX^e siècle qu'apparaît le substantif « exotisme » qui gardera en français les deux acceptions, désignant d'un côté « ce qui est exotique » et, de l'autre, « le goût pour ce qui est exotique », tandis que l'anglais crée deux termes distincts : *exotism* et *exoticism*.

Cette accumulation de stéréotypes, qui allient racisme, misogynie, kitsch et parfois simple incompréhension, a peut-être poussé Victor Segalen à accorder une attention spéciale au phénomène de l'exotisme. En tant que médecin de la marine, Segalen débarque à Tahiti en janvier 1903 et il y restera presque deux ans. Dans une lettre adressée à son ami Henry Manceron, bien après avoir quitté Tahiti (*Lettre du 23 septembre 1911*), il commente en ces termes son séjour polynésien : « J'ai dit avoir été heureux sous les Tropiques. C'est violemment vrai. Pendant deux ans en Polynésie j'ai mal dormi de joie. J'ai eu des réveils à pleurer d'ivresse du jour qui montait. »

Entre 1904 et 1908, il note toute une série de réflexions sur l'exotisme, devenant ainsi l'un des premiers qui ait saisi la portée théorique du phénomène et qui ait contribué à sa transformation en concept. S'il fallait résumer en quelques mots l'essentiel de sa démarche, il faudrait certainement mentionner sa tentative de dépouiller l'exotisme de tous les clichés qui l'étouffaient et le kitschifiaient, mais aussi de le sortir du domaine de la géographie et d'augmenter sa portée en lui associant une *esthétique du divers*. Pour Segalen, l'exotisme possède également une dimension ontologique, car la conscience du lointain, dont il procède, est

¹ Comme par exemple Chateaubriand, Loti, Hugo, Baudelaire, Gauthier, Flaubert.

accompagnée d'une saisie de l'altérité. Cette approche théorique sera complétée par un roman à fort caractère ethnographique, *Les Immémoriaux*, où il décrit et déplore le déclin de la culture polynésienne, la perte de repères et de valeurs traditionnelles sous l'effet pervers et destructeur de la colonisation.

Les notes de Segalen sur l'exotisme ne seront publiées qu'en 1955, donc elles n'ont pas pu avoir l'influence qu'elles auraient méritée. Pourtant Edouard Glissant reprendra son idée de relier l'exotisme à *l'esthétique du divers* et, pour lui rendre hommage, il utilisera ce syntagme comme titre de son ouvrage le plus connu, *Introduction à une esthétique du divers*.

Mais le véritable coup d'envoi pour les études sur l'exotisme est donné par le livre incontournable d'Edouard Saïd. Même s'il est centré sur l'orientalisme, ses analyses ont permis l'instauration d'une perception nouvelle, qui deviendra bientôt la nouvelle norme dans les études postcoloniales : contrairement à ce que les siècles précédents ont voulu accréditer, l'exotisme n'est pas le propre d'un lieu, d'une personne ou d'un objet lointain, mais d'un point de vue et d'un discours sur ceux-ci. Ainsi, selon l'opinion du géographe J. F. Staszak, la question « qu'est-ce qui est exotique ? » devrait se décliner sous la forme « pour qui cela est exotique ? ». L'exotisme, précise ce dernier, « [...] n'est jamais un fait, ni la caractéristique d'un objet : il n'est qu'un point de vue, un discours, un ensemble de valeurs et de représentations à propos de quelque chose, de quelque part ou de quelqu'un » (J. F. Staszak 2008 : 8)

De nombreux tenants des études postcoloniales ont depuis enrichi la théorie de l'exotisme, mettant en place des sous-concepts tels que : « exotisation » ; « auto-exotisme » (Nathalie Schon 2003), « exotisme inversé » (J. M. Moura 1998) etc. Si l'on suivait l'évolution de la théorie sur la stéréotypie, on pourrait constater qu'elle développe, elle aussi, une série de sous-concepts, certains presque en miroir : stéréotypisation, auto-stéréotypisation, stéréotypes inversés etc.

Mais comme mon titre comprenait également un troisième terme, je ne m'attarderai pas plus sur ces questions de parallélisme et de chevauchement conceptuels et je passerai à une analyse de cas qui, je l'espère, réussira à cerner de plus près l'une des mises en exotisme occidentales les plus tenaces.

2. L'exotisme tahitien et ses sources culturelles

Sur Tahiti, on a écrit énormément, pour paraphraser le titre d'un ouvrage récent sur cette thématique, on pourrait dire qu'un flot d'encre s'est déversé sur cette île dès sa découverte officielle par Louis Antoine de Bougainville qui, entre 1767 – 1769, entreprend le premier voyage autour du monde inscrit sous pavillon français. Peu de temps après son retour en France, en 1771, il publie la relation de son expédition, sous le titre *Voyage autour du monde, par la frégate du roi La Boudeuse et la flûte l'Etoile*, qui deviendra le point de départ pour la construction d'un des mythes les plus durables de la civilisation occidentale au sujet de cette partie du monde.

Après s'être acquitté de la mission diplomatique dont il avait été chargé par le ministre de la Marine de Louis XV, à savoir celle de céder officiellement au pouvoir

espagnol les îles Malouines, l'équipage des deux vaisseaux commandés par Bougainville passe le détroit de Magellan et s'engage dans les Mers du Sud, l'un des derniers grands territoires restés presque inconnus. Après plusieurs mois de navigation dans les eaux du Pacifique, l'équipage français touchait à la fin de ses provisions et plusieurs marins étaient assez grièvement atteints par le scorbut. Louis Antoine de Bougainville décide donc d'accoster, au 3 avril 1768, sur l'île de Tahiti, qui ne figurait sur aucune carte et dont il croyait être le premier visiteur européen².

L'épisode de l'accostage sur Tahiti et de la première rencontre avec la population indigène reste certainement le plus surprenant et le plus médiatisé épisode de l'expédition de Bougainville. Dès qu'ils s'approchent de l'île, quelques pirogues entourent la frégate *La Boudeuse* et des indigènes leur présentent des branches de bananiers. Les Français traduisent ce geste selon leur propre code culturel, l'assimilant à l'offre du « rameau de l'olivier », mais ils ne se trompent pas sur l'attitude bienveillante des indigènes. Dès qu'ils leur répondent, comme le note Bougainville, « [...] par tous les signes d'amitié dont nous pûmes nous aviser » (Bougainville, 1771 : 186), l'un d'eux leur offre « [...] avec son rameau de paix, un petit cochon et un régime de bananes ». Les Français lui offrent à leur tour des mouchoirs et des bonnets et ces présents constituent une sorte de gage d'alliance, donnant le signal pour toute une série d'échanges commerciaux en nature, faites « avec bonne foi », chacun offrant ce qu'il possédait avant d'attendre de voir ce que l'autre lui proposait. Cela détermine l'équipage de la *Boudeuse* à bien inaugurer du caractère de ces indigènes qui ne portaient pas d'armes et qui leur offraient surtout des légumes et des fruits merveilleux, ce qui leur faisaient d'ailleurs cruellement défaut. A cette première rencontre, aucune femme n'était présente, mais la journée suivante, lorsque Bougainville trouve l'endroit approprié pour accoster en sécurité, des centaines de pirogues remplies d'indigènes, hommes et femmes, entourent la frégate et, tout en répétant le mot « tayo » (ils comprendront plus tard que cela veut dire « ami »), réitérèrent l'offre de fruits et de légumes, tout en rajoutant un cadeau qui plonge dans l'étonnement les Français :

Les pirogues étaient remplies de femmes qui ne le cèdent pas pour l'agrément de la figure au plus grand nombre des Européennes et qui, pour la beauté du corps, pourraient le disputaient à toutes avec avantage. La plupart de ces nymphes étaient nues, car les hommes et les vieilles, qui les accompagnaient, leur avait ôté le pagne dont ordinairement elles s'enveloppent. Elles nous firent d'abord, de leur pirogue, des agaceries où, malgré leur naïveté, on découvrait quelques embarras ; soit que la nature ait partout embelli leur sexe d'une timidité ingénue, soit que, même dans les pays où règne encore la franchise de l'âge d'or, les femmes paraissent ne pas vouloir ce qu'elles désirent le plus. (Bougainville, 1771 : 190)

² À la vérité, l'Anglais Samuel Wallis y avait déjà accosté en 1767, mais sans accorder trop d'importance à cette escale. Il ne l'avait pas officiellement marquée, comme de coutume entre empires coloniaux, et de plus, à l'heure du départ de Bougainville il n'était pas encore de retour en Europe et personne n'était au courant de l'existence de l'île de Tahiti.

Selon les notations de Bougainville, les hommes, « plus simples ou plus libres », invitent les Français à se choisir une femme parmi celles qui leur sont présentées et par des gestes sans équivoque leur indiquent « [...] de quelle manière il fallait faire connaissance avec elle ». Cette liberté sexuelle, dont ils auront des preuves tout le long de leur séjour sur l'île, détermine les Français à surnommer ce territoire « la Nouvelle Cythère » et constitue visiblement l'élément qui a le plus frappé autant les contemporains de Bougainville que les époques suivantes.

À côté des autres notations sur l'état de l'île, il contribue à la création d'une image marquée par un exotisme exacerbé, l'image d'un endroit idyllique, bénéficiant d'une nature luxuriante et peuplé d'habitants doués d'un naturel doux et heureux, vivant dans une parfaite communion avec la nature :

J'ai plusieurs fois été me promener dans l'intérieur. Je me croyais transporté dans le jardin d'Eden ; nous parcourions une plaine de gazon, couverte de beaux arbres fruitiers et coupée de petites rivières qui entretiennent une fraîcheur délicieuse, sans aucun des inconvénients qu'entraîne l'humidité. Un peuple nombreux y jouit des trésors que la nature verse à pleines mains sur lui. Nous trouvions des troupeaux d'hommes et de femmes assises à l'ombre des vergers. Tous nous saluaient avec amitié ; ceux que nous rencontrions dans les chemins, se rangeaient à côté pour nous laisser passer ; partout nous voyions régner l'hospitalité, le repos, une joie douce et toutes les apparences du bonheur. (Bougainville, 1982 : 198)

Des éléments appartenant à plusieurs mythes essentiels de l'humanité se combinent pour construire cette image : le mythe antique de l'Âge d'or, le mythe chrétien édénique et le mythe du bon sauvage. La rencontre des indigènes de Tahiti avec l'équipage français acquiert ainsi les significations d'une rencontre entre deux étapes distinctes de l'évolution de la civilisation humaine, à savoir l'état de nature et celui de culture. L'exotisme tahitien se place ainsi autant sur la coordonnée spatiale que sur celle chronologique.

Quelques incidents troublent pourtant cette image paradisiaque et la relation de confiance qui semblait s'être établie entre les deux communautés : plusieurs tentatives de vol de la part des indigènes obligent Bougainville d'augmenter les mesures de sécurité, tandis que de l'autre côté, la découverte de plusieurs indigènes tués par balles effraie les Tahitiens et les détermine à quitter leurs habitations et à se retirer dans la région montagneuse de l'île. Bougainville devra user de tout son crédit auprès des chefs indigènes pour résoudre ce conflit et les persuader de revenir sur la côte. Pour les assurer de sa bonne foi et éviter que de tels événements ne se répètent, il interdira aux membres de son équipage de quitter individuellement le campement et, surtout, de sortir de nuit.

Après plusieurs mois passés sur l'île, l'équipage français continuera son voyage dans les eaux du Pacifique et de l'océan Indien, mais le dialogue entre les Français et les Tahitiens ne prend pas fin pour autant, car Aotourou, l'indigène qui leur avait servi de guide durant leur séjour sur l'île, les accompagnera pour le reste de leur voyage et séjournera une année en France, devenant un objet de curiosité dans les salons parisiens. Malgré la barrière linguistique (Aotourou n'avait réussi à apprendre que

quelques rudiments de français et les Français, à leur tour, n'avaient compris et retenu que très peu de mots tahitiens), Bougainville continuera à lui poser des questions pour obtenir de nouvelles informations sur la société tahitienne. Ces nouvelles informations, parsemées dans d'autres chapitres que ceux dédiés nommément à l'île de Tahiti, sont mentionnées peut-être au fur et à mesure que Bougainville en prend connaissance. En tout cas, ce choix de présentation fragmentaire, presque furtive, qui contraste avec l'ordre assez rigoureux dont fait preuve Bougainville dans l'organisation de ses relations de voyage, contribue probablement à la diminution de leur effet. Différemment mis en valeur, ces détails auraient pu faire éclater ou, du moins, sensiblement relativiser l'image de paradis exotique que les trois premiers chapitres de la deuxième partie avaient réussi à construire.

En ce qui concerne la nature de ces informations discordantes par rapport aux premières impressions, on peut constater que la plupart se rapporte à l'organisation de la société tahitienne, considérée, lorsqu'ils se trouvaient sur l'île, un modèle d'équité qui assurait à ses membres « [...] un bonheur digne d'être envié » :

J'ai dit plus haut que les habitants de Taïti nous avaient paru vivre dans un bonheur digne d'envie. Nous les avons crus presque égaux entre eux, ou du moins jouissant d'une liberté qui n'était soumise qu'aux lois établies pour le bonheur de tous. Je me trompais ; la distinction des rangs est fort marquée à Taïti et la disproportion cruelle. Le Roi et les Grands ont droit de vie et de mort sur les esclaves et valets ; je serais même tenté de croire qu'ils ont aussi ce droit barbare sur les gens du peuple, qu'ils nomment Tataeinou, hommes vils ; toujours est-il sûr que c'est dans cette classe infortunée qu'on prend les victimes pour les sacrifices humains. (Bougainville, 1771 : 229)

De nombreux autres détails renforcent ce changement de perspective sur les inégalités sociales et Bougainville finit par revenir même sur l'aspect qui les avait le plus frappés, celui de la liberté sexuelle. Si au début il avait affirmé sans hésitations que la seule passion des Tahitiens était l'amour, que l'institution du mariage n'empiétait aucunement sur la liberté de choisir d'autres partenaires, car les Tahitiens ne connaissaient pas le sentiment de la jalousie, les nouveaux détails fournis par Aotourou au sujet du port du deuil déterminent Bougainville à relativiser ses premières affirmations. Ainsi, il note que « [...] toute la nation porte le deuil pour le Roi ; le deuil des pères est très long [...] et les femmes portent celui des maris sans que ceux-ci leur rendent la pareille » (*Ibid.*)

Ces éléments du rituel funéraire dévoilent la véritable hiérarchie sociale et prouvent que le statut de la femme était loin d'être égal à celui des hommes. Par respect ou par crainte, les Tahitiens s'éloignaient en grande hâte sur le passage d'une personne qui portait le deuil, ce qui poussait parfois les amants à recourir à ce subterfuge pour faciliter les rencontres qui ne bénéficiaient pas de l'accord des maris. Or la notation de ces anecdotes racontées par Aotourou, complétées par l'information que la femme qui aurait osé ne pas respecter l'interdiction signifiée par son mari pouvait payer de sa vie, se placent en contradiction évidente avec le mythe de la liberté absolue et de la soumission innocente au plaisir naturel, prouvant que les femmes se trouvaient en

réalité presque dans un état d'esclavage, elles appartenait aux hommes (pères ou maris), qui pouvaient les prêter ou les offrir définitivement sans leur demander l'accord, les femmes ne pouvant pas s'offrir à quelqu'un selon leur bon vouloir.

3. Stéréotypisation des marqueurs de l'exotisme tahitien

Mais malgré ces réévaluations d'une importance majeure, qui démontraient que la société tahitienne n'était ni aussi innocente ni aussi heureuse qu'elle leur avait semblé être lors du séjour sur l'île et, surtout, qu'elle ne se dévoilait pas aussi facilement aux regards étrangers, les contemporains de Bougainville, ainsi que les siècles suivants, ne les retiendront pas, préférant rester sur les premières impressions. Par répétition jusqu'à la satiété, ces premières impressions de l'équipage de Bougainville seront transformées en véritables stéréotypes. Les expériences tahitiennes de Gauguin, de Loti ou bien de Fletcher (pour ne citer que les exemples les plus célèbres d'Occidentaux attirés par le mythe tahitien), seront suscitées justement par la circulation de ces clichés exotiques mais, à leur tour, elles contribueront pleinement à leur ancrage durable dans l'imaginaire collectif occidental. Il suffit de feuilleter des guides touristiques de notre époque, de regarder des publicités télévisées ou de consulter des sites ou des commentaires de bloggeurs pour constater que les marqueurs de l'exotisme tahitien restent les mêmes : plages mirifiques au sable doré et aux cocotiers, jeunes vahinés d'une beauté sensuelle, habitants accueillants, entretenant une relation harmonieuse avec la nature. Un seul exemple, extrait presque au hasard d'un guide publié en 2007 par Emmanuel et Aiu Deschamps, suffira pour argumenter cette affirmation :

Ce qui fait que Tahiti et ses îles sont uniques et marquent à jamais ceux qui y posent un jour les pieds, ce n'est pas seulement leur beauté naturelle, la douceur de leur climat, les couleurs et la brillance des paysages, mais aussi le caractère très particulier de sa population et ce qui en découle directement : sa culture. C'est-à-dire son art de vivre, sa conception joyeuse de l'existence et du bonheur, son goût pour la réjouissance, la fête et le plaisir. (Deschamps, 2007 : 30)

Les autres exemples qu'on pourrait fournir ne seraient que des variations sur la même idée, le plus souvent les phrases qui décrivent la population actuelle de Tahiti n'étant qu'une imitation, plus ou moins consciente, des affirmations de Bougainville. Or depuis, la société tahitienne a énormément changé, devenant une société multiculturelle et multiethnique qui, loin de vivre dans l'immobilisme édénique de cette ancienne image d'Épinal de l'exotisme, se confronte aux mêmes problèmes que toute autre société contemporaine. Ce décalage entre l'image idyllique projetée par les acteurs du tourisme et les premières images qui se présentent aux touristes qui viennent d'atterrir à Papeete, la capitale tahitienne, ville encombrée, bruyante, polluée, marquée par les inégalités sociales, en un mot ville moderne, en rien différente des autres villes que nous connaissons, explique bien la déception initiale de certains touristes. Mais les petites pensions et les complexes touristiques luxueux bâtis sur des plages qui restent mirifiques, les trajets ou les activités « de découverte » de la « vraie Tahiti » ne vont pas tarder d'essayer

d'effacer ces premières impressions et d'assurer le « dépaysement » total promis par les agences.

La seule culture tahitienne dont parlent volontiers les guides touristiques est celle du passé, elle aussi réduite à quelques éléments envisagés plutôt dans leur rôle de *topoi* indispensables du décor exotique polynésien ou, pour reprendre les paroles de Victor Segalen, « d'oripeaux primaire de l'exotisme » : les tikis, les maraes, les danses, les chants et les tatouages traditionnels. Des villages traditionnels ont été reconstruits dans de purs buts touristiques, à peine cachés sous un souci de documentation ethno-historique. Cette manipulation des visiteurs, qu'on pourrait qualifier plutôt de post-exotique, allie l'exotisation opérée par l'Occident à l'auto-exotisation, pour diverses raisons (notamment commerciales), des Tahitiens se prêtant eux-mêmes à la mise en scène factice de leur supposée « irréductible » altérité. Contre la toxicité d'un tel exotisme, qui ne fait que ressasser de vieilles fantasmes, s'insurge une bonne partie de la littérature tahitienne actuelle, dont je mentionnerais plus particulièrement les voix de Jean Marc Pambrun, Henri Hiro, Moetai Brotherson, Titua Peu, Flora Devatine et Chantal Spitz.

4. Conclusion

On accuse souvent Bougainville et après lui, Cook, Loti, Gauguin etc., d'avoir fait preuve d'ethnocentrisme, de ne pas avoir réellement compris la société tahitienne, de l'avoir idéalisée ou noircie outre-mesure et d'avoir lancé des stéréotypes qui auront la peau dure. Tous ces aspects doivent être certainement remis en discussion par notre époque, il faudrait pourtant éviter d'idéologiser à rebours tous les détails de leurs relations et transformer ce qui devrait rester un débat en accusations trop violentes. Quelle que soit la justesse du combat féministe ou post colonialiste, on ne peut pas s'attendre à ce que les gens appartenant à d'autres siècles pensent selon la grille de *correction politique* actuelle. Si mon regret, en tant que citoyen du monde, vise le fait que les avertissements contre les malheurs futurs du colonialisme, lancés par un esprit en avance sur ses contemporains tel que Denis Diderot n'ont pas été entendus, mon regret, en tant que lecteur moderne du récit de voyage de Bougainville, est lié surtout au fait que, sur cette aventure de la rencontre entre deux civilisations d'une altérité assez radicale, nous n'avons que le témoignage d'un seul type d'exotisation, celui opéré par les Français, tandis que les notations sur ce que l'indigène Aoutourou aurait pu ressentir ou penser sur le mode de vie français manquent complètement. Ainsi une belle occasion d'inversion réelle et simultanée de l'exotisme a été ratée.

Bibliographie

- Bayart, Jean-François (2010). *Les études postcoloniales. Un carnaval académique*, Paris, Karthala.
- Bougainville, Louis Antoine (1771). *Voyage autour du monde, par la frégate du roi La Boudeuse et la flûte l'Etoile*, manuscrit consulté sur <https://gallica.bnf.fr>

- Cogez, Gérard (2014). *Partir pour écrire. Figures du voyage*, Paris, Honoré Champion.
- Lestringant, Frank (1997). « L'exotisme en France à la Renaissance. De Rabelais à Lery », dans *Littérature et exotisme, XVI^e–XVII^e siècles*, (dir. D. de Courcelles), Paris.
- Montalbetti, Christine (1997). *Le Voyage, le monde et la bibliothèque*, Paris, PUF.
- Tinguely, Frédéric (2006). « Forme et signification dans la littérature de voyage », dans *Le Globe*, no 146.
- Moura, Jean Marc (1998). *La littérature des lointains. Histoire de l'exotisme européen au XX^e siècle*, Paris, Honoré Champion.
- Schon, Nathalie (2003). *L'auto-exotisme dans la littérature des Antilles françaises*, Paris, Karthala.
- Segalen, Victor (1986). *Essai sur l'exotisme. Une esthétique du divers*, Paris, Le Livre de poche.
- Staszak, Jean François (2008). « Qu'est-ce que l'exotisme ? », dans unige.ch/science-societe/geo/files/4314/4464 (consulté le 25 septembre 2021).
- Saïd, Edward (1980). *L'Orientalisme, l'Orient créé par l'Occident*, Paris, Seuil.
- Todorov, Tzvetan (1989). *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*, Paris, Seuil.

DU RÔLE JOUÉ PAR LES STÉRÉOTYPES SUR L'ÉCHIQUIER DE LA LITTÉRATURE DE JEUNESSE

Catherine CHUDZIA
Université d'Ottawa, Canada
cchud096@uottawa.ca

Résumé

Le concept de stéréotype tend à être spontanément entendu dans son acception réductionniste. Pourtant, la totalité extensive de la vie sociale n'échappe pas aux classifications de la pensée. D'ailleurs, ce sont les généralisations qui permettent aux jeunes enfants d'habiller de sens l'abstrusion du monde. C'est le langage qui hypostasie les stéréotypes et leur confère leur intelligibilité. La littérature de jeunesse récente récuse des stéréotypes traditionnels en cherchant à s'affranchir de leur loi d'airain ; or, toute littérature, dès lors qu'elle est inscrite dans le champ axiologique du logos et la sociosphère d'une époque donnée, a aussi recours aux stéréotypes.

Abstract

THE ROLE PLAYED BY STEREOTYPES ON THE CHESSBOARD OF YOUTH LITERATURE

Stereotypes tend to be perceived pejoratively. Yet classifications are an intrinsic part of language and social life. Moreover, generalizations allow young children to make sense of the world. Language hypostasizes stereotypes and gives them their intelligibility. Nowadays, youth literature challenges traditional stereotypes by seeking to free itself from them; however, all literary works, as long as they are inscribed in the axiological area of language and the social imaginary of a given time, involve stereotypes.

Mots-clés : *littérature de jeunesse, stéréotypes, généralisations, langage*
Keywords: *youth literature, stereotypes, generalizations, language*

1. Introduction

En dépit de la mauvaise presse dont fait l'objet le concept même de stéréotype, souvent associé à l'idée de préjugé défavorable, ce dernier est indissolublement lié à tout imaginaire collectif et aux conditions politiques et culturelles légitimant la vie sociale. Je tiens à préciser d'ores et déjà que je n'aborderai les stéréotypes qu'en fonction de leur mécanique générale et non pas à

la lueur de toutes les casuistiques spécifiques dont ils relèvent. Les stéréotypes sont entendus ici comme des universaux du langage métamorphiques qui se transforment à travers les siècles et les époques.

Depuis longtemps, la littérature de jeunesse, comme son nom l'indique, s'adresse à un jeune lectorat et a donc, conséquemment, ou presque naturellement pourrait-on dire, une vocation éducative. Nous n'avons qu'à penser aux contes de Charles Perreault qui dévoilaient une morale visant à mettre en garde les enfants face au danger et au chaos inhérents au monde extérieur, comme *Le petit chaperon rouge*, qui critique, à travers la métaphore du loup, la figure du prédateur, ou encore *Le Petit Poucet*, qui se veut un apologue de l'esprit de débrouillardise, de l'intelligence et de l'instinct de survie. Il en va de même pour les écrits de la Comtesse de Ségur qui, plus tard, proposeront des récits gnomiques prônant des valeurs éducationnelles strictes (importance de l'autorité parentale et punition à la suite d'une désobéissance), mais également empreints de ces idées découlant du legs religieux chrétien que sont la miséricorde, le repentir, le pardon, la résipiscence et la compassion. Michel Legrain (2011) rappelle, avec justesse, que les écrits de la Comtesse de Ségur présentent des modèles archétypaux féminins et masculins avec une clarté d'épure ; ainsi peint-elle l'homme idéal comme un être ayant à la fois des vertus physiques (force et vaillance) et spirituelles (bravoure et résolution) et la femme, comme un être bienséant, empathique et compassionnel. Comme le soutient Michel Legrain, la Comtesse de Ségur « [...] aimait la fantaisie mais préférait l'ordre moral, l'ordre familial, l'ordre social à l'anarchie et, en matière de progrès, ne s'intéressait avec conviction qu'à celui des âmes » (2011 : 10). En ce sens, la Comtesse de Ségur convoque un ruissellement d'images, de thèmes et d'aphorismes qui reflètent fidèlement ses convictions les plus profondes, elles-mêmes enfantées par les systèmes moraux d'une époque qui bien qu'ayant entamé une marche parfois douloureuse et dolente vers la Modernité, essaye de garder allumées les dernières étincelles d'un monde régi par des hiérarchies et un ordre devant le prémunir d'un marasme valétudinaire.

Dans un livre abordant les stéréotypes dans la littérature de jeunesse, Viviane Devrièsère avance que la littérature est « [...] un miroir, une image de l'homme que la société veut créer et donner d'elle-même, par les valeurs qu'elle promeut » (2016 : 102). Ces grands auteurs qu'étaient Homère, Daniel Defoe et Jean de la Fontaine, n'avaient-ils pas, chacun à sa manière, pour vocation de transmettre en viatique aux lecteurs des modèles et des valeurs qu'ils percevaient comme vertueux à travers le prisme de leur subjectivité, elle-même teintée des idéaux et des normes de leur époque? Tout comme chez Homère l'on peut lire en sourdine une apologie de la civilisation grecque, considérée comme supérieure aux autres peuples ancillaires qui vivent dans sa périphérie, chez Jean de la Fontaine, on se livre à une critique mercuriale aussi bien du pouvoir politique et monarchique que des travers et bas instincts incorrigibles de la condition humaine.

De nos jours les choses n'ont guère changé et un simple coup d'œil à la littérature de jeunesse nous permet de voir que même si certains codes moraux ont évolué au fil des siècles, cette littérature est encore et toujours investie d'une fonction

pédagogique en ce qu'elle véhicule toute une houle de stéréotypes et de symboles impulsés par l'hydraulique des nouvelles représentations sociales. En effet, la littérature de jeunesse, à l'instar de toute autre œuvre, se veut un vitrail anthropologique dans lequel se mire la mémoire collective, elle-même brodée de stéréotypes et de grands schèmes sociaux communément admis. En ce sens, contrairement à l'adage populaire voulant que les stéréotypes aient la vie dure, ils tendent à évoluer avec leur temps puisque les nouvelles représentations sociales ne cessent de les refaçonner. On ne saurait assez insister sur ce point : les stéréotypes ne sont pas donnés une fois pour toutes et supposent, par ailleurs, un jeu dialogique permanent entre l'auteur et le lecteur.

2. Le stéréotype comme hypostase discursive et tangible de notre identité

Ruth Amossy s'est longuement penchée sur le phénomène des stéréotypes et leur fonction unificatrice dans l'échiquier sociétal. Bien qu'elle admette que les stéréotypes soient parfois réducteurs et réificateurs, elle souligne néanmoins le rôle qu'ils jouent dans la construction d'une identité personnelle et collective :

C'est dans l'échange, et donc en fonction de normes partagées, que je construis une identité à l'intention de mes partenaires. En dehors de tout modèle, le comportement individuel paraît incohérent, la mise en scène du moi reste opaque et sans effet. S'approprier l'image stéréotypée d'une catégorie sociale est donc indispensable aussi bien en termes de construction d'identité qu'en termes de communication efficace. (Amossy, 2010 : 44)

Par exemple, lorsque j'affirme que j'aime jardiner, que je suis cinéphile et passionnée de lecture, je suppose, instinctivement et inconsciemment, que ces références feront sens pour mon interlocuteur et que ces fragments échangés verbalement lui permettront de se forger une idée générale à mon égard, car nous vivons tous deux dans une collectivité où ces rhizomes langagiers sont profondément enracinés et rattachés à des réalités sensibles. Appartenir à une société, c'est tenir pour convenu que nous baignons dans un magma de représentations sociales et mentales peu ou prou admises et qui rendent toute communication possible, puisque la base même de la communication est l'entendement mutuel. Mon identité personnelle, aussi unique fût-elle, apparaît comme une réorganisation originale des discours qui modèlent l'espace subjectif de mon être intime.

L'appartenance à une communauté repose notamment sur un ensemble de stéréotypes dicibles ou indicibles auxquels nous nous identifions spontanément. Par exemple, en Occident, tous les concepts liés à la démocratie et au suffrage universel se sont érigés en paysage-symbole ayant totalement reconfiguré le champ muséographique mental de l'homme moderne. D'ailleurs, même ceux critiquant les politiques et refusant de voter car, pensent-ils, *tous les partis se valent*, concevraient avec grand-peine devoir vivre dans un autre régime politique car, en-deçà du seuil de leur conscience, ils pensent qu'en dépit de son imperfectibilité, ce système demeure encore à ce jour le seul garant des libertés humaines. Pourtant, croire en l'infailibilité

du système démocratique relève aussi d'une forme de stéréotype car les expériences passées montrent que d'autres régimes politiques, y compris les plus dictatoriaux et tyranniques, ont déjà existé et été acceptés avec irénisme par les populations, comme le déplorait Étienne de la Boétie à son époque. Par ailleurs, aucune parenthèse historique n'est éternelle. Partout en Occident on constate une désaffection grandissante en matière de suffrage. Alors comment, dans un tel contexte, où l'esprit civique semble se déliter à petit feu et que nombre de citoyens éprouvent presque un état d'acédie par rapport au fait démocratique, pouvons-nous savoir avec exactitude de quel visage se parera l'avenir?

2.1. Les généralisations comme socle de toute tapisserie cognitive

Non seulement les stéréotypes donnent lieu à l'édification d'une image de soi à l'aune des normes cardinales entérinées par le social (en ce sens, l'identité et l'image de soi constituent une négociation de sens entre notre ipséité fondamentale et la société), mais ils favorisent en outre la communication au sein de la collectivité. A cet égard, rappelons que tout stéréotype est par définition un acte de langage qui suppose lui-même un contexte de conscience et des catégories préétablies. Les stéréotypes permettent d'ordonner et de référentialiser notre champ mental, cognitif et affectif. Pour des enfants et des adolescents, qui n'en sont qu'au printemps de leur vie et qui ne sont pas parvenus au faîte de leur développement cérébral, les stéréotypes des œuvres littéraires leur offrent un quantum de schèmes grâce auxquels ils pourront cartographier le réel les entourant et qui sinon, leur semblerait confus et abstrait. En effet, les enfants, dès leur plus jeune âge, ne perçoivent que des formes et des couleurs étales auxquelles ils ne peuvent rattacher de concepts. Progressivement, en grandissant, les étapes successives de leur développement cognitif leur permettent d'imprimer une notion aux réalités qui les entourent (par exemple, une banane, une pomme, une carotte, etc.) et éventuellement, de procéder à la subsomption de mêmes notions sous une famille commune (par exemple, les fruits, les légumes, etc.). Ce regroupement conceptuel des termes, qui n'est autre qu'une généralisation, constitue une première phase inchoative dans la construction des connaissances chez l'enfant et lui donne l'occasion de subdiviser en catégories les fragments épars et clairsemés d'une totalité combien plus vaste et magmatique. En vieillissant et en multipliant les expériences, les parlêtres, pour reprendre la formule de Lacan, réussissent à transcender ces classifications et à sonder les nuances parfois ineffables qui particularisent à la fois les êtres, les objets ou toute entité matérielle ou encore les exceptions échappant à la règle.

Prenons un exemple presque caricatural, à savoir les aventures d'Astérix qui ont joui d'un succès historique inédit. Dans ces bandes dessinées on accentue les traits idiosyncrasiques des Espagnols, des Suisses, des Corses ou encore des Anglais en les folklorisant à des fins ludiques, comme si l'identité d'un peuple et de toutes les individualités qu'il subsume ne se résumait qu'à quelques caractéristiques simplificatrices, comme l'huile d'olive et le flamenco en Espagne, l'orgueil, la fierté et le sentiment d'attache à la tradition, aux coutumes ancestrales et à la terre chez les Corses, la politesse et le *fairplay* chez les Anglais, et ainsi de suite. Il va de soi qu'en

grandissant et au contact des autres, des voyages, des films ou de la littérature, les jeunes s'exposeront à une myriade de connaissances culturelles et seront à même d'insuffler une épaisseur à ces caricatures en comprenant que le manteau d'Arlequin qui émaille la carte du monde regorge de mille et une subtilités. Toutefois, d'avoir été préalablement exposés à ces stéréotypes leur permet de se forger, dès un âge précoce, une idée générale des us et coutumes de ces peuples étrangers et leur donne accès à un soupirail ouvert sur la diversité des cultures. A cet égard, le stéréotype permet de résumer en peu de mots une idée dont l'étendue et la portée seraient trop laborieuses pour des jeunes intelligences n'étant pas encore suffisamment outillées pour appréhender les mystères subtils et indicibles qui caractérisent la substantialité fondamentale de chaque être.

Le Petit Prince de Saint-Exupéry constitue l'exemple par excellence d'un livre dont la portée herméneutique peut changer en fonction de l'âge et du bagage des lecteurs. Un enfant âgé de 9 ou 10 ans pourrait trouver comique la figure du roi telle que présentée par Saint-Exupéry, sans nécessairement voir au-delà de l'écume de cette métaphore. Or, un lecteur plus âgé sera à même de percevoir la critique du pouvoir monarchique ou plus largement du chef d'État en tant que gardien du pouvoir temporel et qui se laisse entrebâiller à travers ce stéréotype. D'un autre côté, on pourrait pousser encore plus loin la réflexion et se dire que tout chef d'État incarne une fonction, c'est-à-dire qu'il joue son rôle dans le théâtre social et politique conformément aux représentations existantes ; en d'autres termes, ici, on réduit cette figure régaliennne à son statut socio-politique, quand bien même la théorie de la complexité d'Edgar Morin nous rappelle que toute quiddité humaine, loin de n'être qu'équanimité, est habitée d'une irréductible opacité et animée de la flamme rutilante de la passion et de la contradiction. En un mot, ou pour le dire autrement, dans *Le Petit Prince*, le roi n'est pas que roi, il possède une eccéité infiniment plus complexe. D'ailleurs, son insistance pour que le Petit Prince reste avec lui montre que, malgré l'autoritarisme qu'il dégage, c'est un homme comme les autres, las d'être esseulé et qui recherche la présence reconfortante d'un ami. Ainsi convient-il alors d'insister sur la nécessité de relire parfois une deuxième ou même une troisième fois une même œuvre car l'esprit critique se construit graduellement tout au long de notre vie et on ne peut s'attendre à ce qu'un jeune enfant mûrisse les mêmes intuitions ou analyses par rapport à un livre qu'un adolescent plus âgé ou un adulte. Évidemment, si la lecture d'un tel livre est des plus édificatrices déjà dès le plus jeune âge, car on peut toujours y puiser des trésors qui hiberneront dans quelque coin de notre âme, elle nous montre que notre vision du monde et de la littérature est appelée à s'enrichir au fil du temps et que tous les schémas nous paraissant *a priori* par trop réductionnistes révèlent des profondeurs sans cesse renouvelées.

2.2. Les mots ou ce contact mythique et fondateur des stéréotypes avec le langage

« En chaque signe dort ce monstre : un stéréotype », proclamait Roland Barthes (1978 : 15). Ainsi les mots eux-mêmes sont des microcosmes stéréotypés, en cela qu'ils quintessencient l'inconscient collectif d'un peuple à une époque

donnée. Sans que la morphologie d'un mot change, son sens peut évoluer au gré des bouleversements moraux et sociétaux. *A contrario*, un mot ou une expression peut se transmuier en un autre vocable, sans toutefois désubstantialiser le fond de l'idée, ce qui ne veut pas dire, pour autant, que la charge symbolique de ce mot ne changera pas à travers le temps. Par exemple, dans *Les Misérables* de Victor Hugo, l'expression « fille-mère » désigne ce qu'on appellerait de nos jours une « mère célibataire » ou encore une « mère monoparentale ». L'expression « fille-mère » est évocatrice d'une conjoncture historique qui, bien que post-révolutionnaire et héritière des philosophes humanistes, conçoit autrement la *persona* de la mère célibataire, donc de cette marginale qui s'est fait contumélieusement mettre au ban de la société. À l'inverse, de nos jours, en Occident, l'expression « mère célibataire » ou encore « mère monoparentale » trouve un autre écho chez nous car enracinée dans des sociétés où la liberté individuelle, l'ouverture et l'égalité ont fleuri sur les ruines d'un vieux monde ancestral au crépuscule duquel on a voulu s'affranchir des diktats religieux et quelquefois étatiques qui, pensait-on, obombrèrent la vie des plus vulnérables. Cet exemple illustre néanmoins que les stéréotypes évoluent, même si le substratum les entourant demeure le même.

Aussi, pourrait-on ajouter qu'au sein d'une même collectivité ancrée dans un terrain référentiel similaire, la teneur sémantique des mots peut varier. Par exemple, le mot « mère » ou « maman » ne signifie pas la même chose pour un enfant de deux ans, pour un enfant de dix ans ou pour un adulte de vingt ou cinquante ans. Qui plus est, de sa perspective, l'adulte ne percevra pas ce mot d'une même façon et ne lui conférera pas la même charge affective et émotionnelle selon qu'il a des enfants ou non et selon la relation qu'il a lui-même cultivée avec sa mère. En d'autres termes, même si nous savons que tous les concepts sont soumis à des oscillations contextuelles et individuelles, nous avons quand même décidé de les assembler sous des nomenclatures conceptuelles générales sans lesquelles toute possibilité de communication sociale se babéliserait. Autrement dit, pour imparfaits qu'ils soient, les vocables constituent l'unique condition d'existence du contrat social qui nous lie les uns aux autres.

3. En finir avec les stéréotypes ?

Depuis un certain nombre d'années, autour des années 1980 et 1990, on constate que la littérature de jeunesse tend à récuser et à se défaire de plusieurs stéréotypes traditionnels, jugés trop éculés et rétrogrades. Le concept de stéréotype étant perçu péjorativement, les œuvres adressées aux enfants ou même aux adolescents ont ceci de particulier qu'elles aspirent à s'émanciper de la notion même de stéréotype, en syntonie avec une nouvelle conception anthropologique de la société axée sur la tolérance et le refus de tout jugement arbitraire de l'autre. Or, il s'agit d'un malentendu de confondre le stéréotype et la substance axiologique qui le définit à une période donnée au rendez-vous de l'Histoire. Les stéréotypes n'étant pas cadenassés sur eux-mêmes, ils peuvent fort bien évoluer à l'unisson de la réalité sociale et des nouveaux schémas adoubés par la cité. En d'autres termes, on peut se délester des idées, mais non des structures les architecturant.

3.1. Détruire le stéréotype par le stéréotype

Ces dernières années, les exemples de figures *a priori* contre-stéréotypées font florès dans la littérature de jeunesse. Par figure contre-stéréotypée, on entend une volonté de déconstruire un certain paradigme jugé traditionnel en inscrivant les personnages d'un livre en porte-à-faux face au corset spirituel, politique, biologique et social ayant longtemps prévalu. Comment ne pas citer l'exemple d'Hermione, dans la saga *Harry Potter* de J. K. Rowling, cette jeune femme déterminée se démarquant par la finesse de son esprit et n'hésitant pas à braver les dangers pour sauver la vie de ses meilleurs amis. Cette héroïne marque une césure significative avec cette idée ancestrale voulant qu'il échoit seulement à l'homme de se porter au secours de la femme, comme c'était d'ailleurs le cas dans les romans médiévaux où les dames en détresse étaient défendues par leur sigisbée, car rappelons que cette dichotomie a traversé les pages de la littérature occidentale jusqu'à très récemment.

Mentionnons également la trilogie *Hunger Games*, écrite par Suzanne Collins, grand succès littéraire et ensuite adapté au grand écran, qui présente une héroïne frondeuse, Katniss Everdeen, agissant en toute rationalité et qui, censément, récuse le rôle historiquement passif dévolu à la femme par son attitude incoercible. De fait, en opérant une subversion des codes narratifs propres au héros masculin, on valorise la mise en scène d'un protagoniste féminin symbolisant une idée socialement encouragée, à savoir celle d'une femme indépendante, qui n'a pas froid aux yeux et incarnant un faisceau de qualités morales, physiques et martiales. Cependant, en détruisant le mythe d'une suprématie masculine, on propose, ce faisant, un contre-stéréotype, qui, à son tour, a valeur de stéréotype en cela qu'il représente le parachèvement du paradigme féministe, lui-même enfant putatif de l'idéologie libérale des Lumières.

Autrement dit, ce n'est pas qu'un système de valeurs a préséance sur l'autre, mais que toute prise de position, fût-elle anodine, ou acte de parole, est un stéréotype ou a recours à des stéréotypes car inscrit dans les paramètres du langage et de sa parèdre, la communication. Par conséquent, le stéréotype se fait jour grâce au langage, qui se veut lui-même un encodage sémiotique artificiellement créé et dont les normes ne sont pas données une fois pour toutes et se cisèlent à la lumière des bifurcations que subissent les sociétés.

3.2 Quand le stéréotype se grime sous les traits d'une arme pédagogico-rhétorique

Même si souvent instrumentalisé par les idéologies politiques et démagogiques, le stéréotype ne doit pas forcément être conçu négativement et peut même servir de stratégie rhétorique pour transmettre un message percutant, humaniste et empreint d'empathie. Ou pour le dire avec Amossy, « [les stéréotypes] contribuent à l'efficacité de la parole : c'est leur utilisation, non leur présence, qui détermine le caractère conservateur ou progressiste, mystificateur ou dénonciateur du discours » (2001 : 40). A cet égard, citons comme exemple *Les Bijoux de la Castafiore* d'Hergé, où les Tziganes sont portraiturés selon certains traits qu'on leur attribue traditionnellement. Alors que dans cette bande dessinée ils sont accusés d'avoir volé les bijoux de la cantatrice Bianca

Castafiore, Tintin, ce héros courageux ne se laissant pas tromper par l’email captieux des apparences, se porte à leur défense tout au long du récit et finalement réussit à faire triompher la vérité et donc à les exonérer de cette attaque inique dont ils étaient l’objet. Dans ce cas de figure, le stéréotype est volontairement utilisé par l’auteur pour faire voler en éclats l’image de voleurs affublée aux Tziganes, car le lecteur-enfant a spontanément tendance à se rallier au héros et aux causes faisant battre son cœur. Et l’helléniste Jacqueline de Romilly d’affirmer si justement :

Et ce n’est pas là vague sympathie, mais passion chaleureuse par laquelle l’enfant engage totalement son cœur du côté des héros. Rien n’est terne ou seulement objectif dans son monde intérieur : celui-ci est traversé de chaudes approbations et de vives réprobations ; il peut en avoir les larmes aux yeux, en serrer les poings : il est entré dans ce monde de rêves en partisan. (1998 : 103)

En ce sens, ce type de littérature procède d’une hiérarchisation des stéréotypes car, dans le cas précité, l’archétype, porté par le héros, a un poids littéraire et persuasif trônant par-delà toutes les idées-reçues, sans compter que le dénouement de l’histoire donne raison aux instincts de ce protagoniste qui s’est battu avec volition.

4. Conclusion

Si les stéréotypes représentent la cristallisation de tout imaginaire collectif, ils sont aussi ou parfois utilisés comme instruments didactiques dans la littérature de jeunesse, permettant ainsi aux jeunes de construire une armature mentale dans laquelle viendront naturellement se déposer toutes les connaissances acquises. C’est précisément grâce à ce processus que leur esprit pourra étendre ses conquêtes vers des rivages lointains. *In sum*, pour réducteurs que soient certains stéréotypes, il apparaît irréfragable que les classifications générales sont liées à nos vies et à tout schéma de pensée. De même qu’un musicien ne peut vraiment éprouver son art qu’après avoir acquis de solides bases en matière d’apprentissage musical, de même les enfants se façonneront-ils au contact des modèles stéréotypés qui facilitent leur premier contact avec la lecture et les mots ; c’est en développant une conscience critique et en sillonnant l’océan de la vie que les jeunes pourront lustrer d’un visage de chair ces schèmes de pensée figés et se délivrer des ordres prescriptifs parfois arbitraires et coercitifs du langage, père de tous les concepts.

Bibliographie

- Amossy, Ruth, (2010). *La présentation de soi*, Paris, PUF, 236 p.
- Amossy, Ruth, (2001). « Stéréotype, interdiscours, intertexte : Le soldat-laboureur dans l’argumentation romanesque de Zola et Giono », dans Christian Garaud *Sont-ils bons ? Sont-ils méchants ? Usages des stéréotypes*, Paris, Honoré Champion, pp. 39-50.
- Barthes, Roland, (1978). *Leçon : Leçon inaugurale de la chaire de sémiologie littéraire du Collège de France prononcée le 7 janvier 1977*, Paris, Seuil, 45 p.

- Devrièsère, Viviane, (2016). *Littérature de jeunesse et stéréotypes d'Européens*, Paris, L'Harmattan, 308 p.
- Legrain, Michel, (2011). *La Comtesse de Ségur : Mots, silences et stéréotypes*, Paris, Éditions Honoré Champion, 313 p.
- Romilly, Jacqueline de, (1998). *Le Trésor des savoirs oubliés*, Paris, Éditions de Fallois, 192 p.

STÉRÉOTYPES ET CLICHÉS DANS LE RÉCIT DE VOYAGE AU MAROC DE PIERRE LOTI ET MARRAKECH OU LES SEIGNEURS DE L'ATLAS DES FRÈRES THARAUD

Samira ETOUIL
Université Moulay Ismail, Maroc
s.etouil@umi.ac.ma

Résumé

Le propos de la présente étude est d'interroger le fonctionnement des stéréotypes dans deux récits de voyage : *Au Maroc* de Pierre Loti et *Marrakech ou les seigneurs de l'Atlas* de Jean et Gérôme Tharaud. Dans la première partie, nous expliquons comment l'écart avec l'objet de la description installe des stéréotypes réducteurs, comme celui de l'hermétisme ou de la légende afin de combler les lacunes d'un sens absent. Nous finirons par le constat selon lequel ce regard est motivé par l'esprit de la domination. Dans la deuxième partie, les télescopes des images de l'ailleurs et des souvenirs du pays d'origine sont étudiés en tant qu'effets de miroir. Les réminiscences de nature nostalgiques sont disséquées afin de montrer que le stéréotype de l'archaïsme a un rapport étroit avec les frictions temporelles et les répétitions.

Abstract

STEREOTYPES AND CLICHÉS IN TWOTRavel STORIES: PIERRE LOTI'S AU MAROC AND JEAN ET GÉRÔME THARAUD'S MARRAKECH OU LES SEIGNEURS DE L'ATLAS

The purpose of this study is to examine the functioning of stereotypes in two travel narratives: *Au Maroc* by Pierre Loti and *Marrakech ou les seigneurs de l'Atlas* by Jean and Gérôme Tharaud. In the first part, we explain how the deviation from the object of the description installs reductive stereotypes such as that of hermeticism or legend in order to fill the hole of an absent sense. We will end with the observation that this view is motivated by the spirit of domination. In the second part, the telescoping of images from "l'ailleurs" and memories from the country of origin are studied as mirror effects. Reminiscences of a nostalgic nature are dissected to show that the stereotype of archaism is closely related to temporal frictions and repetitions.

Mots-clés : stéréotype, cliché, récit, voyage, altérité.

Keywords: stereotype, cliché, novel, travel, otherness.

Introduction

Le présent article se propose d'étudier les stéréotypes et les clichés dans les récits de voyage *Au Maroc* de Pierre Loti et *Marrakech ou les seigneurs de l'Atlas* de Jean et Gêrôme Tharaud. Ce sont deux voyages qui ont pour point commun le Maroc de la fin du XIX^e et de la première moitié du XX^e siècles (1889 et 1933). Un demi-siècle sépare les deux voyages, pourtant, des stéréotypes aux contenus identiques sont développés avec la même acuité et le même sens de détournement d'une réalité insaisissable.

Le voyage des Tharaud se déroule dans la ville de Marrakech et dans la région tout autour. Cette concentration spatiale donne lieu à une unité où il est plus facile de débusquer les idées reçues développées à propos de l'autre et de l'ailleurs. Le voyage de Loti prend pour point de départ la ville de Tanger, située au nord. Il avance par la suite à l'intérieur du pays. Dans ce circuit, le lieu commun se prête à des couleurs vives et tranchantes. En voyageant en long et en large, ou en se concentrant dans un espace circonscrit, les mécanismes de généralisation et de simplification, voire de saturation, propres aux clichés de l'exotisme, sont appréhendés dans le déplacement comme dans la sédentarité.

Dans cet article, la colonisation sera le fond idéologique à partir duquel ces actions seront étudiées. Le « regard de groupe » (Brahimi, 1982) sera sa justification avec une question de départ : comment les stéréotypes et clichés fonctionnent-ils ? Quels sont les préjugés qui les accompagnent et pour quels objectifs ? La réponse à ces questions sera organisée en deux parties. L'une à propos de l'écart et l'autre en fonction de l'effet de miroir.

1. L'écart

Dans cette partie de notre intervention, nous définirons le phénomène de stéréotypie à partir de l'idée de l'écart. Un comportement, une représentation ou un objet sont saisis par le stéréotype lorsqu'ils présentent l'écart vis-à-vis d'une norme, d'une habitude ou d'un rituel. Du moment que cette distance, qualifiée d'ingérable, s'impose, il y a perturbation de l'ordre habituel des choses. Pour approfondir au mieux cette idée de désordre, il faudra imaginer l'espace qui se crée lorsque deux idées, ou deux objets s'éloignent l'un, ou l'une, de l'autre à cause de cette distance qui se crée à la suite du constat de la différence. Cette béance non pourvue de sens, inoccupée, est abandonnée à un sort inconnu. Elle est confrontée, par nécessité contextuelle (relative au pouvoir, à la colonisation, etc.), à la pensée stéréotype. C'est cette vacuité qui sollicite l'action répétitive.

D'autres associent l'écart et l'explique par « l'entre ». Un espace indéfini qui n'appartient pas à l'ordre de la confirmation, ni à celui de la négation. Il n'est ni l'un ni l'autre, mais « [...] ce qui n'a pas de propriété, qui est sans en-soi » (Jullien, 2016 : 122). La conscience de l'écart est, dans ce sens, un moyen de régulation de la pensée et d'organisation du monde, un outil pour remettre en ordre, pour classer et répertorier ce qui échappe à la conscience immédiate.

1.1. L'écart au service du stéréotype de l'hermétisme

Dans *Au Maroc* (1996), le stéréotype de l'hermétisme est une illustration de ce sens perdu, indomptable, rebelle à l'emprise de l'habituel. Les remparts, les murailles et les clôtures, à l'intérieur ou autour des villes marocaines, occupent une partie importante des descriptions. L'enclos, qui est en fait une spécificité architecturale, oppose une résistance à l'œil curieux. Il est reproduit dans l'idée rebutante d'enfermement. Le langage belliqueux se substitue alors à l'enchantement, comme à travers ces lignes de Loti : « Nous laissons derrière nous toutes ces effroyables clôtures de séraïl, vieilles et croulantes, qui pointent leurs créneaux dans le ciel et s'enferment les unes les autres comme par excès de méfiance » (*Au Maroc* 1996 : 66). Les « effroyables clôtures » évitent les immixtions de curiosité. Elles empêchent le sens de se développer. L'écart de l'idée originale, propre à l'ailleurs, oblige le regard à affronter un sens absent, suspendu, mis en attente, un sens non pourvu de contenu. La représentation de l'ailleurs se retrouve sans objet authentique.

Pour combler ces lacunes et, en même temps, donner goût d'un espace intellectuel commun, la description puise dans un imaginaire dont le contenu est de la nature du prêt-à-porter. Elle y puise un contenu nécessaire à son projet. La métaphore du « séraïl » est un produit du stéréotype de la réclusion. L'horreur du vide se transforme en une répulsion de ces formes de privation de liberté chez l'autre. La peur est suprême. Elle sépare davantage le représenté de la représentation. L'imaginaire exotique surgit pour faire face à cette peur insurmontable. Il est pourvoyeur d'un contenu de substitution. Ses images, qui s'inspirent plus d'un fonds emmagasiné, archivé, sont « réductrices » et « monosémiques », un propos confirmé par Amossy et Herschberg Pierrot (2011 : 72).

Le sens exotique n'est pas étranger au fonctionnement du cliché. Il « [...] manie des clichés et conduit rapidement au kitsch » (Heller, 2009 : 320). Dans le cas de Loti, le regard exotique est projeté sur la façade qui occulte les intérieurs des grandes maisons. Il se déploie pour démolir les hauteurs qui protègent les cours intérieures. Le contenu de substitution est extérieur. Il manque d'exactitude. Il s'inspire plutôt de généralités dont l'objectif est de créer une ambiance de mystère. Le libre cours est donné à une imagination de rêveur. L'espoir de transgression est là quelque part pour soutenir la volonté en enchantement. Des adjectifs comme « vieilles » et « croulantes » font que l'idée de l'hermétisme soit rattachée non seulement au sens de repli sur soi, mais également à la pensée de l'archaïsme chez l'autre.

1.2. L'écart pour installer les stéréotypes de la légende

Dans *Marrakech ou les seigneurs de l'Atlas* (1996), une succession de commentaires accompagne le récit. Ces opinions, apportées après coup, fonctionnent comme une enveloppe qui protège le sens contre la mésaventure et le mauvais hasard. Elles l'enferment dans son propre référent. Les développements suivent une trajectoire unique comme si le récit n'écoute que sa propre voix. Pour expliquer ce propos, reprenons les rétrospectives, considérées dans ce cas comme des commentaires de récapitulation. Des retours sur quelques événements historiques et militaires détournent la narration de son objet direct. Ils ont pour fonction d'introduire le passé

dans le présent. Le présent est aplati tandis que le passé est relevé, voire surdimensionné comme c'est le cas, au bord d'une falaise abrupte, quand se dresse le bordj d'Ito¹ :

D'ici, nos sentinelles surveillaient, par-delà cette vallée de la mort, la mystérieuse forêt de cèdres où jamais encore nos colonnes ne s'étaient aventurées. Depuis, nous avons pénétré profondément dans la montagne. Cette petite forteresse n'est plus qu'un relais pour les convois qui vont ravitailler des postes plus lointains (*Marrakech ou les seigneurs de l'Atlas* 1996 : 755).

Au bout de ces « [...] louvoiements de la narration » (Gannier, 2001 : 40), le plan panoramique est balayé d'un revers de main. Prend place alors le discours tactique pour évaluer l'opération de pénétration du territoire. L'objet de l'observation directe et immédiate s'efface au profit d'un savoir de deuxième main à propos de l'intervention coloniale. Pour estomper l'écart avec l'immédiateté de l'observation, le « discours d'autorité » (Dufour, 2010 : 267) invente son objet autour du stéréotype du héros vainqueur. Par-dessus les considérations paysagères se dresse la pensée du dominateur soucieux de cultiver l'image de sa supériorité. Le plan de l'action héroïque domine celui de l'exposition paysagère jugée inconsistante et éphémère.

L'observation immédiate appauvrit l'idée de départ, celle de l'épreuve des lointains. L'atypie se saisit de l'objet de la contemplation. Elle expose au danger dont la source n'est tout autre que l'autre étrange et barbare. Le cliché de l'atavisme surgit alors dans la scène. Il devient le prétexte pour des développements de la nature de celui qui suit :

Comment échapper sous ces branches à l'obsession de la très vieille histoire qui semble se passer à leur ombre [des cèdres de l'Atlas], qui est morte depuis si longtemps et qui pourtant vit toujours ? C'est toujours le vieux monde d'Abraham et de Salomon que recouvrent ces vastes ramures. Et ce n'est pas seulement dans un grand souvenir verdoyant qu'on retrouve ici Israël : on l'y revoit en chair et en os, moins poétique peut-être qu'au temps de Rebecca, mais toujours pareil à lui-même sous sa calotte noire et sa djellaba crasseuse. C'est lui le bûcheron [...]. (Tharaud, 1996 : 757)

Ici, il n'est plus question de stratégie militaire ni d'extrapolations tactiques. C'est plutôt une hyperbole qui se développe dans l'ambiance mystérieuse de la forêt. Le portrait du bûcheron est exagéré afin de faire sortir les traits de son atavisme séculaire. Le glissement des repères d'identifications, des repères contenus dans l'accoutrement, le profil et l'environnement forestier, aboutit à une contagion. Le mythe du Juif, exposant et fixant les attributs de celui-ci à partir des légendes du Moyen Âge, se trouve déplacé dans le profil du personnage actuel.

L'écart possède une nature linéaire. Pour l'expliquer, retenons ces deux positions, à savoir la prédilection pour le commentaire stratégique et la manipulation

¹ Le bordj est un espace fortifié utilisé comme poste de défense.

par le mythe. La ligne est relative à une opération intellectuelle de simplification. Elle est appliquée méthodiquement au contenu de l'observation. Elle s'en saisit puis s'en détache en faveur d'une idée préétablie des lieux et de leur histoire. C'est une méthode qui consiste à enchâsser le référent dans une suite et à l'intérieur d'une succession homogène avec le système de valeur de celui qui observe. Pour ce faire, des idées sont conçues préalablement pour accueillir la différence. Un problème de compréhension est à l'origine de cette linéarité dont les extrêmes sont aussi éloignés que le rapport « militaire » ou la réalité magnifiée².

Le stéréotype s'incruste dans l'écart maintenu solidement par les soins de la méthode susmentionnée. Par le détour des commentaires parallèles et de l'exercice d'une vision fabuleuse, sont introduits les crédos du genre : la suprématie du colonisateur et par ricochets, celle de l'Occidental. L'idée reçue de l'ailleurs atavique, archaïque, en décalage avec le siècle, est acceptée sans réticence ni résistance.

2. L'effet de miroir

L'effet de miroir concerne l'opération de télescopage des images de l'ailleurs et du pays laissé derrière. Les réminiscences interviennent inmanquablement pour modifier la représentation de l'ailleurs et prêter un goût particulièrement personnalisé au voyage. La mémoire saturée de ses propres contenus fait oublier qu'il est une expérience nouvelle à vivre dans sa nouveauté, sa différence et sa spécificité. Dans des moments de distraction, où le voyageur se détache du moment présent, le stéréotype ressurgit. Il s'accroche à des objets qui n'existent pas dans le paysage contemplé.

Les correspondances de l'ici et de l'ailleurs ne se contentent pas de leurs propres référents. Le récit nostalgique renvoie méthodiquement à un objet absent. Pour comprendre le fonctionnement de ces souvenirs insolites, nous retiendrons ce passage :

Rien d'africain dans le paysage, à part l'excès et la splendeur de la lumière, et encore nos campagnes atteignent-elles quelquefois cet éclat de beau mois de juin. Si bien que l'illusion venait complètement d'être dans un coin sauvage de la France, et on trouvait même fort étrange de voir sur les sentiers, entre les hauts foins en fleur, passer ces fantasias affolées, ces Bédouins et ces chameaux. (Loti, 1996 : 60)

L'émotion nostalgique intervient dans le récit lorsque l'ailleurs se révèle d'une nature rebutante ou montre des signes faibles en exotisme. L'ennui s'installe et la déception s'empare des attentes du voyageur en matière de distraction et de dépaysement. Nous développerons principalement deux explications pour montrer comment la description de l'ailleurs fait l'objet d'un détournement de perspectives. La première explication est en rapport avec la couleur locale, la deuxième avec la répétition.

² « La rencontre de l'homme noir et de l'homme blanc est d'abord une confrontation. L'Un regarde l'Autre, on s'observe, on se mesure, on s'épie ; deux cultures se font face, s'affrontent ; deux cultures portées par des « types » humains si différents qu'elles n'en paraissent que plus inconciliables » (Monnier, 1999 : 51).

2.1. Ressemblance et frictions temporelles

Le souvenir de la campagne française est introduit dans la description du paysage qui s'expose au regard. L'irrégularité de l'objet descriptif prête un sens à ce qui est absent, l'élément africain. La lumière, excessive et splendide, renvoie à un référent commun où l'ailleurs et la France laissée derrière composent ensemble. L'interpénétration des deux univers de représentation relève de « [...] la quête des lieux d'expérimentation utopique » (Dodman, 2018). Elle est symptomatique de deux temporalités superposées, à savoir le présent et le passé. Ce dédoublement temporel, impliquant le temps de l'aventure, un temps propre au voyage et à la découverte, donne lieu à une continuité temporelle fictive, en décalage avec l'évolution naturelle de la trajectoire (Jankélovitch, 1974). Tous les détails de la description sont synthétisés. Ils sont ramassés dans la référence au « beau mois de juin ». Le cliché des fantasias affolées se ressource dans l'hyperbole. L'image des « Bédouins » et des « chameaux » est adoptée afin d'harmoniser les contours de la description avec les impressions de dépaysement.

Pour les frères Tharaud, la symétrie temporelle fonctionne autrement. À la différence des peintures pittoresques de Loti, l'ailleurs des seigneurs de l'Atlas est ancré dans le présent. Nous dirons que c'est un faux présent, parce que considéré comme dépendant d'une éternité qui entraîne dans l'archaïsme. Pour expliquer cette idée, nous retenons ce passage où l'oliveraie sur les bords de Marrakech est décrite de cette manière :

C'est une Italie plus brûlée, de proportions plus larges, et où la vie antique se serait par miracle maintenue. C'est le monde de Virgile, des *Géographiques*, des *Églogues*, avec un accent plus brutal qui tient sans doute au climat plus ardent, à la réalité même qu'on découvre ici telle qu'elle est, et non plus à travers la rêverie d'un poète de cour exquisément raffiné (*Marrakech ou les seigneurs de l'Atlas* 1996 : 800).

L'analogie est élaborée de manière approximative³. Elle ramène l'Italie vers le Maroc et ceci par le truchement d'un troisième terme de comparaison : l'anachronisme. Deux géographies, que la distance spatiale éloigne l'une de l'autre, se plient à la confusion. Dans ce mouvement de « déterritorialisation » où l'espace n'est plus « pensée comme un terroir », mais plutôt comme un mythe (Roux, 1999 : 162), le temps présent glisse par-dessus l'actualité. Il est apparenté à un temps désuet, vidé de sa substance parce qu'il s'accroche au référent qui n'est tout autre que l'ailleurs. Si pour Loti, dans la citation précédente, cette transparence est exprimée par le terme « illusion », ici, elle est l'œuvre d'un « miracle ». Au lieu d'un temps synthétique, c'est un temps qui se déroule dans la constance de l'état de disgrâce. L'idée reçue du décalage historique et civilisationnel n'est que confirmée à propos du Maroc des Tharaud.

Le décalage s'empare de l'ailleurs pour le rendre à son atavisme séculaire avant de lui faire subir une action corrosive au bout de laquelle il disparaît complètement. En

³ Voir l'emploi du conditionnel « se serait ».

alternative, le représentant de l'Occident, l'Italie, triomphe et ce n'est pas pour rien que le passage retient, pour la mémoire universelle, Virgile et son œuvre.

Dans ce qui suit, nous montrerons comment la mise à l'écart de l'ailleurs est une action en faveur de l'émergence des symboles du pays d'origine.

2.2. Ressemblance et répétitions

L'effet de miroir, désignant les correspondances entre le souvenir de l'ici et la présence de l'ailleurs, est un trait constant des récits de voyage, objet de l'étude. Les va-et-vient sont de nature mobile. Toutefois, l'imaginaire qui les inspire propose un centre unique qui leur sert de lieu de fixation. Qualifier l'ailleurs et lui prêter sa forme intelligible revient à créer un nombre de comparaisons et de parallèles à partir desquels il serait possible de le nommer. Les réflexions qui se produisent ainsi sont extrinsèques, c'est-à-dire générées par un regard extérieur. Elles relèvent de « la condition de l'immuable » (Ernot, 2011), une sorte de représentation à partir d'un substrat commun. Dans le passage qui suit, l'ambiance qui se dégage de la description des lieux témoigne de la permanence de ce centre, à la fois extrinsèque et commun. L'ailleurs est représenté à partir d'un décalage mesuré d'un siècle :

Il y a un siècle environ, si j'étais entré à Francfort dans la maison des Rothschild, sans doute aurais-je trouvé la même cour, la même balance, le même égorgeur rituel assis dans un couloir sur le même fauteuil de velours, le même aspect propre et sordide, riche et minable de l'ensemble, et certainement aussi ce même esprit avisé, prudent et digne du père Corcos... (Tharaud, 1996 : 795).

La vision qui structure ce passage est nettement binaire. D'un côté, il y a ce qui est désigné par « la maison des Rothschild » et de l'autre, celle « du père Corcos ». Ce rapprochement est assuré par une syntaxe élaborée (l'adjectif « même » répété six fois au bout de quatre phrases). La binarité est ensuite atténuée pour mieux rendre certains traits qui composent l'essentiel du préjugé de l'autre inférieur. D'abord, la mise à distance, par le truchement de l'indicateur temporel « il y a un siècle », ensuite, par l'hypothèse avec « si j'étais entré... » et, finalement, par les oxymorons « propre *versus* sordide » et « riche *versus* minable ». Dans ce dédoublement, l'idée préconçue, à propos du type de pratique à l'intérieur des familles juives du Maroc, n'est que soutenue.

Les jeux de correspondances s'occupent non seulement de prêter une forme intelligible à l'ailleurs, mais également ils installent « [...] les figures de l'assimilation » (Magri, 1996 : 46). Ce sont des points de repère identiques au bout desquels la différence est uniformisée. À l'issue de l'uniformisation, le paysage est ressemblant à d'autres paysages. L'ailleurs de l'ailleurs est désincarné. Il devient le symbole du répétitif. Il est source d'ennui. Dans ce qui suit, nous constaterons comment la déception des attentes en aventure est rendue sans le moindre effet de surprise :

Temps toujours couvert, très sombre, presque froid. Nous sommes dans une région de prairies, de marécages. Et, pendant ces préparatifs de festins, les grenouilles nous commencent de tous côtés à la fois, jusque dans les lointains extrêmes, leur musique

nocturne, leur même ensemble éternel, qui est de tous les pays et qui est de tous les âges du monde (Loti, 1996 : 26).

Les étapes du voyage se multiplient et le charme de l'espace marocain s'épuise dans la répétition. Le voyage cesse de présenter les éléments d'une expérience nouvelle et inédite à tel point qu'il est considéré comme « éternel ». Le caractère et l'impression d'ennui sont rendus par la description de l'ambiance nocturne du campement. Le même caractère et la même impression sont intensifiés par le coassement des grenouilles. La banalisation est à son apogée pour maintenir les clichés de l'anodin et du répétitif.

Conclusion

Au terme de cette étude, il convient de rappeler que le fonctionnement des stéréotypes et des clichés dans *Au Maroc* de Loti et *Marrakech ou les seigneurs de l'Atlas* des Tharaud a été expliqué par l'écart et l'effet de miroir.

L'écart est le lieu propice du développement du stéréotype parce qu'il présente un vide de contenu à pourvoir. Dans ce sens, le cliché de l'enfermement a été retenu pour suivre cette opération de saturation du sens.

Par ailleurs, l'effet de miroir a été introduit pour suivre l'action de télescopage des images de l'ici et de l'ailleurs. Les frictions temporelles aussi bien que les répétitions des images ont été utiles pour étudier le poncif d'un ailleurs décalé vis-à-vis de l'histoire et de la civilisation selon l'Occident.

Bibliographie

- Amossy, Ruth et Pierrot Herschberg Anne (2011). *Stéréotypes et clichés. Langue, discours, société*, Paris, Armand Colin, 3^e édition, 123 p.
- Armbrecht, Thomas J. D. (2003). « The nostalgia of nowhere: Loti's utopian space » *Mosaic: An Interdisciplinary Critical Journal*, Université de Manitoba, vol. 36, n°4: 81–102. Accès : www.jstor.org/stable/44029997 (Dernière consultation : le 14 novembre 2021).
- Brahimi, Denise (1982). *Arabes des lumières et bédouins romantiques. Un siècle de 'voyages en Orient' 1735-1835*, Paris, Le Sycomore, 222 p.
- Dodman, Thomas (2018). « De l'utopie à la nostalgie en Algérie française », dans *Conserveries mémorielles* [En ligne], n°22. Accès : <http://journals.openedition.org/cm/2885>. (Dernière consultation : le 14 novembre 2021).
- Dufour, Françoise (2010). « La stéréotypie comme matérialité discursive d'une dominance sociale dans les projets de colonisation de l'Afrique occidentale », dans *Journal des africanistes*, 80-1/2 : 267-282.
- Ernot, Isabelle (2011). « Voyageuses occidentales et impérialisme : l'Orient à la croisée des représentations (XIX^e siècle) », dans *Genre & Histoire* [En ligne], n°8. Accès : <http://journals.openedition.org/genrehistoire/1272>. (Dernière consultation : le 15 novembre 2021).
- Gannier, Odile (2001). *La littérature de voyage*, Paris, Ellipses, 128 p.

- Heller, Leonid (2009). « Décrire les exotismes : quelques propositions », dans *Études de lettres. Exotisme dans la culture russe*, n° 2-3 : 317- 347.
- Jankelivitch, Vladimir (1974), *L'irréversible et la nostalgie*, Paris, Flammarion, Collection « Nouvelle bibliothèque scientifique », 322 p.
- Jullien, François et Fintz, Claude (2016). « De l'entre et de l'imaginaire », dans *IRIS*, n° 37 : 121- 133.
- Magri, Véronique (1996). « La description dans le récit de voyage », dans *Cahiers de Narratologie. Analyse et théorie narratives*, n° 7 « Mélanges espace & temps » : 35-48.
- Monnier, Yves (1999). *L'Afrique dans l'imaginaire français. Fin du XIX^e-début du XX^e siècle*, Paris, L'Harmattan, 302 p.
- Roux, Michel (1999). *Géographie et complexité. Les espaces de la nostalgie*, Paris, L'Harmattan, Collection « Ouverture philosophique », 335 p.
- Todorov, Tzvetan (2008). *La peur des barbares. Au-delà du choc des civilisations*, Paris, Robert Laffont, 147 p.

Corpus

- Loti, Pierre (1996). *Au Maroc*, Dans *Maroc. Les villes impériales*, Paris, Omnibus, pp. 9- 155.
- Tharaud, Jean et Gêrôme (1996). *Marrakech ou les seigneurs de l'Atlas*, dans *Maroc. Les villes impériales*, Paris, Omnibus, pp. 749-843.

ABDELFATTAH KILITO : LE DISCOURS STÉRÉOTYPIQUE ET LA RÉINTERPRÉTATION DE L'HÉRITAGE ARABE CLASSIQUE

Abdelouahed HAJJI
Université Sidi Mohamed Ben Abdellah,
FLSH - Saïs-Fès, Maroc
abdelouaheddajji@gmail.com

Résumé

Cet article étudie les représentations de l'Arabe dans la littérature occidentale à travers l'œuvre de Kilito. L'auteur marocain examine le rapport problématique entre Orient et Occident en vue de déconstruire le colonial qui se fonde principalement sur les stéréotypes et les clichés. Pour cet auteur, l'Orient a été considéré comme un « fournisseur » d'images exotiques pour les écrivains coloniaux. Ainsi, l'écrivain opère une asymétrie entre les systèmes axiologiques d'Orient et d'Occident. Ce faisant, il déconstruit les représentations stéréotypiques selon lesquelles la littérature arabe n'est pas importante en soi puisqu'elle est *régénérée grâce à l'épreuve de l'étranger*, c'est-à-dire que toute œuvre arabe, pour être reconnue, doit avoir un équivalent dans la littérature occidentale. Ce stéréotype semble valable également en Orient en ceci que les Orientaux ont intériorisé le complexe de l'infériorité.

Abstract

THE STEREOTYPICAL DISCOURSE OF ABDELFATTAH KILITO, OR THE REINTERPRETATION OF CLASSICAL ARABIC LITERARY MEMORY

This article explores the representations of Arabic in Western literature through Kilito's work. The Moroccan author examines the problematic relationship between East and West with a view to deconstructing colonialism, which is based mainly on stereotypes and clichés. For him, the Orient was considered a "provider" of exotic images for colonial writers. Thus, the writer operates an asymmetry between the axiological systems of East and West. In doing so, he deconstructs stereotypical representations that Arab literature is not important in itself, since it is regenerated through the test of the foreigner, i. e. that any Arab work must have an equivalent in Western literature to be recognized. This stereotype seems valid also in the East in that the Orientals have internalized the inferiority complex.

Mots-clés : *stéréotype, colonisation, déconstruction, mémoire, réinterprétation*

Keywords: *stereotype, colonization, deconstruction, memory, reinterpretation*

Introduction

Dans sa déconstruction des formes axiologiques d'Orient et d'Occident, Abdelfattah Kilito adopte une démarche archéologique. Ses écrits tentent de déconstruire les clichés et les stéréotypes liés aux rapports entre ces deux rives. Pour ce faire, il tente de réhabiliter les grandes figures littéraires et culturelles de la littérature arabe classique. Ce faisant, il montre la richesse de cette mémoire littéraire tout en soulignant l'hégémonie occidentale. Il donne ainsi l'exemple du livre des *Mille et Une Nuits* qui a passé d'un statut mineur vers un autre majeur grâce à la traduction d'Antoine Galland au début du XVIII^e siècle. Selon Kilito, ce livre n'est pas un livre représentatif des Arabes, mais plutôt une œuvre issue de plusieurs cultures. Il a été considéré par l'Occident comme un réservoir d'images stéréotypiques. En outre, l'Occident façonne une image exotique de l'Orient à partir de ce livre.

La réhabilitation de la renaissance arabe par Kilito vise à remettre en question ces images et ses stéréotypes. Dans cette perspective, il rapproche les écrivains arabes classiques des autres écrivains des littératures du monde comme Ma'arri, Dante et Ibn 'Arabî, Perceval, etc., pour mettre en avant la richesse du patrimoine culturel arabe. C'est dans cet esprit que nous tenterons de voir comment le discours stéréotypique problématise le rapport entre Orient et Occident ; comment Kilito scrute les origines culturelles de la mémoire littéraire arabe par l'interrogation de la référence culturelle des Arabes. Il s'agira aussi d'interroger le livre des *Mille et Une Nuits*, livre *supposé* représentatif des Arabes. Nous interrogerons la relecture de la mémoire littéraire opérée par Kilito dans son œuvre aussi bien fictionnelle qu'essayistique.

1. Déconstruction du centre par le dialogue

Abdelfattah Kilito est un passeur des langues-cultures, c'est-à-dire un écrivain qui voyage souplement entre les langues et les imaginaires culturels pour défaire, pièce par pièce, méthodiquement et sans bruit, l'hégémonie culturelle. Pour ce faire, il brouille ainsi les frontières entre les formes littéraires pour stimuler un dialogue fructueux et réconciliateur entre les différentes littératures. L'écrivain invoque dans ses écrits de différentes références littéraires et culturelles en vue de tisser de passerelles entre les cultures du monde. En effet, son œuvre est à la jonction de différents genres littéraires. De plus, sa langue d'écriture est une « langue fourchue », c'est-à-dire une langue plurielle et multiforme qui « regarde dans deux directions » :

La langue est liée à une position sur la carte ou sur un espace. Parler dans cette langue-ci ou dans celle-là signifie qu'on est du côté droit ou du côté gauche. Quant au bilingue, il remue en permanence, il se tourne continuellement et, regardant dans deux directions, il a deux visages. (Kilito, 2008 : 31)

Si la langue de l'autre permet à l'écrivain de se rapprocher de sa culture et de se voir dans le miroir de l'autre. La langue du bilingue est une forme d'hospitalité et d'acceptation de soi et de l'autre. C'est dire une forme de l'*inter* comme reconnaissance inconditionnelle de la trace culturelle de l'autre. Il s'agit bien

évidemment d'une stratégie d'actualisation de Kilito. Car son actualité réside même dans son inactualité puisque le recours au passé n'est pas un refuge pour lui, mais une stratégie pour dire la culture arabe classique au présent. Cela supposerait un dialogue distant, intertextuel et interculturel. Kilito déconstruit l'identité générique de ses textes. De ce fait, l'altérité textuelle favorise une altérité humaine. L'archéologie adoptée par l'écrivain a pour objet de construire des passerelles entre Orient et Occident, ce qui déterritorialise le centre par le dialogue. Dans cette optique, il rapproche, à titre d'exemplification, Cervantès et Goytisoló de la culture arabe. Comme il opère aussi un dialogue avec son lecteur à travers l'insertion de préfaces amicales. Le lecteur de *La Querelle des images* (Kilito, 2000), par exemple, entre dans le texte par le biais de la préface de l'auteur qui lui facilite, entre autres, la réception de l'œuvre. En bref, Kilito est un passeur de valeurs et d'idées.

Amoureux de la littérature arabe classique, Kilito est un professeur de la littérature française. C'est dire qu'il connaît bien les littératures européennes et autres et dialogue ainsi avec Nietzsche, Cervantès, Kafka, Flaubert, Proust, Borges, etc. Le lecteur est saisi par la richesse de ses références littéraires et culturelles d'autant plus que son dialogue perspectiviste abolit les frontières entre Orient et Occident, mêle les langues et les genres. Il est à remarquer que l'écrivain fait attention au brassage des genres et au style suggestif et concis qui traversent les textes de la littérature arabe classique. Il étudie la pluralité textuelle et culturelle de ces textes tout en en tirant profit.

Kilito réhabilite cette tradition littéraire qui consiste à composer des textes pluriels et hybrides. Il s'oppose aux monolinguismes exclusifs à travers une fiction épousant une narration essayistique à point de vue multiple où les frontières entre essai et récit, entre langues et discours sont imprécises. Il y a surtout chez lui une ouverture sur l'étrangeté, où la littérature n'a ni de localisation spatiale ni temporelle. Kilito réussit ce passage du familier vers l'étranger à travers une relecture des classiques arabes. Le passage de la familiarité à l'étrangeté favorise de nouvelles géographies de la pensée. Kilito – lecteur de Goethe – est conscient qu'une littérature qui ne fait pas appel à une *participation étrangère* meurt. La participation de l'étranger constitue la vraie valeur de la diversité littéraire et culturelle.

Le dialogue avec les Anciens et les contemporains permet à Kilito de souligner l'idée selon laquelle la littérature arabe classique possède une richesse inégalable et des repères culturels et littéraires : « Chaque littérature a sa propre chronologie, ses hiérarchies, ses classiques, voire son époque classique. Pour les Français, l'époque classique par excellence est le XVII^e siècle. » (Kilito, 2020 : 14)

Toute l'œuvre tend en effet à construire une esthétique du passeur du fait que l'écrivain transcende les lignes idéologiques à partir d'une altérité textuelle et d'une filiation hétérogène. Kilito revendique toute une pléiade d'écrivains d'Orient et d'Occident. La composition romanesque repose chez lui sur le travail de l'intertextualité, de la réécriture et de la citation. De là, il élabore une esthétique du palimpseste, où chaque texte renvoie à d'autres, où chaque livre en cache un autre. L'acte de lire et d'écrire se transforme en une activité de réécriture féconde. Son essai narrativisé *Les Arabes et l'art du récit* est, à titre d'exemple, une vaste bibliothèque dans laquelle Kilito écrit ses lectures. C'est ainsi qu'on rencontre Jahiz,

Harîrî, Dante, Perec, etc., au cœur de son récit. Ils deviennent parfois des personnages fictionnels comme c'est le cas dans *La Querelle des Images*.

En adoptant une démarche comparative, Kilito a pour ambition de déconstruire les malentendus entre les littératures du monde, tout en rendant justice à la littérature arabe classique qu'on essaie de comparer à la littérature moderne. Kilito précise qu'il faut comparer cette littérature à la littérature européenne du Moyen Âge :

Pour une comparaison féconde et utile, il faut mettre en parallèle la littérature arabe classique et la littérature européenne du Moyen Âge. Il est probable que ce parallèle montrera de nombreux traits stylistiques communs, malgré l'absence, à ce qu'il me semble, d'influence réciproque notable. Ne pas tenir compte de la littérature médiévale (et méconnaître les littératures grecque et romaine) est source de malentendus et de discussions oiseuses. (Kilito, 2020 : 67)

Le voyage souple entre différents horizons est garanti par l'érudition de l'écrivain qui décompose avec une approche douce le rapport hégémonique entre les imaginaires humains. C'est dans cet esprit qu'il remonte vers l'origine de l'humanité pour défendre la pluralité. Il analyse dans son ouvrage *La Langue d'Adam* l'origine de la première langue pour essayer de défaire le mythe de la première langue. Tout ce travail se fait dans une langue ironique et humoristique. N'oublions pas que Kilito transforme également des questions épineuses en des fables ; ce qui donne une originalité à son écriture hypothétique.

Kilito construit un compendium de savoir à partir du dialogue avec ces penseurs et en arrive à créer un entre-deux. Il réussit, en effet, à créer une littérature dialogique et interculturelle échappant ainsi à la pureté textuelle et identitaire. C'est parce qu'il est un passeur de l'humanisme et un « voyageur professionnel » entre les imaginaires humains que son œuvre jette les ponts, non seulement entre Orient et Occident, mais aussi entre passé, présent et devenir. Kilito fonde une pensée qui a le souci de faire dialoguer la littérature arabe classique avec des littératures européennes et autres. Cette tâche si délicate nécessite un décentrement de la mémoire arabe classique. Dans ce but, Kilito fait appel aux écrivains arabes classiques pour mettre en lumière leur savoir et leur érudition. Son texte développe une fécondité d'analyse dans le but d'apporter un nouvel éclairage à la bibliothèque arabe classique.

2. Décentrement de la mémoire arabe classique

Kilito vitalise la mémoire arabe classique. Sa pensée se formule à partir d'une série de décentrement. Chez lui, la déconstruction fait appel à l'hésitation et au soupçon. Autrement dit, il inscrit l'incertitude au cœur de son écriture. La relecture de la mémoire littéraire arabe classique ne réduit pas uniquement la distance entre les siècles de littératures, mais met également en œuvre le devoir de mémoire et donne « [...] une nouvelle jouvence à la bibliothèque arabe ancienne. » (Wasmine, 2020 : 12) L'interrogation des *Mille et Une Nuits*, à titre d'exemple, ne fait qu'examiner l'image de l'Arabe dans la littérature occidentale. En outre, Kilito cherche à déconstruire les origines culturelles de la littérature arabe classique et à exploiter, d'une manière habile et inattendue, la richesse de cette mémoire littéraire

qui a connu la renaissance depuis le IX^e siècle. Kilito cite dans ce sens Ma'arri qui, à ses yeux, « [...] a laissé une œuvre immense en vers et en prose. [Kilito] est sûr qu'un jour on le lira, en raison d'évidentes affinités, en se basant sur Schopenhauer, et, tôt ou tard, on le comparera à Cioran. » (Kilito, 2013 : 74) Il ajoute, dans cette perspective, que « *L'Épître du pardon* de Ma'arri est devenue objet de curiosité comme l'une des sources possibles de *La Divine comédie*. » (Kilito, 2013 : 75) L'écrivain met en œuvre le potentiel de l'écrivain arabe dont l'œuvre est grandiose.

Selon Kilito, la mémoire littéraire arabe se répartit en trois périodes :

[...] une première période, dit-il, aux traits distincts ; une deuxième période caractérisée par le sommeil ; enfin une troisième période qui dure encore et où la mémoire a perdu ses repères habituels, et s'est incorporée à une autre mémoire et à une autre mesure du temps. (Kilito, 2008 : 17)

La troisième période se caractérise par la défiguration de la littérature arabe qui est déconsidérée par la littérature européenne. Dans ce sens, Kilito avance que :

[...] la littérature arabe est insipide, dépourvue d'intérêt, sauf quand elle a une parenté avec la littérature européenne. C'est le système de la parenté qui sauve quelques ouvrages, quelques auteurs arabes, qui restent néanmoins des parents pauvres. En dehors de la proximité européenne, il n'y a ainsi pas de salut. (Bencheikh, 2002 : 89)

Ainsi considérée, la littérature arabe se définit dans le miroir de la littérature occidentale et devient, par conséquent, une littérature vassale. La mémoire littéraire arabe n'est pas désormais importante en soi, mais elle est plutôt une ombre de la littérature européenne. Le travail de Kilito consiste à déplacer cette image brouillée de la mémoire littéraire arabe et de défendre ainsi les précurseurs des lettres arabes classiques. Dans *Les Séances* (1983), Kilito réfute les attaques infondées envers les *maqâmât* (*Les Séances*). Il pointe du doigt la richesse de la mémoire littéraire classique à travers le retour aux figures de cette mémoire littéraire telle que Hariri, Al-Ma'arri, Jâhiz, Mutanabbî, Ibn Tufayl, Jurjânî Ibn Khaldûn, pour n'en citer que ceux-ci. Ces *classiques universels* permettent à Kilito de rappeler à l'Europe l'érudition des Arabes et, par conséquent, la déconstruction du savoir idéologique et stéréotypique de l'Occident sur l'Orient. Kilito déplace le centre, à travers cette série de déconstruction effectuée, sur le corpus axiologique de l'Occident. En mettant en avant cette richesse, Kilito souligne que Harîrî a été le précurseur des oulipiens grâce à ses jeux de mots. Notons que Georges Perec cite souvent ce poète et prosateur arabe pour mettre en exergue le trait formel et ludique de son écriture. Kilito écrit ainsi :

La mention de Harîrî dans *La Vie mode d'emploi* est plutôt surprenante : cet écrivain arabe du XI^e siècle, originaire de Bassorah, n'est guère connu en Europe. [...] Pourtant, la présence de Harîrî (*Le Soyeux*) n'est absolument pas due au hasard. (Kilito, 2009 : 141)

En poursuivant son analyse, Kilito affirme, après avoir souligné les analogies entre Harîrî et Perec :

On peut dire que Harîrî est, par certains aspects, un oulipien avant la lettre ; il a composé son ouvrage selon un système de contraintes. Ses séances sont certes autonomes, non soudées narrativement, mais il existe entre elles de nombreux liens thématiques. Elles sont divisées en cinq séries de dix : la première de chaque série est « parénétiqne », la cinquième et la dixième « comiques », la sixième « littéraire ». Par littéraire, il faut comprendre que la séance repose sur un jeu verbal, tel vers, et notamment le palindrome : telle épître, lus du début à la fin ou de la fin au début, conservent les mêmes lettres et partant le même sens. (Kilito, 2009 : 146)

Le liage et le déliage entre les corpus oriental et occidental reposent sur la déconstruction du colonial et la libération de la littérature arabe de l'image stéréotypique. Il s'agit de rompre avec la tutelle culturelle colonialiste à travers la réhabilitation de repères littéraires et culturels de la mémoire arabe. Kilito montre avec virtuosité les analogies entre Harîrî et Perec. Son objectif est de déconstruire l'image selon laquelle la littérature arabe classique est inféconde. Rappelons que l'Occident réduit cette richesse pour que l'Orient devienne un « fournisseur » d'images exotiques. Kilito cherche à établir une asymétrie entre les systèmes axiologiques d'Orient et d'Occident. Il refuse l'infériorité des lettres arabes stipulant que cette littérature arabe n'est pas importante en soi puisqu'elle est *régénérée grâce à l'épreuve de l'étranger*.

Selon ce stéréotype occidental, toute œuvre qui n'établit pas de parenté avec une œuvre européenne est vouée au « puits de l'oubli », comme c'est le cas de l'œuvre de Jahiz et celle de bien d'autres penseurs arabes. Le rapport problématique entre les deux littératures influence négativement la mémoire littéraire arabe. Essayant de comprendre l'origine de ces stéréotypes, Kilito scrute les origines culturelles de la mémoire littéraire arabe à travers l'interrogation de la référence culturelle des Arabes. Autrement dit, il cherche à examiner le livre représentatif des Arabes. Pour tenter d'y répondre, Kilito affirme, sous un mode narratif dans *Dites-moi le songe*, que le livre des *Mille et Une Nuits* — livre revendiqué souvent par les Arabes comme leur livre représentatif— a passé d'un statut mineur au rang de la représentativité *grâce* au regard de l'Occident après avoir été traduit par Antoine Galland en 1804.

Ce livre, écrit-il, dont vous semblez être si fiers n'est devenu arabe que parce que les Européens l'ont décidé. Ils ont *fait* le livre des Arabes, ils vous ont dit : « c'est votre livre », et vous l'avez adopté. Pris dans les mailles de ses récits, vous ne pourrez jamais vous en échapper. Il pèsera sur vous jusqu'à la consommation des siècles. (Kilito, 2010 : 112-113)

Le livre des *Mille et une Nuits* n'est pas désormais le livre représentatif des Arabes, mais plutôt un livre pluriel qui n'est pas à proprement parler arabe, puisqu'une bonne partie des contes qui le composent sont de diverses origines.

Kilito avance ironiquement que la traduction a sauvé les *Mille et Une Nuits* de l'oubli, notamment que les Arabes ont appris en effet « [...] l'existence, du moins l'importance des *Nuits*. » (Kilito 2010 : 112) Il décentralise ainsi le regard occidental à travers l'auscultation des *Mille et Une Nuits*. La traduction permet donc à la littérature arabe d'être reconnue non seulement par les siens mais aussi par les autres. À en croire Kilito, les Anciens sont rétifs à l'idée de la traduction puisqu'ils jugent que leur littérature n'a pas besoin d'être traduite :

On pourrait aller plus loin et dire que de très nombreux textes en prose (*L'Épître du pardon*, les *Séances* de Harîrî ...) s'appauvrissent et ne paient pas de mine lorsqu'ils sont traduits. On m'objectera que tout dépend de la qualité du traducteur. Mais là n'est pas la question ; ce sur quoi je cherche à mettre l'accent a trait à l'attitude des auteurs classiques à l'égard de la traduction de leurs œuvres : ils l'ignoraient, tout simplement (alors qu'aujourd'hui elle est le principal souci des écrivains arabes). Mutanabbî se serait sans doute indigné si on avait évoqué devant lui la traduction de ses poèmes en latin, en hébreu ou en persan. (Kilito, 2009 : 133)

La littérature arabe classique est jugée à partir de la littérature européenne, d'où le recours à la traduction par les Arabes comme voie vers l'autre. De ce fait, l'interrogation des origines de la littérature arabe se veut une exhumation des Anciens de l'oubli et, *ipso facto*, une relecture de l'imaginaire colonial et folklorique. Kilito cite quelques grands arabisants, Charles Pellat et Adam Metz, lesquels ont adopté une attitude méprisante à l'égard des penseurs arabes qui n'ont pas d'affinités littéraires avec des écrivains occidentaux. Pour considérer un penseur arabe, ces arabisants le traduisaient en un équivalent européen. Dans cette perspective Kilito écrit :

Nous lisons *Hayy ibn Yaqzân* d'Ibn Tufayl (mort en 1186), et notre esprit vagabonde du côté de *Robinson Crusoé* ; en lisant Mutanabbî, notre pensée flirte avec Nietzsche et la volonté de puissance ; la lecture de *L'Épître du pardon* de Ma'arrî fait surgir devant nous *La Divine comédie* que nous le voulions ou pas ; nous lisons les *Luzûmiyyât* du même Ma'arrî à la lumière de Schopenhauer, ou Cioran ; *Les Preuves de l'inimitabilité du Coran* de 'Abd al-Qâhir al-Jurjâni (mort en 1078), et nous voilà nez à nez avec Ferdinand de Saussure ; *Erreur et délivrance* de Ghazâli (mort en 1111), et Descartes surgit pour nous sauver de notre désarroi. (Kilito, 2008 : 28)

Cette parenté idéologique crée un déchirement identitaire et culturel chez les Arabes, lesquels ont perdu leur mémoire littéraire et culturelle à cause de la rencontre avec l'Occident. Kilito dévoile un autre problème lié aux Arabes eux-mêmes. Ceux-ci ont intériorisé les clichés et les stéréotypes occidentaux. Pour Kilito, les Arabes n'acceptent pas en effet l'image que leur renvoie leur mémoire littéraire.

3. Orientalisme arabe et réinterprétation de soi

Les arabisants tels que Charles Pellat et Adam Metz ont une méfiance vis-à-vis de la culture arabe classique ; ils ont ainsi érigé une image brouillée autour de l'Arabe du fait qu'ils semblent ignorer consciemment ou inconsciemment le passé

fécond de la mémoire littéraire arabe classique. Mais qu'en est-il de la représentation et du regard de l'Arabe à l'égard de sa littérature ? Autrement dit, comment voit-il sa mémoire littéraire ? En guise de réponse, Kilito affirme dans *Tu ne parleras pas ma langue* ceci :

Visage de la littérature arabe, visage de la civilisation arabe : ce visage a failli être défiguré, être effacé ; les Arabes ont failli perdre leur identité et leur arabité, et devenir européens. Ils ont même failli se transformer en Européens avant le temps, avant les Européens ! Car si ceux-ci ont réalisé leur Renaissance à partir du XV^e siècle, ceux-là pouvaient connaître la même Renaissance à partir du IX^e siècle, soit six siècles avant les Européens. (Kilito, 2008 : 105)

Kilito met en lumière le décalage historique de la Renaissance aussi bien chez les Arabes que chez les Européens pour mettre en relief l'idée selon laquelle la littérature arabe a ses propres repères littéraires et culturelles. Il avance également la faillite de la littérature arabe à cause de sa rencontre amère avec la mémoire littéraire européenne et à cause du lecteur arabe qui a adopté lui aussi la vision hégémonique occidentale vis-à-vis de son patrimoine. Dans cette perspective, l'historien marocain Abdallah Laroui soulève cette même problématique dans son journal, intitulé *Méditations du matin* cité par Benabdelali :

J'ai reçu, dit-il, deux lettres de Beyrouth contenant la même requête : autoriser la traduction en arabe de mon livre *L'Idéologie arabe contemporaine*. Si j'avais écrit ce livre directement en arabe comme ce fut mon intention d'alors, qu'aurait été la réaction du lecteur oriental ? L'indifférence nul doute. Tout contact entre nous Maghrébins, Arabes ou Musulmans passe par l'Occident comme c'est le cas aujourd'hui des Européens par rapport à l'Amérique. (Benabdelali, 2006 : 60)

Et d'ajouter :

Lorsque le livre sera critiqué par les Français, nombreux seront les critiques arabes qui feront de même en adoptant les réponses des adversaires. Ce comportement est une preuve qui étaye l'idée développée selon laquelle les Arabes répondent toujours à des questions soulevées par l'Occident. (Benabdelali, 2006 : 60)

Cela dit, la représentation de l'Arabe de son patrimoine littéraire n'est pas différente de celle de l'Européen. L'Arabe participe au dénigrement de sa mémoire culturelle à travers le recours au complexe colonial intériorisé. L'Arabe néglige son patrimoine littéraire et culturel et nourrit en effet le regard hégémonique occidental. Il cherche la reconnaissance de son patrimoine dans le miroir de l'Européen ; ce qui fait de sa littérature un visage appauvri de celle occidentale. En outre, cette littérature n'est ni intéressante en soi, ni reconnue pour ses qualités intrinsèques, mais elle est plutôt le pâle reflet de la littérature européenne.

Quand Kilito cite l'arabisant Charles Pellat dans *Tu ne parleras pas ma langue*, chez qui la littérature arabe est ennuyeuse, il ne fait qu'examiner le regard inférieur que portent les Arabes vis-à-vis de leur patrimoine littéraire. Le lecteur

arabe, selon Kilito, – « [...] comparait implicitement l'ennuyeuse littérature arabe à la littérature européenne qui provoque en lui, au contraire, plaisir et bonheur. » (Kilito, 2008 : 21) Et d'expliciter : « Je veux dire le lecteur qui consulte un texte arabe est prompt à le relier, directement ou indirectement, à un texte européen. Il est nécessairement comparatiste, ou, si nous voulons, traducteur. » (Kilito, 2008 : 24) La comparaison contient un jugement de valeur. L'ouvrage de Ma'arrî n'est pas, à titre d'exemple, « [...] intéressant en lui-même, par ses qualités intrinsèques, mais par référence à celui de Dante. » (Bencheikh, 2002 : 89) De même pour le grand poète arabe Mutanabbî du X^e siècle qui n'a pas réussi à franchir le regard réducteur des Arabes. Kilito écrit :

Ses vers sont animés par un souffle épique si imposant et entraînant qu'aucun Arabe ne peut les lire ou les écouter sans frémir. Mais encore une fois, le jugement des tenants d'une culture ne suffit pas, et à la limite ne compte pas, s'il n'est pas ratifié par les « autres » (Kilito, 1999 : 70).

Le lecteur arabe participe ainsi à l'hégémonie européenne et, *ipso facto*, au dénigrement de son identité littéraire et culturelle à travers la survalorisation de la littérature européenne et à travers l'ignorance consciente ou inconsciente de la richesse de sa mémoire littéraire. Kilito soulève, par conséquent et avec une approche archéologique, la richesse du patrimoine arabe tout en ouvrant des perspectives inédites devant la critique littéraire et culturelle.

Il note ainsi :

La mémoire de l'Européen le réfère à Athènes, et celle de l'Arabe au désert. D'un autre côté, si nous prenons en considération l'élément linguistique, la mémoire de l'Arabe paraît plus "longue" que celle de l'Européen : elle traverse quinze siècles et va jusqu'aux *Mu' allaqât*, jusqu'à Shanfarâ et Muhalhil ibn Rabî 'a, tandis que la mémoire (linguistico-littéraire) de l'Européen ne dépasse pas cinq siècles. Pour la France par exemple, la littérature française (directement lisible) commence à Villon, et continue avec Rabelais et Montaigne... (Kilito, 2008 : 18)

En mettant l'accent sur cette richesse de la mémoire arabe classique, Kilito remarque également que l'infidélité, à l'égard de cette mémoire, engendre un profond malaise du fait que les Arabes vont être coincés entre deux traditions littéraires sans pour autant avoir un livre représentatif. D'une part, écrit-il, les Arabes

[...] n'acceptent plus l'image révolue d'eux-mêmes que leur renvoie Harîrî (en tant que figure symbolique d'une écriture périmée), mais d'autres part, ils se résignent difficilement à admettre que leur production littéraire ne soit plus que le pâle reflet de la littérature occidentale. (Kilito, 1999 : 72)

Cela dit, Kilito met en récit une constellation d'écrivains arabes classiques qu'on a oubliés à cause de plusieurs facteurs idéologiques. Il ajoute que cet oubli est dû également à un facteur religieux : « Pour des raisons bien connues, la culture arabe a privilégié l'époque de la Révélation ; par la tradition écrite et orale, elle vise à faire,

de tout un chacun, le contemporain du Prophète et des Compagnons. » (Kilito, 1983 : 27) Ainsi peut-on dire aisément que les textes de Kilito renvoient le lecteur à toute une bibliothèque littéraire et culturelle. Le lecteur reconnaît dans ce *compendium de savoir* l'érudition de l'écrivain, celui-ci tend principalement à la réinterprétation de soi dans le miroir de l'autre. L'œuvre de Kilito nous offre une leçon de la lecture productive.

Conclusion

L'œuvre d'Abdelfattah Kilito est difficilement catégorisable du fait que l'écrivain mêle traditions littéraires, genres et langues. En effet, il déconstruit le patrimoine culturel arabe de dedans et de dehors. Il réhabilite, dans ce sens, les précurseurs tels que Al Ma'ari, Jahiz, Averroès, etc. Kilito exprime une dette redevable envers ces écrivains. Ainsi, la réactualisation de la mémoire littéraire arabe a pour objet de faire sortir le patrimoine arabe des lectures folkloriques et hégémoniques. À cet effet, il lit l'impensé de ces textes arabes et réussit, par conséquent, à faire découvrir au lecteur tout un pan de la culture classique. Son travail fait appel à l'épistémologie et à l'archéologie pour décortiquer, décentraliser et décomposer les formes aliénantes et stéréotypiques et les subvertir aussi bien de l'intérieur que de l'extérieur. Il développe ainsi une réflexion approfondie sur les systèmes axiologiques d'Orient et d'Occident pour décoloniser la littérature arabe. Kilito remet intelligemment et doucement en cause le logocentrisme européen et arrive, par conséquent, à décentrer le centre européen.

L'œuvre de Kilito décompose l'idéologique pour effectuer une réinterprétation du passé qui sert à comprendre le présent. Kilito interroge l'image brouillée de l'Arabe dans son rapport avec l'« autre » pour revitaliser les rapports entre la littérature arabe classique avec les autres littératures du monde. Il essaie ainsi de vitaliser le dialogue avec les Anciens tout en gardant le dialogue avec ses contemporains. Il se révèle ainsi un penseur qui a essayé de créer une œuvre qui transforme tout phénomène littéraire et culturel en des questions et en des fables. Il cultive et cristallise dans son œuvre la dimension intellectuelle de la littérature.

Bibliographie

- Benabdelali, Abdessalam, (2006). *De la Traduction*, essai traduit de l'arabe par Kamal Toumi, Casablanca, Toubkal, Collection « Connaissance philosophique », 100 p.
- Kilito, Abdelfattah, (1983). *Les Séances : récits et codes culturels chez Hamadhâni et Harîrî*, Paris, Sindbad Collection « Hommes et sociétés », 304 p.
- Kilito, Abdelfattah, (1985). *L'Auteur et ses doubles : essai sur la culture arabe classique*, Paris, Seuil, Collection « Poétique », 127 p.
- Kilito, Abdelfattah, (1992). *L'Œil il et l'aiguille : essai sur les Mille et une Nuits*, Casablanca, rééd., Le Fennec, 128 p.
- Kilito, Abdelfattah, (1999). *La Langue d'Adam et autres essais*, Casablanca, Toubkal, Collection « Connaissance littéraire », 2^{ème} édition, 113 p.
- Kilito, Abdelfattah, (2000). *La Querelle des Images*, Eddif, 152 p.

- Kilito, Abdelfattah (2002). « La littérature de l'autre », dans Mustapha Bencheikh et al., *Désir d'identité, désir de l'autre* Publication de la Faculté des Lettres de Meknès, Maroc, 83- 89 p.
- Kilito, Abdelfattah, (2008). *Tu ne parleras pas ma langue*, traduit de l'arabe par Francis Guoin, Paris, Arles, Sindbad Actes Sud, Collection « Hommes et sociétés », 108 p.
- Kilito, Abdelfattah, (2009). *Les Arabes et l'art du récit. Une étrange familiarité*, Paris, Arles, Sindbad-Actes Sud, Collection « Hommes et sociétés », 154 p.
- Kilito, Abdelfattah, (2010). *Dites-moi le songe*, Arles, Sindhab-Actes-Sud, Collection « Hommes et sociétés », 121 p.
- Kilito, Abdelfattah, (2013). *Je parle toutes les langues, mais en arabe*, Paris, Arles, Sindbad Actes-Sud, Collection « Hommes et sociétés », 140 p.
- Kilito, Abdelfattah, (2020). *Ruptures...*, traduit de l'arabe par Francis Guoin, Casablanca, Toubkal, Collection « Connaissance littéraire », 98p.
- Obaldia, de Claire, (2005). *L'Esprit de l'essai. De Montaigne à Borges*, traduit de l'anglais par Émilie Colombani, Paris, Seuil, Collection « Poétique », (2005 pour la traduction française), 450 p.
- Wasmine, Najib, (2020). *Pourquoi le professeur de français est dans la bibliothèque*, Casablanca, La Croisée des chemins, Collection « Le Royaume des idées », 186 p.

LE REGARD DE L'AUTRE : STÉRÉOTYPE(S) ET IDENTITÉ

Agatino LO CASTRO
Université Paris-Est Créteil, France
Università degli Studi di Catania, Italie
agatino.lo-castro@u-pec.fr

Résumé

Dans le roman d'Alain Mabanckou, *Bleu Blanc Rouge*, il est possible de dégager la construction d'un stéréotype et de l'identité au regard de l'Autre. Le rapport avec l'Autre s'instaure dans un déséquilibre culturel qui empêche la rencontre transculturelle. La construction identitaire doit souvent se confronter avec le stéréotype de l'Autre, considéré comme un modèle à imiter, ce qui met en évidence la présence de deux modèles différents et l'un opposé à l'autre. Quel est le rôle de l'Autre dans la construction de l'identité ? Quel stéréotype s'instaure dans le roman ?

Abstract

THE OTHER'S VIEWPOINT: STEREOTYPE(S) AND IDENTITY

In the novel *Bleu Blanc Rouge*, it is possible to see the construction of a stereotype and identity from the viewpoint of the Other. The construction of identity must often be confronted with the stereotype of the Other, considered as a model to imitate, which highlights the presence of two different models and the one opposite to the other. What is the role of the Other in the construction of identity? What stereotype is being established in the novel?

Mots-clés : *construction de l'identité, déracinement culturel, modèle de référence, stéréotype*

Keywords: *identity, cultural uprooting, reference model, stereotype*

Introduction

Dans le roman d'Alain Mabanckou, *Bleu Blanc Rouge*, le rapport avec l'Autre ne se construit pas dans une dynamique transculturelle, c'est -à-dire dans un rapport d'équilibre où à la fois l'on doit et l'on reçoit. En revanche, il est possible de dégager un rapport déséquilibré avec l'Autre qui s'articule autour d'une réalité stéréotypée. L'identité se construit au prisme de l'Autre, tout en mettant en place un parcours de construction d'un modèle identitaire fictif, voire stéréotypé. Il est

d'autant plus vrai que les rapports identitaires peuvent se développer autour d'un stéréotype culturel qui vise d'une part (i) à la domination d'un modèle de référence, ce qui n'est pas en lien avec une dynamique transculturelle, d'autre part (ii) à la construction d'une identité formatée et stéréotypée.

En effet, la construction identitaire doit souvent se confronter avec le stéréotype de l'Autre, considéré comme un modèle à imiter, ce qui met en évidence la présence de deux modèles différents et l'un opposé à l'autre, car le stéréotype « fonctionne en effet, le plus souvent, dans une situation de bi-polarité opposant deux espaces, deux appartenances, deux conceptions du monde *a priori* différentes ou antagonistes, et il exprime fréquemment une attitude de rejet, de mépris ou de condescendance à l'égard de ce qui est perçu comme écart par rapport à une norme auto-proclamée » (Chevrier, 2005 :166). Quel type de stéréotype est-il possible de remarquer dans le roman *Bleu Blanc Rouge* ? Quelle est la place de l'Autre par rapport à la construction de l'identité ?

Dans la première partie de cette étude, nous ferons le point sur le contexte terminologique, en particulier nous analyserons les notions d'*identité*, de *stéréotype* et d'*altérité*, pour passer ensuite à la présentation des notions de *stéréotype* et *stéréotypie* proposées par Ruth Amossy.

Dans la deuxième partie, nous présenterons le corpus d'analyse et nous analyserons ensuite des extraits du roman *Bleu Blanc Rouge*, tout en mettant en évidence l'aspect stéréotypé d'un modèle culturel parisien préétabli, hiérarchisé et intériorisé. Cette étude poursuit une réflexion commencée dans un article déjà publié dans la revue *Legs et Littérature*¹ où nous étudions la question de la construction de l'identité au prisme de l'autre par le biais de la sémantique des textes.

1. Pour une mise au point du contexte terminologique : *identité*, *stéréotype* et *altérité*

Avant d'analyser les extraits pris en examen pour cette étude, nous réfléchissons sur les notions d'*identité*, de *stéréotype* et d'*altérité*. Le stéréotype fonctionne en effet, le plus souvent, dans une situation de bipolarité opposant deux espaces, deux appartenances, deux conceptions du monde *a priori* différentes ou antagonistes, et il exprime fréquemment une attitude de rejet, de mépris ou de condescendance à l'égard de ce qui est perçu comme écart par rapport à une norme auto-proclamée. (Chevrier, 2005 :166)

Selon cette définition, il y a deux réalités antagonistes qui s'opposent, notamment deux conceptions différentes, ce qui traduit une condescendance à une norme proclamée où la place pour les échanges culturels est réduite. L'identité culturelle désigne l'ensemble des traits culturels propres à un groupe ethnique qui lui confèrent son individualité, mais aussi le sentiment d'appartenance d'un individu à ce groupe. « Culture et identité culturelle sont des notions dynamiques », soutient

¹ Lo Castro, Agatino (2021) « La construction de l'identité au prisme de l'autre : le cas d'étude de *Bleu Blanc Rouge* d'Alain Mabanckou », Revue *Legs et Littérature*, N. 17, vol. 1, pp. 123-140.

Abdallah-Preteille (1986: 31), avant d'ajouter que la culture, qui se définit "comme l'ensemble des réponses symboliques et pratiques possibles d'un groupe aux sollicitations du milieu, [la culture] est susceptible d'adaptation et d'évolution". [...] la notion d'identité culturelle apparaît dans les années 60, dans le contexte de la décolonisation [...] mais le terme ne va pas sans paradoxe et ambivalence dans son usage. En effet, [...] elle peut provenir d'un discours identitaire vers l'exclusion de la différence culturelle. (Semujianga, 2005 : 96)

La notion d'identité culturelle s'est développée dans les années 60, après la décolonisation et elle peut faire référence à l'exclusion de la différence culturelle.

L'Altérité :

La relation à l'Autre est un horizon philosophique et une réalité politique pour les littératures francophones. Si, du point de vue humaniste, il est toujours pertinent d'affirmer la nécessité, voire le bénéfice de l'altérité, la réalité historique de la rencontre avec l'Autre est loin de se présenter dans un idéal d'échange et de complémentarité ; l'expérience des auteurs en littérature francophone, est celle de la conquête violente, du génocide des Indiens, de la traite des Africains, des supplices dont ceux-ci furent victimes en esclavages, de la domination et de l'aliénation. Les littératures francophones s'éveillent nécessairement dans le rapport à un Autre qui domine, impose son système éducatif, ses institutions, son imaginaire, son « discours » et sa langue. (Chanché, 2005 :17)

Dans le contexte des francophonies, l'Autre devient souvent une construction, un objet culturel qui s'éloigne de la réalité, car il n'inclue pas la diversité, la rencontre culturelle et linguistique. Il s'agit d'un Autre qui domine et impose un discours par le biais de la langue et de l'imaginaire. Loin d'affirmer que tout rapport avec l'altérité s'inscrit dans la dynamique dominé vs dominant, il faut toutefois prendre conscience de ce type de rapport et en comprendre les dynamiques pour les dépasser.

1.1. Le concept de *stéréotype* : analyse des définitions

Après avoir réfléchi sur les notions d'*identité*, de *stéréotype* et d'*altérité*, il est important d'analyser la notion de *stéréotype*, développée par Ruth Amossy. Plusieurs définitions de *stéréotype* ont été proposées. Passons à l'analyse de ces définitions :

(1) le stéréotype au sens de schème ou de formule figée n'apparaît qu'au XX^e siècle et il devient dès les années 1920 un centre d'intérêt pour les sciences sociales. C'est le publiciste américain Walter Lippmann qui a le premier introduit la notion de stéréotype dans son ouvrage *Opinion Publique* en 1922. Il désigne par ce terme emprunté au langage courant les images dans notre tête qui médiatisent notre rapport au réel. Il s'agit des représentations toutes faites, des schèmes culturels préexistants, à l'aide desquels chacun filtre la réalité ambiante ; (Amossy, 2016 :26)

(2) il se définit comme une représentation sociale, un schème collectif figé qui correspond à un modèle culturel daté. En tant que tel, il est constitutif du texte qui peut travailler à le déjouer mais non s'en passer. Par ailleurs, si les sciences sociales mettent en valeur l'idée de représentation collective, l'approche littéraire

conduit à ne pas décrire uniquement le stéréotype « en termes d'idée et d'opinion », comme le fait la psychologie sociale, à partir de questionnaires ; (Amossy, 2016 :64)

(3) le stéréotype peut se définir comme une représentation ou une image collective simplifiée et figée des êtres et des choses que nous héritons de notre culture, et qui détermine nos attitudes et nos comportements. Considéré tantôt comme une croyance et tantôt comme une opinion, il relève toujours du préconstruit et s'apparente souvent au préjugé ; (Amossy, 2012 :139)

(4) le stéréotype est une idée conventionnelle, associée à un mot dans une culture donnée : par exemple, pour le tigre, les rayures, pour le citron, l'acidité et un type de peau épaisse de couleur jaune, pour l'eau « sans couleur, transparence, sans goût, qui étanche la soif, etc. ». Le stéréotype est une partie de la signification, qui répond à l'opinion courante associée au mot ; (Amossy, 2016 :89)

(5) Les stéréotypes, les opinions admises et les lieux communs de la communauté sur lesquels s'appuie le discours pour se fonder en vérité. La stéréotypie entendue au sens large du terme fournit son soubassement au discours argumentatif en le fondant sur une strate d'images et d'idées familières susceptibles de produire un effet d'évidence. C'est dire que la bonne marche de l'argumentation dépend en partie du maniement des idées reçues et des stéréotypes. (Amossy, 1994 : 47)

Après avoir pris en examen les définitions de *stéréotype*, nous constatons que :

- Les stéréotypes sont des représentations toutes faites, des schémas figés et mobilisés pour filtrer la réalité et l'interpréter. Il s'agit des représentations qui existent au-delà de la réalité et qui travaillent sur le préconstruit ;
- Il s'agit d'une représentation sociale, un schéma collectif figé, préparé et établi ;
- Le stéréotype est associé aux mots dans une culture donnée ;
- La stéréotypie fonde son discours argumentatif à l'aide des images figées, en produisant un effet d'évidence.

2. Présentation du corpus

Dans le roman *Bleu Blanc Rouge*, le protagoniste est Massala-Massala qui rêve de vivre à Paris, comme Charles Moki qui a quitté le Congo (Pointe-Noire).

Les habitants ne sont pas indifférents aux retours au pays natal de Moki, car il représente la réussite sociale, l'homme qui a gagné dans la vie, car il habite à Paris dont chaque détail, chaque élément acquiert un rôle mythique, presque sanctifié. Le roman se compose de quatre parties : « Ouverture », « *Le Pays* », « *Paris* » et « Fermeture ». Sa structure nous permet de suivre l'histoire de Massala-Massala qui voit Moki comme un modèle à suivre, même en reniant soi-même pour atteindre un modèle de France idéalisé.

2.1. Analyse des extraits

Pour répondre aux questions proposées dans l'introduction à cette étude, nous avons choisi d'analyser des extraits du roman *Bleu Blanc Rouge* qui permettent de prendre en examen le rôle du *stéréotype* dans la construction de l'identité et son

articulation dans le rapport avec l'Autre. Nous analysons le premier extrait sélectionné :

- (1) Moki était arrivé. Ce que nous remarquons de prime abord, c'était la couleur de sa peau. Rien à voir avec la nôtre, mal entretenue, mangée par la canicule, huilée et noirâtre comme du manganèse. La sienne était blanchie à outrance. Il arguait que l'hiver y était pour quelque chose. Plus tard, en France, je sus qu'il s'appliquait sur tout le corps des produits à base d'hydroquinone. Les jeunes du pays qui s'ingéniaient dans leur cécité irréversible à singer les Parisiens, se rabattaient sur les produits bon marché fabriqués en Afrique comme les Ambi rouge ou Ambi vert. Le résultat n'était pas le même. Ils n'égalaien guère l'éclat de la peau d'un Parisien. La chaleur suffocante du pays accélérat les effets secondaires. Les imitateurs écopaien d'allergies, de rougeurs et de caillots de sang sur le visage. (Mabanckou, 1998 :60-61)

Si nous procédons à une analyse des présuppositions, nous constatons qu'il est possible de retrouver l'implicite à l'intérieur de l'énoncé, car « l'analyse présuppositionnelle relève ce qui se dit sans avoir à être affirmé [...]. La notion de présupposition mise en place dès 1972 par Oswald Ducrot permet de repérer l'implicite à l'intérieur même du littéral ; elle désigne les données à partir desquelles on parle, mais qui n'entrent pas directement en jeu dans la parole » (Amossy, 1994 :48). Dans cet extrait, le pronom personnel *nous* fait référence à sa communauté d'appartenance. En particulier, Massala Massala est l'énonciateur, celui qui se charge de ce *nous*. Ce pronom fait écho à la communauté dont Massala-Massala est issu, car il représente la communauté restée au pays qui voit dans Moki le modèle de la réussite, auquel on fait référence par le biais du pronom *il*. Ce pronom fait référence à Moki qui a quitté le Pays pour rejoindre Paris, le centre culturel de la réussite et le rêve stéréotypé.

Ensuite, d'après l'identification des pronoms personnels *nous* et *ils* (« Ils n'égalaien guère l'éclat de la peau d'un Parisien »), nous remarquons déjà sur le plan de l'énonciation une identification des rôles. Si l'on approfondit l'analyse, nous remarquons des phrases comme « singer les Parisiens » et « cécité irréversible » qui témoignent la volonté d'imiter un modèle parisien, un modèle filtré par une réalité fictive et stéréotypée qui s'éloigne de la réalité, ainsi qu'une réduction de la France à Paris. Il est donc possible de souligner une tendance à voir dans le modèle parisien, l'équivalent de la réussite, ce qui est lié à l'idée reçue « qui exprime les croyances profondes de l'époque » (Amossy, 1994 : 50), pour laquelle Paris est l'emblème de la réussite sociale, ainsi que le centre de la construction d'un imaginaire collectif. Or nous pouvons souligner avec les mots de Ruth Amossy :

Les croyances qui sous-tendent le discours argumentatif sans avoir elles-mêmes à être démontrées s'expriment à travers un appareil stéréotypique qui comprend les idées reçues ou opinions admises, et le stéréotype au sens strict du terme. Ces différentes modalités du préconstruit constituent le bloc immergé d'idées reçues, de représentations sociales, de schèmes collectifs figés sur lequel se construit le discours argumentatif. (Amossy, 1994, p. 50)

Le *nous* collectif employé par le protagoniste du roman et le *il* pour indiquer Moki permet de bien séparer les modèles identitaires, celui du Pays et celui de Paris qui reste le modèle de la réussite sociale, économique et épistémique. Il s'agit d'un attachement imaginaire, voire d'un rêve, d'une construction fictive où le rapport avec l'Autre s'instaure au sein d'une représentation fictive d'une réalité stéréotypée et formatée. En effet, il n'y a pas une véritable rencontre entre paires, car l'échange entre les cultures et les diversités se traduit dans un rapport déséquilibré, voire d'un attachement au centre épistémique et social.

En effet, l'on peut remarquer la construction d'un stéréotype « qui est nécessairement prélevé sur la doxa d'époque, s'apparente de ce point de vue à l'idée reçue » (Amossy, 1994 : 53). Dans cet extrait, la construction du stéréotype consiste à considérer l'homme gagnant qui a réussi dans la vie parce qu'il a quitté le Pays et il a rejoint la capitale, véritable emblème de la réussite sociale, économique et épistémique. Nous assistons aussi à des pratiques de blanchissement de la peau qui visent à rassembler aux Occidentaux, aux Blancs. Dans cette perspective, la réussite s'instaure (i) au plan de la migration géographique en changeant pays, notamment de l'Afrique à la France, (ii) au plan des habitudes, (iii) au plan physique, en pratiquant le blanchissement de la peau. Nous pouvons affirmer que parmi les idées dominantes, la France, Paris en particulier, représente le centre de la réussite sociale, économique et épistémique, mais il s'agit d'un modèle formaté de France, assimilé à Paris.

L'auteur oppose deux stéréotypes et montre comme (i) d'une part Massala Massala est victime d'un stéréotype visant à l'idéalisation d'un modèle français, assimilé à un modèle parisien formaté et préétabli (ii) d'autre part Moki singe lui-même un modèle formaté de France, assimilé à Paris, tout en se montrant dans son statut de « Parisien ». Examinons cet extrait :

- (2) Lui qui est à l'origine de tout. Je suis certain que nos lignes de vie s'entrecroisent. Que ma propre personnalité s'est estompée, s'est étiolée au profit de la sienne. Que nous avons le même destin. Le même souffle, les mêmes aspirations, le même destin. Le même destin ? Oui, mais comment se fait-il qu'il ne se retrouve pas ici avec moi ? Et si je n'étais que son ombre ? Et si je n'étais que son double ? Je me pose la question quelquefois. On ne se ressemble pas du tout. Physiquement, du moins. Il est plus grand que moi [...] dans l'espoir que ce corps étique prendrait quelques kilos et cesserait de ternir l'image que le pays se faisait des Parisiens, les vrais : des hommes joufflus, à la peau claire et à l'allure élégante. [...] J'ai vécu comme son ombre. J'étais derrière lui. [...] L'ombre n'est rien en elle-même. Il lui faut une présence, une surface vierge afin d'imprimer ses contours. (Mabanckou, 1998 : 39)

Nous remarquons sur le plan énonciatif, les pronoms personnels employés. Encore une fois, la présence de *il* et de *lui* est forte importante pour l'analyse, car Moki représente l'homme de la réussite, parce qu'il a laissé le Pays et il a connu Paris. Ensuite, il faut faire référence à la présence d'une articulation des lexèmes qui font référence à l'imitation d'un modèle, comme par exemple /double/, /ombre/, /image/. En effet, le passage « l'image que le pays se faisait des Parisiens, les vrais :

des hommes joufflus, à la peau claire et à l'allure élégante » traduit pleinement ce que nous avons évoqué dans notre analyse précédente : l'image du Parisien (avec un majuscule, il s'agit presque d'un objet) est une construction véhiculée par un certain stéréotype, renforcé par la présence de l'adjectif « vrais », avec les descriptions « des hommes joufflus, à la peau claire et à l'allure élégante » dont les caractéristiques de l'élégance et de la peau claire renforcent les stéréotypes dans l'imaginaire de la communauté du pays.

Prenons en examens les extraits suivants :

- (3) Ce pays de Blancs avait changé son existence. Il y avait une mutation, une métamorphose indéniable. Il n'était plus le jeune homme frêle dont on disait autrefois que, s'il était maigre comme une tige sèche de lantana, c'était parce qu'il mangeait debout et se couchait sur une veille natte. [...] La France l'avait transfiguré. Elle avait cisailé ses habitudes, lui prescrivant une autre manière de vivre ; (Mabanckou, 1998 : 40)
- (4) En effet, certains autochtones décrivaient avec un talent inégalable les lignes du métro, station par station, à croire qu'ils avaient séjourné à Paris. D'autres s'attribuaient pour pseudonymes les noms de ces stations. Un tel se surnommait Saint-Placide, un autre Strasbourg-Saint-Denis, un autre encore Colonel Fabien ou Maubert-Mutualité. Ils adjoignaient à ces pseudonymes le mot « Monsieur », *Monsieur Saint Placide, Monsieur Strasbourg Saint Denis, Monsieur Colonel-Fabien, Monsieur Maubert-Mutualité.* (Mabanckou, 1998 :62)

Dans ces extraits, nous remarquons (i) d'une part la présence des lexèmes / mutation/ et /métamorphose/ qui font écho à ce que nous avons évoqué dans les commentaires précédents, (ii) d'autres part à la sacralisation des objets, comme dans le cas des certaines stations du métro parisien qui deviennent des pseudonymes. Les stations Strasbourg Saint-Denis ou Maubert-Mutualité deviennent avec l'ajout du mot « Monsieur », Monsieur Strasbourg Saint-Denis, Monsieur Maubert-Mutualité, ce qui met l'accent sur la valeur que l'on attribue aux objets.

Conclusion

Dans cet article, nous avons mis en exergue l'importance des notions d'*identité*, de *stéréotype* et d'*altérité* et nous avons analysé les définitions du *stéréotype* proposées par Ruth Amossy. Nous avons analysé des extraits du roman *Bleu Blanc Rouge* d'Alain Mabanckou pour réfléchir sur le type de stéréotype qui se construit dans le roman et le rôle de l'Autre par rapport à la construction de l'identité. Les extraits choisis pour l'analyse montrent que dans l'imaginaire collectif, Paris devient un modèle à imiter, au prisme d'une réalité qui est formatée et stéréotypée, car l'on réduit un pays, notamment la France, à la ville de Paris, et l'on considère ce modèle comme la référence incontournable à suivre. Il s'agit donc d'une assimilation de la France à Paris, véritable lieu d'une construction identitaire et sociale. En effet, l'identité se construit par le prisme de l'Autre, voire un objet artefact et construit. Dans cette étude, nous n'avons pas la présomption d'atteindre l'exhaustivité, mais l'analyse des extraits permet de poursuivre un discours sur la construction des stéréotypes et de leur rôle au sein des textes littéraires. Les extraits analysés aident à

l'exemplification de la réflexion, car il s'agit d'un point de départ pour une analyse plus approfondie.

Bibliographie

- Amossy, Ruth (1994). « Stéréotypie et argumentation », dans *Le Stéréotype : Crise et transformations*, Caen, Presses universitaires de Caen, p. 47-61.
- Amossy, Ruth (2012). *L'argumentation dans le discours*, Paris, Armand Colin
- Amossy Ruth, (2014). *Stéréotypes et clichés : langue, discours, société*, Paris, Armand Colin
- Chancé, Dominique (2005). « Altérité » dans Beniamino, Michel et al. (sous la direction de), *Vocabulaire des études francophones : les concepts de base*, Limoges, PULIM, p. 17-19.
- Chevrier, Jacques (2005). « Stéréotype », dans Beniamino, Michel et al (sous la direction de), *Vocabulaire des études francophones : les concepts de base*, Limoges, PULIM, p. 166-167.
- Mabanckou, Alain (1998). *Bleu Blanc Rouge*, Paris Dakar, coll. Présence africaine.
- Semujjanga, Josias (2005). « Identité culturelle », dans Beniamino, Michel et al. (sous la direction de), *Vocabulaire des études francophones : les concepts de base*, Limoges, PULIM, p. 96-98.

L'ENFANT NOIR : REPRÉSENTATIONS, STÉRÉOTYPES ET EXOTISME DANS *L'ENFANT DU PEUPLE ANCIEN* D'ANOUAR BENMALEK

Ahlem MAMACHE
Université d'Oum El Bouaghi, Algérie
mamacheahlem@yahoo.fr

« *Le mode reste peuplé de races différentes les unes les autres ; le rejet de
l'autre reste l'absurde par excellence* »
Anouar Benmalek

Résumé

Le présent travail se propose d'analyser l'image stigmatisée voire stéréotypée de l'enfant noir d'origine aborigène, du point de vue des Blancs, dans le roman *L'Enfant du peuple ancien* (2000) de l'écrivain franco-algérien Anouar Benmalek. Il est question d'examiner la manière avec laquelle l'auteur a exploité des stéréotypes raciaux et culturels à l'égard de l'enfant, tout en s'appuyant sur les travaux de Ruth Amossy, notamment ceux portant sur les stéréotypes et clichés ainsi que sur l'imagologie littéraire. Notre finalité est de dévoiler les enjeux de la présence du peuple aborigène dans une œuvre d'expression française.

Abstract

THE BLACK CHILD: REPRESENTATIONS, STEREOTYPES AND EXOTICISM IN *THE CHILD OF THE ANCIENT PEOPLE* OF ANOUAR BENMALEK

The present work aims to analyze the stigmatized and even stereotyped image of the black child of aboriginal origin from the point of the view of whites in the novel *L'Enfant du peuple ancien* (2000) by the Franco-Algerian writer Anouar Benmalek. We intend to examine the manner in which the author has taken advantage of the racial and cultural stereotypes with regard to the child, while drawing on of Ruth Amossy's works in particular on stereotypes and clichés and literary imagology. Finally, we unveil the issues of the presence of the Aboriginal people in French expression work.

Mots-clés : *stéréotypes, imagologie, l'enfant noir, littérature algérienne, exotisme, aborigène.*

Keywords: *stereotypes, imagology, black children, Algerian literature, exoticism, aboriginal.*

Introduction

L'image du Noir dans la littérature francophone a longtemps été cantonnée à des représentations imprégnées de stéréotypes et de clichés. L'étude de cette représentation dans l'œuvre de l'écrivain franco-algérien Anouar Benmalek s'avère importante du fait que l'image projetée a subi d'importantes mutations à travers les productions d'hier, celles publiées à l'ère des colonisations et celles d'aujourd'hui.

Ainsi, à travers une œuvre postcoloniale, Benmalek envisage de nous dresser le portrait du Noir dans l'imaginaire du blanc colonisateur. La thématique de l'Aborigène qui va avec le stéréotype a montré que cette œuvre est un document de vulgarisation des données culturelles d'un peuple et d'une région désormais négligée tant par les littéraires que par les historiens.

Dans cette communication, nous analyserons *L'Enfant du peuple ancien* (2000) afin de dévoiler le regard interculturel qui concourt à la représentation de l'enfant noir du point de vue de la communauté blanche. Notre problématique consiste à examiner la manière avec laquelle l'écrivain Anouar Benmalek exploite dans son texte des stéréotypes sociaux et culturels qui renvoient au nom du personnage, à ses traits physiques, à son corps et aux rites culturels de manière générale.

Pour ce faire, nous nous appuyons sur les travaux de Ruth Amossy, notamment ceux portant sur les stéréotypes et clichés. Pour l'étude des représentations, nous ferons appel à l'imagologie, une discipline qui s'intéresse particulièrement à l'étude des images qui trouvent sens et essence dans les textes littéraires.

Dans cette analyse, on présentera d'abord les concepts qui guident notre étude à savoir la représentation et le stéréotype, on identifiera les stéréotypes et clichés présents dans l'œuvre de Benmalek, on examinera le comportement du personnage en question. Finalement, on déterminera les enjeux de la présence de cette thématique « exotique » dans une œuvre algérienne d'expression française et les effets produits sur le lecteur algérien en particulier et francophone en général.

1. Résumé du roman

L'Enfant du peuple ancien s'intéresse aux représentations que les personnages se font des autres à partir de la couleur de la peau et de la catégorie sociale. Le texte est constitué d'un prologue, d'une première partie (du chapitre 1 au chapitre 3), d'une deuxième partie (du chapitre 4 au chapitre 10) et d'un épilogue. Le prologue est composé de dix-neuf pages, élaboré à la manière d'une prolepse ou une sorte d'anticipation des faits dont il sera question dans le corps du texte. Quant au prologue, il fera la suite des événements rapportés dans la deuxième partie du texte.

Le récit est inspiré d'un drame oublié ou peu connu de l'humanité. Il s'agit du sort misérable des Aborigènes sous occupation britannique au XIX^e siècle « [...] peuple effacé de la surface de la terre par un génocide parfait : sans mémoire pour les victimes, sans opprobre pour les assassins » (Benmalek, 2014 : 07).

L'action se situe en Australie, entre la jungle du Sud de l'île de Tasmanie et la presqu'île Ducos où ont été déportés de nombreux communards ainsi que les troupes des révoltes de Mokrani en Algérie. Le récit dresse une histoire d'amour entre deux

itinéraires de deux personnages culturellement et géographiquement différents : Kader, un jeune algérien et une française nommée Lislei.

Au temps où les Français occupaient l'Algérie, Kader a été prisonnier au cours de la révolte des tribus sahariennes contre les colons. Sur son chemin d'exil, Kader fait la connaissance de Lislei car tous deux étaient déportés en Nouvelle-Calédonie et réussissent avec Tridarir, le personnage central du roman et dernier représentant du peuple tasmanien, retrouvé dans les caisses du colon. Ils réussissent à s'évader sur le même bateau qui se dirige vers l'Australie.

Le couple décide enfin de s'installer définitivement à Queensland, au Nord-est de l'Australie, avec le petit aborigène. Ils se marièrent et vécurent ensemble. Quant à Tridarir, cet orphelin courageux, il a tenté de faire survivre les Rêves de son peuple :

Qui héritera de nos Rêves [dit la mère à son fils] qui les empêchera d'agoniser sans espoir de survie ? Et si plus aucun Rêve ne veille sur notre terre, nous n'aurons pas mérité d'avoir vécu, notre disparition sera plus vile que la mort ! (Benmalek, 2014 : 78)

2. L'imagologie littéraire : images et représentations

D'un point de vue littéraire, l'étude de l'image de l'étranger a suscité l'intérêt de travaux intéressants. De manière générale, les images, par leur nature, obligent les chercheurs à tenir compte de l'interdisciplinarité dans leurs démarches dans la mesure où ce type de recherche nécessite une liaison entre, d'une part les textes littéraires, leurs contextes de production, et le champ culturel et social qui renferme, entre autres, les systèmes de valeur et les idéologies.

En guise d'illustration, Henri Pageaux a donné l'exemple des stéréotypes. Ces derniers se définissent comme « [...] une représentation collective, figée, un modèle culturel qui circule dans les discours et dans les textes » (Amossy R., 2010 : 28).

Ainsi, Amossy a affirmé que le stéréotype est enraciné dans l'imaginaire collectif : il est à la fois préconstruit, hérité et le plus souvent erroné.

Force est de constater que les stéréotypes ont la prédisposition d'affecter non seulement les champs littéraires mais également les champs culturels tels que les systèmes de valeur, l'art et l'économie constitués à un moment bien déterminé sans nier l'apport considérable de l'écrivain et de ses aspirations dans la constitution de l'image littéraire de l'étranger. De ce fait, rappelons que l'analyse des stéréotypes, qui rentre dans le cadre des études des représentations littéraires, est l'une des branches importantes de l'imagologie littéraire.

Dès lors, étudier la manifestation de l'étranger au sein du texte littéraire et relever les différentes modalités textuelles de son inscription relève de l'imagologie littéraire, un domaine ancien et l'un des objectifs de la littérature comparée. Ce type de recherche particulier a donc suscité, en premier lieu, les comparatistes dont les études se donnent à lire comme une plongée décisive dans le monde des images et des représentations de l'étranger. Dans son article *Recherches sur l'imagologie de l'Histoire culturelle à la poétique* (1995 : 136), Daniel Henri Pageaux souligne que :

Si la littérature comparée, entre autres objectifs singuliers, celui d'étudier la part de l'étranger dans une œuvre, dans les lettres ou dans une culture donnée, alors l'idée

même d'altérité est au cœur des préoccupations comparatistes et la présentation de l'étranger constitue l'un des phénomènes les plus intéressants à étudier.

D'emblée, précisons que l'imagologie littéraire est l'un des domaines qui s'attachent à l'élaboration de la représentation de l'Autre et à accorder une grande importance au fond historique, politique et surtout culturel. Il s'avère donc indispensable d'associer travaux historiques, anthropologiques et études littéraires. L'auteur affirme à ce propos que « [...] l'imagologie littéraire [...] s'ouvre largement aux questionnements de l'histoire, des sciences humaines, voire de l'anthropologie » (Pageaux, 1995 : 135).

Afin de délimiter davantage l'objet d'étude de l'imagologie littéraire, Ruth Amossy et Anne Herschberg, dans leur ouvrage *Stéréotypes et Clichés* (2016) ont déclaré que, contrairement aux investigations de la sociocritique et des sciences sociales, l'imagologie littéraire ne se contente pas de relever les images et les stéréotypes à l'œuvre dans le texte littéraire, objet d'étude de la sociocritique, mais elle s'intéresse à voir comment s'interprètent les rapports entre le Je avec l'Autre. L'analyse imagologique est, donc soumise à une approche comparatiste obéissant aux contraintes des deux cultures (regardée et regardante).

Analyser les modalités de la présence de l'Autre dans le texte littéraire c'est relever au-delà des mots, des thèmes et des motifs qui constituent, d'un point de vue de l'imagologie littéraire, l'un des catalyseurs qui relèvent d'un certain imaginaire, auquel renvoie cette image de l'Autre.

À titre d'exemple, l'identification des couples oppositionnels et les oppositions binaires pourront se ranger parmi les processus d'appropriation de l'Autre étranger dans le texte littéraire permettant ainsi la formulation de l'altérité. Dans ce sens, le texte littéraire se définit, dans les termes d'Henri Pageaux, comme « [...] projet de définition plus ou moins exhaustive de l'Autre révèle l'univers fantastique du Je qui l'a élaboré, articulé, énoncé » (1995 : 143).

Nous relevons parmi les grandes oppositions qui structurent *L'Enfant du peuple ancien* incluant, par la même occasion, une certaine image de l'Autre : (noir/blanc) ; (colonisateur/colonisé) ; (enfant/adulte). Ce procédé évoque, non seulement la notion de stéréotype mais, également, il semble offrir un terrain fertile pour aborder autrement le roman de Benmalek.

L'image suggérée de Tridarir, l'unique représentant de l'Aborigène, est perceptible à travers plusieurs niveaux : onomastique, physique, typographique, culturel et social. Sur le plan de la représentation sociale, l'enfant noir appelé *Tridarir*, ayant servi de matériau incontournable pour peindre le portrait du peuple aborigène. Son image est fondée sur des stéréotypes et des clichés déjà ancrés consciemment dans l'imaginaire colonial des Britanniques, et involontairement dans celui des Aborigènes.

Pour les Blancs, la douleur des gens noirs est incompréhensible. Au point que, le plus souvent, un homme de son peuple est plus avisé de dissimuler sa peine sous une impassibilité d'animal quand il a affaire aux envahisseurs : chez certains de ces derniers,

les pleurs d'un homme noir provoquent soit de l'exaspération soit une hilarité fébrile, les deux pouvant dégénérer en plus grande cruauté. (Benmalek, 2014 : 183-184).

3. L'enfant noir : stéréotypes et préjugés

Dans le domaine des sciences sociales, il semble important de rappeler qu'il n'est pas à confondre entre le terme de stéréotype avec celui de préjugé. R. Amossy et A. Herschberg ont tenté d'apporter une précision au sujet en disant que « [...] le stéréotype est une croyance, une opinion, une représentation concernant un groupe et ses membres alors que le préjugé désigne l'attitude adoptée envers les membres du groupe en question » (2016 : 34-35).

Dans le titre du roman benmalekien, le choix porté sur le mot « Enfant » est significatif car l'importance accordée au personnage enfant dans le roman mérite une démonstration. Le titre provoque, à notre sens, suspens et désir de découverte chez le lecteur.

Dans son activité de décodage, le lecteur doit poursuivre la lecture jusqu'à la page 75 pour qu'il puisse faire connaissance de ce personnage enfant, découvrir son origine (tasmanien), la couleur de sa peau (noire), son âge (4 ans), sa situation familiale (un fils unique d'un père dépassant la cinquantaine et d'une mère qui atteint l'âge de la ménopause).

Benmalek a tenté, tout au long de son texte, de mobiliser tous les stéréotypes possibles afin de dévoiler les attitudes défavorables à l'égard de l'enfant noir. Lui, a été longtemps soumis, victime de nombreuses circonstances sociologiques et politiques : colonisation, racisme, aliénation... Nous citons parmi ces manifestations des stéréotypes et préjugés :

3.1. Le nom propre

L'enfant est décrit comme « sauvage », la signification même de son prénom d'origine aborigène Tridarir. Les Blancs étaient incapables de considérer l'enfant comme étant un être humain mais le voyaient à travers des stéréotypes et des clichés. Ce qui confirme davantage les rapports conflictuels entre les deux communautés à cette époque. En aucun cas, Tridarir est désigné par son prénom, il est néanmoins :

« Crétin » (p. 32) ; « Un âne castré » (p. 35) ; « Petit morveux » (p. 38) ; « Petit idiot » (p. 47) ; « Péteux » (p. 105) ; « Sale mangeur de merde » (p. 168). « Fils de chienne » (p. 179). « Saligaud » (p. 100) ; « Le petit sauvage » (p. 220) ; « Cette crotte de sauvage » (p. 163) ; « le signe » (p. 173) « Petit babouin » (p. 173). « Un mioche d'humain » (p. 173) ; « Ce petit cannibale » (p. 179) ; « Cette vermine de Négro » (p. 216). « Le vermisseau » (p. 255) ; « Le moricaud » (p. 220).

Ce sont des schèmes collectifs qui ont joué un rôle décisif dans l'élaboration des attitudes de l'enfant. Ce dernier était tout au long du texte silencieux, aucun mot ne voulait sortir de sa petite bouche. Il n'avait que des réactions avec ses yeux. Nous lisons dans le texte les expressions suivantes :

| Expressions | Page |
|--|---------|
| « Yeux écarquillés » | p. 186. |
| « Les yeux interrogatifs » | p. 190. |
| « Les petits yeux noirs restent profondément soupçonneux » | p. 176. |
| « Le regard perdu » | p. 250. |

Il faut donc attendre la page 176 pour entendre la première parole de Tridarir : c'est quand Lislei a décidé de jeter, dans la mer, les cadavres de ses parents longtemps enfermés dans les caisses par les Britanniques. Ce n'est également qu'à la page 195 que Lislei a su que l'enfant maîtrise parfaitement la langue anglaise, la langue du colon. Le surnommer *Trid* au lieu de *Tridarir* fut une blessure ou encore un outrage à son nom.

Lislei a posé sa main sur l'épaule de Tridarir. « Trid », le surnomme-t-elle. Tridarir peine à comprendre pourquoi elle n'utilise pas la totalité des sons qui composent son nom. Il a répété plusieurs fois « Tridarir » en prenant la peine d'articuler soigneusement. Elle s'obstine à blesser son nom (Benmalek, 2014 : 231).

Tridarir vit avec ses parents dans une simple cabane. Quant au manger, ils se limitent à ce que la forêt leur donne sinon ils ont recours à la chasse. Quand le père échappe ses proies, ils mangent des larves et quelques racines que la mère déniche tout en marchant dans la forêt.

Parfois, ils pouvaient passer des semaines sans rien manger. Son père a été pendant trente ans prisonnier des Blancs : il ne sait dorénavant plus chasser, il est devenu incapable de capturer un petit animal.

L'adjectif « ancien », employé dans le titre, nous fait penser à un peuple antique, archaïque, voire préhistorique. Après lecture du roman, nous nous rendons compte qu'il n'y a pas de peuple ancien proprement dit, ceci dit, le peuple aborigène n'est pas ancien dans le temps car il s'inscrit dans le XIX^e siècle.

Les descriptions inhérentes aux personnages aborigènes illustrent bien leur mode de vie à l'ancienne : nudité du corps, nourriture crue provenant de la chasse et de la cueillette, construction de cabanes au sein de la jungle, etc. En guise d'illustration, la scène de chasse de Tridarir confirme le mode de vie des Aborigènes et surtout leur manière « simple » de se procurer de la nourriture :

Tridarir est fier de lui car il est à moins de trois pas du reptile et celui-ci n'a pas manifesté la moindre inquiétude. Peut-être a-t-il gobé une souris et la digère-t-il, engourdi par l'ivresse et la satiété ? Le plus dur, maintenant qu'il est arrivé presque au sommet du bloc, est de retenir sa respiration, de se redresser lentement et d'ajuster sans précipitation le javelot. La tête... Des gouttes de sueur brouillent sa vue, coulent jusqu'aux commissures des lèvres. D'une langue précautionneuse, il lèche le liquide salé... (Benmalek, 2014 : 204)

3.2. La cruauté des Blancs: violence et tortures

La colonisation britannique n'a pas été sans dégâts sur le peuple Aborigène. Les chasseurs britanniques proposaient de boucaner les corps pour les vendre. Ils ne valent de l'argent que si leurs cadavres ne pourrissent pas. Il s'agit de vider le corps de leurs organes internes, puis les bourrer de sel. Comme cela, ils tiendront jusqu'à la vente.

On disait même que des hommes déterraient par milliers des squelettes des Aborigènes de l'île pour les vendre à des musées ou à des collectionneurs de Sydney ou de Londres. Quant aux médecins, on affirmait que la majorité d'entre eux étaient prêts à payer cher des cadavres frais et en bon état afin de les étudier et effectuer de nouvelles recherches.

Pour le petit Tridarir, il fut le joyau de la collection. Ils voulaient le rattraper vivant. Il est l'enfant du peuple ancien. « Le Nègro [disent les chasseurs] ne risque rien. Il pue, il est laid et vicieux comme un rat, mais il vaut son posant d'or pour nous » (Benmalek 2014 : 156).

Après la naissance du petit, sa mère lui a raconté qu'elle était tellement abasourdie par l'absurdité de leur existence qu'elle voulait le tuer puis se tuer mais le courage lui manquait. On disait que sa naissance attirait beaucoup de chasseurs car il faisait partie d'une race en voie de disparition.

Les méthodes cruelles que les Blancs appliquaient aux Aborigènes sont minutieusement décrites dans le texte. À commencer par la scène qui décrit l'état dans lequel l'enfant s'est trouvé lorsqu'il a vu ses parents Woorady et Walya morts dans leur petite cabane, souffrant d'empoisonnement. Ils étaient de surcroît bourrés de sel et éventrés pour ensuite les vendre à un prix très élevé.

Le père mourut en premier, se cabrant comme si quelqu'un le rouait de coup de l'intérieur. La mère agonisa jusqu'à l'aube. L'enfant, paralysé par l'épouvante, ne pensa même pas à embrasser les visages déformés par la douleur (Benmalek, 2014 : 90).

Et :

La caisse était ouverte pour rajouter du sel. Les traits de Walya et de Woorady ainsi que le reste de leurs corps étaient fripés, racornies par l'action du sel. Ils paraissaient terriblement en colère d'être entendus là, manipulés par leurs assassins comme du poisson séché [...] Pour la première fois aussi depuis sa capture, un sentiment autre que le chagrin et la peur l'avait submergé : c'est à lui qu'incombait mais comment ? de sauver ce qui demeurait d'eux. (Benmalek, 2014 : 123)

3.3. Racisme et discrimination

L'enfant noir a subi, tout au long de sa vie, de diverses formes de discriminations. Il est partout refusé en raison de la couleur noire de sa peau, notamment quand le patron de l'auberge a refusé sa présence dans l'hôtel, le jour où le couple Kader et Lislei ont trouvé la résolution de se cacher dans une auberge en Australie pour pouvoir s'enfuir le lendemain.

Le fait de laisser un enfant passer la nuit à l'écurie au lieu de la chambre de l'auberge laisse déduire la discrimination que l'enfant a subie par son entourage : « Pas de ça chez moi, a averti le patron de l'auberge. Vous, vous pouvez dormir au premier, mais votre Nègre pieutera dans l'écurie. Et c'est déjà bien beau pour lui. Il va peut-être me voler un cheval » (Benmalek, 2014 : 219).

Les années ont passé et la discrimination continue à faire rage dans la vie de Tridarir, même à l'âge adulte. La scène du train confirme davantage cette idée :

Quand le train a démarré, nous nous sommes retrouvés assis sur des caisses, à côté des toilettes. Trid n'a pas émis le moindre commentaire. Il a soupiré, sans plus. Il a appris à vivre avec cette humiliation perpétuelle, le visage et le corps verrouillés par une épuisante impassibilité. Par la fenêtre, il a regardé défiler le paysage du "pays de la chance", si cruel envers ses premiers habitants (Benmalek, 2014 : 323-324).

Ainsi, l'attitude de Margareth la bru de Kader, a toujours exprimé le mépris et l'humiliation à l'égard de Tridarir, au point de refuser catégoriquement sa présence dans la maison de la famille avec son mari et sa fille, après la mort de Lislei :

Margareth a fait la moue, elle a toujours trouvé que Trid occupait trop de place dans la vie de la maison. Et puis qui sait où il va traîner quand il disparaît de la ferme des jours et des mois ? Il revient sale, épuisé, vêtements déchirés, il va finir par nous ramener des maladies des Noirs ! a t-elle grogné un jour, croyant que je n'étais pas à portée d'oreille (Benmalek, 2014 : 320).

En ce qui concerne la personnalité de Tridarir, il est d'une bonté et d'une gentillesse extrêmes. Mais comme il n'a trouvé aucun moyen pour faire face à la banalité de son destin auquel il est voué, Tridarir a choisi de se suicider : se jeter donc dans la mer afin de suivre ses parents était sa seule résolution.

4. Les Aborigènes : un peuple « rare » dans la littérature algérienne d'expression française

L'Enfant du peuple ancien est un récit tissé à partir d'une volonté assez particulière : l'auteur voulait rompre avec le dualisme (algérien/français) trop présent dans le corps de la littérature algérienne d'expression française. Il a expliqué à Dominique Le Boucher sa démarche quant au choix de l'aborigène comme personnage central de son texte :

En s'identifiant au dernier des Aborigènes, celui qui écrit, anime. Cette mémoire morte d'une densité charnelle qu'aucun personnage romanesque de fiction n'aurait pu prendre en charge. Et la beauté de ce monde passe alors au premier plan, devient pour nous accessible et nécessaire. Ce qui est, à mon avis, le seul que je possède le créateur pour « réparer » cet effacement irréparable (2001 : 120).

Par cette nouvelle démarche romanesque, Benmalek a voulu libérer son texte de ses anciennes sujétions, de la dialectique limitée du Même algérien et de l'Autre français, en cherchant, par tous les moyens, à dissiper les frontières entre peuples,

langues et cultures si bien que le texte devient un espace prêt à s'insérer dans un dialogue continu entre plusieurs éléments et systèmes. Nadjet Khadda affirme que la littérature maghrébine d'expression française :

[...] développe une poétique de la duplicité qui menace en permanence la notion même du texte unitaire. Travaillant sur deux claviers linguistiques (si ce n'est pas trois) et inscrivant lisiblement la problématique de l'Autre sous plusieurs formes qui évoluent sensiblement des premiers romans parus aux alentours du centenaire de la colonisation (Nadjet, 1996 : 16).

Aller à la recherche d'autres sources d'inspiration, à la découverte d'autres cultures et d'autres peuples s'avère un matériau de narration incontournable chez Anouar Benmalek. Le texte fait preuve d'une grande fascination pour le peuple tasmalien d'Australie.

Pour sa trame narrative, l'auteur ne s'est point contenté d'une simple intégration des Aborigènes de Tasmanie, mais il a fait appel à tout un référentiel qui renvoie à différents systèmes de représentations sociale et culturelle. L'Aborigène occupe une place de taille dans le roman parce qu'il est situé dans un contexte à la fois linguistique, culturel et religieux.

Nombreuses sont les descriptions qui relèvent de la culture aborigène témoignant par la même occasion de la documentation solide que Benmalek a consultée afin de pouvoir capter l'univers aborigène complètement « étranger » dans ses moindres détails, au sein de son œuvre romanesque. Lors de son entretien avec Dominique Le Boucher, Benmalek avoue que « C'est incroyable cette attention à la culture des gens et cette absolue inhumanité quant au sort qui leur était réservé. Et pourtant, moi qui lis énormément, je n'en avais jamais entendu parler » (2001 : 119).

L'inscription de l'Australie est dépeinte comme un univers funèbre, un territoire complètement maudit. La présence des cabanes, des jungles, des arbres et des animaux sauvages (guenons, loups, serpents, etc.) dessine un décor spatial d'une société non concernée par les avancées technologiques. Ceci a assuré une certaine authenticité, voire originalité, à la fois géo-historique et narrative.

L'intrigue benmalekienne est établie dans un univers aux originalités multiples tenant aux référents aborigènes que viennent ponctuer des termes d'intérêt à la fois géographique, zoologique. Cette stratégie a fait de *l'Enfant du peuple ancien* une œuvre inscrite à la jonction des trois espaces : l'Algérie, la France et l'Australie. Lors d'un entretien, l'auteur explique sa démarche romanesque quant à l'inscription de l'Étranger au sein de ses œuvres littéraires. « C'est à mon sens, le pire qui puisse arriver à un écrivain : être enfermé dans sa communauté, être privé de l'expérience des autres. Je conseillerais volontiers un stage d'étrangéniété à l'apprenti écrivain » (Benmalek, 2007 : 34).

Apprécier le monde dans sa beauté chaotique et aller à la rencontre d'autres imaginaires, loin de toute transcendance, est l'un des éléments constitutifs de la pensée benmalekienne.

La démarche adoptée par l'écrivain correspond ce que Glissant appelle « La pensée de la totalité monde ». Une pensée qui s'est élaborée à partir d'une volonté

particulière, celle de découvrir puis reconnaître toutes les différences du monde sans jugements de valeur, sans la moindre intention de valorisation et de dévalorisation. Glissant rajoute que :

Découvrir les mondes et en ouvrir la vérité, maîtriser le monde et convenir à toute connaissance dans sa puissance généralité, pour le corps des nations en expansion, allaient ensemble [...] La conquête alors ne valait pas pour infamie, toute découverte avait ses sortes de noblesse. (1990 : 26)

Benmalek a toujours exprimé le souci des rapprochements des poétiques du monde, tenant à la fois des sensibilités, tant humaines que culturelles que le lecteur moderne doit sentir et apprécier. Cet aspect particulier vient confirmer l'émergence d'une nouvelle poétique : il s'agit de la pensée de la mondialité ou celle de la totalité monde.

Par cette poétique inspirée du monde, l'écrivain par son inscription du peuple aborigène dans son texte, a participé à la réhabilitation d'une culture minoritaire, mettant en avant des vérités longtemps cachées. C'est la disparition cynique de tout un peuple par un autre.

Le rapport qu'entretient l'auteur avec le thème de l'Aborigène dans le roman est remarquable. Il ne s'agit nullement d'un simple décor inséré au sein d'un texte littéraire mais plutôt l'écriture d'un événement qui s'impose généreusement à l'œuvre, tel un point focal autour duquel s'articulent la trame narrative, la mémoire collective, ainsi que les personnages à chacun avec son itinéraire et son destin.

Conclusion

Nous arrivons à la conclusion selon laquelle le stéréotype est une sorte d'image fixée qui circule dans les esprits et que les écrivains tentent de reproduire dans un cadre fictionnel. *L'Enfant du peuple ancien* dégage la présence des schèmes préfabriqués et surtout erronés (dans le sens de Ruth Amossy) et qui sont de plus en plus inadmissibles pour la communauté ciblée.

Tridarir n'est pas un personnage ordinaire : la laideur, la violence, l'idiotie et la barbarie sont les traits marquants de cet enfant de couleur noire. Ainsi, il est à préciser que cette image stéréotypée est puisée dans la tradition esclavagiste et la traite des Noirs. La hiérarchie des races, la supériorité de la race blanche et surtout le mépris à l'égard de l'Autre sont au cœur de la démarche scripturale de Benmalek.

Ainsi, la présence des lieux étrangers instaure chez le lecteur, algérien en particulier et francophone en général, un sentiment de « jamais lu » ou de « jamais vu ». Le désir de gagner des espaces étrangers qui se superposent au sein du cadre de l'action constitue un ailleurs « exotique » pour les personnages du texte et pour les lecteurs algériens et francophones. Les lieux étrangers s'avèrent propices en termes d'évasion mais aussi de découvertes et de construction identitaire face à l'Autre.

Bibliographie

- Amossy, R. H. (2016). *Stéréotypes et clichés*, Paris, Armand Colin.
- Amossy, R. (2010). *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Benmalek, A. (2014). *L'enfant du peuple ancien*, Alger, Casbah Editons.
- Benmalek, A. (2007). *Vivre pour écrire, entretien avec Youcef Mérahi*, Alger, SEDIA.
- Glissant, E. (1990). *Philosophie de la Relation (Poétique III)*, Paris, Gallimard.
- Le Boucher, D. (2001), *Un incoryable malentendu*, dans http://anouarbenmalek.free.fr/dossiers_de_presse/L_enfant_du%20peuple_ancien/EnfantDuPeupleAncien_AlgerieLitteratureActionN47_Janvier2001.pdf (Dernière consultation : le 12/05/2021)
- Moura, J. M. (1999). *Littératures francophones et théorie postcoloniale*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Nadjet, K. (1996). « La littérature algérienne de langue française : une littérature androgyne », dans *Figures de l'interculturel*, Montpellier III, Services des Publications.
- Pageaux, D.-H. (1995). *Recherches sur l'imagologie de l'Histoire culturelle à la poétique*, dans <https://core.ac.uk/download/pdf/38846694.pdf> (Dernière consultation : le 25/03/2021).

LE CLICHÉ FLAUBERTIEN DANS LA LÉGENDE DE SAINT JULIEN L'HOSPITALIER

Camelia MANOLESCU
Université de Craiova
cameliamanolescu@yahoo.com

Résumé

Notre étude se propose une analyse du cliché flaubertien dans le conte *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier* (le deuxième conte de la trilogie *Trois contes*) de Gustave Flaubert, qui se manifeste sous la forme de la répétition du chiffre trois, mais également comme étiquette du profane et des prédictions/malédiction, du péché et de la rédemption accordée par Dieu, et en fin de compte comme effet de style à l'aide de la *phrase ternaire* flaubertienne. Compte tenu des différences qui existent entre le *cliché* et le *stéréotype*, du point de vue de leur évolution, leur sens et leurs caractéristiques, notre démarche analytique sera précédée par une délimitation conceptuelle des deux notions clés : *stéréotype* et *cliché* selon les nombreuses perspectives linguistiques, littéraires et sémiotiques.

Abstract

THE FLAUBERTIAN CLICHÉ IN LA LÉGENDE DE SAINT JULIEN L'HOSPITALIER

Our study aims to analyse the Flaubertian cliché present in the story untitled *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier* (the second story in the trilogy *Trois contes*) authored by Gustave Flaubert. This cliché appears not only as a repetition of the number *three*, but also as a symbol of the profane and of predictions/maledictions, of sin and of the idea of redemption awarded by God, and finally as a stylistic device that participates in the shaping of the Flaubertian "phrase ternaire". Taking into account the differences that exist between cliché and stereotype, from the point of view of their evolution, their meaning and their characteristics, our analytical study will be preceded by a conceptual delimitation of the two key notions : *stereotype* and *cliché* from the numerous linguistic, literary and semiotic perspectives.

Mots-clés : *cliché, stéréotype, cliché flaubertien, La Légende de Saint Julien l'Hospitalier*

Keywords: *cliché, stereotype, flaubertian cliché, La Légende de Saint Julien l'Hospitalier*

Introduction

Dans la littérature du XIX^e siècle, le recueil *Trois contes* impose Gustave Flaubert comme historien et peintre, ainsi qu'écrivain-interprète de *la sainte trinité* à travers les contes *Hérodias*, *Un cœur simple*, *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier*. Si, dans *Hérodias*, s'insinue l'image du Père (la décollation d'Iaokanann n'est que l'annonce du royaume de Dieu, le Père), *Un cœur simple* met en évidence l'image du Saint-Esprit (le perroquet de la servante Félicité se superpose à l'image du Saint-Esprit) et *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier* promeut l'image du Fils (Julien, embrassant le lépreux, devient Jésus, le Fils).

Notre étude se propose de faire une analyse du cliché flaubertien dans le conte *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier* (le deuxième conte de la trilogie *Trois contes*) de Gustave Flaubert qui se manifeste sous la forme de la répétition du chiffre trois, mais également comme étiquette du profane et des prédictions/malédiction, du péché et de la rédemption accordée par Dieu et, en fin de compte, comme effet de style à l'aide de la phrase ternaire flaubertienne. Compte tenu des différences qui existent entre le *cliché* et le *stéréotype*, du point de vue de leur évolution, leur sens et leurs caractéristiques, notre démarche analytique sera précédée par une délimitation conceptuelle des deux notions clés : *stéréotype* et *cliché*.

1. *Cliché* et *stéréotype* : délimitations conceptuelles

Théorisés par Ruth Amossy (1991), Elisheva Rosen (1982), Anne Herschberg Pierrot ([1997] 2007), Jean Louis Dufays (1994), Daniel Castillo Durante (1994), le *stéréotype* et le *cliché* ont été analysés selon différentes perspectives, générant parfois des ambiguïtés sémantiques car ils sont souvent utilisés de manière synonymique (Amossy, 1989 : 29-46).

Pour mettre en évidence les différences entre les deux notions, nous avons eu recours aux définitions lexicographiques du Dictionnaire *Larousse* (2019) qui définit le *stéréotype* comme « [...] une formule figée et banale ; cliché » (p. 1100) tandis que le *cliché* désigne « [...] une idée trop souvent répétée. Synonyme de *lieu commun* et de *banalité* » (p. 261).

À l'origine, le *cliché* est un mot qui relève du domaine de l'imprimerie (une planche métallique en relief, faite par moulage, nécessaire pour l'impression typographique). Le mot est réutilisé, vers 1860, pour désigner un phototype négatif dans le domaine de la photo. Après 1890, le *cliché* dépasse les limites de la définition lexicographique pour acquérir d'autres dimensions : il devient l'objet d'étude de la psychologie sociale, étant décrit comme une « [...] métaphore photographique et typographique de l'imitation sociale » (Tarde 1979), ce qui lui attribue un rôle linguistique actif dans le social. De « la métaphore typographique » et ensuite « photographique », le *cliché* semble acquérir le sens « d'une phrase toute faite, répétée » dans les livres ou dans la conversation. À présent, le terme *cliché* a un sens péjoratif et devient synonyme de plusieurs notions : *banalité*, *idée reçue*, *lieu commun*, *poncif*, *topos*. Toutes ces notions semblent avoir en commun un seul trait définitoire, mais dépréciatif, c'est-à-dire *la banalité* qui est soulignée par Antoine Albalat ([1899] 1992) et Jules Marouzeau ([1941] 1969) qui l'assimilent à un groupe

de mots qui ajoute des jugements banals. Mais le *cliché* a beaucoup plus de significations que la *banalité*, il vise surtout *l'Altérité*. D'ailleurs, Amossy et Rosen (1982) affirment que :

Seule une culture où le culte de la différence est l'envers d'une égalisation menaçante peut poser à travers le jeu de l'Autre et du Même la notion de cliché. C'est dire que celui-ci est tributaire, non seulement de l'Histoire, mais aussi des différenciations sociopolitiques contemporaines. Sa variabilité est synchronique tout autant que diachronique. Il ne peut en effet s'imposer que dans un espace où les oppositions qui le constituent s'affirment et se perpétuent [...] : le cliché inscrit en lui toutes ces dichotomies, et ne peut s'inscrire en dehors d'elles. (p. 7)

En plus, la sémiotique linguistique considère que le caractère figé du *cliché* lui assure une certaine stabilité. Dans ce sens, Amossy et Herschberg-Pierrot (2007) insistent sur l'idée que le *cliché* se caractérise surtout par son caractère figé et Molino (1997 : 35-56), considère qu'il a comme base « [...] une expression figée qui le rend irréversible » ou, selon Hervé Laroche :

Le cliché fonctionne [...] comme marquage de la qualité d'un texte : parce qu'il est précisément une habitude d'écriture, qu'il a été répété avec suffisamment de constance pour être reconnaissable comme participant d'une expression littéraire, *le cliché joue le rôle d'une étiquette, d'un label* [...]¹. (2001 :181)

Si le *cliché* est synonyme d'*idée reçue*, l'équivalence n'est pas correcte car l'*idée reçue* n'est pas une expression figée ; de plus, elle n'est pas vue dans une acception péjorative ou, selon les mots d'Amossy et Herschberg-Pierrot ([1997] 2007), elle inscrit « [...] des jugements, des croyances, des manières de faire et de dire, dans une formulation qui se présente comme un constat d'évidence et une affirmation catégorique » (p. 24). D'ailleurs, dans son célèbre *Dictionnaire des idées reçues* ([1913] 1997), Flaubert insiste sur le rapport qui existe entre « les idées reçues », « les modèles normatifs » et « l'autorité sociale ».

Si le *cliché* est synonyme de *lieu commun*, il faut faire la distinction entre le *lieu* vu comme « [...] un constat d'évidence au sein de l'opinion publique » et le *cliché* qui représente, selon Amossy et Rosen (1982), « [...] une expression, *un effet de style répété* dans un contexte culturel et surtout dans une situation de communication ou de discours » (*ibid.*), tandis que, pour Rémy de Gourmont ([1900] 1983 : 288), le *cliché* « [...] représente la matérialité de la phrase ».

Si le *cliché* est synonyme de *imitation*, alors il faut faire référence à Amossy et Rosen (1982 : 47) qui affirment que le cliché participe à « [...] une construction artistique qui tend à produire une illusion de réalité » et assure au texte la vraisemblance nécessaire car le rôle du récit est « [...] de reproduire fidèlement le réel » (*ibid.*).

¹ C'est nous qui mettons en italique les mots-clés qui servent à notre analyse.

Après 1960, avec Riffaterre (1970 : 46-60), le *cliché* est analysé selon deux aspects : comme « [...] élément constitutif de l'écriture » d'un auteur et comme effet littéraire, parce que son emploi atteste « [...] la poéticité et l'intertextualité d'un texte ». À leur tour, Amossy et Rosen (1982 : 47) étudient les fonctions du *cliché* et l'analysent comme « [...] un effet produit par le texte ».

Le *cliché* est synchronique dans le sens qu'il apparaît à un moment précis de son histoire, mais il est aussi diachronique, car son emploi est relatif à son évolution dans le temps. Mais, comme le *cliché* vise la littérarité du texte, il peut être intégré « [...] à des structures plus larges, des systèmes de lieux communs, de tropes et de stéréotypes qui contribuent à la production du texte poétique » (Riffaterre, 1979 : 46-60).

Par rapport au *cliché*, le *stéréotype* n'est pas saillant dans une répétition littérale, il doit être premièrement reçu et identifié par le lecteur du texte soumis à l'analyse et ensuite dégagé par sa lecture. Le *stéréotype* a la même origine que le *cliché*, la typographie. Si au XIX^e siècle, le *stéréotype* était lié à l'art de stéréotyper ou définissait l'atelier où l'on imprimait des copies par moulage, à l'aide d'une matrice, par le procédé de la stéréotypie, au XX^e siècle, le *stéréotype* est défini comme une formule figée, une représentation toute faite, des schémas culturels préexistants, projetant dans l'imagination du lecteur des images spécifiques de la réalité :

Saisir un stéréotype, c'est donc par définition se livrer à une opération de réduction en coulant une représentation plus ou moins complexe dans un moule préexistant. C'est aussi l'interpréter en la ramenant au déjà connu, et en la fixant dans un sens préexistant qui fait figure de vérité générale. (Amossy 1984, 17 (1) : 163)

Selon Castillo Durante (1997 : 13), le *stéréotype* est défini comme l'idée « [...] qu'on se fait de l'Autre », se distinguant du *cliché* par sa provenance d'une « représentation reçue », étant « [...] le pseudo-référent auquel se reporte l'unité clichée. ». Le *stéréotype* représente ainsi « un objet social » qui apparaît « [...] la mémoire collective d'un groupe social de manière durable » (Vincent Stohler, 2011). étant relié au « [...] phénomène de la *doxa* (ou opinion publique) » (Amossy 1984 : 30). Par conséquent, le *stéréotype* « [...] schématise, catégorise, simplifie, déforme les images collectives du réel et de l'Autre » (Amossy, Rosen, 1982 : 25), il assure ainsi l'existence de la communauté et l'identité sociale ; il a des traits complets : « [...] le caractère permanent et abstrait, la durabilité, la disponibilité immédiate dans la mémoire collective au sein d'une même culture » (Dufays, 1994 : 10).

Synonyme de *cliché*, *poncif*, *lieu commun* ou *idée reçue*, le *stéréotype* doit être pérenne et répétitif dans un groupe social, ayant une forme condensée, schématique, abstraite (Boucher, 1974 : 44-45). Tenant compte du niveau d'abstraction de leurs composants, les *stéréotypes* sont donc assimilés aux notions suivantes :

- (i) le *cliché*, lorsque « [...] le stéréotype se situe sur un plan proprement linguistique » en reproduisant « une structure syntagmatique ou phrastique » (Amossy, 1984: 33) ;

- (ii) le *poncif*, lorsque « [...] le stéréotype agit sur un plan thématique ou narratif » et reproduit « [...] des thèmes littéraires (décors, personnages, actions, scénarios, schémas) » (*ibid.*) ;
- (iii) le *lieu commun* ou l'*idée reçue* (Amossy, 1984 : 31-32), lorsque « [...] le stéréotype agit sur un plan idéologique (représentations mentales, propositions, valeurs) » (Dufays, 1994 : 77-78).

En littérature, le *stéréotype* peut être utilisé pour exploiter « ses valeurs de signification », ses valeurs « symbolique », « indicielle », « iconique », pour dénoncer « ses valeurs de répétition ». Jean-Louis Dufays ([1994] 2010 : 232) y ajoute d'autres valeurs : le refus ou l'incapacité de l'auteur de choisir entre « [...] les différentes valeurs du stéréotype », la déconstruction volontaire du sens de son texte, l'enrichissement du sens.

Selon les études d'Anne Herschberg-Pierrot (1980), de Laurent Adert (1996), nous pouvons affirmer que, dans l'œuvre de Gustave Flaubert, le *cliché* et le *stéréotype* influencent directement « [...] la composition des personnages (traits physiques, caractériels, axiologiques, etc.) et la composition structurelle du roman » (apud Vincent Stohler, 2011).

Compte tenu de toutes ces différences entre les deux notions analysées, le *cliché* et le *stéréotype*, notre étude sera centrée sur l'analyse du *cliché*, rendu sous la forme de la répétition du chiffre *trois*, observée tout au long du conte flaubertien *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier*². Tous les exégètes de l'œuvre de Gustave Flaubert reconnaissent que ce grand écrivain réaliste n'ajoute rien au hasard, que tout est le résultat d'un grand travail de documentation, de gestation d'idées, de polissage de style. Dans cette perspective, à travers le recueil *Trois contes*, nous pouvons affirmer que Flaubert focalise le chiffre *trois* comme le *cliché* d'une réalité déjà connue : *trois*, le chiffre sacré du monde chrétien (soit la trinité : le Père, le Fils et le Saint-Esprit ; soit les vertus théologiques : la foi, l'espoir et la charité ; soit la résurrection de Jésus-Christ, le troisième jour) (François Fleury, 1986 : 47). De plus, le même recueil comprend, comme le titre l'indique d'ailleurs, *trois contes* : si dans *Hérodias* s'insinue l'image du Père (la décollation d'Iaokanann n'est que l'annonce du royaume de Dieu, le Père), dans *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier* perce l'image du Fils (Julien, embrassant le lépreux, devient Jésus, le Fils) et dans *Un cœur simple* sort en évidence l'image du Saint-Esprit (le perroquet de la servante Félicité se superpose sur l'image du Saint-Esprit). Le conte *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier*, qui fait l'objet de notre analyse, est divisé, lui aussi, en *trois* chapitres (pp. 37-48, pp. 48-57, pp. 57-63).

Dans la deuxième partie, nous analyserons le cliché du chiffre *trois*, observé comme *étiquette du profane et des prédictions/malédiction, du péché et de la rédemption accordée par Jésus-Christ*³; finalement, notre analyse portera sur le cliché comme *effet de style* à l'aide de la célèbre phrase ternaire flaubertienne, tenant compte du fait qu'Amossy et Rosen (1982 : 47) affirment que le cliché participe à

² Car le Dictionnaire Larousse (2019 : 261) désigne par le cliché « [...] une idée trop souvent répétée » (c'est nous qui soulignons).

³ Hervé Laroche (2001 : 181) le définit comme : « [...] une étiquette [...] un label³ [...] »

« [...] une construction artistique qui tend à produire *une illusion de réalité* » et l'annoncent comme « [...] une expression, *un effet de style répété dans un contexte culturel et surtout dans une situation de communication ou de discours* ».

2. La Légende de Saint Julien l'Hospitalier et le cliché flaubertien

Publiée en 1877, *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier* est le deuxième conte du recueil *Trois Contes* de Gustave Flaubert où apparaît le thème de la *Sainte Trinité*. Après une documentation de longue durée (*La Légende dorée* de Jacques de Voragine, *Le Speculum*, histoire de Vincent de Beauvais et le vitrail de la cathédrale de Rouen (Laffont, 1990 : 1641) et une rédaction minutieuse (« Je lis des bouquins sur la vie domestique du Moyen Age et la vénerie. Je trouve des détails superbes, et neufs. » (Flaubert, 1994 : 24, *Lettre* du 1^{er} juin 1856), Flaubert recrée dans ce conte l'histoire de la vie d'un prince, tombé dans la tentation de la cruauté, devenu ensuite saint par sa pénitence acceptée par notre Seigneur.

Même si Flaubert respecte le schéma de Voragine (« la prédiction du cerf », « le mariage de Julien », « le parricide », « la pénitence », « la fondation d'un hôpital recevant les pauvres », « la pénitence acceptée par *le Seigneur* ») (apud Somayeh Dehghân Fârsi), son conte est bien loin d'être une copie, une simple imitation car le solitaire de Croisset aime fouiller dans les informations reçues et rédiger une œuvre propre et unique. L'écrivain médiéval ne veut pas créer une œuvre littéraire, il ne fait que raconter l'histoire de la vie du saint et mettre sur le premier plan la pénitence de Julien et son acceptation par la divinité ; Flaubert, de son côté, insiste surtout sur l'analyse psychologique du meurtre. Dans le conte flaubertien *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier*, les parents de Julien, depuis la naissance de leur fils, sont tous les deux mis en garde, mais séparément, par deux prédictions : celle du vieillard qui prédit à la mère une vie de saint pour son fils et celle d'un bohème qui parle du sang et de la gloire au père. Julien est éduqué, selon le modèle médiéval du temps, par son père dans le respect des prouesses guerrières et, par sa mère, dans le respect des règles de l'église, mais Julien aime le plus la chasse car il a découvert la volupté de tuer. Tuant les animaux par plaisir, il prépare la mort lente de son propre cœur. La rencontre avec le cerf, la biche et le petit faon représente le début d'un long chemin vers la deuxième chance que la divinité lui accorde de racheter ses péchés.

2.1. Le chiffre trois comme cliché, étiquette du profane et des prédictions/malédiction

Dans l'économie du conte flaubertien *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier*⁴, le cliché, sous la forme d'une étiquette, marque premièrement *le profane*, dans le sens de naturel, d'habituel, où le chiffre *trois* trouve pleinement son emploi.

La narration commence par la présentation d'un cadre habituel pour un conte : *un royaume, un château* qui a *trois* enceintes : les « douves » (p. 37), ensuite « une seconde enceinte faite de pieux » (*ibid.*), finalement « une forte haie d'épines » (*ibid.*)

⁴ Toutes les citations renvoient à Gustave Flaubert, (1876), *Trois contes*, in [http:// bisrepetitaplace.free.fr/](http://bisrepetitaplace.free.fr/).

et une famille heureuse qui prie Dieu pour avoir des enfants : c'est la famille de Julien. Le père, grand et honnête seigneur, « [...] se promenait dans sa maison, rendait la justice à ses vassaux, apaisait les querelles de ses voisins. » (p. 38) et la mère était « [...] une demoiselle de haut lignage » (*ibid.*), « [...] très blanche, un peu fière et sérieuse. Les cornes de son hennin frôlaient le linteau des portes, la queue de sa robe de drap traînait de trois pas derrière elle. » (*ibid.*).

Vient ensuite la naissance de l'enfant Julien, suivie d'un grand repas « [...] qui dura trois jours et quatre nuits dans l'illumination des flambeaux, au son des harpes, sur des jonchées de feuillages. » (*ibid.*), tandis que Julien, « [...] bien serré dans ses linges, la mine rose et les yeux bleus, avec son manteau de brocart et son béguin chargé de perles, [...] ressemblait à un petit Jésus. » (pp. 39-40), est bercé par « trois nourrices » (p. 39). Son éducation commence par l'apprentissage de la vénerie, de la chasse, mais il aime chasser tout seul « [...] loin du monde, avec son cheval et son faucon » (p. 43) même si « trois écuyers, dès l'aube, l'attendaient » (*ibid.*).

Tombé malade, après la nuit du carnage et la malédiction du cerf (car il tue un cerf, une biche et leur faon), il est veillé par sa mère qui « [...] pria au chevet de son lit » « [...] durant trois mois », et par son père, qui en gémissant « [...] marchait continuellement dans les couloirs. » (p. 47). Il renonce à son désir de chasser. Le don de son père, « une grande épée sarrasine » (*ibid.*), augmente de plus cette sensation car, tombant d'une panoplie, il a la sensation d'avoir tué son propre père. Il décide de quitter définitivement le château lorsqu'il confond une cigogne avec l'habit de sa mère :

- (1) Un soir d'été, à l'heure où la brume rend les choses indistinctes, étant sous la treille du jardin, il aperçut tout au fond deux ailes blanches qui voletaient à la hauteur de l'espalier. Il ne douta pas que ce ne fût une cigogne ; et il lança son javelot. Un cri déchirant partit. C'était sa mère, dont le bonnet à longues barbes restait cloué contre le mur. (pp. 47-48)

Quittant le foyer paternel pour fuir la malédiction du cerf, Julien guerroye, s'engage dans des combats singuliers, protège les enfants, les vieillards et les pauvres, aide les princes et les rois en vue de reconquérir leurs royaumes. Le roi d'Occitanie en est un qui le remercie de revenir sur son trône lui offrant successivement trois choses, avant de songer à la main de sa fille : « beaucoup d'argent » (p. 49) dans des corbeilles, « les trois quarts de ses richesses » (*ibid.*), le partage de « son royaume » (*ibid.*). Le mariage se déroule sous les meilleurs auspices : amour, opulence, paix. La femme de Julien « [...] tirait des airs d'une mandoline à trois cordes » (p. 51), tandis que lui, il se contente de refuser toutes les invitations des voisins de participer à des chasses car il veut ainsi tromper le destin. Mais un soir, il ne peut pas résister à la tentation de la chasse ; après une course folle à la rencontre de la proie, encerclé par des animaux sauvages comme tentation suprême, il observe « à trois pas d'intervalle, des perdrix rouges » (p. 55) ; tout n'est qu'une grande illusion. Il gravit ensuite « les trois terrasses » (*ibid.*) pour revenir chez soi.

Le troisième *Chapitre* du conte flaubertien prépare la relation de Julien, coupable de la mort de ses parents, avec le sacré, à l'aide d'un objet, habituel quand même, mais plein de significations : la lanterne ; présente en trois hypostases dans

la rencontre avec le lépreux, la lanterne est vue comme un pont virtuel, tendu par-dessus le monde par le grand Seigneur, venu lui accorder la rédemption⁵ :

- (2) Ayant allumé *sa lanterne*, il sortit de la cahute. (p. 61)
- (3) En approchant de lui *la lanterne*, Julien s'aperçut qu'une lèpre hideuse le recouvrait ; cependant, il avait dans son attitude comme une majesté de roi. (*ibid.*)
- (4) La petite *lanterne* brillait devant lui. Des oiseaux, en voletant, la cachaient par intervalles. Mais toujours il apercevait les prunelles du lépreux qui se tenait debout à l'arrière, immobile comme une colonne. (*ibid.*).

Si le profane suit de près les moments journaliers de l'existence de Julien, le sacré, toujours sous l'empire du chiffre *trois*, tourne vers les *deux prédictions* et une *malédiction*.

Les prédictions, faites aux parents, vont influencer leur vie et celle de Julien : un vieillard « [...] en froc de bure, avec un chapelet au côté, une besace sur l'épaule, toute l'apparence d'un ermite [...] s'approcha de son chevet » (p. 39) dit à la mère : « Réjouis-toi, ô mère ! Ton fils sera un saint » (*ibid.*) et un Bohême

- (5) [...] à barbe tressée, avec des anneaux d'argent aux deux bras et les prunelles flamboyantes » dit au père : 'Ah ! ah ! ton fils !... *beaucoup de sang !... beaucoup de gloire !... toujours heureux !* la famille d'un empereur.' Et, se baissant pour ramasser son aumône, il se perdit dans l'herbe, s'évanouit. (p. 39).

À côté des *prédictions*, il y a la *malédiction* : le blasphème du cerf, la nuit du carnage créé à cause de la course farouche de Julien. La soif de tuer s'empare de lui, mais il se vit arrêter par ce blasphème du cerf : « Un jour, cœur féroce, tu assassineras ton père et ta mère ! » (p. 46), symbole d'une déité capable de lui rappeler le fait que le parcours de sa vie doit changer. Rentré chez soi, pour la première fois dans sa vie, Julien ne peut pas dormir, il a des remords ; le chiffre *trois* est toujours présent :

- (6) La nuit, il ne dort pas. Sous le vacillement de la lampe suspendue, il revoyait toujours le grand cerf noir. Sa prédiction l'obsédait ; il se débattait contre elle. 'Non ! non ! non ! je ne peux pas les tuer !' puis il songeait : 'Si je le voulais, pourtant ?...' et il avait peur que le Diable ne lui en inspirât l'envie. (p. 47)

2.2. Le chiffre *trois* comme cliché, étiquette du péché et de la rédemption accordée par Dieu

Le cliché comme étiquette du péché se trouve lui-aussi dans le conte de Flaubert sous le signe du *trois* : la mort de la souris, celle du cerf et celle des parents.

Julien est tenté par le crime dès son âge le plus jeune, il commet le premier péché même dans l'église, en tuant, tout serein, « une petite souris blanche » :

⁵ C'est nous qui mettons en italique, dans les exemples, les mots que nous voulons souligner.

- (7) Un jour, pendant la messe, il aperçut, en relevant la tête ; une petite souris blanche qui sortait d'un trou, dans la muraille. Elle trottina sur la première marche de l'autel, et, après deux ou *trois* tours de droite et de gauche, s'enfuit du même côté. Le dimanche suivant, l'idée qu'il pourrait la revoir le troubla. Elle revint ; et chaque dimanche il l'attendait, en était importuné, fut pris de haine contre elle, et résolut de s'en débarrasser. [...] Au bout de très longtemps un museau rose parut, puis la souris tout entière. Il frappa un coup léger, et demeura stupéfait devant ce petit corps qui ne bougeait plus. Une goutte de sang tachait la dalle. Il l'essuya bien vite avec sa manche, jeta la souris dehors, et n'en dit rien à personne. (p. 41)

Il se réjouit de toutes sortes de malices, se remplissant « [...] d'une volupté sauvage et tumultueuse » (*ibid.*) en tuant des oisillons, des bestioles, un gros pigeon « [...] qui se rengorgeait au soleil » (*ibid.*). Il se laisse pris dans la magie de la chasse, dans l'ivresse de tuer :

- (8) [...] il rentrait au milieu de la nuit, couvert de sang et de boue, avec des épines dans les cheveux et sentant l'odeur des bêtes farouches. Il devint comme elles. (p. 43)
- (9) *Trois* heures après, il se trouva sur la pointe d'une montagne tellement haute que le ciel semblait presque noir. (p. 44)

Le carnage le remplit de plaisir, de sensations uniques, singulières mais, dans sa course folle, il aperçoit « [...] de l'autre côté du vallon, sur le bord de la forêt [...] » « *un cerf, une biche et son faon* » (p. 46), *trois* animaux qui vont changer pour toujours son destin, par leur mort. *Le cerf*,

- (10) [...] les yeux flamboyants, solennel comme un patriarche et comme un justicier, pendant qu'une cloche au loin tintait, [...] répéta *trois* fois : '*Maudit ! maudit ! maudit !*' Un jour, cœur féroce, tu assassineras ton père et ta mère ! Il plia les genoux, ferma doucement ses paupières, et mourut. (*ibid.*)

Et la malédiction du cerf s'accomplit : il tue ses parents même dans son propre palais où sa femme les a abrités, le dimanche de sa course abominable pendant laquelle il a tué de nombreux animaux :

- (11) Éclatant d'une colère démesurée, il bondit sur eux à coups de poignard ; et il trépidait, écumait, avec des hurlements de bête fauve. Puis il s'arrêta. Les morts, percés au cœur, n'avaient pas même bougé. [...] Son père et sa mère étaient devant lui, étendus sur le dos avec un trou dans la poitrine ; et leurs visages, d'une majestueuse douceur, avaient l'air de garder comme un secret éternel. Des éclaboussures et des flaques de sang s'épalaient au milieu de leur peau blanche, sur les draps du lit, par terre, le long d'un christ d'ivoire suspendu dans l'alcôve. Le reflet écarlate du vitrail, alors frappé par le soleil, éclairait ces taches rouges, et en jetait de plus nombreuses dans tout l'appartement. (p. 56)

Même les funérailles ordonnées par Julien respectent la règle du chiffre *trois* :

- (12) Les funérailles seraient faites selon les instructions qu'il avait laissées par écrit, sur un prie-Dieu, dans la chambre des morts. [...] on enterra les morts avec magnificence, dans l'église d'un monastère à *trois* journées du château. (p. 57)

Le mot « pauvre », répété *trois fois* par Julien : « *Ah ! pauvre père ! pauvre mère ! pauvre mère !* » (p. 60), après la mort de ses parents, marque le début de sa transformation, il commence maintenant à monter la colline de sa rédemption, tout comme Jésus-Christ.

Le cliché comme étiquette *de la rédemption accordée par Jésus-Christ* est guidé aussi par le chiffre *trois*. D'ailleurs, la rédemption commence lorsque Julien quitte le palais paternel, vu le fait que son instinct criminel se manifeste sous la forme d'une tentative de tuer ses parents, et il essaie de couper court à son désir de chasser. Pour lui, la chasse n'est plus une variante de passer son temps libre, mais un désir charnel qui s'empare de lui dès qu'il sent l'épée à la main.

Le chemin vers la transformation définitive continue avec le départ de Julien de son propre palais, après avoir tué ses parents, et finit par le départ définitif de Julien pour le royaume céleste après avoir obtenu la rédemption de la part de Jésus-Christ.

Après la mort de ses parents, Julien se cache dans les lieux les plus déserts du monde, il refuse la compagnie des hommes tout comme les hommes s'effraient lorsqu'ils le rencontrent. Portant le poids du meurtre commis, il s'arrête dans « une cahute » sur le bord d'un fleuve où il possède « *trois coupes d'argile* » (*ibid.*) ; il emploie son existence au service des autres, content finalement de faire du bien.

La rencontre avec le lépreux, qui l'appelle *trois fois* comme pour équilibrer ses triples péchés, est la dernière étape de sa vie :

- (13) Une nuit qu'il dormait, *il crut entendre quelqu'un l'appeler*. Il tendit l'oreille et ne distingua que le mugissement des flots. Mais la même voix reprit : '*Julien !*' (p. 60)
- (14) *Une troisième fois* on appela : '*Julien !*' Et cette voix haute avait l'intonation d'une cloche d'église. (p. 61)

Tout est sous l'empire du *trois* : *les parties du corps du lépreux* : « [...] ses épaules, sa poitrine, ses bras maigres disparaissaient sous des plaques de pustules écailleuses » (p. 62), *les objets de la cahute* de Julien, le soir de l'arrivée du lépreux : « [...] la table, l'écuelle et le manche du couteau portaient les mêmes taches que l'on voyait sur son corps » (*ibid.*), même *les demandes* du lépreux :

- (15) '*J'ai faim !*' dit-il. Julien lui donna ce qu'il possédait, un vieux quartier de lard et les croûtes d'un pain noir. (*ibid.*)
- (16) Ensuite, il dit : '*J'ai soif !*' Julien alla chercher sa cruche ; et, comme il la prenait, il en sortit un arôme qui dilata son cœur et ses narines. C'était du vin ; quelle trouvaille ! mais le lépreux avança le bras et d'un trait vida toute la cruche. Puis il dit : '*J'ai froid !*' » (*ibid.*)
- (17) *C'est comme de la glace dans mes os ! Viens près de moi !*' Et Julien, écartant la toile, se coucha sur les feuilles mortes, près de lui, côte à côte.
Le lépreux tourna la tête.

'Déshabille-toi, pour que j'aie la chaleur de ton corps !' Julien ôta ses vêtements ; puis, nu comme au jour de sa naissance, se replaça dans le lit ; et il sentait contre sa cuisse la peau du lépreux, plus froide qu'un serpent et rude comme une lime. Il tâchait de l'encourager ; et l'autre répondait, en haletant : *'Ah ! je vais mourir ! ... Rapproche-toi, réchauffe-moi ! Pas avec les mains ! non ! toute ta personne.'* Julien s'étala dessus complètement, bouche contre bouche, poitrine sur poitrine. » (pp. 62-63)

Julien change, il n'est plus ni l'enfant d'une famille riche, ni le mari d'une fille de roi, ses péchés sont pardonnés. Il connaît finalement la renaissance comme joie surhumaine, comme extase mystique ; il connaît la sainteté, comme transformation et communion avec Jésus ; le chiffre *trois* a bien rempli son rôle : « Et Julien monta vers les espaces bleus, face à face avec notre Seigneur Jésus, qui l'emportait dans le ciel » (p. 63).

2.3. La phrase ternaire-un vrai cliché flaubertien

Si nous faisons une seconde lecture du livre *Gustave Flaubert* de Thibaudet (1982), la présence de la phrase ternaire flaubertienne appelée « phrase-type du maître » (p. 266) est évidente dans le conte *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier*, de même que dans toute la création du grand réaliste français. À notre avis, il s'agit d'un cliché à l'aide duquel Flaubert renforce sa technique de « myope », complète « les affres » de son style impeccable car, tenant compte des observations d'Amossy et Rosen (1982 : 47), *le cliché est « [...] un effet produit par le texte »* ou, selon Amossy (1991 : 33), « *le cliché désigne un fait de style.* »

Cette phrase réunit des noms ou des verbes et leurs déterminants ou des phrases coordonnées qui produisent des effets sur le déroulement de l'histoire, sur la vie et le devenir de Julien, comme pécheur damné ou comme pécheur auquel la divinité accorde la résurrection.

Si Flaubert accumule *trois noms*, c'est pour insister sur la description d'une situation, d'un personnage, d'un événement :

- (18) Alors il y eut de grandes réjouissances, et un repas qui dura trois jours et quatre nuits, dans *l'illumination* des flambeaux, *au son* des harpes, *sur des jonchées* de feuillages. (p. 38)
- (19) *Sa couchette* était rembourrée du plus fin duvet ; *une lampe* en forme de colombe brûlait dessus, continuellement ; *trois nourrices* le berçaient. (p. 39)
- (20) Il resta, pendant la messe, *à plat ventre* au milieu du portail, *les bras en croix*, et *le front* dans la poussière. (p. 57)
- (21) [...] et *ses épaules*, *sa poitrine*, *ses bras* maigres disparaissaient sous des plaques de pustules écailleuses. (p. 62)

pour mettre en évidence le cadre de l'action :

- (22) Tout à coup, derrière son dos, bondit une plus noire, *un sanglier*. [...] Puis, étant sorti du bois, il aperçut *un loup* qui le long d'une haie. [...] Une heure après, il

- rencontra dans un ravin *un taureau* furieux, les cornes en avant, et qui grattait sable avec son pied. (pp. 53-54)
- (23) Mais *l'air* bestial des figures, *le tapage* des métiers, *l'indifférence* des propos glaçaient son cœur. (p. 58)
- (24) Mais *le vent* apportait à son oreille comme des râles d'agonie ; *les larmes* de la rosée tombant par terre lui rappelaient d'autres gouttes d'un poids plus lourd. *Le soleil*, tous les soirs, étalait du sang dans les nuages (*ibid.*).
- (25) *La grêle* cinglait ses mains, *la pluie* coulait dans son dos, *la violence* de l'air l'étouffait... (p. 61)

pour énumérer une suite d'éléments :

- (26) Un vieux moine très savant lui enseigna *l'Écriture sainte*, *la numération des Arabes*, *les lettres latines*. (p. 40)
- (27) Tout en buvant, ils se rappelaient *leurs guerres*, *les assauts* des forteresses avec le battement des machines et *les prodigieuses blessures*. (*ibid.*)
- (28) *Des esclaves* en fuite, *des manants* révoltés, *des bâtards* sans fortune, toutes sortes d'intrépides affluèrent sous son drapeau, et il se composa une armée. (p. 48)
- (29) Il combattit *des Scandinaves* recouverts d'écailles de poisson, *des Nègres* munis de rondaches en cuir d'hippopotame et, montés sur des ânes rouges, *des Indiens* couleur d'or et brandissant par-dessus leurs diadèmes de larges sabres, plus clairs que des miroirs. (p. 49)

Si la phrase regorge de *trois verbes*, c'est parce que Flaubert focalise le dynamisme de l'action, sa description mouvementée, comme dans une séquence filmique. Le visuel épouse l'auditif et l'odorat dans des phrases qui assurent la sensation de réalité :

- (30) Toujours enveloppé d'une pelisse de renard, *il se promenait* dans sa maison, *rendait la justice* à ses vassaux, *apaisait les querelles* de ses voisins. (p. 38)
- (31) [...] chaque matin *elle distribuait* la besogne à ses servantes, *surveillait* les confitures et les onguents, *filait* à la quenouille ou *brodait* des nappes d'autel. (*ibid.*)
- (32) Il aimait, en sonnant de la trompe, à suivre ses chiens qui *couraient* sur le versant des collines, *sautaient* les ruisseaux, *remontaient* vers le bois. (p. 43)
- (33) [...] il rentrait au milieu de la nuit, *couvert de sang et de boue*, avec *des épines* dans les cheveux et *sentant l'odeur* des bêtes farouches. (pp. 43-44)
- (34) Le vent *tanna* sa peau. Ses membres *se durcirent* par le contact des armures ; et comme il était très fort, courageux, tempérant, avisé, *il obtint* sans peine le commandement d'une compagnie. (p. 48)
- (35) À la fin du jour, il se présenta devant sa femme ; et, d'une voix différente de la sienne, il lui commanda premièrement de *ne pas lui répondre*, de *ne pas l'approcher*, de *ne plus même le regarder*, et qu'elle eût à suivre, sous peine de damnation, tous ses ordres qui étaient irrévocables ! (p. 57)
- (36) *Il tendait sa main* aux cavaliers sur les routes, avec des génuflexions *s'approchait* des moissonneurs, ou *restait immobile* devant la barrière des cours... (pp. 57-58)
- (37) Dans les villages où il avait déjà passé, sitôt qu'il était reconnu, *on fermait* les portes, *on lui criait* des menaces, *on lui jetait* des pierres. (p. 58)

Mais Flaubert devient de plus en plus rigoureux en ce qui concerne la présence du chiffre *trois* dans le déroulement de son conte *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier*. D'ailleurs, c'est son cliché le plus cher et le plus usité dans toute sa production romanesque. Il pousse la construction ternaire de sa phrase à des non-limites : pourquoi ne pas avoir le chiffre trois fois deux ou même fois trois. Et il multiplie les noms ou les verbes et leurs déterminants, dans la variante *deux fois trois* :

- (38) Il allait à l'ardeur du soleil, sous la pluie, par la tempête, buvait l'eau des sources dans sa main, mangeait en trottant des pommes sauvages (p. 43).
- (39) Son cheval était perdu ; ses chiens l'avaient abandonné ; la solitude qui l'enveloppait lui sembla toute menaçante de périls indéfinis. Alors, poussé par un effroi, il prit sa course à travers la campagne, choisit au hasard un sentier, et se trouva presque immédiatement à la porte du château. (p. 46)
- (40) Enfin le vieux moine, au nom de Dieu, de l'honneur et des ancêtres, lui commanda de reprendre ses exercices de gentilhomme. Les écuyers, tous les jours, s'amusaient au maniement de la javeline. Julien y excella bien vite. Il envoyait la sienne dans le goulot des bouteilles, cassait les dents des girouettes, frappait à cent pas les clous des portes. (p. 47)
- (41) Julien accourut à son aide, détruisit l'armée des infidèles, assiégea la ville, tua le calife, coupa sa tête, et la jeta comme une boule par-dessus les remparts. (p. 49)
- (42) Les hyènes marchaient devant lui, le loup et le sanglier par derrière. Le taureau, à sa droite, balançait la tête ; et, à sa gauche, le serpent ondulait dans les herbes, tandis que la panthère, bombant son dos, avançait à pas de velours et à grandes enjambées. (p. 55)
- (43) Il contemplait avec des élancements d'amour les poulains dans les herbages, les oiseaux dans leurs nids, les insectes sur les fleurs ; tous, à son approche, couraient plus loin, se cachaient effarés, s'envolaient bien vite (p. 58).
- (44) Une petite table, un escabeau, un lit de feuilles mortes et trois coupes d'argile, voilà tout ce qu'était son mobilier. (p. 60)

ou *trois fois trois* :

- (45) Le lépreux gémissait. Les coins de sa bouche découvraient ses dents, un râle accéléré lui secouait la poitrine, et son ventre, à chacune de ses aspirations, se creusait jusqu'aux vertèbres. (p. 62)

Conclusions

À la fin de notre analyse, on peut constater que le cliché flaubertien dans *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier* se présente sous la forme de la répétition du chiffre trois, comme étiquette du profane et des prédictions/malédiction qui bouleversent la vie de Julien dans sa course pour connaître l'ivresse de la chasse. Il se manifeste aussi comme étiquette du péché (la mort de la souris, la mort du cerf et la mort des parents) et comme étiquette de la rédemption accordée par Dieu (Julien quitte le palais paternel à cause de son instinct criminel, Julien quitte son propre palais, après avoir tué ses parents, et finalement, Julien quitte le monde des mortels pour le royaume céleste après avoir obtenu la rédemption de la part de Jésus-Christ). Le sacré, toujours sous l'empire du chiffre trois, tourne vers les deux prédictions et une malédiction qui changent le destin des personnages et modifient le cours des événements.

La phrase ternaire flaubertienne reprend les fonctions d'un véritable cliché à l'aide duquel Flaubert renforce sa technique de « myope » et complète « les affres » de son style impeccable. L'accumulation de trois *noms* suggère une description ample d'une situation, d'un personnage, d'un événement, met en évidence le cadre de l'action ou fait une énumération. L'accumulation de *trois verbes* insiste sur le dynamisme de l'action rendue comme séquence filmique dans des phrases qui assurent la sensation de réalité. Mais Flaubert pousse à l'extrême son cliché sous la forme du chiffre *trois* dans le déroulement de son conte car il multiplie les noms et les verbes et leurs déterminants, dans les variantes *deux fois trois* et *trois fois trois*. Et, pour mieux compléter et soutenir nos conclusions, on ajoute que Flaubert crée une trilogie, *Trois contes*, et qu'il y parle surtout de la *Sainte Trinité*.

Bibliographie

- Adert, Laurent (1996). *Les mots des autres, Flaubert, Sarraute, Pinget*, Presses Universitaires du Septentrion.
- Albat, Antoine ([1899] 1992). *L'Art d'écrire : enseigné en vingt leçons*, Paris, Colin.
- Amossy, Ruth (2012). *L'argumentation dans le discours*, Paris, Armand Colin.
- Amossy, Ruth (2001). « 'D'une culture à l'autre' : réflexion sur la transposition des clichés et des stéréotypes », dans *Palimpsestes*, n° 13/2001.
- Amossy, Ruth (1991). *Les idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan.
- Amossy, Ruth (1989). « La notion de stéréotype dans sa réflexion contemporaine », dans *Littérature* 73.
- Amossy, Ruth (1984). « Stéréotypie et valeur mythique : des aventures d'une métamorphose », dans *Études littéraires*, 17, (1), avril 1984 : 161-180.
- Amossy, Ruth/Rosen, Elisheva (1982). *Les discours du cliché*, Paris, Sedes.
- Amossy, Ruth/Herschberg Pierrot, Anne ([1997] 2007). *Stéréotypes et clichés, « Langue, discours, société »*, Paris, Armand Colin.
- Barthes, Roland (1970). *L'empire des signes*, Paris/Genève, Flammarion/Skira, coll. « Les sentiers de la création ».
- Barthes, Roland (1978). *Leçon*, Paris, Éditions du Seuil.
- Boucher, Claude (1974). *Lautréamont. Du lieu commun à la parodie*, Paris, Larousse, « Thème et texte » : 44-45.
- Castillo Durante, Daniel (1994). *Du stéréotype à la littérature*, Montréal, XYZ éd.
- Castillo Durante, Daniel (1997). « Les enjeux de l'altérité et la littérature », dans *La Littérature et le dialogue interculturel*, sous la direction de Françoise Tétu de Labsade, Québec, Les Presses de l'Université, Laval, 13.
- Castillo Durante, Daniel/Delorme, Julie/Labrosse, Claudia (2009). *Corps en marge: représentation, stéréotype et subversion dans la littérature francophone contemporaine*, Ottawa, Éditions l'Interligne.
- Dictionnaire Larousse* (2019). éd. Le petit Larousse illustré.
- Dufays, Jean-Louis (1994), *Stéréotype et lecture*, Liège : Pierre Mardaga éd.
- Dufays, Jean-Louis ([1994] 2010). *Stéréotype et lecture. Essai sur la réception littéraire*, Berne, Peter Lang, coll. « ThéoCrit ».

- Flaubert, Gustave ([1913] 1997). *Le Dictionnaire des idées reçues*, Paris, Le Livre de Poche.
- Flaubert, Gustave, (1994). *Gustave Flaubert-Trois contes*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Fleury, François (1986). « Le nombre trois dans la *Légende de saint Julien l'Hospitalier* », in *Les Amis de Flaubert*, année 1986, Bulletin n° 68 : 47 (http://www.amis-flaubert-maupassant.fr/article-bulletins/068_047/ (dernière consultation le 10 juin 2021)).
- Goulet, Alain (dir.) (1994). *Le Stéréotype. Crise et transformations*, Caen, Presses de l'Université de Caen.
- Gourmont, Rémy de ([1900] 1983). *La Culture des idées*, Paris, Société du « Mercure de France », 288.
- Herschberg-Pierrot, Anne (1980). *Le Dictionnaire des idées reçues*, Presses Universitaires de Lille.
- Jenny, Laurent (1972). « Structures et fonctions du cliché », in *Poétique*, n° 12.
- Laffont, Robert (1990). *Dictionnaire des Œuvres*, tome IV, Paris, Bouquins, 1641.
- Laroche, Hervé (2001). *Dictionnaire des clichés littéraires*, Paris. Arléa, coll. « Arléa-Poche ».
- Mathis, Gilles (dir.) (1997). *Le cliché*, Toulouse. Presses universitaires de Mirail.
- Marouzeau, Jules ([1941] 1969). *Précis de stylistique française*, Paris, Masson.
- Molino, Jean (1997). « La culture du cliché : Archéologie critique d'une notion problématique », dans *Le cliché*, sous la direction de Gilles Mathis, Toulouse, Presses universitaires de Mirail, 1997 [Actes du colloque d'Aix-en-Provence, janvier 1996] : 35-56.
- Perrin-Naffakh, Anne-Marie (1985). *Le cliché de style en français moderne*, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux.
- Riffaterre, Michael (1970). « Fonction du cliché dans la prose littéraire », dans *Essais de stylistique structurale*, présentation et traductions de Daniel Delas, Paris, Flammarion.
- Riffaterre, Michael (1979). *La production du texte*, Paris, Seuil.
- Somayeh Dehghân, Fârsi. « La magie flaubertienne : De la *Légende dorée* de Voragine à *La Légende de Saint Julien l'Hospitalier* », en ligne : <http://www.teheran.ir/spip.php?article1468#gsc.tab=0> (dernière consultation le 22 juin 2021).
- Stohler, Vincent (2011). « Du type au stéréotype : analyse des modalités d'insertion des stéréotypes des physiologies dans *Bouvard et Pécuchet* », dans *Cahiers de Narratologie* [En ligne], 17|2009, mis en ligne le 05 janvier 2011, URL : <http://journals.openedition.org/narratologie/1184> (dernière consultation le 22 juin 2021).
- Tarde, Gabriel de ([1890] 1979). *Les Lois de l'imitation sociale*, Genève, Ratkine Reprints.
- Thibaudet, Albert (1982). *Gustave Flaubert*, Paris, Éd. Gallimard.

Corpus

- Flaubert, Gustave (1876), *Trois contes*, en ligne : <http://bisrepetitaplacent.free.fr/> (dernière consultation le 20 septembre 2021).

LES CROYANCES DANS LA LITTÉRATURE AFRICAINNE : ENTRE STÉRÉOTYPES ET PRÉJUGÉS. LE CAS DE *LES TRIBUS DE CAPITOLINE*

Nana Toumeni Julior MERLIN
Université de Dschang-Cameroun
(Sciences du Langage, littératures et cultures)
merlinnana87@gmail.com

Résumé

S'appuyant sur l'approche postcoloniale, cet article a pour objectif d'étudier les croyances dans *Les tribus de Capitoline* (2016) de l'écrivain camerounais P. C. Ombété-Bella où elles se manifestent sous la forme des stéréotypes, clichés et préjugés au travers desquels les personnages sont représentés. Il s'en dégage l'image d'une société camerounaise confrontée au tribalisme, au repli identitaire et à la désintégration. La réflexion se termine par des propositions en vue d'un vivre ensemble harmonieux entre les Africains en général et les Camerounais de différentes tribus en particulier.

Abstract

BELIEVES IN *LES TRIBUS DE CAPITOLINE*

Based on the postcolonial theory, this article has as objective to study believes in *Les Tribus de Capitoline* (2016) of the Cameroonian writer P.C. Ombété- Bella where these believes appear under the forms of stereotypes, clichés and prejudgments that lead the representation of the characters. It enhances the image of a Cameroonian society confronted to tribalism, redraw himself and to the disintegration. This reflection ends with proposals of solutions for a harmonious living-together between Africans in general and the different Cameroonians tribes in particular.

Mots-clés : *Littérature africaine, croyance, préjugé, stéréotype, tribalisme.*

Keywords: *African literature, believe, prejudgment, stereotype, tribalism.*

Introduction

La littérature africaine en général et camerounaise en particulier est le lieu de manifestation de nombreuses croyances et représentations qui reflètent l'état d'esprit des Africains vivant dans un contexte de pauvreté, chômage et guerres

tribales. Ces croyances méritent d'être étudiées afin de porter « témoignage des forces inégales de représentation culturelle impliquées dans la lutte pour l'autorité politique et sociale au sein de l'ordre mondial moderne (Bhabha, 1994 : 267). L'étude prend appui sur *Les tribus de Capitoline* du romancier camerounais P.-C. Ombété-Bella où les stéréotypes et préjugés participent à la construction d'un ensemble de croyances et de perceptions mal fondées sur un individu ou un groupe, voire une tribu. Étant donné, comme l'affirment Delouvé et Légal (2015 : 16), que « les stéréotypes sont des connaissances socialement partagées et largement diffusées par diverses sources (e.g. médias, parents, amis) », ils fondent les préjugés qui structurent durablement les pensées intimes ou convictions plus ou moins erronées des personnages. D'où la question principale que nous nous posons, celle de savoir sous quelles formes les croyances se retrouvent-elles dans le discours littéraire, quels enjeux revêt leur présence dans la société multiculturelle du texte. Le postcolonialisme, comme théorie et méthode suivant la perspective de Homi Bhabha et de Bardoph, nous permet de déboucher sur la conclusion selon laquelle certaines croyances que nous offrent *Les tribus de Capitoline* sont mal fondées et mènent à la perte du croyant et à la désintégration de son environnement social tandis que d'autres, positives, contribuent à une vie harmonieuse au sein de la société.

1. Les croyances erronées sur les tribus de la société du texte

La croyance est une opinion considérée comme vraie par un individu. Mais elle ne fait pas nécessairement l'objet d'un consensus. Ceci revient à dire qu'elle est plus souvent fondée sur des faits qui ne sont pas vérifiés et qui, par conséquent, ne sont pas confirmés. Par ailleurs, la croyance désigne différentes réalités psychologiques et même des pratiques culturelles et/ou religieuses. D'où les malentendus fréquents autour des significations (Vassilis Saroglou, 2014 : 4). L'histoire que relate P.-C. Ombété-Bella se déroule bel et bien au Cameroun, principalement dans les villes de Douala et de Yaoundé. Elle met en exergue des ethnies qui ne partagent pas les mêmes visions du monde bien que vivant sur un même territoire géographique. La diversité étant perçue ici comme un inconvénient et non plus comme un atout ni encore un facteur de paix comme l'a affirmé Méli Méli Vivien. (Méli Méli, 2011 : 114). En effet, la réaction des personnages des différentes aires culturelles que nous présente l'auteur de notre corpus, nous montre que ceux-ci adhèrent à des thèses, à des mythes, voire à des idéologies variables. Le discours de l'auteur sur le comportement de Salomé Petnga, mère de Capitoline, illustre une position ferme et une opinion erronée sur le mariage exogamique puisque, pour elle, « une fille ne devrait pas se marier en dehors de sa tribu. C'était son crédo, sa foi ; il n'était pas question de revenir dessus » (*LtC*, 104).

Cette attitude est également caractéristique de la démarche de la mère de Mathieu, une femme Ewondo originaire de la région du Centre qui se rend chez le féticheur Martin dans la ville de Yaoundé à la recherche des potions magiques susceptibles d'empêcher son fils d'épouser une femme issue d'une tribu autre que la sienne. Le narrateur confirme : « Martin lui confiait de petites portions d'un produit dont elle devait saupoudrer ce qu'elle donnait à manger à son fils, afin qu'il ne tombe

jamais sous le joug d'une "étrangère" » (*LtC*, 108). Elle a recours à la prière car en plus de se rendre « le dimanche, à l'église, elle demandait surtout à Dieu de « donner » un emploi très rémunéré à son fils » (*LtC*, 109). Il ressort de ces extraits qu'aller chez un marabout au Cameroun et fréquenter une église à la recherche des solutions qui minent les familles est monnaie courante. Toutefois, cette précaution est vaine dans la mesure où Mathieu finira par épouser une « étrangère », Pentga Capitoline, une fille Bafang de la région de l'Ouest-Cameroun. Ainsi, les personnages du corpus croient aux marabouts et au Dieu de l'église tout comme ils ont foi en des stéréotypes, clichés et préjugés qui non seulement déterminent la représentation de l'autre et de soi, mais également sont source de conflits sociaux.

1.1. Les stéréotypes sur les peuples Ewondo et Bamiléké du texte : un obstacle au mariage interculturel

Les opinions qu'ont les personnages de notre corpus les uns vis-à-vis des autres sont négatives et ne datent pas d'aujourd'hui. Elles sont par conséquent considérées par plusieurs comme des faits sociaux de communication toujours vivaces dans les circulations des représentations sociales véhiculées dans la société par les parents. (Délouvé et Légal, 2015 : 16) Ainsi, *Les tribus de Capitoline* thématise les connaissances fausses que les tribus camerounaises développent les unes envers les autres. Mathieu Belibi, personnage principal de l'œuvre et originaire du Centre, une fois dans la ville de Douala à la recherche d'un emploi, va vite tomber amoureux de Capitoline Ida Petnga, une fille qui n'est pas de sa tribu et dont le père ne veut pas d'un gendre qui ne soit pas Bamiléké. Avant de rencontrer Mathieu, cette dernière avait fait la connaissance de plusieurs hommes y compris Luc, un homme riche et possédant un bon emploi. Toutefois, Capitoline l'avait quitté parce qu'il était lui aussi Ewondo, mais et surtout parce qu'elle avait peur des réactions de son père : « Et puis il commençait lui aussi à parler de mariage. Un Ewondo ? Son père la tuerait. » (*LtC*, 52) De ce qui précède, il est évident que Capitoline ait connu plusieurs déceptions dans sa vie à cause des croyances de son père, lesquelles croyances sont mal fondées dans la mesure où elle finira par épouser un Ewondo. Et même lors de sa conversation avec Mathieu, cette croyance va amener la jeune fille à le questionner sur ses origines et sur celles de son interlocuteur : « – Dis donc, tu en sais des choses ! Je suis Bafang donc. Et tu crois qu'il n'y a pas de problème ? Moi, si mon père apprend que je suis venue rencontrer un Ewondo, ce serait grave. » (*LtC*, 65). Et Mathieu de lui rétorquer : « – Je crois que ton père réagirait comme ma mère » (*Ibid.*)

Ce qui est mis en avant dans ces discours littéraires est la tribu, l'appartenance culturelle. Visiblement, la fille, elle, croit qu'il y aura des problèmes si une Bamiléké venait à épouser une personne d'autre tribu et pour ce fait, elle laisse comprendre qu'elle réagit sous l'influence de son père et que celui-ci lui aurait demandé de ne jamais avoir de contact avec un Ewondo et cela laisse croire que les Bamiléké ont des problèmes particuliers avec les Ewondo dans la mesure où la mère de Mathieu, Sophie Mbezele, s'oppose de manière radicale à cette union en déclarant à son fils que sa fiancée lui prendra tout son argent « – Elle va te prendre tout ton

argent » (*LtC*, 123). Rien de ces déclarations n'est vrai dans la mesure où il n'est pas dit dans l'œuvre que le père de Capitoline finira par accepter cette union. Et, Capitoline, va être d'une grande aide pour Mathieu contrairement à ce que lui faisait croire sa mère. « Ensuite, malgré mon bon boulot, comme tu le dis, ma femme gagne plus d'argent que moi. Son père est riche et elle aurait pu épouser quelqu'un de bien plus nanti que moi. » (*LtC*, 124). Toutes ces croyances que les parents de nos personnages véhiculent ne sont bâties que sur des mythes et des intérêts égoïstes, qui vont donner naissances aux préjugés négatifs sur ces différentes communautés linguistiques que sont les Bamiléké et les Ewondo.

1.2. Les préjugés socioculturels sur les Ewondo et les Bamiléké révélés dans le corpus

Parlant des préjugés, Délouvé et Légal affirment : « [qu'ils] sont composés de trois dimensions : – une dimension affective, qui renvoie à l'attraction ou à la répulsion ; – une dimension cognitive, qui se réfère aux croyances et aux stéréotypes à l'égard du groupe ; – et une dimension motivationnelle, qui correspond à la tendance à agir d'une certaine manière à l'égard d'un groupe » (Delouvé et Légal 2015 : 16). Ainsi, ces trois dimensions se manifestent de temps en temps dans notre corpus. Jacqueline Aboui, sœur de Sophie Mbezele, de tribu Ewondo se réjouit d'avoir épousé Ignace Ngan, un Bassa qui prend bien soin d'elle et se demande par conséquent si « Un Ewondo comme elle eût-il fait tout cela ? » (*LtC*, 91). De ce discours littéraires ressort un préjugé positif de dimension affective sur le peuple Bassa dans la mesure où il valorise ce peuple mais contient aussi un préjugé négatif sur les Ewondo en ce sens qu'il dévalorise ce peuple. Or on ne saurait valoriser ou dévaloriser un clan par le comportement d'un individu dudit clan. Ce ne sont de toutes les façons que des cas isolés. Car tous les Bassas ne sont pas Ignace Ngan. D'où la fausseté dans le jugement.

Plus loin, P.-C. Ombété-Bella, par exemple va narrer les relations amoureuses et les mariages des sœurs de Capitoline avec des hommes du même clan en faisant allusion à un certain Josué dont les parents n'étaient pas d'avis qu'il épouse une fille Bafang parce qu'« on disait là-bas que les filles Bafang sont méchantes » (*LtC*, 52). Le pronom indéfini utilisé dans ce discours littéraire révèle en quelque sorte que la source de l'information est incertaine et que cette croyance est non fondée sur le peuple Bamiléké en général et sur le peuple Bafang en particulier dans la mesure où les sœurs aînées de Capitoline ont eu des copains venant des villages de l'Ouest-Cameroun tel que Bandjoun. Ce préjugé est négatif en ce sens qu'il dévalorise tout un peuple et ce sur des connaissances fausses, sur des mythes, sur des complexes d'infériorité ou de supériorité et sur des intérêts égoïstes. En effet, la mère de Mathieu qui refuse que celui-ci épouse une « étrangère » et encore moins une Bamiléké, va lui faire cette déclaration : « – Non seulement c'est une étrangère, mais, de toutes les filles qu'un beau garçon comme toi est capable d'avoir, qui en plus à un bon boulot, tu vas choisir une Bamiléké ? » (*LtC*, 123). Ce discours littéraire sous-entend qu'une fille Bamiléké n'est pas une fille et qui dit fille Bamiléké dit peuples des Grassfield. Ce sont là des préjugés socioculturels négatifs qui ternissent l'image

d'un peuple car ce jugement est non fondé et ne peut que pousser à la discorde et à la mésentente au sein de la famille et au sein de la société. Voilà pourquoi le fils veut savoir les raisons du comportement de sa mère vis-à-vis de ce peuple : « Qu'est-ce que tu as contre eux ? Tu ne la connais pas encore et tu la juges déjà ? » (*Ibid.*). De la sorte, Mathieu témoigne là que le jugement de sa mère est non fondé puisqu'il est conscient qu'elle ne connaît ni le peuple Bamiléké ni son épouse Capitoline. Pour se justifier, elle lui répond « Elle va te prendre tout ton argent. » (*Ibid.*) Comme pour dire les filles Bamiléké sont des escrocs. Ce qui n'est pas du tout vrai, car ce qu'elle refuse de dire à son fils c'est qu'elle est jalouse ; c'est qu'elle ne veut pas de cette union. « En femme inachevée et incomplète aux plans des sentiments, elle en était jalouse et lui en voulait. Elle lui refusait le droit d'être d'une tribu différente de la sienne » (*LtC*, 134). Plus loin encore, le romancier affirme « En réalité, Sophie trouvait un complexe d'infériorité de ce que, lors des achats, l'argent sortît du sac de Capitoline. Dans son esprit, sans qu'elle prît soin de se renseigner sur les ressources financières du couple et de leur accord de gestion, il s'agissait avant tout de l'argent de son fils. » (*LtC*, 137). L'auteur continue la description des croyances erronées de Sophie Mbezele « Et puisque, pour elle, son fils souffrait à cause de cette fille, cela renforçait sa détermination d'intervenir » (*LtC*, 150). De ces discours littéraires ressortent les véritables preuves que les préjugés et les stéréotypes que nous avons dans nos sociétés camerounaises et africaines de nos jours sont basés sur des manques de communication et d'informations sur les peuples, les personnes ou encore sur les objets qui nous entourent. Car la mère de Mathieu, à cause d'un manque de renseignement au sujet de son entourage, va finir par sombrer dans un tribalisme notoire. Les croyances qui se trouvent donc dans le discours littéraire se manifestent sous la forme de stéréotypes, préjugés et clichés, qui mènent à la perte du croyant et, par conséquent, au tribalisme.

2. L'image d'une société camerounaise en proie au tribalisme

L'histoire racontée dans notre corpus se déroule bel et bien dans les villes camerounaises et ne concerne que les Camerounais puisque certains noms des lieux (Douala, Yaoundé, Haut-Nkam, Bangangté Bandjoun etc.) et ceux des personnages principaux portent des noms qui représentent leurs ethnies ou encore leurs croyances, mais surtout le Cameroun. C'est ainsi que pour nommer les gens, on va plutôt les appeler par leur tribu. Mathieu par exemple sera appelé dès sa naissance « Man'ossananga », c'est-à-dire l'homme de la tribu de son géniteur » (*LtC*, 29) mettant ainsi en exergue l'appartenance tribale comme si celle-ci réclamait ou exigeait quelque chose aux autres ethnies. De plus, Tamar Ngongang, une amie intime à Capitoline, sera surprise d'entendre de temps en temps les filles utiliser les noms des tribus pour qualifier les deux amoureux, c'est-à-dire Capitoline et Mathieu « la jeune Bafang pour le gars "Yaoundé". » (*LtC*, 71). Plus loin, pour désigner une personne qui est non Bamiléké, on utilisera le terme « N'kWa ». La tribu étant mise toujours avant dans ce discours littéraire est le signe annonciateur d'un pays dans lequel l'ethnicité a une grande importance aux yeux des différentes communautés et peut faire l'objet d'un malheur ou d'un rejet ; les autres membres de la famille ou de la communauté

linguistique de laquelle vous êtes issu vous considéreront comme un étranger surtout si vous osez vous marier hors de la tribu. L'une des tantes de Capitoline qui s'était mariée avec un Bassa, s'est vue considérer « comme une étrangère » (*LtC*, 78). Nous notons là un refus de l'autre, des Bassa et qui traduit un besoin de pérenniser la tribu afin de la rendre hégémonique. Ce qui nous semble impossible dans la mesure où ces hommes (père de Capitoline) qui refusent à leurs filles d'épouser les hommes d'autres cultures finissent eux-mêmes par épouser les filles des autres aires linguistiques « Elle ne comprenait pas cette exigence alors que la troisième épouse de son père était Douala » (*LtC*, 53) Quelle ironie ! Quelle hypocrisie ! Lesquelles les mènent toujours à des faux raisonnements dans la mesure où « il croyait que le reste de la famille n'en savait rien ! » (*Ibid.*) Or tout le monde savait que leur père avait épousé des femmes non Bamiléké. Et pour appréhender le problème de plus près, nous irons jusqu'à dire que le tribalisme est une stratégie patriarcale pour maintenir les femmes dans le célibat et dans la soumission. Cette affirmation de Capitoline Petnga le confirme bien : « Nos frères bamilékés épousent des femmes d'autres tribus, mais ne supportent pas qu'une de leurs filles aille en mariage ailleurs » (*LtC*, 96). La société camerounaise et bamiléké étant à dominance masculine, le mariage peut être vu ici comme une stratégie d'accès au pouvoir qu'il soit social, économique ou politique. Mais aussi comme un moyen d'appartenance culturelle. Raison pour laquelle tout prétendant de culture étrangère n'est pas le bienvenu.

2.1. Le rejet d'un genre Ewondo : un acte de tribalisme

Plusieurs tribus différentes sont représentées dans ce corpus. D'un côté, nous avons les Ewondo, les Béti, les Etone, et les Bassas. De l'autre côté les Bamiléké. Chacune de ces tribus milite à sa manière pour une tribu homogène dans la mesure où la différence ethnique est perçue par celles-ci comme un handicap et non comme un atout. Il est pour cela interdit à un Bamiléké d'épouser une femme non Bamiléké. C'est le cas avec l'un des grands frères de Capitoline nommé Jean, qui « était même polygame de deux femmes. Toutes du même clan que lui » (*LtC*, 52). Ceci dans le but de pérenniser sa tribu et la rendre certainement hégémonique dans le pays sur le plan économique comme c'est le cas avec les Bamiléké et sur le plan administratif comme c'est le cas avec les Béti (Onana 2005 : 338). Cependant, ce comportement va avec plusieurs connotations de la part des autres cultures qui se voient refuser la femme de manières injustes et parfois accompagnées des préjugés et des stéréotypes. « Comme ils sont Bamiléké, elle dit qu'il n'acceptera jamais que sa fille soit l'épouse d'un homme qui n'est pas de sa tribu » (*LtC*, 84). La mère de Capitoline surprise par la décision de sa fille d'épouser un Ewondo, s'exclame : « les choses changent en ville. Il est de chez nous ? » (*LtC*, 102) De cet extrait, on peut bien percevoir la « bamilékisation » pour emprunter cette expression de Jean-Baptiste Onana, cette pensée hégémonique des Bamiléké à toujours rester pur et homogène sans se mixer avec les autres ethnies et surtout avec les Ewondo ceci dans l'intention de maintenir leurs cultures et traditions intactes loin des influences de la modernité.

Les Ewondo de leur côté, ne veulent pas de mariage avec les autres cultures et surtout avec les Bamiléké. Ceci peut être visible par ce rapport que l'auteur fait

sur les croyances de la mère de Mathieu : « Elle était partie de Yaoundé avec une ambition calée dans son esprit : qu'aucune femme ne s'intercale entre son fils et elle ; et si cela devait se produire, qu'il ne s'agisse pas d'une fille qui ne fut pas Ewondo » (*LtC*, 142). Concernant toujours le comportement néfaste de la mère de Mathieu Bélibi, l'auteur affirme : « son animosité vis-à-vis des jeunes filles qui fréquentaient son fils, particulièrement celles n'appartenant pas à son aire culturelle stricte lui était connue » (*LtC*, 148). Cette attitude tribaliste est aussi visible à travers la conversation de Sophie Mbezele avec son fils « – Elle est de quelle tribu ? – Capitoline ? Elle est Bamiléké, maman. Elle est Bafang. – Quoi ? Une Bamiléké ? Dans ma maison ? Imposs... » (*LtC*, 121) Cette réaction confirme la guerre « Bamiléké vs Béti » dont a parlé Jean-Baptiste Onana dans son article « Bamiléké vs Cameroun ». Plus loin, seul dans ses réflexions sur ce phénomène social qu'est le tribalisme, Mathieu Bélibi affirme : « on ne pouvait pas être certain d'être le fils de son père ; de nombreux géniteurs de certains des apôtres du tribalisme seraient issus de tribus autres que celles dont ils se réclamaient ! Quelle ironie ! » (*LtC*, 87) Cependant, ces pensées et croyances erronées que cultivent les tribalistes dans un pays qui se veut multiculturelle et pacifique finissent toujours par leur détruire eux-mêmes. Voilà pourquoi P.-C. Ombété-Bella à travers son personnage principal affirme : « Mais le Cameroun change et de nombreuses personnes ne veulent pas comprendre que le tribalisme n'est pas bien » (*LtC*, 85).

2.2. Le tribalisme et ses conséquences au sein d'une famille camerounaise du roman

Tous ceux qui s'aventurent de manière aveuglante et aveuglée dans des croyances et mythes erronés finiront toujours par se blesser et blesser les autres. Sophie Mbezele en voulant tuer la jeune « fille Bafang », a fini par tuer son unique fils Ewondo Mathieu Bélibi. Voilà pourquoi lors d'une causerie avec sa camarade Tamar, Capitoline Ida lui déclare : « – Le tribalisme est idiot ; comment peut-on rejeter les autres par habitude, sans même réfléchir ? Simplement parce qu'ils sont différents ? Et ce sont presque toujours nous les femmes qui en faisons les frais » (*LtC*, 96). Elle expose là les réalités de notre société actuelle, qu'elle soit camerounaise ou africaine ; les jugements que nous portons sur les autres émanent le plus souvent des réflexions désuètes et par conséquent destructives ; le tribaliste est toujours hanté par un climat d'agressivité et d'hostilité avec un cœur plein d'amertume car ses actions ne sont pas justes et contrôlées par le bon sens. C'est sans doute pourquoi Mathieu Bélibi pouvait sentir le comportement de sa mère : « même s'il ne pouvait pas comprendre la totale densité de l'amertume et la haine qui bouillonnait en sa mère, il les sentit. [...], une envie féroce habitait Sophie » (*LtC*, 124). Le tribaliste ne saurait vivre dans un climat de paix. Lorsque nous sommes avec une personne à caractère tribaliste, nous finirons toujours par nous sentir mal à l'aise. Voilà pourquoi la bamiléké Capitoline se plaignant du comportement de sa belle-mère à son mari Ewondo déclare : « – Mais, Manos, elle me cherche des problèmes tout le temps et tu ne dis rien. Tu crois que je n'ai pas compris qu'elle veut nous séparer ? » (*LtC*, 139) Et comme cela ne suffisait pas, elle ira jusqu'à

vouloir faire porter le chapeau de la mort de son fils à sa belle-fille : « Capitoline s'était vigoureusement opposée à son hystérique de belle-mère qui l'accusait d'avoir tué son fils » (*LtC*, 157). Il est évident que le tribaliste finit toujours par être un danger pour ses proches et pour la société dans laquelle on vit. Mathieu Bélibi : « Lui aussi, de son côté voyait en ce voyage un moyen de s'éloigner de sa mère, donc d'un sentiment de danger qui l'étreignait » (*LtC*, 152). Voilà une famille que le tribalisme a détruite au point que le fils se sente en danger auprès de sa mère. Celle qui finira d'ailleurs par tuer son propre fils, en voulant plutôt tuer sa belle-fille, la bamiléké. Cette attitude néfaste vis-à-vis d'une autre culture va déséquilibrer Sophie Mbezele, comme l'affirme l'extrait suivant : « Sophie Mbezele était restée à Douala, déséquilibrée. » (*LtC*, 157). Ainsi est la société camerounaise décrite par P.-C. Ombété-Bella. Une société dans laquelle la tolérance culturelle n'est pas la bienvenue et par conséquent le croyant est désintégré de son environnement social parce que ne respectant plus les valeurs fondamentales du vivre ensemble. Toutefois, des actions amenées pour remédier à ces phénomènes socioculturels qui gangrènent les sociétés africaines s'imposent.

3. L'apprentissage à la vie interculturelle comme solution efficace de lutte contre les croyances erronées

Pour mieux initier les différentes ethnies du Cameroun textuel à la vie interculturelle, l'on doit d'abord déconstruire les mythes, les stéréotypes, les préjugés, les clichés et le tribalisme au Cameroun en particulier et en Afrique en général. En effet, « l'initiation à la vie interculturelle effective passe par la déconstruction d'un certain type de mythes, clichés, préjugés, convictions et croyances qui dressent les peuples les uns contre les autres, en premier lieu le racisme, la xénophobie, l'intolérance. » (Djomo 2004 : 42). Notre corpus y travaille déjà dans la mesure où son auteur interpelle les consciences camerounaises et africaines à déconstruire les croyances erronées sur la tribu et à accepter l'autre tel qui est : « Mathieu continua de philosopher au sujet de cette notion de tribu à laquelle nombre de personnes s'agrippaient sans qu'il soit prouvé qu'elle constituait une réelle valeur d'intégration. » (*LtC*, 86). L'auteur nous révèle là sa vision du monde. Selon lui, on ne peut avoir une bonne intégration nationale au Cameroun et partout ailleurs en Afrique que si l'on déconstruisait les mythes sur la notion de tribu et de la langue. À l'heure de la mondialisation, nous sommes appelés à parler plusieurs langues et donc la langue ne devrait pas être un alibi pour les tribalistes pour refuser la différence. Voilà pourquoi Mathieu affirme : « Tiens, moi : je réfléchis, je pense dans des langues que j'ai apprises puisque ni l'Ewondo ni le français ne sont mes langues par nature. On ne naît donc pas avec une langue ! On ne naît pas avec une tribu ! Eh bien, voilà : une tribu s'apprend ! » (*LtC*, 87). Ceci dit, l'on doit cesser de voir la différence comme un handicap mais plutôt comme un atout. L'auteur invite les hommes à comprendre que la tribu comme la langue s'apprend et donc plus besoin d'en faire des polémiques tribales. Et plus loin encore, l'auteur continue ce processus de déconstruction à travers ses personnages Tamar et Capitoline. La première pense que le problème du tribalisme est le refus de la différence et la

deuxième pense plutôt que le problème est ailleurs : « – Tu as dit que c’est le refus de la différence ? Quelle différence ? Celle de la langue ? Est-ce que tous les Bamiléké parlent la même langue ? Ou alors, toi qui as déjà eu des copains bamilékés, la différence est ailleurs... en disant cela, elle eut un petit rire plein de sous-entendus. » (*LtC*, 96) Effectivement que la différence est ailleurs dans la mesure où même les apôtres du tribalisme épousent les filles des autres aires linguistiques.

3.1. L’amour du prochain comme moyen efficace de lutte contre les idées préconçues et sans fondement dialectique

Pour parvenir à une société camerounaise et africaine saine de stéréotypes, de préjugés néfastes et de tribalisme, P.-C. Ombété-Bella nous propose premièrement l’amour du prochain. Les différentes ethnies camerounaises et africaines telles que représentées dans le corpus doivent s’aimer telles qu’elles sont. Car c’est dans l’amour, le vrai amour que l’on peut s’épanouir dans la vie. Et c’est le cas de Tamar Ngongang qui croit en l’amour, pas celui des livres, ni celui des mythes mais : « Le vrai, celui qui fait que l’on accepte l’autre, malgré et à cause de toutes les barrières qui peuvent se dresser entre eux ». (*LtC*, 56). Plus loin encore, le romancier affirme : « Tamar aimait Capitoline comme on aime une petite sœur » (*LtC*, 57) ; Ce discours littéraire interpelle tous les tribalistes à être tolérants, à renoncer à leurs œuvres et à se tourner vers la vie multiculturelle. Laquelle vie ne saurait se faire sans l’acceptation de l’autre surtout dans un pays qui compte à lui seul environ 250 ethnies. Voilà pourquoi le bassa Ignace Ngan, les Ewondos Mathieu Bélibi et Jacqueline Aboui (Song’lina) et la Bafang Capitoline, vont prendre le chemin de l’amour en s’acceptant les uns et les autres : « Ignace Ngan l’aimait comme un fils. Sa tante Song’lina l’aimait. Capitoline l’aimait. Tous quatre étaient, à vrai dire, issus de tribus différentes. Appartenir à une tribu n’était donc pas une vérité. » (*LtC*, 87). Nous comprenons alors que l’amour du prochain est une arme efficace pour un vivre ensemble. Car lorsqu’on aime vraiment une personne, on lui veut du bien et par conséquent on contribue grandement à son épanouissement au sein de la communauté. Par ailleurs, la contribution au bien-être d’un individu dans son environnement socioculturel c’est aussi s’abreuver auprès de celui-ci. L’autre étant perçu ici comme celui qui ne partage pas la même aire géographique ou culturelle que nous. La différence est à ce point considérée comme un atout et non plus comme un inconvénient. Voilà pourquoi le mariage inter ethnies doit être valorisé dans la communauté africaine.

3.2. Le mariage interculturel, un moyen d’intégration sociale

Deuxièmement, l’auteur de notre corpus propose le mariage intertribal comme un facteur essentiel pour un bon épanouissement et pour une bonne intégration sociale, surtout si les parties prenantes sont consentantes. Épouser une femme d’une autre aire culturelle que la vôtre peut vous être très bénéfique. C’est pourquoi, parlant de la satisfaction de Jacqueline Aboui vis-à-vis de son homme qui n’est pas de sa tribu et qui la rend heureuse, plus heureuse même que l’aurait fait les membres de sa famille, l’auteur affirme : « Jacqueline Aboui était fière de son

homme. Elle le découvrait encore, au bout de tant d'années. Depuis le début, il la comblait dans sa féminité, il l'encadrait matériellement, sans compter que sa seule présence physique, constante, n'avait pas de prix. » (*LtC*, 91). Ceci dit, la communion ou au mieux la vie entre les différentes tribus apporte la joie, le bonheur, la sécurité et la paix. C'est sans doute pourquoi « Tamar, très jeune, avait plus senti que compris que les différences sont une richesse. [...] Tamar évoluait dans la vie, gaiement, sans complexe. Confiante » (*LtC*, 56). De ce qui précède, il ressort que toutes les sociétés, furent-elles multiculturelles ou interculturelles, doivent toujours considérer la diversité comme un atout et non plus comme un handicap. Mais aussi, que toute personne ouverte à l'autre tel qu'il est, dans un dialogue pacifique et avec une attitude d'apprentissage, ressortira enrichie. Ainsi le rapprochement des cultures ou des ethnies doit être basé sur l'amour et non sur des intérêts égoïstes et sur des mythes. En effet, le bonheur de la tribu A peut se trouver dans la tribu B ou au mieux peut venir de la tribu B et vice-versa. Or si la tribu A a déjà des stéréotypes et des préjugés néfastes sur la tribu B cela constituera certainement un frein à leur épanouissement social. C'est sans doute dans le même sillage que l'auteur parlant des relations intertribales entre Mathieu Bélibi et Capitoline affirme : « Mathieu et Capitoline étaient amoureux l'un de l'autre. Naufragé sur une île d'amour après une accommodante errance, Capitoline sut qu'elle avait trouvé sa voie, que cette île-là, elle devait se l'approprier. » (*LtC*, 71). Évidemment, le bonheur de cette fille Bafang est venu d'une tribu Ewondo contrairement à ce que laissaient croire ses parents au sujet des autres cultures. L'amour a fini par remporter sur des idéologies néfastes : « Je l'aime, ma sœur. Je le veux, je le veux » (*LtC*, 72) Comment peut-on refuser à sa fille de passer le restant de ses jours sur terre dans la joie et le bonheur ? Tout parent raisonnable, ne le ferait pas. Et c'est ainsi que le père de cette dernière a donné son accord pour ce mariage interethnique : « Capitoline manifesta bruyamment sa joie en apprenant que son père était depuis longtemps au courant de leur relation et qu'il ne tuerait personne » (*LtC*, 93). En effet, on ne devrait pas tuer quelqu'un parce qu'il a épousé une femme d'une autre tribu. Toutefois, on doit comprendre certainement, comme le père de Capitoline, qu'on est appelé naturellement à vivre ensemble, comme des frères et non comme des ennemis. Qu'on devrait laisser nos sœurs épouser les hommes par amour et non plus par contrainte.

En guise de conclusion

Parvenu au terme de notre réflexion, où il était question des croyances dans la littérature africaine en général et le roman *Les tribus de Capitoline* en particulier, il est clair que cette œuvre littéraire peut être considérée un socle des stéréotypes et des préjugés. En effet, l'écrivain camerounais P.-C. Ombété-Bella a bien voulu interpeller tout le monde à travers son roman : les chefs d'État, les hommes politiques, les hommes religieux, les intellectuels et les chefs traditionnels, la liste n'est pas exhaustive, les amener à promouvoir le vivre ensemble dans l'unité, dans la paix et dans l'amour pour le bonheur de l'Afrique en général et celui du Cameroun en particulier. Car on ne peut rien construire sur la base des idées préconçues et sans fondement dialectique qui, au lieu d'unir les peuples, les désunissent et les

empêchent d'avoir accès au bonheur socioculturel et à une meilleure intégration nationale. Les génocides rwandais, burundais, juifs et même Bamiléké doivent servir de leçon aux peuples africains puisqu'ils sont tous nés des stéréotypes, des préjugés, des clichés et des fausses convictions que véhiculaient et que véhiculent encore de nos jours certaines personnes mal intentionnées et mal informées. Pour cela, nous devons instaurer dans toutes nos institutions, privées comme publiques, des enseignements sur l'apprentissage de la vie interculturelle, afin d'éviter d'éventuels chocs interculturels, surtout dans une société camerounaise en proie ces derniers temps aux nombreux mouvements d'extrémistes fondés sur des jugements erronés. Aussi devons-nous penser à instaurer une langue nationale et une culture nationale afin d'amener tous les camerounais à se sentir chez eux. (Said, 2006 : 97). Toutefois, il est important de noter que les croyances dans la littérature africaine postmoderne, telles que nous l'avons vu dans ce travail, sont similaires à celles développées dans la littérature africaine de l'immigration dans la mesure où le continent africain est perçu par les occidentaux comme un lieu où règne la misère et la barbarie ; l'immigré noir, quant-à lui, est considéré comme personne incapable de se prendre en charge. Et le Noir, lui, perçoit le Blanc comme un être idéal, vivant dans un monde idéal.

Bibliographie

- Afutendem, Lucas, Nkwetta (2013). « Integrating Health into the Language Curriculum in Multilingual Contexts: The Case of Scientific English in Medical Faculties in Cameroon », in *INTEL'ACTUEL*, Revue de Lettres et Sciences Humaines, n°12, pp. 65-82.
- Bardolph, Jacqueline (2002). *Études postcoloniales et littérature*, Paris, Éditions Champion, 66 pages.
- Bhabha, K., Homi (1994). *Les lieux de la culture*, Éditions Payot & Rivages, 411 pages.
- Djomo, Esaïe (2004). « De la décolonisation au training à la vie interculturelle : quelques remarques sur les manuels d'allemand dans le cycle secondaire au Cameroun de 1960 à nos jours », in Albert, Gouaffo et Salifou Traoré (éds.), Volume de la *Revue africaine d'études interculturelles sur l'espace germanophone*, n°1, pp. 29-46.
- Dolisane, Eboffe Cécile (2011). « L'élite africaine à la croisée des cultures : Le dilemme de la transculturalité socio-anthropologique et esthétique », in *INTEL'ACTUEL*, Revue de Lettres et Sciences Humaines, n°10, pp 147-169.
- Legal, Jean-Baptiste & Delouve Sylvain (2015). *Stéréotypes, préjugés et discrimination*, Paris, Dunod, 127 pages.
- Lehmans, Anne (2018). « Repenser le stéréotype », *Hermès, La Revue*, (n° 80), pp. 216-219. URL: <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2018-1-page-216.htm>.
- Meli Meli (2011). « Contextualisation » méthodologie : le sociologue et les personnes vivant avec le vih/sida (PVVS) au Cameroun, in *INTEL'ACTUEL*, Revue de Lettres et Sciences Humaines, n°10, pp 111-143.

- Noumbissie, M., Tchouké (2013), « Aux sources de contestation nationaliste dans la région Bamiléké après la dissolution de l'Union des populations du Cameroun (UPC) » In INTEL'ACTUEL, Revue de Lettres et Sciences Humaines, n°12, pp. 83- 127.
- Onana, Jean-Baptiste (2005). « Bamiléké vs Cameroun ? », *Outre-Terre*, 2005/2 (n° 11), p. 337-344. DOI : 10.3917/oute.011.0337.
URL: <https://www.cairn.info/revue-outre-terre1-2005-2-page-337.htm>.
- Ombété-Bella, P.-C. (2016), *Les Tribus de Capitoline*, Cameroun, Éditions CLE.
- Said, Edward (2006). « Resistance, Opposition and representation », in ASHCROFT, Bill, al. *The Post-Colonial Studies Reader*. London and New York: Routledge.
- Tchokote, Alphonsine, Florentine, épouse Donfack (2011). « Images de soi, images de l'autre : vision transgressive du stéréotype dans la littérature africaine de l'immigration », in *Exils et migrations postcoloniales, de l'urgence du départ à la nécessité du retour, mélanges offerts à Ambroise Kom*, (éd.) Pierre Fandio et Hervé Tchumkam. Cameroun, Editions Ifrikyia, pp 123-141.
- Teussido, Marius (2014). « Le diktat des stéréotypes et préjugés au Cameroun » In Journal du Cameroun.Com[en ligne] <https://www.journalducameroun.com/fr/le-diktat-des-stereotypes-et-prejuges-sociaux>, consulté le 10/11/2021.
- Vanel, Grégory (2003), Le concept d'hégémonie en économie politique internationale. [en ligne] <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00129192/document>.
- Vassilis, Saroglou (2014). « Croyances © Cerveau & Psycho », in *Les multiples facettes des croyances* © L'Essentiel n° 20 / novembre 2014 - janvier 2015 [en ligne] https://cdn.uclouvain.be/public/Exports%20reddot/psyreli/documents/Preface_Essentiel_C_et_P.pdf (consulté le 10/11/2021).

Webographie

- <https://www.cotedivoire.news/culture/16707-ethnie-ewondo-au-cameroun-connaître>, (consulté le 10/11/2021).
- <https://www.youscribe.com/catalogue/livres/litterature/romans-et-nouvelle-s/les-tribus> (consulté le 10/11/2021).

TROISIÈME PARTIE

DIDACTIQUE ET TRADUCTION

TRAVAILLER LES STEREOTYPES ET LES CLICHES, UN ENJEU CLE POUR LA LITTERATURE ET POUR LA CLASSE DE FRANÇAIS¹

Jean-Louis DUFAYS
Université catholique de Louvain / CRIPEDIS, Belgique
jean-louis.dufays@uclouvain.be

Résumé

Dans le discours commun, la notion de *stéréotypie* reste largement cantonnée à un usage normatif et péjoratif. Pourtant, depuis une cinquantaine d'années, elle fait l'objet d'importantes études dans différents domaines, qui la font apparaître aujourd'hui comme un concept clé des sciences humaines et comme un révélateur des valeurs de la littérature et de l'apprentissage. Partant de ce constat, cette intervention tente d'éclairer les différentes dimensions de stéréotypes (sur les plans linguistique, thématique-narratif et idéologique), leurs divers usages en production et en réception (adhésion, refus ou ambivalence) et les enjeux didactiques de leur exploitation en classe de français. Je cherche ainsi à montrer les fonctions didactiques fondamentales qu'ils exercent dans le rapport à la littérature comme à l'apprentissage de la lecture et de l'écriture.

Abstract

WORK ON STEREOTYPES AND CLICHÉS, A KEY ISSUE FOR LITERATURE AND FOR THE FRENCH CLASS

In the common discourse, the notion of stereotypy remains largely confined to a normative and pejorative use. However, over the past fifty years, it has been the subject of important studies in various fields, which have made it appear today as a key concept in the human sciences and as a revealing indicator of the values of literature and learning. Based on this observation, this paper attempts to shed light on the different dimensions of stereotypes (linguistic, thematic-narrative and ideological), their various uses in production and reception (adherence, rejection or ambivalence) and the didactic stakes of their exploitation in the French classroom. I thus seek to show the fundamental didactic functions that they perform in the relationship to literature as well as to the learning of reading and writing.

¹ Cet article, qui se présente comme une synthèse actualisée de thèses que je développe depuis une trentaine d'années, reprend des éléments de plusieurs articles antérieurs (notamment Dufays, 1991, 1997, 2007).

Mots clés : stéréotypes, didactique du français, littérature, lecture, écriture
Keywords : stereotypes, didactics of French, literature, reading, writing

Introduction

Stéréotypes et clichés, mais aussi lieux communs, poncifs, idées reçues, idées toutes faites, doxa, banalités... La mauvaise réputation des stéréotypes se mesure déjà à l'abondance des termes péjoratifs qui servent à les dénoncer. Symptômes supposés d'une pauvreté de la langue, d'une paresse de l'esprit et d'une tendance à (se) représenter la réalité de manière simpliste, voire erronée, ils sont aussi accusés, sur le plan esthétique, d'être les indices d'un manque d'originalité ou de créativité, et sur le plan éthique, d'être les leviers de l'ethnocentrisme, du racisme, du sexisme, et d'une façon générale, de l'intolérance à l'égard des autres groupes humains.

Leur usage dans la vie sociale et culturelle est au centre de toutes les polémiques actuelles, comme celles qui concernent la vaccination anticovid et la promotion du pass sanitaire, les récentes campagnes électorales américaines et françaises, ou encore la promotion des valeurs de genre, du féminisme, du respect des personnes LGBT. Quel que soit le contexte, dès lors qu'il y a débat entre des positions antagonistes, on assiste au même fonctionnement : chaque discours est caricaturé par les camps adverses, chacun accusant l'autre de n'énoncer que des stéréotypes (« complotistes » vs « collabos », « bien-pensance de gauche » vs « nationalisme réactionnaire », « culture du patriarcat » vs « féminisme sectaire »...). La proximité est en outre forte entre la notion de stéréotype et celle de « fake news » : toutes deux servent moins à dire le vrai et à faire avancer le débat qu'à stigmatiser à bon compte des propos que l'on rejette... et partant, à empêcher un débat respectueux des positions en présence.

Pourtant, l'usage polémique de la notion de stéréotype n'a rien d'une fatalité. Depuis un demi-siècle, on assiste au contraire à une montée en puissance des études qui mettent en évidence la complexité et la productivité de ce phénomène dans différentes sciences humaines². Dans le domaine de la critique littéraire et de la théorie de la littérature et de la lecture, l'essai pionnier de Jean Paulhan *Les fleurs de Tarbes ou la terreur dans les lettres* (1941) a trouvé des prolongements substantiels dans les travaux de Claude Bouché (1974), de Michael Riffaterre (1979), de Ruth Amossy (1991), de Daniel Castillo Durante (1994) ou dans ma propre thèse *Stéréotype et lecture* (Dufays, 2010). Il en va de même dans le domaine de l'analyse de l'argumentation avec les travaux de Chaïm Perelman (1977) et de Ruth Amossy (2000) (à nouveau), ou encore dans celui de la psychologie sociale, où Leyens, Yzerbyt et Schadrone (1996) ont développé une importante théorie du rôle des stéréotypes dans la cognition des phénomènes collectifs.

² En ce qui concerne les publications collectives, voir notamment Goulet, 1994, Gauthier, 2001 et Garaud, 2001. Voir aussi la synthèse très claire rassemblée par Amossy et Hershberg-Pierrot (1997).

Il résulte de ces études que la stéréotypie apparaît aujourd'hui comme un levier incontournable pour l'expression comme pour la compréhension des discours, y compris en littérature, et qu'elle constitue, plus largement un concept théorique clé, révélateur des valeurs et des incertitudes de notre société. Qui plus est, elle exercerait des fonctions didactiques fondamentales pour les enseignants comme pour les apprenants, en particulier dans le cadre de l'enseignement de la littérature. Beaucoup d'auteurs qui s'y sont intéressés s'accordent en revanche pour souligner que la dénonciation des stéréotypes constitue souvent un acte stéréotypé qui empêche de se poser des questions et de se mettre soi-même en question.

Je voudrais dès lors tenter dans cet article de dépasser cette tendance à « stéréotyper les stéréotypes » en faisant le point sur les contours du phénomène, sur ses usages en littérature comme dans la vie sociale et sur le travail dont il pourrait faire l'objet dans l'enseignement des langues-cultures et plus spécialement dans celui de la littérature.

1. Stéréotype et cliché, quelle définition ?

La première tâche qui s'impose pour saisir la complexité de la notion est d'identifier son extension ainsi que les caractéristiques qui lui sont associées. Commençons donc par inventorier la diversité des phénomènes susceptibles d'être perçus comme des stéréotypes.

1.1. Trois types de phénomènes

Comme l'a noté Claude Bouché dans un ouvrage fondateur (1974), la stéréotypie est repérable à un triple niveau sémiotique : celui de l'expression verbale, celui des thèmes et des structures discursives et celui des idées, c'est-à-dire des représentations du monde. Ces trois niveaux correspondent à ce que la rhétorique ancienne appelait l'*elocutio*, la *dispositio* et l'*inventio* du discours (cf. Herschberg-Pierrot, 1980).

1.1.1. Des phénomènes langagiers : les clichés, stéréotypes de l'*elocutio*

Sur le plan langagier, une première distinction s'impose entre les syntagmes complètement figés ou locutions (comme « tourner la page » ou « battre pavillon »), qui concernent des unités linguistiques lexicalisées dont les termes ont perdu toute liberté combinatoire, et les clichés (comme « des aspirations légitimes », « un luxe tapageur », « une belle matinée » ou « une élégante amazone »), dont les termes ont tendance à être couramment associés mais présentent néanmoins encore une certaine liberté combinatoire. Greimas (1970) a proposé de parler dans ce cas de semi-figement. Une deuxième distinction peut être faite ensuite entre les clichés non figurés (auxquels appartiennent les exemples ci-dessus) et les clichés figurés, c'est-à-dire les figures de style usées (comme la métaphore « une chevauchée endiablée » ou l'hyperbole « mourir d'amour »). Il convient enfin de considérer que le figement et le semi-figement peuvent concerner non seulement des syntagmes mais aussi des énoncés, et de distinguer dès lors les énoncés complètement figés (dictons et proverbes: « Tel père, tel fils », « Il n'y a pas de fumée sans feu ») des énoncés semi-

figés, composés de clichés, comme ceux qu'on doit à la plume d'Alceste dans *Le misanthrope* (« Belle marquise, vos beaux yeux me font mourir d'amour ») ou à celle de Grand, l'écrivain manqué de *La peste* de Camus (« Par une belle matinée du mois de mai, une élégante amazone parcourait, sur une superbe jument alezane, les allées fleuries du Bois de Boulogne ». Cette triple distinction peut être figurée comme suit (cf. Dufays, 2010 : 93) :

| | | | |
|-----------|-------------|-------------|--|
| Syntagmes | Figés | Figurés | Locutions <i>Fermer boutique, Tourner la page</i> |
| | | Non figurés | |
| | Semi-figés | Figurés | Clichés <i>Des aspirations légitimes Une chevauchée endiablée</i> |
| | | Non figurés | |
| Phrases | Figées | Figurés | Proverbes <i>Il n'y a pas de fumée sans feu</i> |
| | | Non figurés | Dictons <i>Tel père, tel fils</i> |
| | Semi-figées | Figurés | Lieux communs <i>La vie est cruelle</i> |
| | | Non figurés | <i>Vos beaux yeux me font mourir d'amour</i> |

Il résulte de cette première typologie qu'un cliché linguistique peut être défini comme « une combinaison lexicale ou une unité syntaxique semi-figée » (Greimas), « qui relève des idiotismes propres à chaque langue-culture » (cf. notamment Gonzalez-Rey, 2007). On peut préciser cette définition en notant, à la suite de Castillo Durante (1994) que, sur le plan culturel, le cliché est une « unité d'emprunt », c'est-à-dire un fragment de culture identifiable comme tel. À ce titre, les clichés apparaissent comme enracinés dans la langue et la capacité de les utiliser à bon escient constitue une part non négligeable de la compétence langagière.

1.1.2. Figures, actions, scènes, scénarios : stéréotypes « thématICO-narratifs », de la dispositio

En second lieu, la notion de stéréotype est couramment appliquée au domaine des actions, des images et des thèmes qui servent à alimenter aussi bien les situations de la vie ordinaire que celles des différents types de textes et de discours, littéraires et non littéraires. Du côté des actions, on peut distinguer les « scripts » socioculturels, comme celui qui prescrit de s'effacer devant les dames lorsqu'on franchit une porte ou d'adapter son habillement aux situations sociales, et les stéréotypes liés à des genres ou à des courants littéraires, comme l'acte de verser discrètement du poison dans le verre d'un ennemi, la scène de première rencontre amoureuse, la séquence narrative « attaque des ennemis – résistance des assiégés – arrivée in extremis des adjouvants », ou encore le schéma narratif du récit d'énigme criminelle. Et du côté des figures, des images et des thèmes stéréotypés, on peut

distinguer, de même, ceux de la vie ordinaire, comme la figure de l'artiste fou ou les représentations conventionnelles de lieux comme le désert ou la prison, et ceux qui sont davantage liés à des genres ou à des courants littéraires, comme les figures du prince charmant et de la belle princesse, l'image du château hanté ou le thème du trésor caché.

C'est la connaissance de ces stéréotypes thématique-narratifs qui permet à la fois aux écrivains de composer leurs écrits et aux lecteurs d'en reconnaître le genre et dans certains cas d'en anticiper la fin (comme c'est le cas dans les récits de type « hollywoodiens » qu'on suppose soumis à la loi du happy end final).

1.1.3. Représentations socioculturelles : stéréotypes de l'inventio

Enfin, comme on le sait, la notion de stéréotype ne sert pas seulement à qualifier des figures et des images « neutres », constitutives de scénarios familiers. Elle désigne également l'association quasi automatique de *valeurs* associées à ces figures et ces images, qui peuvent être des individus célèbres, des personnages types (peuples, professions, classes d'âge...), des lieux (la France, la ville, la banlieue, le bureau...), des objets (le vélo, le livre, le vin...), des institutions (l'Académie française, l'École, la littérature...), des disciplines (le droit, les mathématiques, la psychanalyse...), des époques (le Moyen-Âge, le Siècle de Lumières...), des mouvements culturels (le romantisme, la modernité...), des expériences (la mort, la peur, la souffrance, le chômage...), voire des concepts (Dieu, l'amour, le bonheur, la liberté...). Le domaine de la stéréotypie se confond ici avec celui de la *doxa*, des représentations partagées et des opinions communes, qui sont généralement perçues comme évidentes par ceux qui s'y réfèrent.

L'extension des stéréotypes idéologiques est en fait immense car chaque mot est lié à des représentations, des croyances et des référents culturels qui varient selon les langues (« tu » n'a pas les mêmes connotations que « you », et « te quiero » ne signifie pas tout à fait « je t'aime »). Dès lors, ce sont en grande partie ces stéréotypes d'inventio qui confèrent aux mots leur charge connotative, leur portée allusive et leur poids d'émotion ou de civilité. Il en résulte que maîtriser une langue, au-delà des mots et de leurs associations, c'est connaître la charge culturelle partagée qui l'irrigue. Comme l'a souligné Galisson (1988) à travers le concept de « lexiculture », la culture est, pour une large part, *clichée dans les mots*. Mc Luhan le disait déjà à sa manière dès 1970 quand il affirmait que les clichés étaient des cristallisations d'archétypes.

1.2. Six traits distinctifs

Après avoir ainsi considéré l'extension sémiotique de la stéréotypie, il convient de préciser les traits qui distinguent les phénomènes stéréotypés des expressions, énoncés, actions, figures, thèmes et idées non stéréotypés. Comme j'ai essayé de le montrer (Dufays, 2010 : 61-66), six caractéristiques peuvent être retenues : la fréquence, le semi-figement, l'ancrage dans la mémoire collective, l'absence d'origine identifiée, le caractère durable et enfin l'ambivalence axiologique.

Si les cinq premiers traits ne nécessitent pas de longs commentaires, le dernier mérite qu'on s'y attarde car il amène à considérer que des formules et des représentations qui sont jugées banales, mensongères, néfastes, paresseuses ou stériles par les uns peuvent être reçues comme belles, vraies, bonnes, légitimes ou utiles par d'autres. Comme Amossy (1991) l'a souligné, cette ambivalence est consubstantielle au phénomène de stéréotypie car tout le monde a besoin pour penser et communiquer à la fois d'adhérer à certains stéréotypes et d'en rejeter d'autres.

Il n'en reste pas moins que les termes qui servent à nommer le concept ont une connotation négative et ne sont employés que pour désigner des propos ou des pensées que l'on réfute. On peut même constater que, dans le discours public, qu'il soit socioculturel, politique ou littéraire, « stéréotype » est utilisé comme *l'arme par excellence de l'affirmation de soi* : quel que soit le domaine axiologique concerné, la valeur d'un discours ou d'une production tient pour une large part à sa rupture prétendue avec les stéréotypes, ou avec ses avatars qui ont pour noms doxa, pensée dominante ou « politiquement ou esthétiquement correct ».

Cependant, comme il est utilisé par tous les camps (les écoles, les idéologies), *la valeur du stéréotype, quel qu'il soit, est parfaitement réversible* et sa négativité n'a rien d'objectivable puisque ses effets varient en fonction à la fois du contexte (social, historique, culturel), de l'intention de chaque locuteur et de la culture et des croyances de chaque récepteur : le « propos pertinent » de l'un est le stéréotype de l'autre (son adversaire), et inversement. Aux yeux d'un observateur neutre, le stéréotype apparaît donc comme un signe *indécidable* soumis aux fluctuations de la réception. Son indécidabilité tient en fait à la double articulation du langage : sur l'axe paradigmatique, les stéréotypes sont un aliment indispensable de la pensée et de l'expression ; sur l'axe syntagmatique, ils apparaissent comme un frein à la liberté combinatoire.

1.3. Généralité du phénomène

Il résulte de cette définition que la notion de stéréotype paraît applicable à *toutes* les productions du discours et de la pensée, car la fréquence, le figement partiel et l'ancrage collectif et durable sont des traits attribuables à n'importe quel propos ou discours public. Cela tient au fait que l'effet de banalité est par définition graduel et relatif et dépend de la culture de chacun. Il n'est dès lors pas exagéré de dire que tout discours, toute représentation peut, en fonction du regard qui est posé sur lui ou sur elle, relever du stéréotype. Les cognitivistes et les psychologues sociaux (comme Leyens, Yzerbyt & Schadron, 1996) précisent que le stéréotypage constitue un fonctionnement *normal* de toute perception, car comprendre, interpréter, apprécier, penser reviennent inéluctablement à tenter de capter un réel qui à priori nous échappe en associant ses éléments à des schémas qui nous sont familiers.

2. Quels sont les usages possibles des stéréotypes ?

Si tout stéréotype peut faire l'objet de perceptions et d'appréciations contrastées, celles-ci vont naturellement de pair avec une diversité d'usages, en production comme en réception, et dans la vie ordinaire comme dans la littérature et

les arts. Il nous faut donc nous interroger à présent sur les modes d'énonciation et de réception dont il peut faire l'objet.

2.1. La participation, ou l'usage classique

Pour illustrer le premier mode d'énonciation, voici quelques extraits de *Mes écoles*, l'autobiographie qu'Edouard Bled, célèbre auteur de manuels scolaires et inspecteur de l'éducation nationale, publia en 1977 :

« Je n'ai pas oublié ma "première rentrée". Ma mère m'avait accompagné, comme il se doit ; elle me tenait la main pour me donner sa confiance. Qu'elle est douce, qu'elle est réconfortante la chaleur de la main d'une mère !

Tout allait bien se passer. N'avais-je pas mon cher Jacquot et ne retrouverais-je pas les garçons de notre petite bande comme compagnons ? J'étais sans crainte. Nul désarroi. Pas de cris. Pas de pleurs. Un peu d'émotion tout de même, un battement inhabituel du cœur. Ils sont rares les enfants qui ne sont pas attirés par l'école. [...]

Après la récréation de l'après-midi, [...] avant de sortir, nous entonnions avec entrain une chanson. Je me rappelle encore, avec attendrissement, les paroles de l'une d'elles :

Il fait jour, le ciel est rose.

L'horizon vermeil.

Quand la lune se repose,

Lève-toi, soleil. [...]

Je nous revois les bras croisés, apaisés par le chant, et je nous entends encore en un écho lointain. Je les ai retrouvées ces voix d'enfant. Elles étaient belles et rassurantes ! Quel ravissement de les entendre monter claires et nuancées dans le calme d'une école studieuse ! »

(Edouard Bled, *Mes écoles*, Le livre de poche, 1977)

Comme on peut le constater, les stéréotypes pullulent dans ces quelques lignes : actions (la maman accompagnant son enfant à sa première rentrée des classes, les enfants studieux chantant une comptine les bras croisés), psychologie (le réconfort lié à la chaleur maternelle), idéologie (« Ils sont rares les enfants qui ne sont pas attirés par l'école »), écriture (lyrisme du dernier paragraphe), tout dans ce récit peut sembler familier car typique d'une certaine tradition du genre autobiographique. Cette fidélité à des conventions génériques participe de l'esthétique classique au sens large, qui se signale par son souci de clarté et de conformité à l'égard de « règles » établies. Soit par adhésion réelle, soit par stratégie, le locuteur classique assume les stéréotypes, ne prend distance ni envers leur forme ni envers le contenu, et la même posture est possible pour le lecteur, qui peut choisir de participer à l'univers et au langage qui lui sont proposés. On a donc affaire ici à une énonciation ou une réception sérieuse, du premier degré, qui constitue l'usage « ordinaire », « innocent » des stéréotypes. Celui qui les énonce ou les reçoit de cette manière n'a généralement pas conscience de leur caractère stéréotypé et pense au contraire être confronté à des outils ordinaires de la langue et de la pensée.

2.2. La distanciation, ou le regard moderne

Pour illustrer le deuxième mode d'énonciation, considérons un autre texte relatif aux souvenirs de l'enfance, extrait cette fois des *Croquis de mémoire* de Jean Cau (qui fut, comme on le sait, le secrétaire de Sartre) :

« Je sais ma pudeur et c'est d'un doigt prudent, d'un seul doigt, que je viens ici tapoter trois ou quatre notes sur le piano de mon adolescence. [...] Je sais trop, en effet, quelle complaisance à soi – malgré soi ? – fait souvent dériver l'esquif des souvenirs vers des mers aux vagues complices qui vous portent où votre gré, menteur, veut aller. Je me méfie des autobiographies, des aveux écrivains, des enfances débitées en chapitres impeccables [...], des mémoires fonctionnant avec une précision de bottin téléphonique, des souvenirs emboîtés en puzzle par des mains d'adulte et coloriés en trompe-l'œil et trompe-sincérité selon de nostalgiques humeurs, je me méfie de cela. Et alarme! Le gâtisme n'est pas loin lorsqu'on commence à évoquer "le vieil instituteur", la première amourette et la blonde fillette qui sautait à la corde et votre cœur sautait aussi, "le maître admirable" et ce Noël qu'on n'oubliera jamais et la mort du petit chat. (Si on est fils de riche, la mort du poney peut faire l'affaire. On peut y ajouter celle de l'innocence, à quatorze ans, avec une bonne moustachue et qui n'était plus jeune...). J'ai lu trop de récits biographiques "à thèse" dont le seul but inavoué – ou inconscient ? – était de prouver combien la merveille, combien le diamant d'innocence que l'on était, eut une enfance douloureusement incomprise ou (variante!) d'une rayonnante insouciance malgré les orages qui grondaient autour d'elle. Alors, *j'ose à peine me souvenir* et, dès qu'il s'agit de remuser dans les malles du passé de trop personnelles affaires, mon crochet hésite. » (Jean Cau, *Croquis de mémoire*, Julliard, 1985, p. 69)

À l'inverse de Bled, Cau choisit d'exhiber les stéréotypes comme tels, en les désignant de manière ironique (« des enfances débitées en chapitres impeccables », « des souvenirs coloriés en trompe-l'œil et trompe-sincérité », des récits biographiques "à thèse" ») et en affirmant nettement son refus d'en faire usage. Son écriture se rattache par là à une esthétique moderne, fondée sur le refus des conventions : le locuteur manifeste sa lucidité par des indices clairs, et la même possibilité se présente pour le lecteur, quelle que soit la manière dont le stéréotype a été énoncé (un désaccord ou un malentendu entre les interlocuteurs étant bien sûr toujours possible). Quand sa banalité est ainsi perçue, le stéréotype est présenté comme une citation, et celle-ci peut être soutenue, assumée, ou (comme c'est le cas ici) critiquée, moquée, caricaturée. On parlera ici d'une énonciation ou d'une réception distante, du deuxième degré.

2.3. Ambivalence et indécidabilité : le point de vue postmoderne

Examinons enfin un troisième extrait d'évocation de la vie enfantine, issu cette fois d'*Enfance* de Nathalie Sarraute :

« Je n'arrive plus à entendre la voix qu'elle avait en ce temps-là, mais ce qui me revient, c'est cette impression que plus qu'à moi c'est à quelqu'un d'autre qu'elle raconte... [...] Je peux m'abandonner à cette lumière dorée, ces roucoulements,

ces pépiements, ces tintements de clochettes sur la tête des ânon, des chèvres, ces sonneries des cerceaux munis d'un manche que poussent devant eux les petits qui ne savent pas se servir d'un bâton...

— Ne te fâche pas, mais ne crois-tu pas que là, avec ces roucoulements, avec ces pépiements, tu n'as pas pu t'empêcher de placer un petit morceau de préfabriqué... c'est si tentant... tu as fait un joli petit raccord, tout à fait en accord...

— Oui, je me suis peut-être un peu laissée aller...

— Bien sûr, comment résister à tant de charme... à ces jolies sonorités... roucoulements... pépiements...

— Bon, tu as raison... mais pour ce qui est des clochettes, des sonnettes, ça non, je les entends... et aussi des bruits de crécelles, le crépitement des fleurs de celluloïd rouges, roses, mauves, tournant au vent... »

(Nathalie Sarraute, *Enfance*, Gallimard, 1983, p. 20-21)

La narratrice ici se dédouble, et se livre à une alternance saisissante de points de vue envers les souvenirs de son enfance, qui sont présentés tour à tour avec émotion et lyrisme (par la première « voix ») et comme « un petit morceau de préfabriqué » ou un « joli petit raccord » (par la seconde voix). Cette duplicité à l'égard des codes traditionnels de la narration peut être rattachée à l'esthétique postmoderne : dans ce cadre, le locuteur n'est plus dans l'adhésion ni dans le rejet, il joue avec les stéréotypes en les présentant tour à tour sous leurs deux faces opposées, comme des objets ambivalents ou indécidables, et une fois de plus, le lecteur peut adopter le même point de vue, quelle que soit l'énonciation du stéréotype. On peut donc parler ici d'une énonciation ou d'une réception ludique ou ambivalente, du troisième degré, et on soulignera au passage que, quand elle s'applique à la lecture, cette perception double rejoint le va-et-vient entre les postures participative et distanciée qui définit ce que d'aucuns appellent la « lecture littéraire » (Dufays, Gemenne et Ledur, 2015).

La question de la posture des écrivains à l'égard des stéréotypes a déjà fait couler beaucoup d'encre. Dès 1941, Jean Paulhan constatait qu'il existait chez de nombreux écrivains et critiques une hantise du cliché et du lieu commun, qui créait, selon lui, un véritable climat de « Terreur dans les Lettres ». Par rejet ou par peur du stéréotype, les auteurs se vouaient à une recherche toujours plus exacerbée de nouveauté, qui les amenait *in fine* à perdre leurs lecteurs à force d'explorations éloignées de leurs perceptions familières ou à ne plus oser prendre la plume. Réagissant contre cette tendance, Paulhan invitait les écrivains à moins se préoccuper des clichés ou à les considérer avec lucidité, comme des signes dont on ne peut se passer.

Cette posture modérée paraît d'autant plus pertinente que, comme l'a souligné Castillo Durante (1994), le recours aux clichés de langue (que cet auteur appelle des « unités d'emprunt ») n'entrave en rien la flexibilité des représentations et des scénarios stéréotypés, qui sont la source du renouvellement constant de la littérature. D'un point de vue didactique, il peut sembler utile d'inviter les élèves à se donner la même liberté en tant que lecteurs.

Il semble enfin utile de souligner que le regard double posé sur les stéréotypes relève de la réconciliation « postmoderne » avec le langage du passé dont parlait Umberto Eco dans son *Apostille au Nom de la Rose* :

« La réponse postmoderne au moderne consiste à reconnaître que le passé, étant donné qu'il ne peut être détruit parce que sa destruction conduit au silence, doit être revisité : avec ironie, d'une façon non innocente. Je pense à l'attitude postmoderne comme à l'attitude de celui qui aimerait une femme très cultivée et qui saurait qu'il ne peut lui dire "Je t'aime désespérément", parce qu'il sait qu'elle sait (et elle sait qu'il sait) que ces phrases, Barbara Cartland les a déjà écrites. Pourtant, il y a une solution. Il pourra dire "Comme dirait Barbara Cartland, je t'aime désespérément". Alors, en ayant évité la fausse innocence, en ayant dit clairement que l'on ne peut parler de façon innocente, celui-ci aura pourtant dit à cette femme ce qu'il voulait lui dire : qu'il l'aime à une époque d'innocence perdue. Si la femme joue le jeu, elle aura reçu une déclaration d'amour. Aucun des deux interlocuteurs ne se sentira innocent, tous deux auront accepté le défi du passé, du déjà dit que l'on ne peut éliminer, tous deux joueront consciemment et avec plaisir au jeu de l'ironie... Mais tous deux auront réussi une fois encore à parler d'amour. » (Eco, 1985 : 77-78)

La diversité et les enjeux des modes d'énonciation et de réception des stéréotypes étant ainsi clarifiés, il faut s'interroger pour finir sur l'approche qui doit en résulter avec les élèves. Comment *travailler didactiquement* les stéréotypes ? La question se pose aussi bien à propos de l'enseignement des langues-cultures en général qu'à propos de la formation littéraire.

3. Quelle place pour les stéréotypes dans l'enseignement des langues-cultures ?

3.1. Des objets à mettre à distance

Il n'est pas douteux que la première tâche qui incombe à l'école face aux stéréotypes soit d'éveiller à la conscience critique de leur usage (Duneton et Pagliano, 1978 ; *Recherches*, 1989 ; Dufays, 1991), vaste chantier qui comporte à priori trois enjeux fondamentaux :

- un enjeu cognitif et intellectuel d'abord : il s'agit d'exercer les jeunes à ne pas être dupes des stéréotypes pour pouvoir développer une pensée et une parole nuancées en s'attachant aux valeurs de l'intelligence et de la complexité ;
- un enjeu éthique ensuite : il importe que les élèves apprennent à décoder le caractère caricatural, voire erroné de certaines représentations culturelles et idéologiques et s'arment par là aux valeurs de la tolérance, du respect des différences et de l'ouverture à l'autre... y compris au respect de ses stéréotypes, auxquels il serait trop commode et fallacieux de le réduire ;
- un enjeu esthétique enfin : les élèves doivent être initiés au fait que les stéréotypes de la littérature fonctionnent en grande partie comme des codes de référence qui permettent de situer les œuvres entre elles et au sein de différents ensembles (genres, courants, réseaux intertextuels). Cet apprentissage se confond avec celui de l'exigence esthétique : la conscience

du caractère stéréotypé de certaines formes est nécessaire pour pouvoir comparer et évaluer des œuvres d'art.

Il reste alors à préciser comment une telle éducation à l'usage critique des stéréotypes peut se mettre en place concrètement. Trois démarches didactiques sembleraient complémentaires à cet égard.

La première consisterait tout simplement, comme on vient de le faire, à *comparer des textes* pour mettre en évidence leurs stéréotypes, leurs visées, leurs fonctionnements et leurs effets, et pour montrer combien ceux-ci varient selon les contextes et les genres, mais aussi selon les scripteurs et les lecteurs.

La deuxième démarche serait de *faire réécrire des textes* en changeant leur posture énonciative. Il s'agirait ainsi tour à tour d'écrire au deuxième degré (parodier) un texte écrit au premier degré, d'écrire au premier degré (rendre sérieux) un texte parodique ou ambivalent, ou encore d'écrire au troisième degré (rendre ambivalent) un texte écrit au premier ou au deuxième degré. La mise en place de tels ateliers d'écriture apparaît comme une précieuse occasion de travailler les procédés de la parodie et de l'ambivalence.

Enfin, une troisième démarche consisterait à *décoder* et à *mettre en perspective critique* les valeurs visées par un discours stéréotypé, qu'il soit social ou littéraire. Cette activité relèverait plus largement de l'analyse idéologique des discours telle qu'Amossy et d'autres les ont mis à l'honneur depuis la fin du siècle dernier.

3.2. Des savoirs et des modèles à utiliser

Si former à la conscience critique des stéréotypes apparaît comme le premier objectif didactique à poursuivre, il reste que les élèves ont tout autant besoin de pouvoir les utiliser les formules, les structures thématique-narratives et les représentations clichées à bon escient. Or, pour ce faire, il leur faut d'abord maîtriser un certain nombre, enjeu qui rejoint la dimension culturelle de l'éducation dans la mesure où la richesse d'une culture est consubstantielle au nombre de stéréotypes que l'on connaît. À côté de la formation à l'esprit critique, une deuxième mission fondamentale de l'école est en effet de transmettre des modèles, des savoirs standardisés.

Dans les sciences exactes, ces modèles de référence consistent principalement dans les connaissances savantes qui ont été construites en opposition avec les connaissances communes et les idées reçues simplistes. Dans les langues-cultures, à l'inverse, ils résident largement dans les structures de discours préétablies (expressions, formulations usuelles) qui relèvent de l'*elocutio* ainsi que dans les représentations partagées sur la langue, la culture, la littérature et dans les scénarios et les images stéréotypés qui relèvent de la *dispositio* et de l'*inventio*.

Prenons l'exemple des connaissances socioculturelles qu'apprennent en premier lieu ceux qui s'initient à la culture française. Tous les enseignants de FLE le savent, faire connaître la France à des étrangers passe inévitablement par la convocation d'un certain nombre d'images communes qui relèvent pleinement de la stéréotypie. Celles-ci concernent les thèmes et les figures qui balisent la mémoire collective des Français (les grandes scènes de l'Histoire de France, les grands

hommes de la France), les images d'Épinal de la France éternelle (la baguette de pain, le béret, la pétanque, le chauvinisme franchouillard, les paroles de « Douce France... »), les traditions réputées françaises (le vin, le fromage, la gastronomie, l'escrime, la roublardise...) ou encore la langue française elle-même (supposée belle, pure, universelle, où les variations sont vues comme des fautes, des péchés contre la morale et le bon goût³).

Le même principe prévaut en matière de littérature : l'apprentissage littéraire passe par la connaissance des genres, des courants et des stéréotypes qui les constituent. Ainsi, les premières balises pour comprendre le romantisme peuvent être ramenées à quelques thèmes stéréotypés (exaltation du Moi, mal de vivre, mal du siècle, communion avec la nature, sentimentalisme), à quelques titres (Werther, René... « Le Lac », « La mort du loup ») et à quelques noms « obligés » (Chateaubriand, Lamartine, Hugo, Musset...). De même, le premier savoir scolaire « utile » sur la littérature fantastique consiste dans la capacité de reconnaître quelques personnages types, quelques événements réputés surnaturels, et la mise en œuvre d'un scénario plus ou moins récurrent (rupture progressive avec le monde réaliste, manifestations croissantes du « phénomène », inquiétude, montée de la tension, incertitude finale). Certes, apprendre la littérature requiert *aussi*, dans un second temps, le développement de l'esprit d'analyse et de la réflexion critique sur les textes, mais cela ne doit pas empêcher de voir que, pour pouvoir accéder à ce palier, il est indispensable de commencer par maîtriser les codes propres aux différents genres et courants, qui peuvent être considérés, à bien égards, comme des matrices de stéréotypes.

Il n'est dès lors pas exagéré d'affirmer que les stéréotypes exercent un rôle vital dans l'exercice de la pensée et de la communication. Il en va à la fois d'une loi sémiotique fondamentale – il n'y a pas de cognition ni de réception possibles sans le recours à une réserve de paradigmes – et d'une nécessité pédagogique – une des missions fondamentales de l'école est assurer la maîtrise des connaissances les mieux établies et les plus durables. Il n'est pas inutile à ce propos de relire ce que disait Jean-Claude Forquin dans *École et culture* (1989) :

« On accuse souvent l'école de conservatisme culturel. C'est que, toujours et partout, l'enseignement général a pour fonction primordiale (même si cela n'est pas toujours explicitement reconnu) la formation fondamentale de l'esprit, c'est-à-dire l'initiation systématique des individus à certaines modalités et à certains outillages cognitifs essentiels de l'activité humaine « civilisée ».

Or cette fonction suppose nécessairement de privilégier dans la culture transmise les aspects les plus constants, les plus universels, les plus incontestables.

En cela l'école sera toujours en butte aux attaques inspirées par l'idéologie romantique de l'originalité, de l'individualité et de la nouveauté.

L'école n'est pas l'ennemie de la vraie nouveauté, mais elle ne partage pas l'obsession de l'actuel, le goût de l'éphémère et le culte des apparences ».

(Forquin, 1989 : 189)

³ Cf. « La langue de chez nous » d'Yves Duteil... vs Marina Yaguello, *Dictionnaire des idées reçues sur la langue* (1988).

4. Pour conclure...

L'objectif modeste de cet article était de mettre en lumière le caractère pluriel et complexe de la problématique du stéréotype, mais aussi son caractère central et dynamique dans la vie quotidienne, dans la littérature et dans l'enseignement et l'apprentissage. J'espère être arrivé à montrer qu'à l'école, le bon usage des stéréotypes est aussi important que leur mise à distance, et qu'enseigner une langue-culture ou la littérature, c'est toujours travailler à la fois *contre* les stéréotypes et *avec* eux. J'ajouterai que le va-et-vient entre l'adhésion et la distance n'est pas seulement le mouvement où se joue le sens des discours que nous recevons et produisons : il est aussi, fondamentalement, la pulsation même du monde, de nos choix et de nos actions.

Bibliographie

- Amossy, Ruth (1991). *Les idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan.
- Amossy, Ruth (2000). *L'argumentation dans le discours*, Paris, Nathan.
- Amossy, Ruth et Herschberg-Pierrot, Anne (1997). *Stéréotypes et clichés*, Paris, Nathan.
- Bouché, Claude (1974). *Lautréamont. Du lieu commun à la parodie*, Paris, Larousse, Collection « Thèmes et textes ».
- Castillo Durante, Daniel (1994). *Du stéréotype à la littérature*, Montréal, XYZ.
- Dufays, Jean-Louis (1993). « Initier à la conscience des stéréotypes : un enjeu éthique essentiel du cours de français », in *Enjeux*, n° 29, pp. 47-59.
- Dufays, Jean-Louis (1997). « Stéréotypes et didactique du français. Histoire et état d'une problématique », in *Études de linguistique appliquée*, 107, pp. 315-328.
- Dufays, Jean-Louis (2007). « Stéréotyper, suspendre, rouvrir : le chantier sans fin de la lecture et de l'apprentissage », in Boyer, Henri (dir.), *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène* (3), Paris, L'Harmattan, pp. 81-89.
- Dufays, Jean-Louis (2010). *Stéréotype et lecture. Essai sur la réception littéraire*, Bruxelles, Peter Lang, Collection « ThéoCrit' » (2^e édition actualisée).
- Dufays, Jean-Louis, Gemenne, Louis, Ledur, Dominique (2015). *Pour une lecture littéraire. Histoire, théorie, pistes pour la classe*, Bruxelles, De Boeck (3^e édition actualisée).
- Duneton, Claude, et Pagliano, Jean-Pierre (1978). *Anti-manuel de français*, Paris, Seuil (Points Actuels, 30).
- Eco, Umberto (1985). *Apostille au Nom de la rose*, Paris, Grasset.
- Forquin, Jean-Claude (1989). *École et culture. Le point de vue des sociologues britanniques*, Bruxelles, De Boeck.
- Galisson, Robert (1988). « Cultures et lexicultures. Pour une approche dictionnaire de la culture partagée », in *Cahiers d'Études Hispaniques Médiévales*, pp. 325-341

- Garaud, Christian (dir.) (2001). *Sont-ils bons ? Sont-ils méchants ? Usages des stéréotypes*, Paris, Champion.
- Gauthier, Robert (dir.) (2001). *Le stéréotype. Actes du 21^e colloque d'Albi Langages et signification*, Toulouse, CALS/CPST.
- Gonzalez-Rey, Maria Isabel (2007). « Les stéréotypes culturels et linguistiques des expressions idiomatiques », in Boyer, Henri (dir.), *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène. Actes du colloque international de Montpellier 21-23 juin 2006. Tome 4 : langue(s), discours*, Paris, L'Harmattan, pp. 101-112.
- Goulet, Alain (dir.) (1994). *Le stéréotype. Crise et transformation. Actes du colloque de Cerisy-la-Salle*, Caen, Presses universitaires de Caen.
- Greimas, Algirdas Julien (1970), *Du sens*, Paris, Seuil.
- Herschberg-Pierrot, Anne (1980). « Problématique du cliché. Sur Flaubert », in *Poétique*, n° 43, pp. 334-345.
- Leyens, Jacques-Philippe, Yzerbyt, Vincent et Schadron, Georges (1996). *Stéréotypes et cognition sociale*, Liège, Mardaga
- McLuhan, Marshall (1970). *Du cliché à l'archétype*, Paris, Mame.
- Paulhan, Jean (1941). *Les Fleurs de Tarbes, ou la Terreur dans les Lettres*, Paris, Gallimard, Collection « Folio essais ».
- Perelman, Chaïm (1977). *L'empire rhétorique. Rhétorique et argumentation*, Paris, Vrin.
- Recherches* (1989). *Apprentissages et stéréotypes*, n° 10.
- Riffaterre, Michael (1979). *La production du texte*, Paris, Seuil.
- Yaguello, Marina (1988). *Catalogue des idées reçues sur la langue*, Paris, Seuil, Collection « Point virgule ».

QUESTIONS DIDACTIQUES ET PHRASÉOLOGIQUES DU DISCOURS JURIDIQUE

Naoufal El BAKALI
École Supérieure Roi Fahd de Tradruction, Maroc
naoufalelbakali@gmail.com

Résumé

L'analyse du discours spécialisé, en l'occurrence, juridique représente aujourd'hui pour de nombreux étudiants dans de différentes filières universitaires un moyen incontournable pour acquérir la quintessence et l'utilité de ce domaine fort présent aussi bien dans la vie professionnelle que personnelle. Qu'elle soit destinée pour les questions de traduction ou pour de simples pratiques textuelles centrées sur l'énoncé juridique, l'analyse de la structure phraséologique du discours porte sur la manière par laquelle nous entreprenons en tant qu'enseignants de langue française au cycle supérieure la notion de la phraséologie ayant comme objet d'étude l'analyse lexicale et syntaxique de l'énoncé juridique. Tout d'abord, l'approche lexicale est déterminante dans l'entreprise phraséologique, du moment que le discours juridique déploie un lexique propre à lui, bien qu'il soit par moment utilisé dans notre langage ordinaire, du fait que l'objet des sciences sociales réglemente les rapports interpersonnels avant tout.

Abstract

DIDACTICAL AND PHRASEOLOGICAL QUESTIONS OF THE LEGAL DISCOURSE

The analysis of specialized discourse, in this case, legal represents today for many students in different university courses an essential means to acquire the quintessence and the usefulness of this field very present in both professional and personal life. Whether intended for questions of translation or for simple textual practices centered on legal utterance, the analysis of the phraseological structure of discourse focuses on the way we undertake as teachers of the French language at the cycle superior to the notion of phraseology having as its object of study the lexical and syntactic analysis of the legal statement. First, the lexical approach is decisive in the phraseological enterprise, as long as legal discourse deploys a lexicon specific to it, although it is sometimes used in our ordinary language, because the object of social science primarily regulates interpersonal relationships.

Mots-clés : *Discours- Phraséologie- Terminologie- Droit- Didactique*

Keywords : *Speech - Phraseology - Terminology - Law - Didactic*

Introduction

Pour définir l'objet didactique et phraséologique du discours juridique, nous y serons amenés à déterminer les contours sémiolinguistiques du domaine des sciences sociales d'où proviennent les différents phénomènes juridiques. A ce titre, la communication juridique est comme tout autre type d'échange ou de message exigeant une méthodologie, un langage et un contexte, c'est pourquoi la langue d'enseignement de ce champ disciplinaire doit se conformer ainsi que le récepteur qu'est l'étudiant de droit aux multiples formes et types de discours produits juridiquement. De ce fait, la linguistique du discours juridique se garde le droit de s'approprier son propre système référentiel dans toutes les langues véhiculant les questions juridictionnelles. L'apprentissage de cette discipline dans ses débuts s'avère exigeant, surtout dans le cas de notre contexte marocain lorsque nos étudiants optent pour s'inscrire dans les études de droit français. Ceux-ci, auront tendance à maîtriser les pré-requis en langue française pour pouvoir mener à terme leur parcours académique. Il s'agit en effet, d'une branche qui sollicite des compétences langagières et communicationnelles interdisciplinaires, afin de comprendre et analyser des supports à vocation utilitaire. Les études en droit au Maroc offrent la possibilité de poursuivre le cursus universitaire en arabe ou en français, puisque la langue française demeure la langue de la communication administrative et législative. La nécessité de produire ou recevoir un discours juridique exige aujourd'hui une maîtrise didactique et linguistique dans le cas de l'apprentissage du droit français au sein des facultés des sciences sociales. De ce fait, le plan de notre communication s'articule autour de trois axes : le premier s'intitule Pour une didactique spécialisée du discours juridique. Pour le deuxième, la langue française et la communication juridique, alors que le troisième d'entre eux s'articule les problèmes sémantico-linguistiques du discours juridique. Les trois volets en question proposent une réflexion qui explique les raisons pour lesquelles la phraséologie juridique stipule une approche didactique et linguistique en mesure d'appréhender l'acte énonciatif.

1. Pour une didactique spécialisée du discours juridique

Pour parler du volet didactique de l'apprentissage du discours juridique, il faut prévoir une approche qui soit compatible avec les prérequis des étudiants inscrits au département des sciences juridiques. De ce fait, il est très difficile de discuter ce point fondé sur des vérités vérifiées, puisque même dans le cas d'étudiants au niveau de la maîtrise, ces derniers rencontrent des lacunes lexicales et linguistiques portant sur le discours juridique.

L'enseignement d'une langue de spécialité et, plus précisément juridique ne peut être réalisé d'une manière arbitraire ni d'en faire l'impasse des questions terminologiques ou structurelles qui peuvent faciliter la compréhension.

Dans ce sillage, il est indéniable de ne pas adopter de la part de l'enseignant des sciences sociales une entrée en la matière centrée sur les questions rudimentaires portant sur le lexique ou la formulation de l'énoncé juridique, notamment dans le cas des arrêtés, commentaires juridiques, contrats, lois, décrets, règlements, jugements,

courriers administratifs etc. Comprendre ou savoir rédiger ces documents répond à une double vocation : être à la fois le lieu de la découverte et de la recherche ainsi que de l'enseignement de l'objet juridique. Nous ne pouvons alors dissocier à ce niveau ces trois étapes : la lecture- la compréhension et la production. Dans toute activité linguistique, lesdites étapes sont indispensables, nous les retrouvons dans les techniques de communication, la traduction ou les sciences du langage comme des entités éminentes.

Qu'il soit professeur de langue, de communication ou de droit, son objectif didactique s'articule essentiellement sur la lisibilité du texte juridique, voilà l'enjeu principal de la formation, quant au mode d'emploi desdits textes dépend du savoir et de la compétence optimale de l'étudiant. En vérité, viser la clarté des structures phraséologiques et collocationnelles représente notre ultime finalité. À ce titre, nous ferons allusion à certaines de ces structures pour pouvoir s'arrêter de plus près sur les défis didactiques de l'énoncé juridique qui dépendent inéluctablement des éléments suivants :

Le titre, lecture de survol, la lisibilité, la compréhension, la mémorisation, l'action, la réponse. Voici les énoncés que nous avons choisis pour illustrer les défis ci-dessus :

- En rapport avec l'organisation de la Cour Constitutionnelle : « Les dahirs et les décisions de nomination du président et des membres de la cour Constitutionnelle sont publiés au Bulletin officiel ». (Essaid, (2008)

Pour analyser didactiquement cet énoncé, il faut contourner le paratexte du document où figurent les conditions de nomination formulées sous forme d'articles légiférant : la durée du mandat du président de la cour constitutionnelle, les membres etc. Donc, pour le titre, il faut absolument le situer en fonction du type du document en question (un article, un code, une loi, des conditions). Dès l'abord, les étapes du titre et de la lecture de survol se limitent à situer l'énoncé dans son contexte juridictionnel. Pour la lisibilité, il en demeure important de décoder la terminologie, en l'occurrence : Dahir, Décision de nomination, Cours Constitutionnelle, Bulletin officiel, car nous remarquons qu'il faut non seulement se contenter d'expliquer le terme Dahir qui renvoie à un document très spécial émis par le pouvoir monarchique (le Roi), mais aussi les autres vocables qui sont sous forme de collocations qu'il faut analyser en fragments, par exemple :

Décisions de nomination (les décisions sont de différents types : décisions rendues par une cour ou par un juge, un arrêt est une décision), donc le syntagme prépositionnel à savoir « nomination » facilite la compréhension pour nous renvoyer à une décision d'une cour (constitutionnelle). La même chose pour *Bulletin officiel*, il faut qu'on mémorise le syntagme postposé par rapport au syntagme nominal pour réussir de bout en bout à trouver le sens et par conséquent la réponse. Le cas de *bulletin* est pareil, il y a plusieurs formes ou types de bulletins (bulletin sous forme d'un casier judiciaire ?) il existe aussi en France le journal officiel concernant certains secteurs tels que l'éducation, la culture, les ministères etc.

En effet, enseigner le discours juridique dépend de la compétence lexicale de l'étudiant, car dans notre contexte marocain, nous avons les sciences juridiques

enseignées en arabe et en français à la fois, il s'avère capitale dans le cas des études de droit en français de maîtriser au moins la terminologie juridique, même si parfois, bien que la compétence linguistique soit défaillante, notamment la structure des phrases et leurs cohésions. Ainsi, dans le volet qui suit, nous expliquerons comment la langue française crée des passerelles avec la communication juridique.

2. La langue française et la communication juridique

La langue française déployée dans le langage juridique est connue par son style et sa linguistique à part entière, nous ne prétendons guère qu'elle soit une langue de spécialité inégalée, mais elle en demeure une littérature teintée de technicité. Dès lors, la première particularité qui s'en dégage est le vocabulaire, car par sa valeur technique, il dépasse la dichotomie saussurienne du signifié et du signifiant pour embrasser celle de Hjelmslev, à savoir la « forme et la substance », celle-ci se définit comme suit :

La forme et la substance ; il faut insister sur la nouvelle définition de ces deux termes, car chacun a un lourd passé lexical. La forme, c'est ce qui peut être décrit exhaustivement, simplement et avec cohérence (critères épistémologiques) par la linguistique, sans recourir à aucune prémisses extra-linguistique, la substance, c'est l'ensemble des aspects des phénomènes linguistiques qui ne peuvent être décrits sans recourir à des prémisses extra-linguistiques (Barthes, (1985)

Ledit passage définit le caractère du morphème juridique qui renvoie à un signe linguistique lié à l'expression et au contenu à la fois. Le juriste ou l'étudiant en droit fait appel à ses connaissances basiques en langue française pour construire et formuler des énoncés, le texte écrit en français est, donc, un support didactique et communicationnel contribuant au développement de l'esprit d'analyse et de synthèse de l'étudiant-juriste. Ceux-ci, adjugent que la langue juridique est une langue littéraire qui dépend intimement de l'art oratoire et de la rhétorique. Dès qu'il s'agit de préambules aux ouvrages de droit ou d'un cours magistral, les professeurs en question déploient une structure énonciative, à l'image de Cicéron qui fut à l'origine du discours persuasif.

Déterminer le faux du vrai nécessite de la part du juriste une véritable démonstration en mesure de rendre la balance en sa faveur. De même, le public censé recevoir un tel discours est de plus en plus averti. Le savoir rhétorique est une science à part entière, son propre objet est le discours quel que soit sa nature. Dans les sphères universitaires, notamment en première année de droit, les étudiants sont passionnés par la maîtrise de la parole aussi bien dans les ouvrages que de leurs professeurs. Les questions préliminaires dans la définition du droit et ses sources exercent une influence sur la connaissance juridique en perspective. A ce titre, la langue représente un outil pour accéder à cette connaissance qui se définit comme suit :

L'activité de connaissance du droit est complexe. Elle l'est en raison de son objet : le droit dont les manifestations sont multiples et la définition incertaine. Elle l'est par la diversité de ses modalités qui vont de la recherche de solutions justes à la

description des solutions existantes, en passant par l'interprétation. Elle l'est encore par les liens qui l'unissent aux activités d'élaboration et d'application de droit. (Atias 1985)

Ainsi, naissent des constructions et des tournures en lien direct avec le langage juridique déployé dans les contextes en question. Les énoncés formulés en langue française supportent des expressions référentielles ayant pour objet d'identifier le fait juridique, ce qui nous pousse à s'interroger sur quoi il faut capitaliser dans ce type de communication, afin de réussir à distinguer entre les expressions générales et juridiques. En effet, les sciences sociales ne peuvent ignorer la portée linguistique de la langue par laquelle les acteurs juridiques : étudiants, professeurs et professionnels développent leurs démonstrations communicationnelles. D'un point de vue interne, les praticiens de droit sont amenés à formuler des interprétations au sujet d'actes et de jugements ainsi que toute production verbale ou écrite loin des contraintes sémantico-linguistiques. D'un point de vue externe, il existe bien d'autres acteurs qui utilisent le discours juridique bien qu'ils ne soient pas des praticiens, des usagers tels que les justiciables, les chercheurs en anthropologie ou en sociologie, les journalistes peuvent aussi s'intéresser à ce domaine d'où l'importance d'étudier l'individu dans ses rapports avec le groupe sociale auquel il appartient. Le plus important, c'est que l'emploi linguistique et stylistique dans le domaine de droit ne fait aucune différence entre les langues, du moment que son objet d'étude porte sur la mobilisation de la langue dans un contexte bien précis, afin de distinguer dans l'espace social entre les valeurs du juste et de l'injuste. Au-delà des fonctions utilitaires de la langue française au sein du discours juridique, elle demeure un outil de cohésion, de communication et de création. Maintenant, il faut renverser les choses et expliquer les perspectives en fonction de l'utilité du discours juridique sachant que :

La loi reconnaît l'effet obligatoire, pour les parties, de leurs accords de volontés. Elle ne précise ni pourquoi les contrats doivent être respectés, ni pourquoi, en fait, ils le sont assez souvent ; ce n'est pas son rôle. Le législateur utilise donc un concept auquel il rattache certaines solutions, en en passant d'autres sous silence et en laissant de côté les questions de fondement, de justification [...]. (Atias, 1985 : 68)

Cette affirmation atteste le rôle de la rhétorique dans le développement de la communication juridique, puisque ses acteurs auront besoin d'outils linguistiques et stylistiques en mesure de contourner et détourner certains jugements au profit de l'intérêt des justiciables. De ce fait, la langue est un moyen de communication incontournable, or, sa non maîtrise pourrait impacter toute production langagière juridique. En effet, cette vision laisse entrevoir d'emblée, les problèmes linguistiques qui résultent de la langue juridique.

3. Problèmes sémantico-linguistiques du discours juridique

Nous commençons ce dernier volet par affirmer que la maîtrise linguistique de tout support linguistique est susceptible de communiquer un contenu spécifique. Aspirer au perfectionnement d'une langue n'a jamais réduit ou sous-estimer une

discipline, au contraire, l'exemple du domaine des sciences sociales et plus précisément le droit au Maroc s'inspire minutieusement du droit en France, c'est pourquoi les étudiants durant leurs parcours en droit français sont amenés à consulter la jurisprudence française dans toutes ses représentations linguistiques, philosophiques, religieuses et historiques. De ce fait, la première génération des enseignants-chercheurs marocains dans les départements de droit français sont diplômés des facultés de droit françaises, cet indice historique permet de développer les aptitudes linguistiques de leurs étudiants sur tous les plans. En revanche, nous assistons à une chute de niveau en ce qui concerne les compétences rédactionnelles de leurs étudiants pour de différentes raisons, surtout la dominance de la langue arabe durant leur cursus éducatif, jusqu'à ce qu'ils atteignent le cycle universitaire où ils sont obligés, par contre, de poursuivre des programmes dispensés en français, notamment dans les sciences sociales et économiques ainsi que toutes les autres filières scientifiques.

Chemin faisant, nous pouvons toujours interroger les lacunes rudimentaires de la langue française, à l'égard de l'apprentissage d'un contenu tel que celui du droit. Plusieurs pistes d'analyses doivent être déterminées, mais nous précisons deux grands points indispensables pour surmonter ces problèmes, à savoir la construction et l'interprétation. À partir de ce constat, nous rejoignons l'affirmation suivante : « Pour constituer le sens global de la phrase, il faudrait, dans la mesure où elles impliquent une activité intellectuelle, les attribuer à la parole, à l'emploi de la langue. Ainsi, Saussure laisse entendre que la phrase relève de la parole » (Ducrot et Todorov 1972). La technicité du droit fait que la langue ne demeure plus individuelle, mais conventionnelle, elle suit un ordre et une logique adaptés aux situations de communication qui les impliquent.

Reste à savoir que le domaine de droit agglomère d'autres domaines liés à la vie quotidienne, ce qui donne lieu à un lexique qui oscille entre le générale et le spécifique, d'où justement la différence entre le droit public et le droit privé, le premier orchestre l'organisation de l'Etat et des collectivités publiques dans leurs rapports aux particuliers, tandis que le droit privé encadre les affaires civiles et sectorielles tels que le commerce, le maritime, l'agriculture, l'industrie, etc. c'est d'ailleurs pourquoi nous constatons un perpétuel changement dans le lexique et, par conséquent, la construction des phrases. Tout d'abord, nous voudrions préciser que la formation lexicale des énoncés juridiques se forment selon deux configurations, la première est véhiculée à partir d'une seule unité lexicale telles que : *décentralisation*, *souveraineté*, *tutelle*, *incapables*, *coutumier* référant tous à un principe étroitement juridique, loin des généralités sémantiques, leurs emplois dans le contexte de droit permettent de cerner l'usage sans faire appel à d'autres unités lexicales pour compléter le nom. Quand on ajoute par exemple auxdits lexèmes un adjectif dans :

- (1) Décentralisation du pouvoir
- (2) Souveraineté territoriale
- (3) Tutelle parentale
- (4) Incapables majeurs
- (5) Droit coutumier

Il est évident que l’adjonction d’un adjectif rend le sens de la phrase plus nuancé, car la normalisation d’une terminologie peut à chaque moment varier en fonction du contexte langagier. Les mêmes lexèmes pourraient faire l’objet de mots généraux, mais ceux-ci, déploient des combinaisons polylexicales. De ce fait, nous attestons qu’une distinction entre un terme juridique et un terme non juridique n’est pas plausible, puisque dans la communication juridique les domaines sont délimités et rejettent toute tentative de normalisation radicale. Il s’agit, en effet, d’un lexique qui peut se modeler du plus spécialisé au moins, tout dépend de l’intention du locuteur. Dans cette même logique lexicale, nous ne pouvons parler de la formation lexicale sans évoquer l’usage de locutions latines dans le discours juridique. Qu’on le veuille ou non, la phraséologie juridique se démarque par son multilinguisme dû à la richesse thématique des domaines légiférant les lois.

Au fait, la terminologie déployée généralement prône une formation lexicale centrée sur la dérivation propre, c’est-à-dire par le biais de l’adjonction d’un affixe au radical comme dans le corpus des termes que nous avons choisis : *Dé-/tion, -té, in-/able*, etc. La présence de la prosodie linguistique en usant du procédé de la dérivation propre contribue à spécifier en quelque sorte le langage juridique.

Et comme tout discours spécialisé, le dictionnaire encyclopédique des sciences du langage le définit comme suit : « ensemble des règles relatives à la métrique, un sens spécialisé s’est développé avec la naissance de la linguistique moderne. On classe dans la prosodie tous les faits phoniques qui échappent à l’analyse en phonèmes et en traits distinctifs » (Ducrot et Todorov, 1972 :228). Cela-dit, la terminologie préconise une structure syntaxique dominée par les parties du discours nominatif, à l’instar du nom et de l’adjectif. Comme l’ont déjà établi les linguistes modernes au sujet de prévoir un ordre dans la classification des mots au sein de la langue, nous tenons aussi à préciser que le maintien d’un canevas linguistique dans le discours juridique implique une classification de ses principales structures lexicales, à l’image des expressions latines que nous pouvons définir comme suit :

| Expressions latines | Sens |
|------------------------------|---|
| Ad impossibile nemo tenetur. | A l’impossible nul n’est tenu |
| Cujus regio, ejus religio | A chaque pays sa religion propre |
| Summun jus, summa injuria. | Une application extrême et abstraite de la règle de droit peut engendrer une injustice extrême. |
| Ubi societas, ibi jus | Là où il y a une société, là il y a un corps de droit |
| Verba volant, scripta manent | Les mots s’envolent, les écrits restent |
| Vultus est index animi | L’expression du visage est le miroir de l’âme |
| Erga omnes | A l’égard de tous |
| Mutatis mutandis | En changeant ce qui doit être changé |
| Pro bono | pour le bien public |

Tout le monde reconnaît que la loi est une littérature par excellence, elle jouit de tous les prérogatives linguistiques et stylistiques pour construire un discours fondé et pragmatique. Dans le tableau ci-dessus, nous remarquons le recours à des

expressions latines découlant du rapport entre la justice et la société, un rapport qui ne peut que plonger l'usager de ce discours dans les méandres du contact linguistique. L'emploi d'expressions latines dans le discours fait partie de ce qu'on appelle par « l'art d'écrire ». L'expression latine dans le langage juridique traduit une rhétorique appropriée à l'objet dudit domaine comme l'affirme Roland Barthes : « tous les degrés de savoir, de culture et de situation sont possibles devant un objet et une collection d'objets » (Barthes 1985). Cependant, les cas où le juriste est amené à déployer un discours rhétorique sont limités aux démonstrations orales telles que les cours magistraux, les procès, la prononciation de jugements, les débats politiques etc. alors que les actes juridiques tels que les décrets, jugements, circulaires, PV, etc. préconisent un discours pragmatique et directif. En outre, la spécificité d'une langue dépend de la psyché du locuteur, il est à lui de décider de l'usage ou pas d'un discours ancré dans le domaine auquel il appartient.

Conclusion

En guise de conclusion, les questions linguistiques et didactiques du discours juridique relèvent des défis périlleux, car si l'usager commet des erreurs d'assimilation à cause d'une simple confusion ou d'une substitution d'un verbe par un autre ou d'un nom par un autre est suffisant pour faire glisser le sens et le rendre encore plus confus, et par conséquent embrouiller les intérêts des justiciables et des chercheurs en ce domaine. La sensibilité du domaine juridique et encore ses documents ayant une vocation utilitaire nécessitent un soin particulier, c'est pourquoi la présence d'enseignants de langues est importante pour accompagner les étudiants au début de leur formation juridique, afin qu'on obtienne des juristes maîtrisant en amont et en aval leur champ communicationnel, surtout au niveau de la rédaction de documents utilitaires et factuels dans la société.

Bibliographie

- Atias, Christian (1985). *Epistémologie juridique*, PUF.
- Barthes, Roland (1985). *L'aventure sémiologique*, Paris, Editions du Seuil.
- Ducrot, Oswald/ Todorov, Tzvetan (1972). *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Points.
- Essaid, Mohammed, Jalal (2008). *Introduction à l'étude du droit*, 6ème édition, fondation de M.J. Essaid, Fondation Education et Culture du Groupe Banque Populaire.

FORMER LES FUTURS ENSEIGNANTS DE FLE À RÉEXPLOITER ET DÉPASSER LES REPRÉSENTATIONS STÉRÉOTYPÉES

Dhurata HOXHA
Université "Luigj Gurakuqi", Shkodër, Albanie
dhurata.hoxha@unishk.edu.al

Résumé

L'expérience du stage pédagogique mené dans le cadre de la formation des étudiants futurs enseignants de Fle nous a amené à examiner la question des représentations stéréotypées dans les pratiques d'enseignement. Plusieurs constats ont attiré notre attention comme stéréotypes portant: sur la langue enseignée; sur le métier d'enseignant de langue lequel est de plus en plus féminisé; sur les cultures en contact. Notre objectif est de souligner le rôle de ces représentations stéréotypées dans l'exercice du métier de l'enseignant de français et dans la formation initiale ou continue; donner des pistes pour les déconstruire et les réutiliser afin de faciliter et dynamiser l'enseignement du français; centrer les recherches didactiques dans ce domaine dans le pays, dans le discours des responsables des politiques linguistiques, et des formations universitaires en langues.

Abstract

TRAINING OF STUDENTS FLE FUTURE TEACHERS TO REUSE AND OVERCOME STEREOTYPICAL REPRESENTATIONS

The experience of the pedagogical internship carried out in the framework of the training of students- FFL future teachers has led us to examine the issue of stereotypical representations during teaching practices. Several observations have drawn our attention as stereotypes relating to: the language taught; to the profession of language teacher which has increasingly been feminized; to cultures in contact. Our objective is to underline the role of these stereotypical representations in the exercise of French teacher's profession and in the initial or ongoing training as well; to provide ways to deconstruct and reuse them to facilitate and empower

French teaching; to focus didactic research on this field in our country, on the discourse of those responsible for language policies and on university language training.

Mots-clés: *représentation stéréotypée, formation initiale, échange, recherche.*

Keywords : *stereotypical representation, initial training, exchange, research.*

Introduction

« Les professeurs de langue étrangère ont pour mission la tâche complexe de servir de guides à travers les pluralités linguistiques, culturelles, sociales et autres » (Babamova, 2004 : 95) et de contribuer à la formation du futur citoyen dans ce nouvel ère de mondialisation et de globalisation. Etant sensible à ce phénomène soit par notre domaine privilégié de recherche -l'interculturel-, soit en tant que formatrice de futurs enseignants de français langue étrangère, nous nous sommes permis d'examiner la question des représentations stéréotypées dans les pratiques d'enseignement pendant le stage pédagogique mené dans le cadre de la formation initiale des étudiants futurs enseignants de Fle.

Cette étude fait ressortir les différents types des représentations stéréotypées auxquelles se heurtent les enseignants de français dans l'exercice du métier; elle vise à réfléchir sur le rôle des représentations stéréotypées dans l'enseignement du français tout en soulignant l'importance de la formation des futurs enseignants centrée sur de telles problématiques. Les conclusions vont souligner le besoin des recherches didactiques dans le domaine dans le pays, dans le discours des responsables des politiques linguistiques, et des formations universitaires en langues.

1. Contexte de la présente réflexion

Dans un cadre général, les réformes entreprises au cours des années dans l'enseignement supérieur en Albanie, visent une harmonisation avec le système européen et une mobilité au sein de cet espace. Dans un cadre plus restreint, celui de notre réflexion, la formation des futurs enseignants de Fle a pour objectif de former des enseignants aptes à atteindre les finalités de l'enseignement, c'est à dire «faire entrer les jeunes en contact avec d'autres cultures tout en découvrant la leur, contribuant à la formation de leur personnalité et à devenir des citoyens conscients, autonomes et responsables». (MASH, 2000 : 132). Tout se traduit par l'intérêt porté à cette formation tant dans sa structure que dans son contenu. La formation des futurs enseignants de langues est dispensée en Master, équivalent à 120 ECTS, un stage pédagogique est réalisé le dernier semestre, suivi par un professeur de l'université et mentor qui est enseignant du préuniversitaire. Concrètement, cette intervention résume les résultats du suivi de ce stage dans des collèges de notre ville et l'évaluation des rapports de stage. Plusieurs questions sur les représentations stéréotypées ont attiré notre attention ce qui nous a poussé à analyser la typologie de

ces représentations, à faire ressortir les motifs dans le but de les exploiter en classe de Fle et dans la formation initiale des futurs enseignants. Nous reconnaissons que les représentations que les apprenants se font des langues, de leurs caractéristiques, ou de leurs statuts influencent les procédures et les stratégies qu'ils développent et mettent en œuvre pour les apprendre et les utiliser.

2. Constats sur les types des représentations stéréotypées

2.1. Stéréotypes vis-à-vis de la langue enseignée (le français)

La langue occupe une place de premier rang, parmi les catégories culturelles principales, appelées « core values » (Smolicz 1981) et nous savons que l'enseignement/apprentissage d'une langue étrangère est étroitement lié aux valeurs que cette langue véhicule. La représentation du français dans l'identité des Albanais présente deux facettes différentes dues à deux systèmes politiques différents, celui du régime totalitaire et celui démocratique après les années '90. Nous tenons à les préciser parce que la philosophie de ces régimes tout à fait opposés a conditionné ces représentations et le type du discours autour de ces représentations. Pendant la dictature communiste, nous assistions à une valorisation du français, des études en philologie française et de l'enseignement/apprentissage du français, favorisés soit par les valeurs culturelles et historiques véhiculées par le français, soit par les contacts historiques avec la langue et la culture française. Le discours était plutôt d'ordre politique. Le gouvernement les soutenait exceptionnellement peut-être par une nostalgie du dictateur Enver Hoxha pour ses études en France ? ! Difficile à le deviner ! Dans les conditions d'un isolement total, l'intérêt pour cette langue était une certaine fenêtre entrouverte avec l'Europe Occidentale.

Dans les années '90, il y a eu un engouement pour d'autres langues et cultures. Le discours passe au niveau de la société. Le français, vu comme la langue préférée du dictateur, se heurte à des stéréotypes négatifs à cause du mécontentement général envers tout ce qui était hérité du régime totalitaire.

Actuellement le discours «tout anglais» est axé sur la mondialisation. Nous constatons que ce stéréotype apparaît comme « stratégie sociale et prend une valeur argumentative qu'il paraît difficile de contester ». (Amossy, 1994 : 112) Ce discours est intentionnellement observé pendant le stage, dans les collèges où le français est enseigné très peu comme première langue étrangère et majoritairement comme deuxième langue étrangère. Il se voit un certain refus des parents à exposer leurs enfants à l'apprentissage du français à l'école primaire, là où le français a le statut d'une première langue enseignée, ce qui constitue un obstacle à plusieurs niveaux. Un tel phénomène relève des représentations socialement partagées, et peu individuelles ou spécifiques à chaque élève, en fonction de son environnement particulier, de sa propre biographie langagière et culturelle issue de son histoire familiale, d'où le fait que le lien entre les représentations des élèves et les conceptions des langues telles qu'on les retrouve dans la société et dans le discours commun est d'ailleurs complexe. Nous le rencontrons aussi parmi les enseignants toutes disciplines confondues ou encore parmi les responsables ou décideurs de la politique linguistique, surtout au niveau local, faisant que leurs propres conceptions à propos

des langues influencent la mise en œuvre des décisions ou recommandations officielles. Les représentations des uns et des autres peuvent donc constituer un défi personnel pour l'enseignant de français qui souhaiterait enseigner dans un contexte favorable à cette langue.

2.2. Stéréotypes vis à vis le métier d'enseignant de langue lequel est de plus en plus féminisé

Le contact fréquent avec les enseignants de français et d'autres langues nous a conduit à voir comment ils sont vus par la société et par eux-mêmes. La nécessité d'échanger dans une langue étrangère a fait que les enseignants de langues soient valorisés par la société, au même titre que leurs collègues des autres disciplines, mais pas à un certain degré de motiver les jeunes à choisir cette profession. Pendant le stage nous avons pu constater que la motivation pour s'élancer dans ce métier est liée soit à une tradition familiale, soit au désir d'exercer ce métier dans le système privé (car dans le public, il n'y a presque pas de poste libre). Nous avons pu remarquer que cette motivation est répandue plutôt parmi les filles qui sont majoritaires dans nos formations universitaires.

Dans le cadre d'une étude menée pour une intervention au congrès de FIPF à Liège en 2016, dont le sujet concernait la féminisation du métier d'enseignant de langue, nous avons invité les participants à s'exprimer entre autres sur les préjugés ou stéréotypes liés au métier. Il s'agit de 120 personnes plus ou moins impliquées dans la profession (enseignants/enseignantes, professeurs ou formateurs de futurs enseignants, responsables de direction d'enseignement, étudiants futurs enseignants). Nous nous sommes rencontrés vraiment à des stéréotypes sur le métier d'enseignant, parlant de vocation, d'études faciles et de salaire. Ils notent d'emblée que les langues vivantes sont la discipline de prédilection des jeunes filles, dont beaucoup arrivent au lycée capable de parler plus ou moins couramment une langue étrangère. Ce succès des jeunes filles est attribué à la discipline qui est accueillante pour les filles et considérée plus facile à maîtriser ainsi qu'à des prétentions moindres au niveau du salaire. (Hoxha, 2018 : 187).

Par suite de ces réflexions, nous pourrions dire que le métier de l'enseignant de langue en général n'est pas beaucoup valorisé par les jeunes garçons qui préfèrent choisir pour leur formation universitaire des disciplines plus ouvertes sur le marché de travail, et que cette profession se féminise de plus en plus. Il y a des liens possibles entre la féminisation de la discipline que nous connaissons aujourd'hui avec les préjugés existant dans le pays sur les métiers des femmes.

2.3. Stéréotypes concernant les deux cultures en contact

Nous proposons ici deux études de cas des pratiques apprenantes et enseignantes dans deux contextes, scolaires et universitaire, celui la formation initiale des futurs enseignants de Fle, lesquelles nous offrent une perspective sur la question de la place et du rôle des représentations culturelles dans la construction du rapport à autrui dans l'enseignement/apprentissage du FLE.

Pendant le stage pédagogique, nous avons invité les étudiants futurs enseignants à observer les représentations culturelles des élèves vis-vis la culture française et comment eux-mêmes, ils peuvent construire leurs points de vue sur leurs manières de procéder en classe dans la négociation des contenus culturels. L'objet qui nous intéresse est donc le contact entre les deux cultures et la façon dont on peut réexploiter les stéréotypes à dépasser les différences culturelles.

D'après les observations des pratiques de classe, nos étudiants futurs enseignants relatent qu'en classe ils ont constaté que souvent, il n'est pas nécessaire de comparer les cultures pour observer que les apprenants ont déjà intégré une vision de la culture française. Dans leur mentalité, la France est synonyme de pays de rêve, de voyage, de gastronomie, mais aussi un pays de l'UE dont leur pays aspire devenir membre. Or, en travaillant avec les manuels de FLE, ils ont rencontré des stéréotypes récurrents comme la Ville-lumière et ses monuments, les symboles de la République, les habitudes alimentaires, etc., ce qui les amène à croire que les stéréotypes sont assez présents dans le discours des apprenants et dans les méthodes de FLE et les idées qu'ils véhiculent sont souvent simplistes et flatteurs.

Un autre constat est qu'il n'est pas non plus rare que les élèves aient tendance à chercher à voir dans leur enseignant une synthèse de l'ensemble des images et des idées qu'ils ont rattachées aux Français. Pour eux, l'enseignant est un représentant de la France, ce qui pour un enseignant non-natif ne s'avère pas sans difficulté.

Le deuxième aspect, celui de leur positionnement en tant médiateur culturel face à ces représentations stéréotypées a fait soulever plusieurs questions importantes à valoriser dans la formation initiale des enseignants de français, dont quelques-unes méritent une analyse.

Côté formation théorique, les étudiants apprécient que dans la formation initiale ils sont exposés à un curriculum riche en disciplines centrées sur les problématiques de l'interculturel, le fil conducteur de cette formation étant de former des enseignants capables de transmettre des savoirs linguistiques et culturels mais aussi ouverts aux différences culturelles, au respect de l'Autre et à sa propre identité dans l'objectif de se transformer en vrai médiateurs culturels. De toute façon, ils ne se considèrent pas suffisamment outillés en matière d'éducation interculturelle et voudraient se perfectionner dans ce champ d'études au-delà de leur expérience avec des personnes appartenant à d'autres cultures et de l'influence que cette expérience a rapporté sur leur façon d'enseigner.

Un rôle important est accordé à l'échange avec l'équipe pédagogique d'une expérience riche de contact avec l'espace francophone et prête à mettre en place de nouvelles pratiques d'enseignement; et surtout à l'échange avec le lecteur français, pendant les années de leurs études.(Il est à noter que depuis plusieurs années, l'Ambassade de France en Albanie appuie la présence d'un lecteur français qui s'associe à l'équipe pédagogique albanaise et que tous contribuent à la réalisation des objectifs de cet enseignement et en profitent des expériences respectives). Pour l'ensemble des étudiants, ces contacts interculturels ont été enrichissants et profitables, surtout au niveau de l'amélioration des capacités d'aborder la culture en classe de Fle.

Côté application/mise en œuvre, ils s'expriment que leur engagement volontaire à des activités culturelles, en collaboration avec d'autres acteurs de la francophonie et avec des invités français de différents domaines, a contribué à leur enrichissement interculturel. Il est à ajouter que les départements de français œuvrent pour la promotion de la langue et de la culture française et s'associent chaque année au programme national du «Printemps de la Francophonie» par des conférences, tables rondes, salons littéraires, expositions, théâtres, voyages de découverte de patrimoine culturel. Les étudiants sont motivés à travailler dans des équipes mixtes avec leurs enseignants ou les invités français.

Le problème majeur qu'ils soulèvent est le manque de séjours linguistiques et culturels en France. Concernant la mobilité des étudiants, la formation, telle qu'elle est conçue, offre peu de possibilités aux étudiants de pratiquer des échanges que ce soit pendant un semestre ou une année dans des universités françaises, ce qui serait très enrichissant pour partager et actualiser leurs connaissances linguistiques, culturelles et pédagogiques.

Face à une telle réalité, nous nous sommes posés des interrogations d'ordre didactique : Est-il indispensable que la question des stéréotypes soit plus présente dans la formation des futurs enseignants, et de quelle façon ? Pistes à explorer

3.1. Exploiter le stage pédagogique pour de nouvelles pratiques d'enseignement

«Il est plus difficile d'éliminer un préjugé que de diviser un atome» disait Einstein. Vouloir éliminer, éradiquer les stéréotypes n'est pas une option pédagogique réaliste. Le rôle de l'école en tant que lieu d'éducation et agent de socialisation devrait être d'aider les apprenants à regarder la réalité en objectivant le plus possible le regard, ce qui contribuerait à faire évaluer les comportements vers plus de compréhension et les réflexions sur ses propres valeurs.

À partir de leurs expériences d'apprenant, nos étudiants ont accordé de l'importance à l'identification des représentations stéréotypées chez les apprenants dans l'objectif de les sensibiliser à la relativité de leur vision du monde. Ils estiment que quand il s'agit de mesurer les attentes des élèves, il faut éviter de simplifier leur conception du monde et de sous-estimer leur capacité d'adaptation. Pour eux, déjouer les stéréotypes peut devenir une sorte de jeu. Parmi les activités visant la démythification des stéréotypes, nous avons privilégié les projets interdisciplinaires en organisant des activités telles que « Semaines à thèmes » aboutissant à des spectacles, expositions ou voyages scolaires, avec la collaboration interdisciplinaire au sein de la même institution scolaire, ou entre différents établissements, avec la participation des parents et de l'association des étudiants de notre université. Les résultats ont été surprenants vis à vis la motivation à apprendre le français et la démarche interculturelle, tant pour les élèves que pour nos étudiants futurs enseignants.

3.2. Encourager l'échange et la mobilité des étudiants futurs enseignants

Aujourd'hui plusieurs formes d'échange sont possibles. Aux traditionnels correspondants étrangers contactés par des lettres se sont substitués les appariements

sur Internet, les blogs participatifs ou encore les projets partagés. Il ne s'agit pas ici d'encourager les initiatives personnelles car elles ne manquent pas, mais celles institutionnelles, inscrites dans les programmes de formation initiale des enseignants de langues.

Côté mobilité, grâce à un accord de coopération entre l'Université de Shkodër et l'Université de Haute-Alsace France, une proposition est en cours pour effectuer le stage pédagogique dans le contexte français pour nos étudiants futurs enseignants de FLE ou dans le contexte albanais pour les étudiants français. De telles expériences contribueraient à une meilleure éducation interculturelle et à un retour sur le vécu, par des retrouvailles ou discussions, aidant à mieux insérer la question des stéréotypes dans la formation des futurs enseignants de français.

3.3. Placer la recherche en didactique au cœur des dispositifs de la formation initiale et continue des enseignants

Le stage pédagogique vise à développer la conception et la mise en œuvre d'une formation professionnalisante, mais les étudiants sont encouragés aussi à le mettre à profit comme terrain pour leur problématique de rédaction de mémoire. À l'heure où la *Loi de l'Enseignement Supérieur* souligne la corrélation entre le travail de recherche et l'enseignement, ce n'est pas toujours le cas sur le terrain car il y a très peu d'étudiants dont le parcours est fortement marqué par des efforts réels vers la recherche scientifique. Pour le remédier, nous proposons que les mémoires des étudiants réalisés dans le cadre de leur formation initiale soient promus et divulgués sur le site de l'université, dans la revue *Bulletin de l'Université* et les réutiliser dans les problématiques de la formation continue des enseignants de langues.

Conclusion

Il est évident que les représentations stéréotypées, telles que nous les avons esquissées dans cette étude, ne concernent qu'une fraction des idéologies qui entourent les futurs enseignants de français, et qu'il peut paraître illusoire de vouloir les déraciner. En plus, nous sommes consciente que ces représentations (que ce soient celles vis-à-vis du français, le métier d'enseignant de langue ou les deux cultures en contact) contribuent à structurer l'environnement dans lequel évoluent les futurs enseignants et les apprenants. Il est cependant indispensable d'avoir non seulement conscience de leur existence mais du rôle de chaque acteur (concepteurs de programme de formation initiale et continue, didacticiens, décideurs, enseignants et futurs enseignants de français) dans leur transmission, et des difficultés qu'elles peuvent poser à la réalisation des objectifs de l'enseignement du français.

Que ce soit dans la salle de cours, pendant le stage pédagogique ou au cours de rencontres dans le cadre de la formation initiale et continue des enseignants de langues étrangères, les occasions de donner de la voix à ces représentations et aux conceptions individuelles, plutôt que de les ignorer, sont nombreuses et permettraient certainement d'aider à surmonter certaines des barrières qui existent aujourd'hui. Il est indispensable de centrer les recherches didactiques dans ce

domaine dans le pays, dans le discours des responsables des politiques linguistiques, et des formations universitaires en langues.

Bibliographie

- Amossy, Ruth, Herschberg-Pierrot, Anne (1997). *Stéréotypes et clichés, langue, discours, société*, Paris, A. Colin
- Amossy, Ruth (1994). *Stéréotypie et argumentation*, dans Alain Goulet (dir.) *Le stéréotype. Crise et transformations*, Caen, Presses universitaires de Caen
- Babamova, Ekaterina. (2004). « *Comment les enseignants de langue voient leur rôle de médiateur dans une situation géopolitique complexe* », in Zarate, Geneviève, Gohard-Radenkovic, Aline *Les cahiers du Ciep. La reconnaissance des compétences interculturelles : de la grille à la carte*, Paris, Didier
- Beacco, Jean-Claude (1995). *Les dimensions culturelles des enseignements de langue*, Paris, Hachette
- Castellotti, Véronique, Moore, Danièle (2002). *Représentations sociales des langues et enseignements*, Strasbourg, Conseil de l'Europe
- Delorme, Vera, Nicolas Laura, (2017). « *Représentations stéréotypées dans le discours des futurs enseignants : modes d'occurrence et de négociation* » in *Représentations & stéréotypes*, Toulouse, EDL
- Hoxha, Dhurata, (2018). « *Réflexions sur la féminisation du métier d'enseignant des langues en Albanie* », dans *Actes du XIV^e congrès mondial de la FIPF, Volume IX, Le français pour et par un enseignant performant*, Paris, FIPF
- Legal Jean-Baptiste, Delouvé Sylvain (2008). *Stéréotypes, préjugés et discriminations*, Paris, Dunod.
- Menier, Émilie, (2014). « Dans quelles mesures les représentations/stéréotypes ont-ils un impact sur l'enseignement et l'apprentissage d'une langue vivante étrangère ? », *Éducation*, 36 p, Accès <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01071933>.
- Smolicz, Jerzy J (1981) « *Core values and cultural identity* », dans *Ethnic and Racial Studies*, vol 4 (1), p. 75-90.

POUR LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES PHRASÉOLOGIQUES DES APPRENANTS CORÉENS DU FRANÇAIS

Enjung KIM
Université nationale de Séoul, Corée du Sud
ejk1982@snu.ac.kr

Aïssa MESSAOUDI
Université des Finances et de l'Économie du Shandong, Chine
aissa81@snu.ac.kr

Résumé

Le but de cette étude est de mesurer la compétence phraséologique des apprenants coréens à travers un premier test. Les enseignants du français langue étrangère en Corée ont en effet aussi profité de cette vague de popularité concernant la phraséologie. Cependant, il reste difficile de quantifier ce bagage car aucun test officiel n'existe. Ce premier test est surtout une invitation à créer d'autres tests plus élaborés voire plus spécifiques (tests par niveau CECRL, tests globaux, etc.) voire à la création de matériel pédagogique pour faciliter le développement de cette compétence qui est encore à ce jour mal connue malgré son importance dans l'enseignement-apprentissage des langues étrangères.

Abstract

FOR DEVELOPPING PHRASEOLOGIC SKILLS OF KOREAN LEARNERS OF FRENCH LANGUAGE

The aim of this study is to measure the phraseological competence of Korean learners through a first test. Teachers of French as a foreign language in Korea have also benefited from this wave of popularity regarding phraseology. However, it remains difficult to quantify this baggage because no official test exists. This first test is above all an invitation to create other more elaborate or even more specific tests (tests by CEFR level, global tests, etc.) or even to the creation of educational material to facilitate the development of this skill which is still to this day. Little known despite its importance in the teaching and learning of foreign languages.

Mots-clés : *phraséologie, phraséodidactique, apprenants coréens, compétence phraséologique, unités phraséologiques, français langue étrangère.*

Keywords: *phraseology, phraseodidactic, Korean learners, phraseological competence, idioms, French as a Foreign Language.*

1. Introduction

Notre expérience, longue de plusieurs années en tant qu'enseignante et enseignant du français langue étrangère à un public coréen, nous a permis d'apprécier le bon maniement relatif des unités phraséologiques chez nos étudiants. Des plus simples qu'ils apprennent au début jusqu'aux proverbes qu'ils s'empressent de formuler lorsque les occasions se présentent. Les phraséologismes défigés, en revanche, ne semblent pas encore dans leurs cordes. Il est vrai qu'il faut un contexte bien précis et donc rare pour en faire usage.

Il est possible d'évaluer et de connaître le niveau de français d'un apprenant grâce notamment au DELF/DALF¹, avec en prime des précisions sur les quatre compétences qui structurent ce diplôme officiel (compréhension orale / compréhension écrite / production orale / production écrite). Sur une plus petite échelle, il existe aussi des tests de grammaire, de conjugaison, de prononciations, de lexicque, etc. Les tests lexicaux contiennent parfois quelques unités phraséologiques, mais il faudrait qu'il n'y ait que ces derniers pour que l'on puisse parler de test de compétence phraséologique.

En somme, à ce jour, il reste difficile de quantifier précisément la compétence phraséologique d'un apprenant du français en tant que langue étrangère. Faut-il donc imaginer un test de compétence phraséologique à l'image des tests lexicaux, grammaticaux, etc. Si oui, comment doit-il se structurer ? Faut-il un test qui jauge les compétences par niveau ou bien un test global qui jauge l'ensemble des acquis ?

C'est face à cette absence de tests sur les compétences phraséologiques et surtout devant les encourageantes échappées phraséologiques de nos étudiants que nous souhaitons concevoir un test de compétence phraséologique. Cela, pour confirmer, dans un premier temps, cette impression et initier une nouvelle impulsion chez les phraséologues afin de créer un test plus consistant qui serait capable d'évaluer tous les niveaux du CECRL. Les enjeux sont multiples. Incorporer un test de compétences phraséologiques, par exemple, permettrait d'avoir des tests de langue plus juste pour ceux désirant passer les concours d'entrée universitaire, comme le résume Paquot (2018).

Notre recherche est structurée en plusieurs étapes. D'abord, nous définirons brièvement plusieurs mots-clefs concernant notre travail de phraséologie avec un bref rappel sur l'importance des unités phraséologiques dans l'enseignement-apprentissage du français langue étrangère. Ensuite, une partie sera consacrée aux résultats d'une enquête basée sur 15 expressions idiomatiques pour mesurer la compétence de nos apprenants coréens et nous tenterons de les interpréter. Enfin, nous conclurons cette recherche avec quelques suggestions et pistes à explorer autour des compétences phraséologiques.

¹ Respectivement *Diplôme d'études en Langue Française* et *Diplôme approfondi de langue française*.

2. Notre cadre théorique

Notre recherche s'inscrit dans la phraséodidactique. Cette sous-discipline de la didactique des langues étrangères représente encore un champ d'étude relativement peu connu des didacticiens. Elle fonde ses bases sur la phraséologie qui est une branche de la linguistique réputée pour sa riche terminologie. Au regard de ces informations, la nécessité d'une partie définitoire devient évidente.

2.1. Quelques définitions

Sur une grande échelle, notre recherche se situe dans ce qu'on appelle la didactique du FLE qui peut être circonscrite à l'enseignement/apprentissage du français en tant que langue étrangère. Sur une plus petite échelle, l'on se situe dans ce qu'on appelle la *phraséologie*, qui est une discipline, tout du moins pour les phraséologues. Il n'est pas possible de se contenter de la simple définition du Robert qui définit la phraséologie comme étant l' « ensemble des locutions, termes et expressions figées d'une langue² car elle renvoie elle-même à d'autres notions. Voici comment elle est définie sur le site de référence *PhraseoNet* :

Placée à mi-chemin entre le lexique et la syntaxe, la phraséologie s'occupe des signes polylexicaux composés d'au moins deux mots (parfois même d'un seul si son emploi est idiomatique), stables, répétés et souvent figurés. Polylexicalité, figement (scalaire), répétition et institutionnalisation sont en fait les propriétés essentielles qui caractérisent les expressions figées et qui permettent de les identifier face aux productions libres.

Lorsque les didacticiens des langues étrangères s'intéressent à la phraséologie, on dit qu'ils sont des phraséodidacticiens. Ils officient alors dans la *phraséodidactique* qui est définie sur le même site comme étant :

la didactique et l'acquisition de la phraséologie dans un sens large, c'est-à-dire l'enseignement-apprentissage de tout élément considéré comme unité phraséologique. La didactique et l'acquisition de ces expressions figées doivent se produire tout autant en langue maternelle qu'en langue étrangère, dans une approche comprenant tous les aspects de la compétence communicative (linguistique, sociolinguistique et pragmatique).³

À cela s'ajoute le terme de *compétence phraséologique* qui a été « créé par les phraséologues, employé notamment par les phraséodidacticiens soucieux de faire apprendre les expressions figées à des apprenants de L2 pour une bonne maîtrise de la langue. » (González-Rey, 2016 : 166). Sur le site *PhraseoNet*, González-Rey précise que cela « consiste dans la maîtrise de la compréhension et de la production, orale et écrite, des UP en contexte. C'est une compétence en lien avec les compétences linguistiques et socioculturelles d'une langue, maternelle ou étrangère. »

² <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/phraséologie>.

³ <http://www.phraseonet.com/fr/la-phraséodidactique>.

Sachant tout cela, il est naturel de s'interroger sur les liens entre les unités phraséologiques et les *stéréotypes et clichés* qui sont les thèmes principaux du colloque :

Les stéréotypes de langue présentent, au contraire, une forme fixe. Ils constituent, en français, une sous-catégorie des expressions figées, puisqu'ils consistent en des séquences de discours polylexicales, syntagmatiques ou phrastiques, qui, ayant d'abord été des combinaisons individuelles libres, se sont ensuite fixées dans l'usage. Leur originalité par rapport aux autres séquences figées réside dans le fait qu'elles formulent de manière expressive des concepts pour lesquels la langue offre la possibilité d'un mot ou d'une d'expression neutre, stylistiquement non marquée. (Schapira, 2014 : 70)

Malgré tout, il convient de préciser que tous les stéréotypes de langue ne sont pas porteurs de stéréotype de pensée, comme le précise Schapira (ibid.).

2.2. Les unités phraséologiques en FLE en Corée

Dans cette section, nous nous permettons un bref rappel de l'importance des expressions idiomatiques dans l'enseignement du français chez les apprenants coréens. De l'approche communicative à l'approche actionnelle, l'objectif ultime de l'enseignement du français moderne est de développer les compétences en communication. Et le développement des compétences en communication nécessite à la fois des compétences linguistiques et culturelles. C'est pourquoi les expressions idiomatiques qui contiennent des indices riches au niveau linguistico-culturels sont importantes comme moyen de promouvoir le développement intégré des compétences linguistiques et culturelles.

Dans ce contexte, il est surtout important pour les apprenants coréens d'avoir un moyen plus efficace d'accéder à la fois à la langue et à la culture françaises parce qu'ils ont plus de difficultés à les comprendre par rapport aux apprenants occidentaux en raison de plus grandes différences de langue et de culture. Aussi, la suite phraséologique « verbe + *comme* + nom » sur laquelle nous jetons notre dévolu n'est pas un hasard. Elle révèle clairement des éléments de langue et de culture et aide à mieux comprendre ces deux aspects. Enfin, précisons que nous nous sommes bornés à traiter les expressions idiomatiques du français de la métropole. Nous aurions aimé étendre notre recherche à d'autres expressions de la francophonie mais il faut savoir que le cursus universitaire coréen spécialisé en français impose le français dit standard.

3. Méthodologie

Comme mentionné ci-dessus, l'expression idiomatique de la structure « verbe + *comme* + nom » a une grande utilité pédagogique dans la mesure où elle contribue grandement au développement des capacités linguistiques et culturelles des apprenants coréens. Nous pensons qu'elles sont accessibles aux étudiants de niveau B2/C1. Pour avoir un aperçu de cette compétence phraséologique, nous avons

distribué aux étudiants un test sur ce type-là. Nous présentons ci-dessous la structuration du test.

3.1. Méthodologie de l'enquête

L'enquête a été menée sous forme de test contenant 15 expressions idiomatiques. Comme nous l'avons dit plus haut, ce sont des expressions du type « *verbe + comme + nom* ». Nous avons opté pour cette structure syntaxique car elle est connue et maîtrisée par nos étudiants. Ensuite, les expressions idiomatiques françaises que nous avons sélectionnées mettent en jeu des images plus ou moins parlantes chez les Coréens. Les 15 expressions idiomatiques que nous avons sélectionnées sont les suivantes :

- a. *Manger comme un cochon ;*
- b. *Souffler comme un bœuf ;*
- c. *Mourir comme un chien ;*
- d. *Connaitre comme sa poche ;*
- e. *Pousser comme des champignons ;*
- f. *Écrire comme un chat ;*
- g. *Courir comme un lièvre ;*
- h. *Boire comme un trou ;*
- i. *Dormir comme un bébé ;*
- j. *Trembler comme une feuille ;*
- k. *Chanter comme une casserole ;*
- l. *Parler comme un livre ;*
- m. *Pleurer comme une madeleine ;*
- n. *Rire comme une baleine ;*
- o. *Fumer comme un pompier.*

Ce test a été distribué à 25 étudiants tous inscrits en Licence de FLE ou en *Littérature et civilisations françaises*. Certains sont en 2^e, 3^e ou 4^e année sachant que l'année ne détermine pas nécessairement le niveau de français. Ils ont un niveau qui tourne autour de B2/C1. Pour chaque expression, l'étudiant devait, dans un premier temps, cocher s'il la connaissait ou pas, puis il devait l'expliquer ou tenter de la deviner. Les dictionnaires ont été interdits, mais l'étudiant pouvait demander à l'enseignant le sens d'un mot qu'il ne comprenait pas⁴.

3.2. Résultats de l'enquête

Il existe parfois plusieurs interprétations d'une seule expression idiomatique. Nous nous sommes basées sur la définition la plus fréquente parmi plusieurs sources⁵.

3.2.1. Manger comme un cochon (« manger salement »)

Il y a 6 réponses différentes dont l'une est restée vide : *dévoré* (48 %), *manger salement* (20 %), *manger en vitesse* (8 %), *manger bien et en vitesse* (4 %),

⁴ Voir annexe 1 pour l'exemplaire remis aux participants.

⁵ Voir annexe 2 pour le détail des graphiques.

manger beaucoup (16 %). Parmi celles-ci, seules les deux réponses suivantes, *manger salement* (20 %), *manger beaucoup* (16 %) ont été considérées comme des réponses correctes. En conséquence, le pourcentage des réponses correctes pour cette expression est de 36 %. À travers ces résultats, nous pouvons remarquer que les réponses déduites par les apprenants étaient très similaires, mais il y avait une légère différence par rapport au sens original de l'expression idiomatique.

3.2.2. Souffler comme un bœuf (« souffler bruyamment »)

Il y avait 6 réponses différentes dont une réponse vide : *haleter* (16 %), *respirer profondément et expirer* (28 %), *soupirer profondément* (8 %), *souffler d'une manière forte et dure* (8 %), *respirer fort* (20 %). Parmi celles-ci, seules les trois réponses suivantes, *haleter* (16 %), *souffler d'une manière forte et dure* (8 %), *respirer fort* (20 %), qui sont proches du sens original, ont été considérées comme des réponses correctes. En conséquence, le pourcentage de réponses correctes pour cette expression était de 44 %.

3.2.3. Mourir comme un chien (« mourir misérablement »)

Il y avait 8 réponses différentes et une case restée vide : *mourir en vain/sans signification* (12 %), *mourir dans un accident* (8 %), *mourir misérablement* (24 %), *mourir loyalement* (12 %), *mourir en paix* (8 %), *mourir tôt* (8 %), *mourir seul* (8 %), *mourir déshonorant* (8 %). Parmi celles-ci, seules les trois réponses suivantes, *mourir en vain/sans signification* (12 %), *mourir misérablement* (24 %), *mourir déshonorant* (8 %), ont été considérées comme des réponses correctes. En conséquence, le pourcentage de réponses correctes pour cette expression était de 44 %.

3.2.4. Connaître comme sa poche (« bien connaître »)

Il y avait 9 réponses différentes. À l'exception du cas où aucune réponse n'est donnée, il existe huit types de réponse qui sont les suivantes : *connaître bien* (28%), *connaître sa situation financière* (8 %), *connaître sa limite* (16 %), *connaître quelque chose très nettement* (8 %), *pénétrer les pensées* (12 %), *savoir beaucoup* (8 %), *connaître bien quelque chose* (8 %), *connaître bien quelque chose / quelqu'un* (4 %). Parmi celles-ci, nous avons considéré ces quatre réponses suivantes, *connaître bien* (28 %), *connaître quelque chose très nettement* (8 %), *pénétrer les pensées* (12 %), *connaître bien quelque chose* (8 %), qui sont proches de la signification du dictionnaire comme les réponses correctes. En conséquence, le pourcentage de réponses correctes pour cette expression était de 56 %.

3.2.5. Pousser comme des champignons (« pousser rapidement »)

Il y avait 7 réponses différentes dont une réponse vide : *grandir vite* (personne) (28 %), *grandir beaucoup en peu de temps* (8 %), *grandir vite* (plante ou animal) (20 %), *pousser soudainement* (8%), *grandir comme des pousses de bambou* (8 %), *grandir bien* (8 %). Parmi celles-ci, les quatre réponses suivantes, *grandir vite* (28 %), *grandir beaucoup en peu de temps* (8 %), *grandir vite* plante animal (20 %), *pousser soudainement* (8 %) ont été considérées comme des réponses correctes. En conséquence, le pourcentage de réponses correctes pour cette expression était de 64 %.

3.2.6. Écrire comme un chat (« écrire illisiblement »)

Il y avait 8 réponses différentes. À l'exception du cas où aucune réponse n'est donnée, il existe sept réponses : *écrire mal* (36 %), *griffonner* (24 %), *souffler les lettres* (4 %), *écrire clairement* (8 %), *écrire d'une manière attentive* (8 %), *écrire petit* (8 %), *écrire comme un ver de terre* (4 %). Parmi celles-ci, la réponse suivante *écrire mal* (36 %) a été considérée comme une réponse correcte. En conséquence, le pourcentage de réponses correctes pour cette expression était de 36 %.

3.2.7. Courir comme un lièvre (« courir rapidement »)

Ainsi il existait cinq types de réponse : *gambader* (20 %), *fuir/s'enfuir vite* (12 %), *courir vite* (52 %), *courir très bien* (8 %), *courir assidûment* (8 %). Parmi celles-ci, nous avons considéré comme des réponses correctes seules les deux réponses suivantes, qui sont assez similaires du sens original : *fuir/s'enfuir vite* (12 %), *courir vite* (52 %). En conséquence, le pourcentage des réponses correctes pour cette expression était de 64 %.

3.2.8. Boire comme un trou (« boire beaucoup d'alcool »)

Il y avait 6 réponses différentes. À l'exception du cas où il/elle n'a pas précisé l'alcool, il existe cinq types de réponse : *boire beaucoup d'alcool* (36 %), *boire bien de l'alcool* (8 %), *boire sans arrêt de l'alcool* (8 %), *boire de l'alcool avec un serrement de gorge* (8 %), *boire de l'alcool comme un fou* (8 %). Parmi celles-ci, les trois réponses, *boire beaucoup d'alcool* (36 %), *boire sans arrêt de l'alcool* (8 %), *boire de l'alcool comme un fou* (8 %), qui sont proches de la signification du dictionnaire, ont été considérées comme des réponses correctes. En conséquence, le pourcentage des réponses correctes pour cette expression était de 52 %.

3.2.9. Dormir comme un bébé (« dormir paisiblement »)

Pour cette expression, il existait huit types de réponses : *dormir profondément* (40 %), *dormir bien* (12 %), *dormir accroupi* (8 %), *dormir confortablement* (8 %), *dormir tranquillement* (4 %), *dormir beaucoup* (8 %), *dormir silencieusement* (12 %), *dormir paisiblement* (8 %). Parmi celles-ci, cinq réponses, *dormir profondément* (40 %), *dormir bien* (12 %), *dormir confortablement* (8 %), *dormir tranquillement* (4 %), *dormir paisiblement* (8 %), ont été considérées comme des réponses correctes. En conséquence, le pourcentage des réponses correctes pour cette expression était de 72 %.

3.2.10. Trembler comme une feuille (« trembler fortement »)

Il y avait 8 réponses différentes dont l'une vide : *une personne faible* (8 %), *une personne en situation précaire* (8 %), *trembler dans le froid* (20 %), *trembler très fort* (12 %), *trembler beaucoup* (4 %), *trembler facilement* (8 %), *trembler de peur* (24 %). Parmi celles-ci, cinq réponses, *trembler de froid* (20 %), *trembler très fort* (12 %), *trembler beaucoup* (4 %), *trembler facilement* (8 %), *trembler de peur* (24 %) ont été considérées comme des réponses correctes. En conséquence, le pourcentage de réponses correctes pour cette expression était de 68 %.

3.2.11. Chanter comme une casserole (« mal chanter »)

Il y avait 7 réponses différentes dont une réponse vide : *chanter très mal* (44 %), *chanter gauchement* (8 %), *chanter fort* (8 %), *chanter magnifiquement* (8 %), *chanter mal* (20 %), *chanter comme on crie* (4 %). Parmi celles-ci, quatre réponses, *chanter très mal* (44 %), *chanter gauchement* (8 %), *chanter mal* (20 %), *chanter comme on crie* (4 %), ont été considérées comme des réponses correctes. En conséquence, le pourcentage de réponses correctes pour cette expression était de 76 %.

3.2.12. Parler comme un livre (« parler d'une manière trop recherchée »)

Il y avait 9 réponses différentes : *parler d'une manière fluide* (8 %), *Parler bien comme de l'eau pure coulant dans la montagne bleue* (8 %), *parler avec un grand savoir* (28 %), *parler sagement* (8 %), *parler correctement/sans erreur* (8 %), *parler ennuyeux* (8 %), *parler comme un manuel* (16 %), *parler sèchement* (8 %), *parler d'une manière rigide* (8 %). Parmi celles-ci, nous avons considéré quatre réponses, *parler ennuyeux* (8 %), *parler comme un manuel* (16 %), *parler sèchement* (8 %), *parler d'une manière rigide* (8 %), comme des réponses correctes. En conséquence, le pourcentage des réponses correctes pour cette expression était de 40 %.

3.2.13. Pleurer comme une madeleine (« pleurer abondamment »)

Il y avait sept réponses différentes. À l'exception du cas où aucune réponse n'est donnée, il existe six types de réponses : *pleurer abondamment* (20 %), *pleurer beaucoup* (28 %), *pleurer sans arrêt* (8 %), *pleurer à haute voix* (8 %), *pleurer bruyamment* (12 %), *de grosses larmes coulent* (8 %). Dans ce cas, nous avons considéré toutes les réponses comme des réponses correctes. Cependant, comme le taux de non-réponse était de 16 %, le pourcentage de bonnes réponses était de 84 % du total des réponses.

3.2.14. Rire comme une baleine (« rire fortement »)

Il existait sept réponses différentes dont une réponse vide : *éclater de rire* (28 %), *sourire brillamment* (20 %), *rire bruyamment* (12 %), *rire fort la bouche ouverte* (8 %), *rire bien* (8 %), *rire inhabituellement* (8 %). Parmi celles-ci, les trois réponses suivantes, *éclater de rire* (28 %), *rire bruyamment* (12 %), *rire fort la bouche ouverte* (8 %), ont été considérées comme des réponses correctes. En conséquence, le pourcentage de réponses correctes pour cette expression était de 48 %.

3.2.15. Fumer comme un pompier (« fumer trop de tabac »)

Il y n'avait que trois types de réponses : *fumer beaucoup* (64 %), *fumer sans arrêt* (28 %), *souffler de la fumée* (8 %). Parmi celles-ci, deux réponses, *fumer beaucoup* (64 %), *fumer sans arrêt* (28 %), ont été considérées comme des réponses correctes. En conséquence, le pourcentage des réponses correctes pour cette expression était de 92 %. Ce résultat est le pourcentage le plus élevé de réponses correctes parmi les 15 expressions idiomatiques.

3.3. Interprétation des résultats de l'enquête

Les résultats des participants sont assez mitigés. L'enquête révèle un pourcentage de bonnes réponses qui va de 16 % à 92 %. Sur les 25 participants, cinq étudiants ont réellement réussi à tirer leur épingle du jeu. Et c'est ceux qui ont répondu directement en français dans le questionnaire. Les autres ont préféré s'exprimer en coréen. La majorité n'a malheureusement pas donné les bonnes réponses comme on l'aurait voulu. En fait, les bonnes réponses sont corrélées à des expressions idiomatiques sémantiquement transparentes ; c'est-à-dire à des expressions idiomatiques qui laissent transparaître leur sens relativement facilement grâce à des images parlantes pour les Coréens notamment parce qu'on les trouve dans la phraséologie et le folklore coréens.

L'expression idiomatique *dormir comme un bébé* existe en coréen et a sans surprise reçu un taux de réponse élevé de 84 %. Le bœuf est une image très parlante pour les Coréens. Bien que cette locution française n'existe pas dans la phraséologie coréenne, il est synonyme de force comme en français d'ailleurs. Ne dit-on pas *fort comme un bœuf* ? Pour autant, on ne s'explique pas le score élevé de l'expression idiomatique *fumer comme un pompier* qui ne possède pas de pendant coréen. On peut considérer en effet le mot *pompier* comme sémantiquement opaque et même trompeur étant donné qu'un pompier est censé éteindre les feux. À ce propos, même si les Français connaissent assurément le sens de cette expression, rares sont ceux capables d'expliquer son étymologie⁶.

Il y a ensuite des expressions idiomatiques sémantiquement proches avec des images différentes qui peuvent être citées. On évoque la poche pour le français pour signifier le fait de bien connaître (*connaître comme sa poche*) et la paume pour le coréen (*connaître comme sa paume*). Pareillement pour *pousser comme des champignons* qui met en valeur le bambou, la plante la plus répandue en Corée contrairement à la France qui ne l'a introduite dans sa culture qu'en 2019.

4. Conclusion

Nous savions d'emblée que cette recherche engendrerait d'autres défis. En effet, comment produire un test de compétence phraséologique alors que la discipline est tout aussi vaste. C'est pour cette raison que nous nous sommes bornés aux seules locutions idiomatiques du type *verbe + comme + nom*. Grâce à cela, nous avons pu répondre en partie à nos questions de départ. Cette recherche apporte aussi son lot d'interrogations. Nous ne prenons aucun risque en affirmant que les résultats des participants sont hétérogènes. Les étudiants, bien qu'ils demandent prioritairement à enrichir leur vocabulaire (Lee, 2021 : 180), ont de maigres compétences phraséologiques et cela s'explique en partie parce que le syllabus coréen fait une confiance presque aveugle au CECRL qui, rappelons-le, n'encourage l'enseignement-apprentissage des unités phraséologiques que très tardivement. Une

⁶ Ici, elle fait référence à un pompier qui sort par exemple d'une maison incendiée et qui a sa combinaison toute enfumée.

mise à jour du cadre intégrant toutes les nouvelles découvertes en phraséologie serait plus que bienvenue.

De plus, il n'existe évidemment aucun cours dédié aux seules unités phraséologiques et les méthodes utilisées pour enseigner le français ne leur octroient pas une place de choix. C'est pour cela que nous pensons qu'une sensibilisation aux expressions idiomatiques dans un premier temps peut être une bonne porte d'entrée pour les apprenants coréens dans le monde de la phraséologie française. C'est d'ailleurs ce que préconise González-Rey (2019) lorsqu'elle mentionne le « processus de conscientisation ».

Par ailleurs, nous sommes conscients des limites de cette enquête. Tout d'abord par le nombre restreint de participants qui ne nous permet pas de jouir d'une conclusion pertinente. Ceci dit, elle reste un très bon indicateur de tendance. Il faut noter également que cette enquête a été transmise en ligne et remise. Nous aimerions donc déployer cette enquête sur un nombre plus grand d'étudiants et faire passer des entretiens à certains d'entre eux afin de préciser leurs interprétations. C'est à vrai dire ce que nous avons prévu, mais le temps nous a fait défaut. Il faut préciser qu'à travers ce test, ce n'est que la compréhension des unités phraséologiques qui est prise en compte. Il faudrait confectionner un tout autre test pour pouvoir évaluer les compétences phraséologiques en production orale ou écrite.

Enfin, dans la perspective d'enseignement/apprentissage des unités phraséologiques, nous pensons comme bien d'autres phraséodidacticiens qu'il est pertinent de les enseigner en parallèle avec les unités phraséologiques de la langue maternelle de l'apprenant en s'aidant de leurs charges culturelles lorsque cela est possible. Les méthodes de FLE oublient ces principes et les unités phraséologiques ne sont que rarement employées par les apprenants car elles sont très mal enseignées voire pas du tout, comme il est maintenant communément possible de lire dans la littérature phraséodidactique.

Bibliographie

- González-Rey, Isabel (2019). « Le processus de conscientisation dans la phraséodidactique d'une L2 », dans *Repères-Dorif n° 18*, Accès : <https://www.researchgate.net/publication/334697852_LE_PROCESSUS_DE_CONSCIENTISATION_DANS_LA_PHRASEODIDACTIQUE_D'UNE_L2> (Dernière consultation : le 14 novembre 2021).
- González-Rey, Isabel (2016). « Une approche analogique à la compétence phraséologique : une double compétence, intégrale et intégrée », dans *Language design : journal of theoretical and experimental linguistics*, Special Issue pp. 165-188. Accès : <http://elies.rediris.es/Language_Design/LD-SI-2016/10-Gonzalez-Rey.pdf> (Dernière consultation : le 14 novembre 2021).
- Lee, Eunja (2012). « Étude comportementale des apprenants coréens de FLE. Réflexion sur un public spécifique », dans *Synergies Corée*, n° 3 pp. 165-

184. Accès : <<http://www.gerflint.fr/Base/Coree3/Eunja.pdf>> (Dernière consultation : le 14 novembre 2021).
- Paquot, Magali (2018). « Phraseological Competence: A Missing Component in University Entrance Language Tests? Insights From a Study of EFL Learners' Use of Statistical Collocations » dans *Language Assessment Quarterly*, volume 15, Issue 1 Language Tests for Academic Enrolment and the CEFR. pp. 29-43. Accès : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15434303.2017.1405421?scroll=top&needAccess=true>. DOI : 10.1080/15434303.2017.1405421. (Dernière consultation : le 14 novembre 2021).
- Schapira, Charlotte (2014). « Les stéréotypes : stéréotypes de pensée et stéréotypes de langue », dans *EDP Sciences*, pp. 65-83. Accès : <https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2014/05/shsconf_cmlf14_01398.pdf> DOI : https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2014/05/shsconf_cmlf14_01398/shsconf_cmlf14_01398.html (Dernière consultation : le 14 novembre 2021).

Annexe 1

Test sur les compétences phraséologiques¹

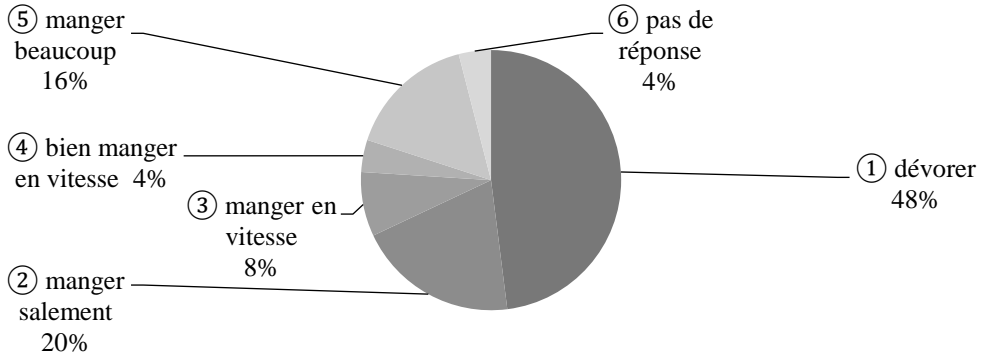
Voici dix expressions idiomatiques françaises. Indiquez d'abord si vous connaissez ou pas chacune d'entre elles. Donnez ensuite leurs significations pour celles que vous pensez connaître et tentez de deviner le sens pour les autres. L'utilisation du dictionnaire est interdite mais vous pouvez demander à l'enseignant le sens d'un mot inconnu.

01. *Manger comme un ardon* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
02. *Souffler comme un bœuf* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
03. *Mourir comme un chien* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
04. *Connaître comme sa poche* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
05. *Pousser comme des champignons* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
06. *Écrire comme un chat* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
07. *Courir comme un fievre* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
08. *boire comme un trou* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
09. *dormir comme un bébé* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
10. *Trembler comme une feuille* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
11. *chanter comme une casserole* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
12. *parler comme un livre* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
13. *pleurer comme une madeline* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
14. *rire comme une batteine* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____
15. *fumer comme un pompier* (Je connais cette expression : oui non
Explication : _____

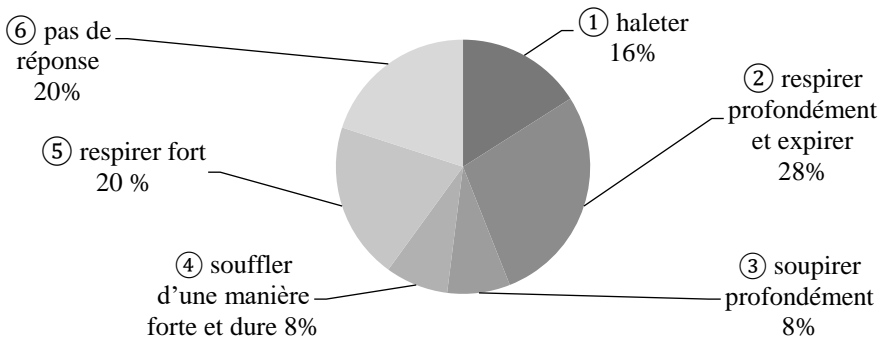
Merci pour votre participation !

Annexe 2

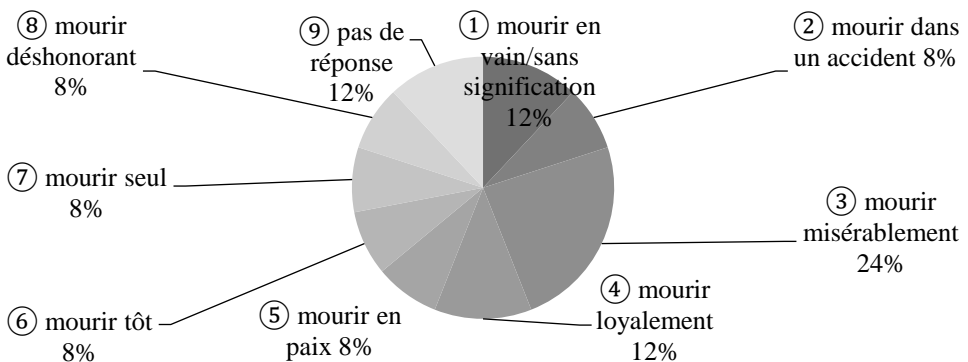
a. Manger comme un cochon



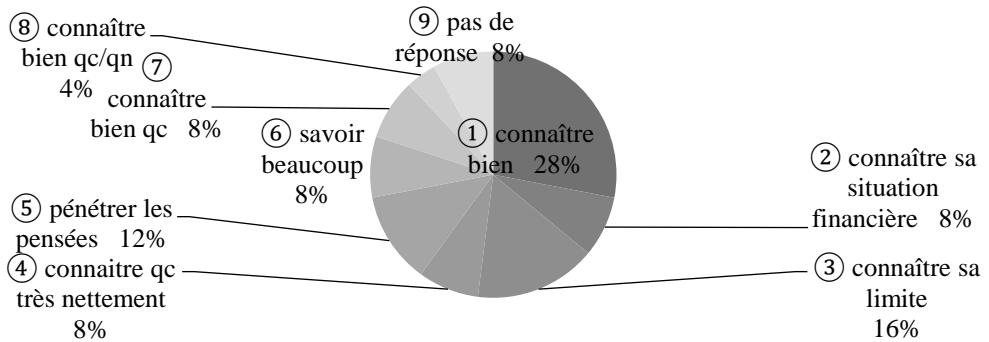
b. Souffler comme un bœuf



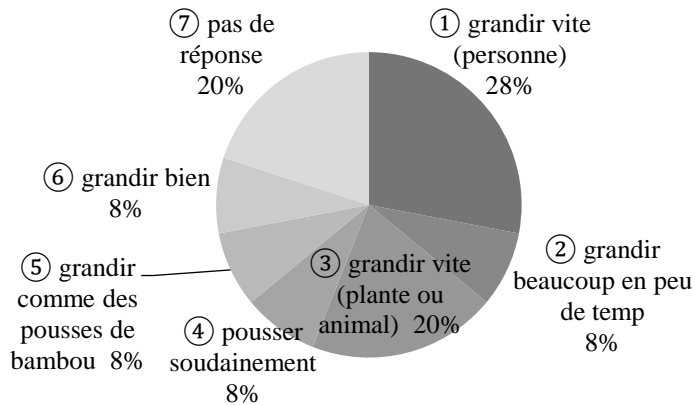
c. Mourir comme un chien



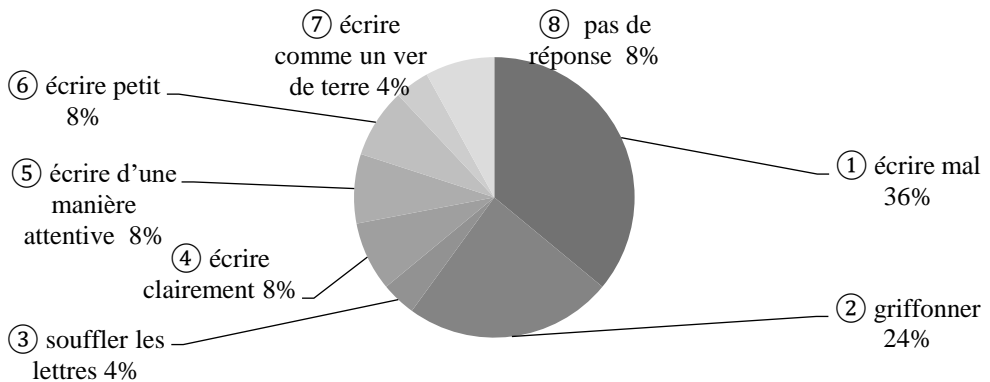
d. Connaître comme sa poche



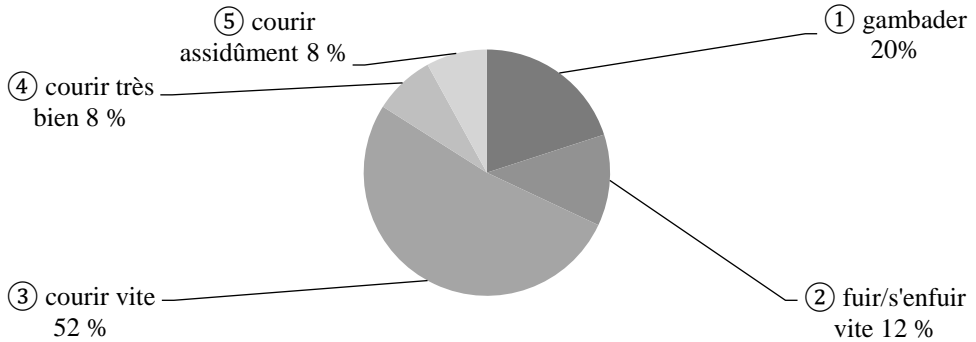
e. Pousser comme des champignons



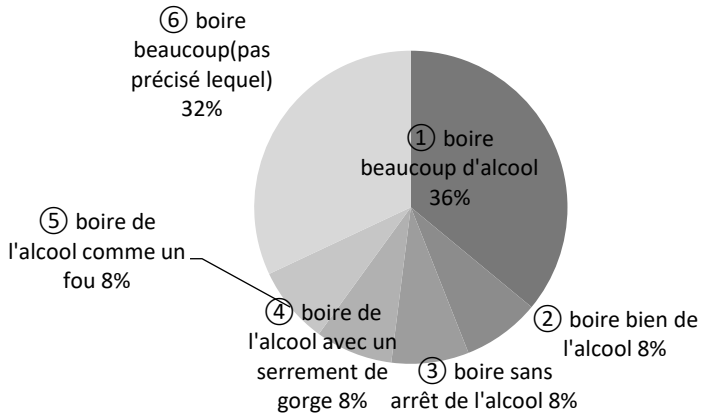
f. Écrire comme un chat



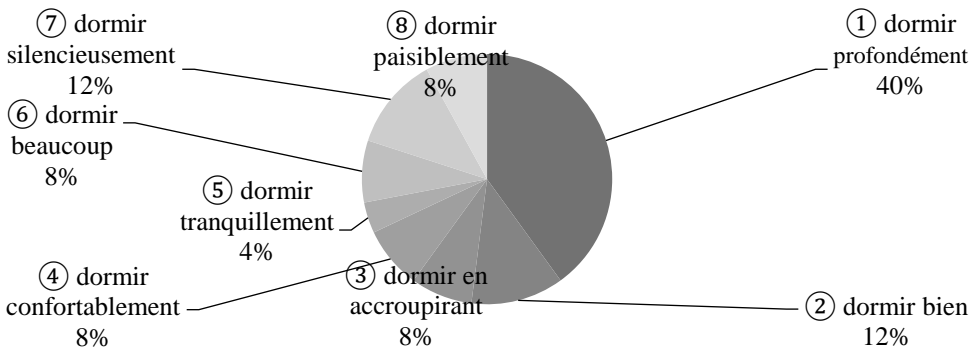
g. Courir comme un lièvre



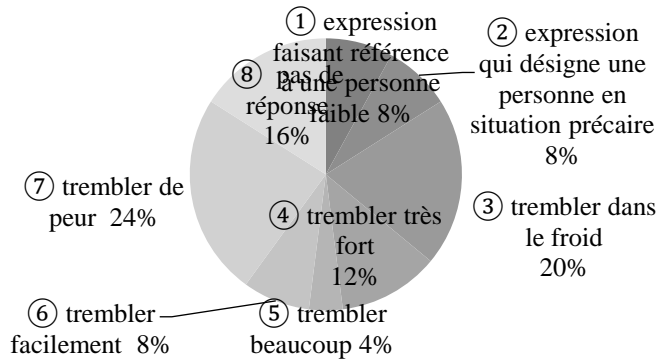
h. Boire comme un trou



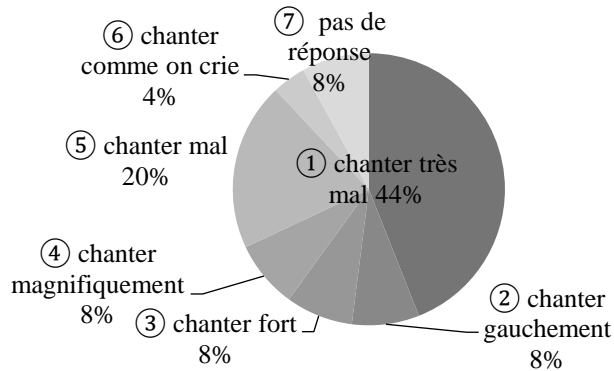
i. Dormir comme un bébé



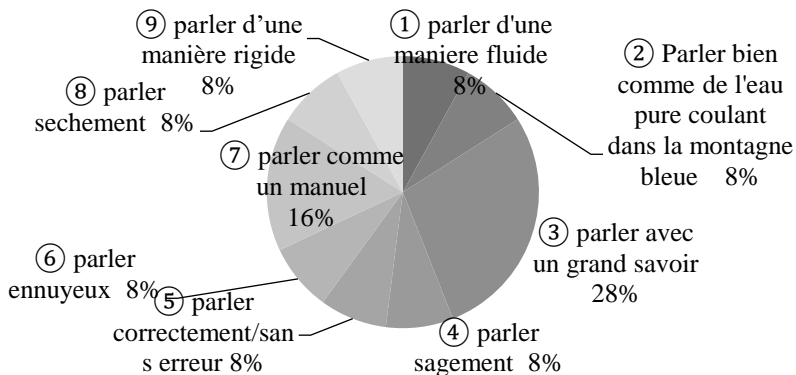
j. Trembler comme une feuille



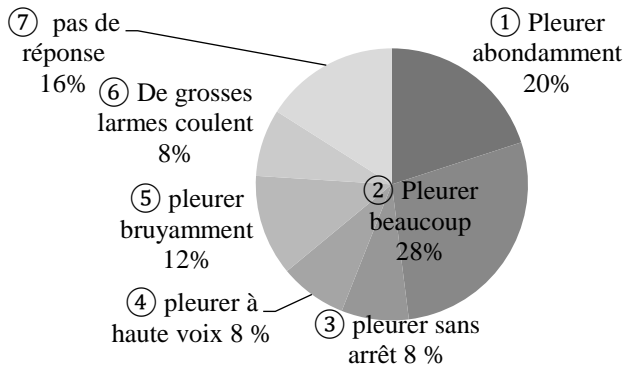
k. Chanter comme une casserole



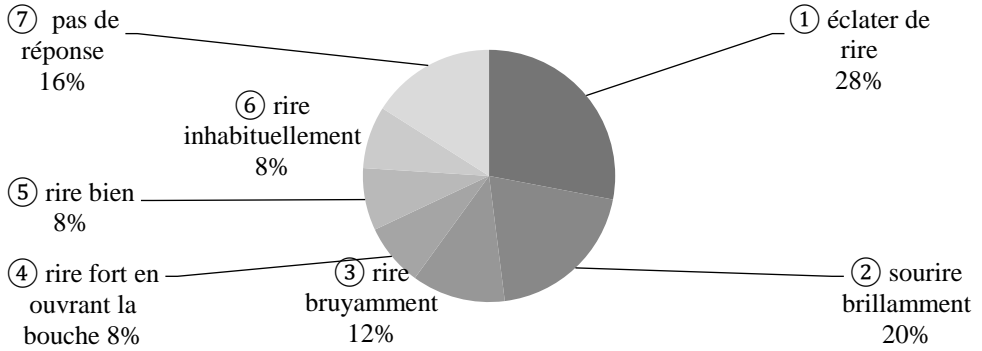
l. Parler comme un livre



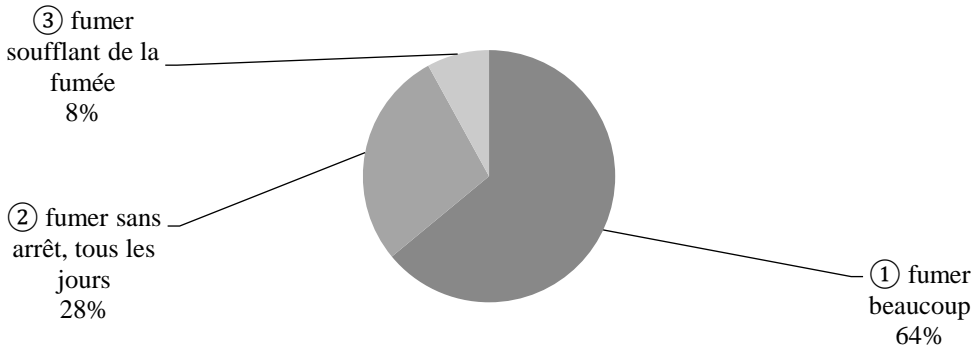
m. Pleurer comme une madeleine



n. Rire comme une baleine



o. Fumer comme un pompier



STÉRÉOTYPES ET CLICHÉS DU DISCOURS PUBLICITAIRE DES COSMÉTIQUES DANS LA DÉMARCHE DU FRANÇAIS SUR OBJECTIF SPÉCIFIQUE (FOS) POUR LES PROFESSIONNELS DE BEAUTÉ

Maria KONTOZOGLOU
Université d'Artois, France
mariekont@gmail.com

Résumé

Cette étude, fondée sur une partie de notre corpus composé de notices d'utilisation, d'articles de presse féminine et de communiqués de presse des marques sur les cosmétiques. La partie théorique sur les stéréotypes et clichés décrit les mécanismes langagiers en œuvre dans les communications spécialisées et la partie didactique traitant de l'interculturel en FOS, destinée à des professionnels de beauté allophones. Comment les stéréotypes de la beauté s'expriment à partir des figements dans la langue-culture française et dans quelle mesure se transfèrent-elles dans une autre langue-culture ?

Abstract

STEREOTYPES AND CLICHÉS OF THE ADVERTISING DISCOURSE OF COSMETICS IN THE FRENCH APPROACH ON SPECIFIC PURPOSE (FOS) FOR BEAUTY PROFESSIONALS

This study is based on part of our corpus consisting of package leaflets, women's press articles and press releases from cosmetic brands. The plan is divided into a theoretical part on stereotypes and clichés with a view to describing the language mechanisms at work in specialized communications and a didactic part dealing with interculturality in FOS, intended for allophone beauty professionals. How are the stereotypes of beauty expressed from the figements in French language-culture and to what extent do they transfer to another language-culture?

Mots-clés : *cosmétiques, discours publicitaire, interculturel, professionnels de beauté, stéréotypes et clichés*

Keywords: *cosmetics, advertising discourse, intercultural, beauty professionals, stereotypes and clichés*

Introduction

Le discours publicitaire, étant un genre (Charaudeau, 1994) culturellement situé et inscrit socialement, unit le réel et le fictif, puise dans l'imaginaire des énoncés, à travers lesquels il veut établir une visée de connivence avec les consommateurs potentiels. Baromètre social, active ou défige les normes sociétales, sert de boussole pour orienter les tendances et les modes, produit l'identité de la figure des consommateurs. Ce discours intertextuel puise ses références dans des objets culturels (Lugrin, 2006, Harir, 2013), fait usage des ressources de la langue (Berthelot-Guiet, 2011) et suscite des imaginaires (Soulages, 2013). Son but est « d'influencer, de transformer ou de renforcer les croyances ou les comportements de sa cible, le client potentiel, et finalement, de le pousser à acheter le produit en question » (Andrei, 2007 : 126). C'est un acte de langage indirect, car, par le biais d'un acte assertif-évaluatif, il accomplit un acte directif. Nous nous proposons de montrer que le principe organisateur de la publicité est en fait d'ordre pragmatique, en ce qu'elle repose sur des actes de discours stéréotypés et sur des procédures rhétoriques qui affectent ses composantes langagières.

1. Les stéréotypes de la pensée, les clichés dans la langue

À la fois considérées comme des marqueurs et des modulateurs de l'identité sociale (Moscovici, 1961), les représentations sociales pourraient être des ressources dans lesquelles les individus puiseraient pour construire un soi spécifique (Markus, 1977). *Topoi* ou *lieux communs*, dans l'argumentation dans la langue, sont des principes généraux communs « présentés comme acceptés par la collectivité » mettant en relation graduelle des propriétés (prédicats ou échelles elles-mêmes graduées (Ducrot, 1998 : 103, Anscombe 1995a). Le canon de beauté bien connu est caractérisé par la jeunesse /rajeunissement, la minceur, la séduction et le bien-être. Parler de beauté, c'est promouvoir les processus d'embellissement et se focaliser sur le résultat à obtenir. Les trois piliers majeurs du discours cosmétique sont la performance, la nouveauté et la sensorialité. Selon Gross (1996 : 154), les expressions figées sont caractérisées par un figement sur le plan syntaxique ou sémantique puisqu'elles refusent « toutes les possibilités combinatoires ou transformationnelles qui caractérisent habituellement une suite de ce type ». Figées sémantiquement quand le sens est opaque ou non compositionnel. Cette dénomination permet de couvrir l'ensemble des objets de recherche décrits sous des appellations telles que expressions figées, locutions, collocations, clichés, phrasèmes, parémies, pragmatèmes, expressions idiomatiques, idiotismes... Exemples : *le rouge à lèvres, le fard à paupières, le film hydrolipidique.*

Dans le discours publicitaire des cosmétiques les collocations et les cooccurrences s'inscrivent : a) soit dans un lexique spécialisé du domaine concernant les outils, les matières premières, les techniques, utilisés par les professionnels, le diagnostic de la peau, les lieux ; b) soit dans une visée pragmatique de persuasion, comme les figures de style ou tropes. Il est judicieux de distinguer ces constructions nominales, verbales, adjectivales et adverbiales par champ thématique.

1.1. Le nom de produit et le nom de catégorie de produit

Le nom du produit « constitue sa « mini-description » qui évoque ses effets, ses composantes ou son univers symbolique (Adam & Bonhomme, 1997 : 59). Le nom de catégorie de produit permet au consommateur d'identifier et de classer l'article proposé (Maingueneau, 2002: 184-185).

- (1) Sébium Gel moussant actif (Bioderma).
- (2) Eau extraordinaire de rose intense bio (Melvita).
- (3) Skin Caviar Luxe Eye Cream (La prairie).

1.2. Le slogan

Phrase percutante, incisive, véhiculant un message dont l'essence est résumée en quelques mots. Court par nature, dans le but de s'ancrer dans les esprits efficacement, il fait plutôt appel aux émotions et s'apparente à une formule magique.

- (4) Vous, avant tout (Clarins).
- (5) Je suis bien dans ma peau (BODY minute).
- (6) Parce que vous le valez bien (L'Oréal Paris).
- (7) Le nouveau visage du bio (La Provençale).
- (8) L'exigence dermatologique (La Roche-Posay).
- (9) Révèle l'éclat de vos jambes (Veet Easy Gel).
- (10) Affirmez votre beauté (Chanel).

1.3. La disponibilité du produit

Dans la mesure où l'énoncé est toujours le même pour tous les canaux de promotion de la marque : presse, médias, réseaux sociaux, notices d'utilisation, communiqués de presse.

- (11) Disponible en boutiques Clarins, parfumeries, grands magasins et sur Clarins.com.
- (12) En pharmacie et chez Marionnaud www.darphin.eu/fr.
- (13) Rendez-vous dans les magasins Yves Rocher en France métropolitaine et sur yves-rocher.fr.
- (14) En pharmacies et parapharmacies et sur Caudalie.com.

1.4. L'origine du produit

La définition du *Made in France* dans le code des douanes est claire : « Est considéré comme Made in France tout produit dont la dernière étape substantielle a été réalisée en France et dont au moins 45% de la valeur ajoutée est originaire de la zone » (Charles Huet, cofondateur de la Carte Française). Les consommateurs français désirent favoriser les circuits courts et un commerce équitable, s'assurer que les produits sont fabriqués dans des conditions sociales aux normes plus élevées que dans bon nombre de pays extra-européens, contrôler la chaîne de production, s'intéresser aux acteurs locaux, conserver des savoir-faire qui les sécurisent, les maintiennent sur le sol national des entreprises stratégiques. Les consommateurs étrangers achètent des cosmétiques français en raison des valeurs qualitatives, la promesse haut de gamme et luxueuse.

- (15) Toutes nos formules fond de teint Accord Parfait sont fabriquées en France, à Ormes. (L'Oréal).
- (16) Fabriqué en France, en Bretagne (Yves Rocher).
- (17) Une huile d'Olive bio, labélisée AOC Provence (La Provençale bio).
- (18) Made in France (Bioderma).

1.5. Les engagements sur l'environnement

Les marques illustrent leur volonté de : participer à la préservation de l'environnement, fabriquer des produits qui auront un minimum d'impact sur la planète, diminuer la distance des transports de marchandises, privilégier des emballages éco-conçus et des contenus biodégradables, s'engager dans la lutte pour la protection animale.

- (19) À 98% d'ingrédients d'origine naturelle (Darphin).
- (20) Depuis plus de 30 ans, L'Oréal est engagé pour un monde sans test sur les animaux.
- (21) Prenez le soin de trier, ces flacons se recyclent. trionsenbeauté.fr (L'Oréal, Vichy).
- (22) Green bien avant l'heure (Phyto).
- (23) Flacons et étuis 100% recyclables (La Provençale bio).

1.6. Les produits anti-âge

Anti-préfixe, du grec *anti*, en face de, contre, entrant la composition de nombreux mots pour exprimer l'idée d'opposition, d'hostilité, de défense contre. *Anti-âge* « se dit d'un produit (cosmétique, gélule, etc.) destiné à atténuer les effets du vieillissement, en particulier de la peau » (Larousse). Dans le discours publicitaire, l'impératif de la beauté devient celui de la beauté à tout âge, pourtant, pour ce faire, il faut « s'offrir le luxe de ne pas faire son âge » selon le slogan de Liérac. Le rédactionnel crée l'image du produit anti-âge en véhiculant en même temps une certaine image du vieillissement.

- (24) Traitement anti-âge intensif. 2 sérums en 1 pour agir sur les signes visibles de l'âge. N° 1 des sérums anti-âge. Pores et ridules atténués. Peau d'apparence plus jeune (Clarins).
- (25) Un concentré rare activateur de jeunesse... qui nourrit, lisse affine et ravive instantanément l'éclat de la peau (Darphin).
- (26) Stimule la synthèse du collagène. Prévient les premières rides. Revitalise et booste l'éclat naturel. Hydrate et raffermi (BODY minute).
- (27) Innovation anti-âge. Caudalie réinvente l'anti-âge. Avec sa crème Cachemire, Caudalie s'érige en star de l'anti-âge... Ce cocktail anti-âge inédit va jusqu'à tripler la production d'acide hyaluronique naturel par la peau ! [...] la fabuleuse efficacité... À la fois légère et nourrissante, elle corrige les rides et redessine l'ovale du visage (Caudalie).

Ces exemples font ressortir le double aspect du vieillissement : l'avancée dans l'âge et l'évolution naturelle de l'apparence, pas représentées de la même manière. Une phase de dysphorie *avant* l'emploi et des termes péjoratifs « *peau terne* », « *peau relâchée* » ; une phase d'euphorie et des termes mélioratifs *après* l'emploi : « *peau*

raffermie éclatante ». Si l'âge n'exclut pas la beauté, la beauté exclut le moindre signe du vieillissement du corps. Le message explicite « *Belle à tout âge* » démontre un message implicite, constitué de présupposés qui véhiculent une image négative du vieillissement cutané, processus indésirable et honteux. D'après Oswald Ducrot, le présupposé est défini en linguistique comme « un type particulier de contenu sémantique inscrit dans l'énoncé » qui n'est pas affecté par la négation ni par l'interrogation et sur lequel l'enchaînement argumentatif ne porte pas. (Charaudeau & Maingueneau, 2002 : 468). C'est donc une sorte d'évidence censée être partagée par les interlocuteurs qui constitue le fondement de l'argumentation. La présupposition devient une tactique argumentative imposant l'idée présupposée à son interlocuteur sans que celui-ci puisse la réfuter. Ducrot stipule qu'elle « donne la possibilité d'emprisonner l'auditeur dans un univers intellectuel qu'il n'a pas choisi » (Ducrot, 1984 : 30). Dans le cas des publicités des produits anti-âge, la présupposition sert à emprisonner la lectrice dans la croyance que le vieillissement cutané est un processus qu'il faut dissimuler et combattre à l'aide des produits vantés. L'euphémisme, défini justement comme « toute manière atténuée ou adoucie d'exprimer certains faits ou certaines idées dont la crudité peut blesser » (Dubois, 1973 : 200), peut prendre des formes très variées : de l'emploi des tropes comme la périphrase, la métaphore ou la métonymie jusqu'à l'emprunt de termes savants ou étrangers, en passant par l'emploi de synonymes et d'hyperonymes. Dans le discours publicitaire, les procédés d'atténuation concernent l'âge de la vieillesse et les symptômes du vieillissement. C'est d'abord le terme même *vieillissement cutané* qui est remplacé par les termes plus neutres *âge* et *temps* dans les noms de produits, rebaptisés *anti-âge*, *anti-temps* et tout récemment *pro-âge* (Dove). C'est une métonymie qui consiste à substituer la cause à l'effet. Les symptômes du vieillissement cutané, rides et taches pigmentaires, font aussi l'objet d'une euphémisation, en employant des périphrases composées d'un terme générique vague (*signes*, *effets*, *marques*) et d'un complément déterminatif désignant un facteur général de vieillissement (*âge* ou *temps*). Cette périphrase minimale peut comporter de plus le numéral ordinal *premiers* ou l'adjectif *visibles*. Ainsi, les soins vantés traitent : « *les signes de l'âge* » (Phytomer, Avène), « *les premiers signes de l'âge* » (Phytomer, Avène, Estée Lauder, Lancôme), « *les signes visibles de l'âge* » (Estée Lauder), « *les signes du temps* » (Lancôme), « *les marques du temps* » (Phytomer, Avène), « *les effets du temps* » (Phytomer). On observe également l'élimination des adjectifs relatifs à la vieillesse comme *vieux*, *vieillissant*, *âgé* en faveur de l'adjectif *mature*, employé surtout dans l'expression *peaux matures*. Les trois premiers adjectifs connotent directement la vieillesse et le déclin, tandis que le dernier, l'épanouissement et la plénitude. La *maturité* signifie « état de développement complet (de l'organisme humain) ; âge mûr, celui qui suit immédiatement la jeunesse et confère à l'être humain la plénitude de ses moyens physiques et intellectuels » (Le Petit Robert, 2007). *Peau mature* signifie la peau qui ne présente que « les premiers signes du vieillissement cutané ». Pour les produits anti-âge l'adjectif *mature* est en général relatif à l'âge de 45–50 ans et plus alors que l'adjectif *très mature* désigne l'âge de 60–65 ans et plus. Cet adjectif, censé concerner la « période de la vie comprise entre la jeunesse et la vieillesse » (TLF), permet donc

d'opérer un glissement sémantique et de retarder la vieillesse en prolongeant la jeunesse. La publicité met en relief un problème, afin de proposer la consommation comme sa solution. Elle développe donc un discours de lutte qui repose sur la métaphore conceptuelle : *le vieillissement cutané est un adversaire, la femme – une guerrière, les produits de beauté – son arme*. La métaphore guerrière sous-tend les noms mêmes des produits de beauté : *anti-âge, anti-temps, anti-rides, active*.

1.7. La notion de la « scientificité »

La science compte parmi les « grands acteurs autoritaires anonymes », selon le terme de Christian Plantin (1996 : 90), qui sont cités comme « garants de la justesse du propos » (Plantin, 1996 : 88) au même titre que les autorités humaines. Les références à la Science, directes ou sous forme de « connotations autoritaires », expressions connotant un discours qui jouit d'un prestige (Plantin, 1996 : 91), constituent donc un puissant argument d'autorité. En même temps, elles modifient l'image du vieillissement qui devient un problème médical, guérissable grâce au diagnostic précis de ses causes et la mise au point de soins appropriés. La présentation des produits anti-âge de Liérac illustre bien cette stratégie argumentative.

Exemple :

- (28) Étroitement associés aux organismes de recherche scientifique les plus avancés [...] les laboratoires LIERAC ont activement participé à de très nombreuses études qui ont permis de mettre en évidence les différentes causes du vieillissement cutané. Cette meilleure compréhension du vieillissement cutané [...] a permis aux Laboratoires LIERAC de mettre au point de véritables lignes de soins anti-âge spécifiques, adaptées à chacun des signes du vieillissement cutané.

L'image du vieillissement en tant que problème médical est surtout créée dans les descriptifs des produits anti-âge disponibles sur les sites Internet ou parus, sous une forme abrégée, dans les annonces dans la presse. D'une part, ils donnent un diagnostic réaliste des causes et des symptômes du vieillissement.

Exemple :

- (29) Après 50 ans, à la ménopause, la peau se dessèche, s'affaisse, s'affine. Elle a besoin d'être nourrie, redensifiée, repulpée. Garnier a créé un soin qui combat les effets du vieillissement causés par les changements hormonaux (dessèchement, relâchement cutané, creusement des traits, affaissement de l'ovale du visage).

Les références à la chirurgie esthétique, qui soulignent la performance des soins anti-âge en comparant leurs effets aux effets des interventions chirurgicales « *la peau est comme liftée* », (Estée Lauder, Ultra Lift Fermeté), renforcent l'image moderne de la lutte contre le vieillissement. La performance de l'*arme cosmétique* est aussi mise en relief à travers le champ lexical des technologies de pointe. Les publicitaires emploient volontiers le terme même *technologie*, comme « *une technologie anti-âge unique* » (Estée Lauder, Re-Nutriv Intensive Lifting Serum) ainsi que des termes appréciatifs qui servent d'habitude à caractériser les

technologies modernes : a) des adjectifs ou des compléments déterminatifs qui expriment l'idée de performance, tels que *performant, sophistiqué, révolutionnaire, du 21ème siècle*.

- (30) [...] des soins anti-âge sophistiqués à la fois ultra performants et ultra doux (Estée Lauder).
- (31) [...] le système anti-âge ABSOLUE du 21ème siècle (Lancôme).

b) des préfixes et des adjectifs qui marquent une intensité forte : *ultra, super, extrême, absolu, par exemple* :

- (32) Super Lift Absolu, (Shiseido).
- (33) Resilience Lift Extreme Crème Nuit Ultra Lift Fermeté (Estée Lauder).

Le discours médico-technologique modifie non seulement l'image du vieillissement, mais aussi l'image de la consommatrice qui n'est plus une femme faible, passive, qui subit le cours naturel des choses, mais une femme moderne, active, battante, une consommatrice avertie et exigeante. Un combat si moderne ne peut rester sans résultat : la publicité fait croire aux consommatrices que le vieillissement n'est pas un processus irréversible. Le retour en arrière s'opère surtout à travers l'emploi de verbes de changement, notamment ceux qui comportent le préfixe *re-* (*ré-*, *r-*), élément qui exprime, entre autres, l'idée de « retour à un état antérieur » (Le Petit Robert, 2007). Les verbes comme *restructurer, regonfler, redessiner* abondent dans les rédactionnels où ils servent à présenter les effets des produits vantés.

- (34) Ce sont deux produits complémentaires : un soin reconstituant anti-rides repulpant à usage quotidien pour regonfler les rides même marquées et un Roll-on liftant anti-rides retonifiant pour stimuler la tonicité et retendre la peau (Garnier, UltraLift Pro-X).

Le préfixe *re-* est également présent dans les noms de produits (Revitalift, Re-Nutriv, Relance Ultra) ainsi que dans les noms de catégories de produits.

Exemple :

- (35) Soin nuit restructurant et refortifiant. Beaucoup moins souvent, l'idée d'effacement des effets du vieillissement est exprimée à l'aide du préfixe *de-* (*dé-*) comme : soin profond double action défroisseur (L'Oréal, Age Perfect).
- (36) Déplisse les rides du front et du contour de la bouche, défronce les rides inter-sourcilières (L'Oréal, Décontract' Rides).

Si les exemples ci-dessus mettent surtout en relief la possibilité de gommer ou au moins de réduire les effets du vieillissement cutané, certains slogans semblent suggérer qu'il est possible d'inverser complètement ce processus. Ce type de message n'est cependant formulé que de façon figurée à travers la métaphore ou l'ambiguïté. C'est notamment le cas des slogans qui détournent l'expression *avancer*

dans l'âge. Ainsi, « *Avancer en beauté* » (Elisabeth Arden), suggère l'inversion du processus de vieillissement : « De l'*avancée en beauté* au rêve de l'*éternelle jeunesse* il n'y a qu'un pas ».

2. La démarche interculturelle en Français sur Objectif Spécifique (FOS)

La langue est le vecteur des valeurs. Les apprenants comprennent les documents après avoir saisi les références culturelles. Intégrer la dimension interculturelle dans les pratiques d'enseignement/apprentissage du français s'avère important et constitue une des réflexions de la didactique du FOS. Notre programme d'enseignement est destiné à un public d'apprenants adultes allophones aspirant à interagir et collaborer avec des partenaires français et visant le niveau B2 du CECRL. Il s'agit de professionnels de beauté (esthéticiennes, coiffeurs/coiffeuses, conseillers/conseillères en parapharmacie). Les deux valeurs fondamentales de l'approche interculturelle sont l'interrogation et le décodage. L'apprenant est amené à travailler sur soi, à se soumettre à un processus de mise en question, de renonciation et d'acceptation pour aboutir à une compréhension mutuelle. Les étapes de la démarche interculturelle constituent un processus complet que l'enseignant de langue met en place pour « un apprentissage de la différence et de l'altérité, constitutive de toute identité, personnelle, culturelle ou nationale pour les apprenants ». La classe devient un espace didactique interactionnel fondé sur le dyptique réflexivité-altérité. (Mangiante, 2004). Nous citons les étapes :

- L'étape comparative
- L'étape de compréhension / intercompréhension culturelle
- L'étape empathique
- L'étape finale de reconstruction des représentations

Selon Floch (1990), les publicités se distinguent en quatre types appelés « les idéologies publicitaires » : référentielle, mythique, oblique, substantielle. Les produits d'hygiène appartiennent à la catégorie référentielle (valeurs pratiques immédiates) et les produits de beauté font partie de la catégorie substantielle (caractéristiques détaillées du produit, négation des valeurs existentielles). Tableau d'activité pour les apprenants :

| Contenus culturels verbaux | Documents français | Documents de mon pays d'origine |
|--|--------------------|---------------------------------|
| Énoncés à prédicat verbal / nominal / adjectival / adverbial | | |
| Rapport entre émetteur-récepteur | | |
| Signifié artificiel basé sur les valeurs ou les pratiques socioculturelles | | |
| Articulation des slogans | | |
| Manière d'informer | | |
| Manière d'argumenter | | |
| Contenus culturels : origine du produit, Engagements de la marque, valeurs | | |

2.1. Stéréotypes et clichés : l'arrière-plan culturel en FOS

Mener une réflexion sur les clichés et les stéréotypes, qui résultent de l'équation : catégorisation + schématisation = généralisation relative à un groupe national. Lors des activités de compréhension écrite, l'enseignant intervient de façon régulière, afin d'expliquer, éclairer les incompréhensions, lever les ambiguïtés, apporter de l'aide sur l'étymologie, la polysémie, en particulier, positionner les données culturelles dans un contexte social, artistique plus large. Leur faire découvrir la richesse en vocabulaire, structures morphosyntaxiques, métaphores, expressions figées, représentations culturelles de la beauté en France. Les apprenants peuvent articuler les aspects linguistiques, discursifs et même stylistiques pour interpréter l'univers fictionnel présenté, dans un contexte social précis, dans le but de construire leur sens. Quant aux collocations et cooccurrences on peut travailler soit avec un dictionnaire unilingue, soit en adoptant l'approche inductive par la linguistique du corpus, qui serait un apprentissage fondé sur l'observation des phénomènes langagiers pour développer le métalangage des apprenants. Les logiciels SketchEngine, Anatext, Tropes peuvent enlever les difficultés sur le plan sémantique. L'apprentissage peut également porter sur la synonymie. Il est important de varier les exercices à proposer aux étudiants afin de leur permettre d'utiliser différents moyens linguistiques, sous forme d'exercices de reformulation, de substitution, de production écrite.

2.2. La métaphore dans son cadre discursif

Le phénomène métaphorique ne se laisse pas enfermer dans le cadre syntaxique immédiat. Il se manifeste sur le plan du discours plus que de la phrase. C'est tout l'énoncé qui est affecté par la métaphore. La situation et le contexte, ou le sens général de l'énoncé et l'intention de l'énonciateur, jouent un très grand rôle dans sa compréhension. Dans un texte, les indices conduisant à la bonne interprétation peuvent être présents dans le contexte antérieur ou, ce qui donne plus de force énigmatique à la métaphore, dans le contexte ultérieur du noyau métaphorique. Ils peuvent prendre toutes sortes de formes syntaxiques (y compris les comparaisons). Quant au processus interprétatif, l'apprenant n'a pas à commencer par « calculer le sens littéral et puis, après avoir constaté l'échec d'une telle interprétation, passer au sens métaphorique » (Kleiber, 1994a : 186). Le sens métaphorique de l'énoncé court-circuite le sens littéral des mots.

Conclusion

On apprend une langue pour échanger, interagir, communiquer, aux niveaux personnel et/ou professionnel. L'interculturalité permet à l'individu de prendre conscience du fait que sa propre culture ne prend du sens que par son rapport dynamique avec l'altérité. Si l'apprenant veut être compétent, du point de vue communicationnel, avec des personnes issues d'autres cultures, il doit connaître efficacement leur culture, avoir pris de la distance par rapport à sa culture d'origine, s'être mis d'accord sur des comportements acceptables par tous, s'être créé ou avoir

adopté une culture d'action commune et partager des finalités et des valeurs au-delà du seul domaine professionnel.

Bibliographie

- Adam, Jean-Michel, Bonhomme Marc (2012). *L'argumentation publicitaire : Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Paris, Armand Colin, Collection « I.COM », 368p.
- Amossy, Ruth, Herschberg-Pierrot, Anne (1999). « Stéréotypes et clichés. Langue, discours, société », revue *romantisme*, n°104 thématique : Penser avec l'histoire, pp.125-127.
- Andrei, Carmen (2007). « Ressorts argumentatifs dans le discours publicitaire », *Communication and Argumentation in the Public Sphere*, 1 (1) Accès : <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-71523> (Dernière consultation : le 30 juillet 2021).
- Anscombe, Jean-Claude (1995). « La théorie des Topoi : sémantique ou rhétorique ? » in *CNRS Éditions, Hermès, La Revue*, n°15, p. 185-198.
- Beacco, Jean-Claude, Byram, Michael, Cavalli, Marisa, Coste, Daniel, Cuenat, Mirjam Egli, Goullier, Francis, Panthier, Johanna (2010). *Guide pour le développement et la mise en œuvre de curriculums plurilingues et interculturels*, Strasbourg, Conseil de l'Europe.
- Berthelot-Guiet, Karine (2015). *Analyser les discours publicitaires*, Paris, Armand Colin, 176 p.
- Berthelot-Guiet, Karine (2011). « Extension du domaine de la conversation : discours de marque et publicitarité », *Communication & langages*, vol. 169, n°3.
- Charaudeau, Patrick, Maingueneau, Dominique (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Le Seuil.
- Charaudeau, Patrick (1994). « Le discours publicitaire, genre discursif », revue *Mscope* n°8, CRDP de Versailles.
- Dubois, Jeanet al (1973). *Dictionnaire de linguistique*, Paris, Larousse, 576 p.
- Ducrot, Oswald (1998). *Le sens commun. Les mots du discours*, Les éditions de Minuit, 241 p.
- Ducrot, Oswald (1984). *Le dire et le dit*, Paris, Les éditions de Minuit, 240 p.
- Floch, Jean-Marie (1990). *Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies*, Formes sémiotiques, PUF, 233 p.
- Gross, Gaston (1996). *Les expressions figées en français. Noms composés et autres locutions*, Ophrys, 161 p.
- Harir, Dalila (2013). *Publicité et littérature : une approche sémiotique*, thèse de doctorat, sous la direction du Pr. Michel Constantini, Université Paris III.
- Kleiber, Georges (1994). « Contexte, interprétation et mémoire : approche standard versus approche cognitive », in *Langue française*, n°103, p.9-22.
- Le Nouveau Petit Robert* (2007). Paris, Dictionnaires Le Robert.

- Le Trésor de la Langue Française informatisé* [online]. Accès : <<http://atilf.atilf.fr/tlf.htm>>, [Dernière consultation : le 2 août 2021].
- Lugrin, Gilles (2006). *Généricité et intertextualité dans le discours publicitaire, de presse écrite*, Peter Lang, Les éditions scientifiques internationales, 487 p.
- Maingueneau, Dominique (2005). *Analyser les textes de communication*, Paris, Nathan, 278 p.
- Mangiante, Jean-Marc, Parpette, Chantal (2017, 2004). *Le Français sur Objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*, Hachette, 160 p.
- Markus, Hazel Rose (1997). « Self-schemata and processing information about the self », in *Journal of Personality and Social Psychology*, 35 (2), pp.63-78, Accès:<https://doi.org/10.1037/0022-3514.35.2.63> (Dernière consultation le 2 septembre 2021).
- Moscovici, Serge (1961). *La psychanalyse, son image et son public. Étude sur la représentation sociale de la psychanalyse*, Paris, PUF, 506 p.
- Plantin, Christian (1996). *L'argumentation*, Paris, Le Seuil, 93 p.
- Puren, Christian (2013). « La compétence culturelle et ses composantes » in S. Etienne (dir.) et Chnane-Davin (coord.), *Parcours de formation, d'intégration et d'insertion : la place de la compétence culturelle, Savoirs et Formations* n°3. Epernay, AEFTI.
- Schapira, Charlotte (2014). « Les Stéréotypes : stéréotypes de pensée et stéréotypes de langue », Congrès Mondial de Linguistique Française – CMLF 2014 SHS Web of Conferences. Accès :<https://www.researchgate.net/publication/270837-203_Les_Stereotypes_stereotypes_de_pensee_et_stereotypes_de_langue>. DOI : 10.1051/shsconf/20140801398. [Dernière consultation le 1^{er} juin 2021].
- Soulages, Jean-Claude (2013). « La publicité à la télévision ou les fictions de l'ordinaire », revue *COMMUNICATION*, vol. 32.

TRADUIRE LES STÉRÉOTYPES TERMINOLOGIQUES ET DISCURSIFS DES CONTRATS DU DROIT ANGLO-SAXON : QUELLE APPROCHE ?

Carmen-Ecaterina CIOBĂCĂ
Université « Alexandru Ioan Cuza », Iași, Roumanie
carmen.ciobaca@gmail.com

Résumé

Le travail examine la traduction des stéréotypes terminologiques et discursifs des contrats du droit anglo-saxon. La première section porte sur les différences entre la common law et le droit franco-germanique et présente les traits distinctifs des contrats anglais. Dans la seconde section est discutée la question des phrasèmes des contrats anglais. Les possibles approches traductologiques sont exposées dans la troisième section. La quatrième section comporte une étude de cas : la traduction des expressions figées de nature lexicale et notionnelle et des tournures stylistiques. L'auteur étudie aussi la traduction des structures redondantes et des expressions provenant du latin. La traduction juridique s'avère être un exercice de droit comparé.

Abstract

TRANSLATING TERMINOLOGICAL AND DISCURSIVE STEREOTYPES IN COMMON LAW AGREEMENTS : WHAT APPROACH ?

The paper examines the translation of terminological and discursive idioms in Common Law contracts. The first section deals with differences between Common Law and continental law and displays the distinctive features of Common Law contracts. In the second part of the paper the author analyses in depth the question of idioms in Common Law contracts. Possible approaches related to the translation of legal idioms are presented in the third section of the study. The fourth section is dedicated to a case study: the translation of lexical, conceptual and stylistic idioms. The author also investigates the translation of redundant phrases and of Latin idioms. Legal translation turns out to be an exercise of compared law.

Mots clés : *stéréotype, expression figée, phrasème, contrat, Common Law, traduction juridique*

Keywords: *stereotype, idiom, phraseological unit, contract, Common Law, legal translation*

Introduction

Le thème abordé dans le présent article est représenté par la stéréotypie de la langue juridique et les défis qu'elle implique lors du passage du texte d'une langue à l'autre. Dans une perspective synchronique, le droit est un phénomène local, confiné à un certain espace géographique, d'où la difficulté inhérente de la traduction d'un texte qui relève d'une certaine culture juridique, surtout pour un public qui vit dans un tout autre système de droit. En effet, la difficulté de traduction augmente lorsque les deux cultures juridiques – source et cible – sont très différentes, ayant des fondements distincts : c'est le cas de la common law, qui s'appuie sur la jurisprudence en tant que principe fondateur, et du droit franco-germanique, dont la loi est la source principale. Dans une perspective diachronique, le droit est le résultat de l'évolution historique d'un territoire, ce qui suppose que chaque discours juridique possède ses propres stéréotypies, ses propres culturèmes et son propre style. Le droit est, en effet, l'un des domaines les plus conservateurs qui existent, étant fondé sur une certaine tradition locale. D'ici de multiples pièges qui alourdissent la tâche du traducteur.

Il y a donc un paradoxe du droit : d'un côté, il se construit progressivement et s'adapte aux besoins de la société qu'il régit (par exemple, par l'introduction de nouveaux concepts, tels que « gestation pour autrui » ou « mère porteuse ») et, de l'autre, il a un caractère carrément conservateur et comporte des formules consacrées, des expressions figées, stéréotypes qui ne s'emploient pas dans d'autres domaines spécialisés (par exemple, « exploit d'huissier » ou « faire grief »). La langue du droit est, par conséquent, une langue de spécialité culturellement marquée. Traduire le droit signifie donc passer d'une culture juridique à une autre et, parfois, chercher des stéréotypes équivalents qui « disent presque la même chose », selon les paroles d'Umberto Eco.

Partant de ces prémisses, nous montrerons dans cet article la manière dont les phrasèmes du droit anglais des contrats peuvent être traduits en français et en roumain. Nous avons choisi le contrat parce qu'il est représentatif pour la langue du droit, étant peut-être le genre le plus répandu. Jean-Claude Gémar le considère même « le texte juridique par excellence » :

Notre vie, nos rapports, la société même sont ponctués, régis par le contrat, collectif ou d'assurance, de transport ou de prêt. Aux yeux des gens il incarne, à tort ou à raison, *le texte juridique par excellence*. [...] Comme dans la vie quotidienne, le contrat représente dans la pratique professionnelle « le pain quotidien ». C'est sans doute l'une des raisons pour laquelle le texte contractuel, de tous les textes juridiques, est le plus malmené. (Gémar, 2000 : 405)

Sur le marché de la traduction, le contrat anglais est, probablement, le genre le plus traduit, mais, paradoxalement, le plus malmené, selon Gémar. Pour comprendre pourquoi cela arrive, il convient de réfléchir aux différences entre la common law et le droit franco-germanique et au défi de passer, en traduction, d'un système juridique à l'autre. C'est le sujet de la première section du travail. Nous examinerons dans la seconde section les phrasèmes du droit anglais des contrats,

tandis que la section suivante étudie les différentes approches traductologiques qui pourraient aider le traducteur dans sa démarche. La dernière section de l'article est consacrée à l'étude de cas qui comporte l'analyse de la manière dont les phrasèmes des contrats de la common law sont traduits en français et en roumain.

1. Common law vs. droit franco-germanique : deux univers inversés. Caractéristiques du contrat anglais

Chaque système de droit est le résultat de l'évolution individuelle des règles et des institutions dans un certain territoire et exprime une optique unique sur les normes, les droits personnels, les relations avec les autres et le rapport entre la justice et le justiciable. Les systèmes juridiques découpent donc la réalité différemment, ce qui complique sans doute la tâche de tout traducteur.

Un cas particulier est représenté par la traduction d'un texte qui relève de la common law dans une culture juridique régie par le droit franco-germanique : « La difficulté s'aggrave lors du passage d'une langue à l'autre, pour ne rien dire du changement de système juridique lorsque le traducteur doit rendre un texte de common law en français civiliste. » (Gémar, 2000 : 405) Si, dans le droit anglo-saxon, la procédure prime la loi (« remedies precede rights ») puisque la source principale est la jurisprudence (le précédent judiciaire), le droit civiliste est inspiré par le droit romain et se fonde sur la loi écrite. Par voie de conséquence, la figure centrale dans la common law est le juge, celui qui crée la jurisprudence, tandis que le législateur est le personnage principal dans le droit continental. Ces deux systèmes de droit sont, en effet, des perspectives inversées sur le monde et leur relation est définie par des dichotomies : « [...] nous avons affaire à deux systèmes, deux familles de droit fort différents l'un de l'autre parce qu'ils fonctionnent à partir de schémas de pensée et de méthodes opposés, situés aux deux extrémités du spectre et de la pensée juridiques : induction vs déduction, particulier vs général, jurisprudence vs loi, droit non écrit/coutumier vs droit codifié/écrit. » (Gémar, 2015 : 480) Cela a laissé inévitablement des traces au niveau du discours.

Le passage, en traduction, d'un système juridique fondé sur la jurisprudence à un système juridique régi par la loi écrite et inversement peut s'avérer difficile : « La traduction du français vers l'anglais ou vice-versa pose une difficulté supplémentaire dans la mesure où elle met en opposition deux familles de droit : le droit romano-germanique d'une part, la common law d'autre part. » (Harvey, 2002 : 40) Un exemple en ce sens est représenté par le terme « contract » de l'anglais, qui n'est pas automatiquement l'équivalent du « contrat » français :

Arrêtons-nous à l'exemple du *contract* de la common law [...]. Pour le profane, les deux termes, *contract* et son pendant français *contrat* paraissent équivalents. Le comparatiste, lui, sait bien qu'il n'en est rien. Si la plupart des conditions essentielles de validité du contrat sont identiques ou voisines dans les deux systèmes (capacité de contracter, offre et acceptation, etc.), en revanche, la condition de *consideration* de la common law, qui est essentielle (« *of the essence of the contract* »), n'existe pas en français. Il faut alors introduire, dans la version française, une « béquille » pour rétablir l'équilibre : « moyennant/en contrepartie de/la somme de... », faute de

quoi les deux versions ne seraient pas jugées fonctionnellement équivalentes, avec les conséquences juridiques que l'on imagine. (Gémar, 2015 : 486)

Le terme anglais est donc en étroite liaison avec le concept « consideration », condition essentielle du contrat, compris en français de manière générale comme « compensation financière ». Sans cette précision dans le texte d'arrivée on ne peut pas parler d'équivalence conceptuelle ou d'effet. Et même avec cet ajout, peut-on réellement parler d'équivalence des textes ?

Notre but ici n'est pas de donner une réponse définitive à la question ci-dessus, sachant surtout que le concept d'*équivalence* est assez controversé dans le domaine de la traductologie. Par contre, dans une perspective pragmatique, toute traduction devrait débiter avec l'évaluation du texte à traduire. Selon Alenka Kocbek, le degré de traduisibilité d'un texte juridique est établi en fonction de deux critères : le degré de parenté des deux cultures juridiques (common law vs. droit français / roumain, dans notre cas) et le degré de parenté des langues source et cible (anglais vs. français / roumain) (2011 : 98). Cet auteur conclut que traduire des contrats de la common law en slovène (mais aussi en français ou en roumain, ajoutons-nous) s'avère être la tâche la plus difficile et cela parce que le degré de parenté des cultures juridiques plus que le degré de parenté des deux langues (de départ et d'arrivée) établit le degré de traduisibilité des concepts juridiques (Kocbek, 2011 : 98). Susan Šaracevic appelle cet écart entre les cultures juridiques « l'incongruité des systèmes de droit » ; cette incongruité constitue pour elle l'obstacle le plus important à l'interprétation unitaire des textes (2000 : 333). Pourtant, cet obstacle peut être surmonté par la technique de la compensation. En ce sens, Susan Šaracevic donne l'exemple du terme anglais « tort » traduit de manière explicative en français par « délit civil » (2000 : 335).

Le genre du contrat du droit anglo-saxon, que nous avons choisi pour la présente étude, est peut-être le plus traduit mais, probablement, le plus mécompris et cela parce qu'il comporte de redoutables difficultés de traduction. Soit l'exemple ci-dessous :

In the event Operator defaults in the performance of any covenant or agreement made hereunder, as to payment of amounts due hereunder or otherwise, and such defaults are not remedied to the Supplier's satisfaction within ten (10) days after notice of such defaults, the Supplier may thereupon terminate this agreement and all rights hereunder of the Operator, but such termination shall not affect the obligations of the Operator to take action or to abstain from taking action after termination thereof, in accordance with this agreement.¹

Nous avons mis en gras les éléments qui représentent des difficultés de traduction. Au niveau micro-textuel, on observe des concepts spécialisés (« termination »), des termes cryptiques du type « hereunder », « thereof », des

¹ L'exemple est extrait du manuel d'anglais juridique *International Legal English*, Amy Krois-Lindner and TransLegal, Cambridge University Press, 2011, p. 66.

verbes modaux (« shall »), des phrasèmes (« to default in the performance », « to terminate an agreement », « to abstain from taking action », « in accordance with »). Au niveau macro-textuel on observe des marques spécifiques du style juridique : l'emploi des majuscules (« Operator », « Supplier »), des répétitions et des structures redondantes (« covenant or agreement »), la structure arborescente de la phrase qui comporte une syntaxe ample, l'emploi de certains marqueurs stylistiques (« such »). Les obstacles que l'on peut rencontrer à la lecture d'un contrat anglo-américain sont donc multiples : « les archaïsmes lexicaux et syntaxiques, l'utilisation des majuscules, les locutions latines, les tautologies, les répétitions, les énumérations, les faux amis et les confusions fréquentes » (Taylor, 2016 : 2). Les phrasèmes, qui représentent le thème du présent travail, ne constituent en effet qu'une seule classe de difficultés de traduction des contrats de la common law.

Le droit est un produit social et culturel : « [...] le droit est un phénomène social, le produit d'une culture, il acquiert dans chaque société un caractère unique. [...] Chaque société organise son droit ou son système juridique selon la conception qu'elle en a et selon la structure qu'elle veut se donner. » (Gémar, 1979 : 37) Le contrat est marqué, donc, par les caractéristiques de la culture juridique à laquelle il appartient. Alenka Kocbek (2011 : 94) considère même que le contrat est un « macro-culturème », un phénomène formalisé du point de vue social et juridique, qui comporte une forme et une fonction particulière dans une culture donnée. Non seulement les termes culturellement marqués sont des culturèmes, les textes qui portent une empreinte culturelle le sont aussi. De ce point de vue, le contrat devient, selon cet auteur, une pratique culturelle formalisée (Kocbek, 2011 : 102). L'analyse de la traduction des phrasèmes des contrats anglais peut partir de cette prémisse.

2. Phrasèmes du droit anglais des contrats

La phraséologie est comprise comme la tendance des mots ou des groupes de mots d'être plus fréquents dans certains milieux que dans d'autres (Hunston, 2011 : 5). Pour Ruusila et Lindroos, la *phraséologie* est un terme général qui fait référence au langage stéréotype fondé sur des expressions figées comportant des combinaisons de mots (des expressions idiomatiques, des collocations, des structures binominales), mais aussi des unités linguistiques plus amples, comme les tournures stylistiques (2016 : 122). La phraséologie, au sens large, est cruciale pour l'organisation du langage (Hoffman *et al.*, 2015) et de la pensée, oserions-nous dire. Comme notre étude comprend différentes catégories de stéréotypies employées dans la langue des contrats, telles quelles seront présentées dans ce qui suit, nous préférons utiliser le concept général de « phrasèmes » pour les définir.

Pour être qualifiées de « phrasèmes », les unités de sens doivent remplir deux critères : celui de la polylexicalité (comprendre au moins deux mots différents) et celui de la stabilité (se présenter comme une combinaison fixe de lexèmes) (Ruusila et Lindroos, 2016 : 122). Pourtant, le caractère stéréotype de la langue peut être observé non seulement au niveau des mots (niveau micro-textuel), mais aussi au niveau du contenu, de la structure et de la mise en page des textes (Ruusila et Lindroos, 2016 : 122-123) : citons, par exemple, les sections typiques d'un contrat

anglais (*Parties to the Contract, Recitals, Definitions, General Terms and Conditions, Signatures, Schedules and Exhibits*). Le niveau macro-textuel est donc tout aussi pertinent lorsque l'on analyse les stéréotypes langagiers.

La stéréotypie est, par voie de conséquence, une caractéristique des genres systématiquement standardisés produits dans des circonstances similaires et dans des situations récurrentes afin d'assurer les mêmes fonctions communicatives (Ruusila et Lindroos, 2016 : 123). Greimas ne se limite pas au niveau des genres discursifs, affirmant que toute langue est idiomatique en tant que telle (1960 : 42). Les phrasèmes sont, indubitablement, un obstacle redoutable à la traduction ; paradoxalement pourtant, c'est à travers le passage dans une autre langue que les stéréotypies se font remarquer dans toute leur splendeur et cela parce que la langue source relève son idiomatité lorsqu'elle est analysée « à travers les lunettes d'une langue étrangère » (Hausmann, 1979 : 279). L'Étranger de Berman peut être donc retrouvé aussi au niveau des stéréotypes du langage :

L'idiomatité interlinguistique se situe dans une perspective contrastive, en ce sens que l'idiomatité d'une langue source se vérifie dans ce qu'elle a de différent par rapport à une langue étrangère ou à une langue cible, et cela à n'importe quel niveau : phonétique, syntaxique, sémantique ou pragmatique. (Rey González, 2014 : 231)

La langue juridique est, par définition, idiomatique (Gosdz-Roszkowski et Pontrandolfo, 2015 : 135), comme résultat du caractère conservateur du droit et de la condition de prédictibilité et de clarté qui régit ce domaine. L'emploi répété des formules figées dérive aussi du droit archaïque, lorsque de telles structures avaient un rôle performatif ou incantatoire. Ruusila et Lindroos parlent de la « fixité » de la langue juridique, qui est caractérisée par l'emploi des formules figées (2016 : 121-122) et considèrent que les structures stéréotypes, les expressions toutes faites et les formules préfabriquées représentent une caractéristique importante qui relève du style juridique (2016 : 121). Le droit même est stéréotypique et la stéréotypie est un trait essentiel du droit, selon ces auteurs (2016 : 126).

Les phrasèmes juridiques sont compris comme des expressions répétitives, à caractère figé, qui ont une fonction et un sens juridique bien défini. À la différence de la phraséologie d'autres domaines spécialisés, les phrasèmes juridiques n'ont pas un caractère universel, puisqu'ils relèvent d'un certain système de droit (Ruusila et Lindroos, 2016 : 130). *A priori* donc, traduire phrasème par phrasème lorsqu'il s'agit de deux cultures juridiques différentes n'est pas toujours possible.

L'analyse du corpus² a révélé l'existence de trois catégories de phrasèmes que nous exposons brièvement ci-dessous et qui seront analysées en détail dans la partie applicative du travail :

- 1) Expressions figées de nature lexicale : ce sont les structures juridiques typiques qui ont une forme fixe et renvoient souvent à des actions (« to enter

² Le corpus comprend les unités consacrées aux contrats du manuel *International Legal English*, *op. cit.*

into an agreement », « to terminate a contract »). En général, ces expressions retrouvent un équivalent dans la langue d'arrivée, mais qui n'est pas forcément un phrasème. Cela arrive grâce au fait que certains actes juridiques sont universels (comme l'action de signer un contrat).

- 2) Expressions figées de nature notionnelle : ce sont les unités de sens à forme fixe qui renvoient à des concepts (« quiet enjoyment », « fraud in the inducement », « liquidated damages »). Très souvent, ces concepts sont difficilement traduisibles parce qu'ils sont des culturèmes juridiques.
- 3) Formules stéréotypes de nature stylistique (« in witness whereof », « it is hereby agreed as follows », « notwithstanding any to the contrary »). À la différence des deux premières catégories de phrasèmes, ces expressions relèvent du niveau macro-textuel et discursif, car elles imprègnent au texte un certain style.

Les phrasèmes juridiques représentent donc un domaine à explorer. Pourtant, bien que le droit soit un domaine stéréotypique par excellence, peu d'études sont consacrées à la phraséologie de la langue juridique. On a dédié beaucoup d'effort aux stéréotypes de la langue générale, mais le caractère figé des langues de spécialité n'a pas été étudié en profondeur (Basaneze Dobric, 2017 : 199). Gosdz-Roszkowski et Pontrandolfo soulignent à leur tour que la traduction du droit, y compris de la phraséologie juridique, a été négligée par la recherche (2015 : 130). Il est donc grand temps que les études linguistiques et traductologiques abordent ce sujet, au profit des traducteurs et des professionnels du droit.

3. Les phrasèmes de la langue juridique – approches traductologiques

Nous avons déjà observé que les phrasèmes représentent un trait important de la langue juridique, étant souvent le résultat de l'empreinte culturelle de ladite langue. Nous avons remarqué aussi, au passage, que traduire phrasème par phrasème est une tâche difficile. Pour examiner les possibles approches de traduction des stéréotypes juridiques, il convient de nous demander si la manière dont les phrasèmes sont traduits a des conséquences réelles.

En ce sens, Susan Šaracevic cite l'exemple de l'affaire *Gulf Oil Can. V. Canadien Pacifique Ltée* datant de 1979 (2000 : 335). Pour trancher le litige, la Cour a analysé la clause « Force Majeure » : l'expression « Act of God » de la version en anglais avait été traduite en français par « cas fortuit ». Le juge a pris en considération l'expression française, qui ne correspondait pas entièrement au sens du phrasème anglais, et a accordé des dédommagements à la partie lésée. Ayant tranché ainsi, la Cour a pris en considération l'intention des parties contractuelles et a interprété l'emploi de l'expression « cas fortuit » comme préférence des parties contractuelles pour la loi du Québec. Selon cette loi, l'acte du défendeur était effectivement le résultat d'un cas fortuit, mais selon les principes de la common law il ne pouvait pas être qualifié d'« Act of God ». Si les parties contractuelles avaient eu l'intention de se référer aux principes de la common law, elles auraient employé

une traduction littérale de l'expression anglaise, à savoir « acte de Dieu », selon la motivation du juge. Voilà donc que la manière dont les phrasèmes sont traduits et interprétés peut changer le cours d'un procès judiciaire.

Les conséquences de la manière dont les phrasèmes juridiques sont traduits ou l'omission de tels phrasèmes sont donc non-négligeables, pouvant même dicter la résolution d'un litige. Le droit a un caractère performatif : pour les parties contractuelles, après avoir signé leur entente, « dire c'est faire ». Une mauvaise traduction des phrasèmes spécialisés ou leur omission dans la langue cible comporte des effets qui pourraient aller jusqu'à l'invalidation de la traduction (Kjaer, 1990 : 28). Il faut donc tenir compte de l'importance de tels phrasèmes et des possibles répercussions juridiques s'ils sont modifiés ou omis dans la langue cible, quel que soit le but de la traduction (Ruusila et Lindroos, 2016 : 132).

On est d'accord que la manière dont les phrasèmes sont traduits importe. Mais quelle serait la/les stratégie(s) à adopter lorsqu'il s'agit de leur transposition dans une autre langue et dans un autre système de droit ? En ce qui suit, nous passerons en revue quelques approches traductologiques, démarche qui, sans prétendre offrir des solutions toutes faites, éclaircit le chemin du traducteur.

La traduction juridique a été longtemps régie par le principe de la fidélité, manifesté par la traduction littérale, en vertu de la tendance des traducteurs de se tenir à la lettre du texte source. L'emploi de la traduction littérale était justifié par l'exigence d'exactitude ; on considérait que l'interprétation appartenait au juge et non au traducteur. Cette tendance a subsisté par endroits même après avoir accordé aux traducteurs juridiques la liberté de produire des textes selon l'esprit de la langue cible (Šaracevic, 1997 : 16).

Pourtant, la traduction littérale n'est pas toujours la bonne stratégie à emprunter, surtout s'il s'agit de culturèmes juridiques dont le sens ne passe pas dans la langue d'arrivée lorsque le traducteur se tient à la lettre du texte source. Gawron-Zaborska est d'avis que « [...] en ce qui concerne la traduction des expressions idiomatiques, tous sont d'accord [...] qu'elles ne peuvent être traduites littéralement. » (2000 : 351) On ne peut pas traduire « Garde des Sceaux » par « Keeper of the Seals », mais par « Minister of Justice in France ». Il est vrai que certains phrasèmes, surtout de nature stylistique, trouvent un équivalent littéral (« including, without limitation » rendu par « y compris mais sans s'y limiter »), mais il y a d'autres unités stylistiques pour lesquelles il faut trouver un équivalent fonctionnel dans la langue cible (« in witness whereof » traduit par « en foi de quoi »). Les expressions figées de nature notionnelle se prêtent rarement à la traduction littérale : d'habitude leur traduction comporte un fin exercice d'interprétation. Ainsi, « at arm's length » se traduit par « dans des conditions normales du marché » et « failure to perform » par « inexécution ».

On se demande donc qu'est-ce-que la fidélité en traduction juridique ? La fidélité est-elle possible et/ou nécessaire ? Les exemples ci-dessus montrent qu'être fidèle ne signifie pas forcément faire recours à la traduction littérale, mais plutôt discerner les « servitudes juridiques » à préserver dans le texte d'arrivée (Gémar, 1979 : 38). La plupart des fois, la langue doit s'adapter aux servitudes de la culture

juridique source pour remplir le critère de la fidélité en traduction. En d'autres termes, il convient d'adapter la langue aux particularités du système juridique concerné.

Dans une perspective discursive, la fidélité comporte également la reproduction des éléments du micro-contexte typographique et des marques stylistiques. En ce sens, Raluca Feneşan plaide plutôt pour une fidélité raisonnée :

La force juridique différente de ces actes entraîne des conséquences sur le plan de la traduction : *plus le texte est contraignant, plus sa traduction doit être fidèle*, cela à plus forte raison dans le cas d'une traduction certifiée qui sera déposée auprès d'une institution. Le traducteur doit donc reproduire les mêmes éléments stylistiques [...], le même ton et même une mise en page et des soulèvements identiques. (2008 : 202)

On peut donc parler de fidélité dans la traduction juridique, mais sans la comprendre comme littéralisme à tout prix. La fidélité peut être retrouvée au niveau micro-textuel, y compris par la traduction des expressions figées de nature lexicale et notionnelle, mais aussi au niveau macro-textuel, discursif, par la reproduction des traits stylistiques et formels du texte source. En d'autres termes, le texte juridique doit être transposé de manière fidèle, mais compréhensible dans la langue d'arrivée et la traduction littérale ne remplit pas toujours le critère de la compréhensibilité.

À part l'exigence de fidélité, un autre critère qui régit la traduction juridique selon certains théoriciens est celui de l'équivalence. Tout comme la fidélité, l'équivalence est devenue presque un cliché dans les études de traductologie. Sans aborder ici en détail le concept d'équivalence et ses multiples acceptions, nous nous limiterons d'observer, avec Isabel González Rey, que « traduire l'idiomaticité d'un texte ne se limite pas à trouver des termes ou des expressions équivalentes ; il s'agit de traduire le "génie d'une langue" dans une langue qui a son propre génie » (2014 : 228). En d'autres termes, l'équivalence doit être recherchée aussi au niveau des textes et non seulement au niveau des phrasèmes. Pourtant, peut-on parler d'équivalence sans failles dans la traduction juridique ?

Nous avons déjà souligné le fait que les phrasèmes juridiques sont culturellement marqués, ce qui pose des problèmes à la traduction. Par exemple, la clause standard « Retention of Title » (RoT) du droit anglo-saxon est un culturème. Il s'agit d'une clause par laquelle le vendeur garde la propriété du bien cédé jusqu'au paiement intégral du prix par l'acquéreur. On peut bel et bien la traduire en français par « Réserve de propriété », mais il n'y a pas de clause équivalente dans le droit franco-germanique. La traduction gardera, donc, l'étrangeté de la culture juridique source. De même, le droit anglo-saxon comporte toute une série de dédommagements qui n'ont pas de correspondant dans le droit continental. Par exemple, l'expression « expectation damages » peut être rendue de manière explicative par « dommages-intérêts pour la perte du profit espéré ». L'étrangeté subsiste, quand même.

Ruusila et Lindroos constatent d'ailleurs que la non-équivalence ou la non-similarité est plutôt la règle dans la traduction juridique (2016 : 132). Isabel Rey González parle à son tour d'une « pseudo-équivalence » (2014 : 236) et rappelle que,

si l'on parle d'équivalence, il faut aussi parler d'inéquivalence. En ce sens, l'auteur dresse une liste de techniques de traduction, le plus souvent obliques, censées surmonter les inéquivalences :

Parler d'équivalence implique aussi parler d'inéquivalence en traduction phraséologique. Ce concept peut être pris littéralement, dans le sens de manque d'équivalent pour traduire les expressions figées d'une langue source dans une langue cible, ce qui amène le traducteur à utiliser des procédés de traduction indirects pour le faire, tels que la paraphrase, l'omission, l'emprunt, le calque, l'adaptation, la compensation, et même la traduction littérale. (Rey González, 2014 : 235)

Tout comme pour la fidélité, il faut chercher dans la traduction juridique une équivalence raisonnée, qui ne peut être que fonctionnelle/dynamique. Cela peut se réaliser par la production de « phrasèmes non-marqués, acclimatés » dans la langue d'arrivée (Ruusila et Lindroos, 2016 : 133). La traduction juridique doit se fonder donc sur une équivalence dynamique, régie par la fonction que la traduction remplira dans la culture cible, et non sur la simple correspondance linguistique, formelle : « [...] le traducteur doit rendre l'idiomaticité du texte traduit non seulement en se mettant en quête de l'équivalence phraséologique mais aussi de l'équivalence textuelle » (Rey González, 2014 : 237). En d'autres mots, selon les dires de Schleiermacher (1999), il faut amener la langue au droit et non le droit à la langue car, « ce qui importe en matière de transcodage c'est l'adéquation globale du texte » (Rey González, 2014 : 236).

La notion d'équivalence dynamique est liée à une autre approche qui pourrait être appliquée à la traduction du droit, à savoir l'approche fonctionnaliste ou la théorie du skopos. Cette théorie soutient qu'il faut toujours prendre en compte, avant de traduire, la fonction que le texte traduit remplira dans la culture cible : par exemple, en général, un contrat traduit devra produire les mêmes effets dans le milieu d'arrivée et un arrêt devra générer des conséquences de nature judiciaire dans l'espace cible.

L'approche fonctionnaliste est, selon nous, la méthode à emprunter lorsqu'il s'agit de la traduction du droit, et cela parce que ce genre de traduction se produit toujours dans un contexte pragmatique : dans la plupart des cas, le droit est traduit à cause d'une situation juridique qui est intervenue ou parce que la traduction est nécessaire pour réaliser tel ou tel acte juridique (Monjean-Decaudin et Popineau, 2019 : 117). En ce sens, ces deux auteurs parlent de « traduction circulante », qui produit des effets juridiques, et de « traduction non-circulante », destinée à des fins informatives (2019 : 119). La plupart des traductions juridiques sont « circulantes », c'est-à-dire effectuées pour avoir des conséquences dans la culture d'arrivée. Surtout lorsqu'il s'agit de traduction circulante, l'idéal est que le texte traduit devienne l'équivalent fonctionnel du texte source dans le milieu cible.

« Un texte de droit emporte des effets juridiques. Ceux-ci doivent être équivalents dans les deux textes, faute de quoi le traducteur aura échoué dans sa tâche. », soutient Jean-Claude Gémar (1998 : 9). Pour remplir ce critère d'équivalence d'effet, la traduction juridique est ou doit être orientée vers les

récepteurs et la culture cible, tel que le souligne Susan Šaracevic (2000 : 329). Cela ne signifie aucunement que les marques d'étrangeté du texte source seront nivelées : au contraire, elles doivent transparaître de manière compréhensible dans la traduction. Pour évaluer le niveau de complexité du document source, appelé par Monjean-Decaudin et Popineau « le degré de juridicité » (2019 : 119), le traducteur devra établir quelles sont les connaissances juridiques qui lui sont nécessaires, mais aussi quelles sont les conséquences qui découlent de la traduction. De ce point de vue, une traduction circulante aura un effet plus important qu'une traduction effectuée seulement à des fins informatives. La traduction circulante doit être l'équivalent fonctionnel du texte source dans la culture d'accueil.

Nous considérons que les trois approches que nous avons détaillées ci-dessus – la fidélité raisonnée, l'équivalence dynamique et la perspective fonctionnaliste – constituent des fondements pertinents sur lesquels peut s'appuyer tout traducteur de textes juridiques. Pour ce qui est des phrasèmes, leur traduction peut prendre en compte les trois perspectives traductologiques rappelées : les phrasèmes sont compris comme des « servitudes » du texte de départ, donc ils devraient se retrouver, d'une manière ou d'une autre, dans la traduction, selon le principe de la fidélité raisonnée ; il ne faut pas forcément traduire phrasème par phrasème, mais recréer l'équivalence dynamique au niveau textuel ; finalement, il convient de prendre toujours en compte les effets que la traduction aura dans la culture cible et produire un équivalent fonctionnel du texte source dans la langue d'accueil. Ces trois approches constituent le fondement de la partie applicative de notre travail.

4. Traduire les phrasèmes des contrats anglais : étude de cas

Les études traductologiques qui portent sur le sujet des phrasèmes juridiques ne sont pas très nombreuses. Néanmoins, il y a certains auteurs qui ont essayé d'établir une taxonomie des stéréotypes du droit en fonction de leur traduisibilité :

Dans la traduction juridique de l'anglais au français, on trouve trois sortes de termes : ceux qui ont un équivalent sémantique français (*offer* et *offre*) ; ceux qui n'ont pas d'équivalent exact en français mais pour lesquels on peut trouver un équivalent fonctionnel (*mortgage* et *hypothèque*) et ceux qui sont carrément intraduisibles (*common law*, *equity*...). (Pigeon, 1982 : 277)

Selon le critère de la traduisibilité, la classification proposée ci-dessus est pertinente. Effectivement, il y a dans la common law des phrasèmes qui ont un équivalent lexical, sémantique ou stylistique en français (« to enter into an agreement » – « conclure un contrat », « good faith » – « bonne foi »), des phrasèmes qui trouvent un équivalent fonctionnel (« fraud in the inducement » – « dol », « Subject matter » – « Objet du contrat »), et des phrasèmes qui n'ont pas d'équivalent. En réalité, rien n'est intraduisible et tout texte peut être rendu dans d'autres langues, d'une manière ou d'une autre. Donc, même les phrasèmes qui n'ont pas d'équivalent peuvent être traduits en français, à condition d'explicitier leur contenu sémantique dans le texte d'arrivée : par exemple, « implied contract » est un « contrat implicite/tacite » et désigne en effet une entente fondée sur une promesse exprimée oralement (ce qui n'existe pas dans le droit

franco-germanique). De même, l'expression « anticipatory breach » peut être rendue par « violation/future/anticipative/anticipée », mais si le traducteur n'ajoute pas une explicitation, le sens ne transparait pas dans le texte cible : il s'agit de la situation où l'une des parties contractuelles transmet à l'autre partie qu'elle ne pourra pas respecter ses obligations. Un autre concept apparemment intraduisible est « specific performance » : le cas où la Cour oblige la partie contractuelle qui a violé le contrat de remplir ses engagements. Le phrasème peut être rendu en français par « demande en exécution », mais il faut quand même l'expliciter.

Plutôt que prendre la traduisibilité comme critère de classification des phrasèmes, nous avons analysé leur nature et nous les avons partagés en trois catégories, tel que nous avons détaillé dans la deuxième section du travail, à savoir : expressions figées de nature lexicale, qui renvoient en général à la réalisation de certains actes juridiques ; expressions figées de nature notionnelle, qui correspondent à des concepts et qui sont le plus fréquemment des culturèmes juridiques ; tournures stéréotypes de nature stylistique, qui relèvent de la coutume rédactionnelle. À part ces trois catégories, nous avons identifié également des structures redondantes, spécifiques au style juridique, et des expressions latines. Dans ce qui suit, nous analyserons comment ces catégories de phrasèmes se prêtent à la traduction et quelles sont les stratégies à adopter. La langue source est l'anglais et les langues cible sont le français et le roumain.

4.1. Traduire les expressions figées de nature lexicale

Nous avons inclus dans cette catégorie des phrasèmes qui expriment la réalisation de certaines actes juridiques : *exercer un droit, traduire quelqu'un en justice, résilier un contrat*. L'anglais comporte à son tour des expressions figées pour exprimer de telles actions. L'analyse du corpus nous a montré que la plupart de ces phrasèmes se traduisent littéralement ou quasi-littéralement, s'agissant en général d'actions qui sont quasi-universelles :

| Anglais | Français | Roumain |
|--|---|-----------------------------------|
| <i>Traduction littérale ou quasi-littérale</i> | | |
| To exercise a right | Exercer un droit | A exercita un drept |
| To terminate the agreement | Résilier le contrat/mettre fin au contrat | A rezilia contractual |
| To mitigate the damages | Atténuer/limiter les dommages | A reduce/a diminua daunele |
| To bring an action | Intenter/engager/introduire une action (en justice) | A intenta o acțiune (în instanță) |
| To bear witness | Témoigner | A depune mărturie |

Il y a des cas où un verbe (« témoigner ») est l'équivalent de l'expression anglaise (« to bear witness »), mais en général il est possible de traduire phrasème par phrasème. Pourtant, il y a certaines expressions figées de nature lexicale qui ne se prêtent pas à la traduction littérale. Dans ce cas, le traducteur doit faire recours à des techniques de traduction oblique :

| Anglais | Français | Roumain |
|--------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| <i>Traduction oblique</i> | | |
| To withhold consent | Refuser son consentement | A nu își exprima consimțământul |
| To have a meeting of the minds | Avoir un accord des volontés | A ajunge la un acord |

De tels phrasèmes obligent le traducteur d'effectuer un exercice d'interprétation, car le sens n'est pas transparent. Pour arriver à une solution acceptable, le sens doit être déverbalisé et le contenu sémantique qui en résulte doit être reformulé de manière appropriée dans la langue d'accueil. La traduction doit donc remplir aussi le critère de l'adéquation.

On observe pourtant que, en grandes lignes, les expressions figées de nature lexicale ne posent pas de gros problèmes au traducteur. Là où la solution littérale ou quasi-littérale ne s'applique pas, le traducteur doit faire recours à des techniques de traduction oblique.

4.2. Traduire les expressions figées de nature notionnelle

Ces phrasèmes supposent une plus grande complexité du point de vue traductif, car ils renvoient à des concepts qui ne se retrouvent pas forcément dans la culture juridique cible. Il est vrai que certaines expressions de cette classe ont un équivalent lexical et leur traduction n'est pas très problématique :

| Anglais | Français | Roumain |
|---|----------------------------------|---|
| <i>Équivalent lexical</i> | | |
| Assignment of rights | Cession/transfert des droits | Cesiunea/transferul drepturilor |
| Delegation of duties | Délégation de fonctions | Delegarea obligațiilor |
| Liability for damages | Responsabilité pour les dommages | Răspunderea pentru daune-interese |
| Breach of contract | Violation du contrat | Încălcarea contractului |
| Good faith | Bonne foi | Bună credință |
| Right of first refusal/preemption right | Droit de préemption | Drept de preempțiune |
| Right of repair | Droit de réparation (des vices) | Dreptul de a obține compensații/daune compensatorii |

La traduction de telles expressions ne pose pas de problèmes importants parce qu'il s'agit de concepts quasi-universels (cession des droits, délégation des obligations, violation du contrat, etc.), qui se retrouvent dans plusieurs cultures juridiques et qui ont, par conséquent, des équivalents lexicaux. D'autres phrasèmes trouvent, par contre, des équivalents fonctionnels :

| Anglais | Français | Roumain |
|-------------------------------|-------------------------------|--|
| <i>Équivalent fonctionnel</i> | | |
| Consideration payable | Contrepartie à payer | Contra prestația datorată |
| Subject matter | Objet du contrat | Obiectul contractului |
| Fraud in the inducement | Dol | Dol |
| Failure to perform | Inexécution | Neexecutare |
| Breaching party | Partie en défaut | Partea în culpă |
| Non-breaching party | Partie non-fautive | Partea prejudiciată |
| Schedules and Exhibits | Annexes | Anexe |
| Evergreen clause | Clause de reconduction tacite | Clauza de prelungire tacită |
| Quiet enjoyment | Jouissance paisible | Folosința exclusivă și liniștită a bunului |

Pour trouver l'équivalent fonctionnel, le traducteur doit chercher dans la culture juridique cible le concept qui correspond au phrasème anglais. Par exemple, l'expression « fraud in the inducement » fait référence à l'action d'obtenir l'accord de l'autre partie contractuelle par l'intermédiaire de certains agissements trompeurs. Le phrasème ne peut être traduit ni littéralement, ni par des techniques obliques : le traducteur doit fournir l'équivalent de ce concept dans la culture juridique française/roumaine, à savoir « dol » (terme emprunté en roumain du français). La même stratégie est suivie en cas de l'expression « evergreen clause » : le traducteur fait appel à la définition du concept dans la culture juridique source, ensuite il/elle doit trouver l'équivalent fonctionnel, s'il existe, dans la culture juridique d'arrivée (« clause de reconduction tacite » / « clauză de prelungire tacită »). Le rôle des connaissances extratextuelles du traducteur est donc essentiel.

Le cas le plus problématique est représenté par les expressions figées de nature conceptuelle qui n'ont pas d'équivalent (lexical ou fonctionnel) dans la culture juridique cible. Nous présentons dans le tableau ci-dessous quelques exemples :

| Anglais | Français | Roumain |
|--------------------------|---|-------------------------------------|
| <i>Aucun équivalent</i> | | |
| Implied contract | Contrat implicite/tacite | Contract implicit/tacit |
| Retention of title (RoT) | Reserve de propriété | Dreptul de retenție |
| Reliance principle | Principe de concertation | Principiul încrederii reciproce (?) |
| Privity of contract | La connexité du contrat | Legătura contractuală (?) |
| Anticipatory breach | Violation future/anticipative/anticipée | Încălcare anticipată (?) |

Comme nous avons mentionné dans la quatrième section du travail, les phrasèmes conceptuels qui semblent intraduisibles peuvent être rendus dans la langue cible par l'intermédiaire de l'explicitation ou de la paraphrase. De toute manière, l'écart entre les deux cultures juridiques n'est jamais entièrement comblé et certaines versions de traduction (surtout celles que nous avons marquées par un

point d'interrogation) sont quand même approximatives. De telles expressions sont, en effet, des culturèmes juridiques.

À la classe des culturèmes appartiennent également les différents types de dommages-intérêts qui existent dans la common law, mais qui ne se retrouvent presque pas dans le droit continental :

| Anglais | Français | Roumain |
|-------------------------------|---|--|
| <i>Aucun équivalent</i> | | |
| Specific performance | Demande en exécution/exécution en nature | Executarea contractului (?) |
| Expectation damages | Dommages-intérêts pour la perte du profit espéré | Daune-interese ce rezultă din pierderea profitului scontat |
| Special/consequential damages | Dommages consécutifs (?) | Daune consecvente/indirecte (?) |
| Reliance damages | Dommages-intérêts qui découlent de l'inexécution du contrat | Daune-interese care derivă din neexecutarea contractului |
| Restitution damages | Récupération des frais contractuels | Recuperarea cheltuielilor contractuale |
| Liquidated/stipulated damages | Dommages-intérêts | Daune-interese |
| Punitive/exemplary damages | Dommages-intérêts punitifs | Daune punitive |

L'analyse du tableau ci-dessus nous montre, dans un premier temps, le caractère synthétique de l'anglais juridique et la nature analytique des deux langues romanes cible, qui utilisent d'amples explicitations pour rendre les concepts de la common law. À chaque occasion, la méthode à emprunter comporte deux étapes : consulter la définition du concept anglais dans le droit anglo-saxon et, respectivement, trouver une paraphrase ou une explicitation pour « traduire » ledit concept dans le droit continental. Quelque important que soit l'effort du traducteur, l'écart entre les deux cultures juridiques ne peut pas être entièrement surmonté.

Les expressions figées de nature notionnelle montrent donc une résistance évidente à la traduction. Si pour certaines il est possible de trouver un équivalent lexical ou fonctionnel, il y a des phrasèmes marqués par la culture juridique source qui n'ont pas d'équivalent et qui sont traduits de manière approximative, d'habitude par paraphrase ou par explicitation.

4.3. Traduire les tournures stéréotypes de nature stylistique

Les expressions figées qui relèvent du style privilégié par la culture juridique source sont le résultat d'une longue tradition d'écriture. À la différence des phrasèmes de nature lexicale ou conceptuelle, les tournures stéréotypes de nature stylistique se placent au niveau macro-textuel, car elles impriment au texte source une certaine identité. Parfois, de tels phrasèmes demandent un exercice d'interprétation en contexte. Soit l'exemple suivant :

[...] the Purchase Agreement, as amended, supplemented or otherwise modified *from time to time*.

Un traducteur non-initié au domaine du droit serait tenté de traduire littéralement l'expression en italique, à savoir par « de temps à autre ». Pourtant, l'expression « from time to time » n'a pas un sens temporel et ne peut pas indiquer une périodicité : un contrat n'est pas modifié de manière régulière, mais si besoin est. Une fois avoir compris le sens, le traducteur le déverbalise et essaie de le reformuler dans la langue cible. Ainsi, une possible version en français est :

[...] le Contrat d'achat, tel qu'amendé, augmenté ou modifié, *le cas échéant*.

et en roumain :

[...] Contractul de achiziție, cu amendamentele, adăugirile sau modificările ulterioare, *după caz*.

Traduire de manière appropriée signifie, premièrement, bien interpréter.

Traduire le style juridique est difficile, fait signalé aussi par Gémar, qui soutient que « l'anglais est ancré dans le réel, alors que le français se place dans un monde à la fois réel et cérébral » et cela parce que l'anglais est « centrifuge », alors que le français serait « centripète » (2015 : 480). Le style juridique est souvent très différent d'une langue à l'autre, surtout si l'écart culturel est important. Pour que la complexité augmente, chaque genre juridique comporte un style propre :

Le style des textes juridiques varie d'une langue à l'autre, parfois de façon considérable. Tel est le cas en particulier entre l'anglais et le français. Mais il varie aussi au sein du droit lui-même : style des lois, des jugements, des contrats, des traités, ainsi de suite. Ce style est celui que les grands juristes ont imprimé au cours de l'histoire du droit d'un pays, qu'ils ont illustré dans leurs écrits, doctrinaux ou jurisprudentiels. (Gémar, 2015 : 479)

Le style représente donc une redoutable difficulté de traduction. Dans la troisième section du travail, nous avons plaidé pour une fidélité raisonnée, qui impose au traducteur de reproduire dans le texte cible, si possible, les marques stylistiques du texte de départ. Guidée par cette approche, nous avons découvert que, tout comme dans le cas des expressions figées de nature lexicale ou notionnelle, certaines tournures stylistiques des contrats anglais peuvent être rendues par la méthode (quasi-)littérale, car elles trouvent des formules stylistiques équivalentes dans les langues d'arrivée :

| Anglais | Français | Roumain |
|-------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| <i>Traduction (quasi-)littérale</i> | | |
| It is hereby agreed as follows... | Il est convenu ce qui suit | Părțile au convenit după cum urmează |

| | | |
|---|--|---|
| for purposes of this article... | aux fins du présent article... | în sensul prezentului articol... |
| including, without limitation/but not limited to... | y compris, sans limitation... | inclusiv, fără a se limita la... |
| without circumscribing the generality of the foregoing... | sans porter atteinte au caractère général des dispositions précédentes... | fără a aduce atingere caracterului general al prevederilor anterioare... |
| notwithstanding any provision of this Agreement... | nonobstant/en dépit de toute disposition du présent Contrat... | fără a aduce atingere prevederilor prezentului Contract... |
| beyond the reasonable control | au-delà de/échappant au contrôle raisonnable | care nu se află, în mod rezonabil, sub controlul |
| without the prior written consent of | sans l'autorisation écrite préalable de | fără acordul prealabil scris al |
| as aforesaid | comme susmentionné | după cum a fost menționat anterior |
| such as, but not as to restrict the generality of the foregoing | tel que, mais sans restreindre le caractère général des dispositions ci-dessus | precum, fără a aduce atingere caracterului general al prevederilor anterioare |

Pour rendre le texte source de manière appropriée, le traducteur doit être familier avec le style employé dans les contrats de la culture d'arrivée. Néanmoins, la traduction quasi-littérale n'est pas toujours applicable. Certaines tournures stylistiques ne peuvent être rendues que par adaptation, méthode que nous qualifions de « réécriture stylistique » :

| Anglais | Français | Roumain |
|--|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <i>Traduction par adaptation/réécriture stylistique</i> | | |
| except as otherwise provided | sauf disposition contraire | în absența unor prevederi contrare |
| within the sole judgement of... | à la discrétion de... | la discreția... |
| in the event... | en cas de... | în cazul în care... |
| unless otherwise noted | sauf stipulation contraire | cu excepția unor prevederi contrare |
| time is of the essence | le temps est un facteur essentiel | timpul este un factor esențial |
| in witness whereof | en foi de quoi | drept pentru care |

On observe donc que la traduction des phrasèmes stylistiques comporte aussi un exercice d'interprétation à trois étapes : la compréhension et la déverbalisation correcte du sens et, finalement, la réexpression. Cette dernière étape comprend deux volets : reverbération du sens d'origine et réécriture du style. La traduction juridique devient ainsi un exercice herméneutique et stylistique.

4.4. Traduire les structures redondantes des contrats anglais

Le discours juridique de la common law est caractérisé aussi par des expressions redondantes, qui semblent dire presque la même chose. Cela est expliqué, culturellement, par la tendance à l'exhaustivité qui définit le droit anglo-saxon, dont la source principale est la jurisprudence et non la loi. Alors, on découvre dans les contrats anglais cette intention des parties de tout dire par avance, de ne rater aucune situation qui pourrait intervenir et porter atteinte à leur relation contractuelle. L'expression la plus connue est, sans doute, « terms and conditions » : « [...] l'anglais recourt, pour des raisons historiques, à un terme double – par exemple : *terms and conditions* – pour rendre ce qui, en français juridique, peut s'exprimer en un mot : *conditions, modalités*. » (Gémar, 2000 : 407) Katja Basaneze Dobric remarque, à son tour, que les contrats anglais tendent à manifester une répétitivité importante et une faible variation des choix lexicaux (2017 : 202).

Lorsqu'il s'agit de tournures itératives, le traducteur se confronte à un dilemme : les traduire en tant que telles et trouver des synonymes dans la langue cible pour reconstruire la répétitivité ou opérer des suppressions et simplifier les tournures dans le texte d'arrivée. Selon le principe de la fidélité raisonnée, nous considérons qu'il faut recréer l'itérativité en traduction, si possible, parce qu'elle constitue une marque stylistique du discours source. Certaines structures redondantes peuvent être rendues littéralement, en utilisant des synonymes (quasi) parfaits :

| Anglais | Français | Roumain |
|--|---|--|
| Synonymes (quasi-)parfaits | | |
| <i>Traduction littérale</i> | | |
| Construed and interpreted | Compris et interprété | Înțeles și interpretat |
| Terms, provisions, conditions and stipulations | Clauses, dispositions, conditions et stipulations | Clauze, prevederi, condiții și dispoziții contractuale |
| Alteration or modification | Changement ou modification | Schimbare sau modificare |
| Binding and in full force and effect | Pleinement applicable/en vigueur | Cu caracter obligatoriu/executoriu/În vigoare și cu efecte depline |
| Secret and confidential | Secret et confidentiel | Cu caracter secret și confidențial |
| Covenants and agreements | Engagements / ententes et accords | Înțelegeri și acorduri |
| To indemnify and hold harmless | Tenir indemne et à couvert | A proteja și a exonera de răspundere |
| Claims or assertions | Revendications / réclamations ou prétentions / demandes | Revendicări și pretenții |
| Understands and acknowledges that... | Comprend et reconnaît que... | Înțeleg și recunosc / acceptă că... |

On peut avoir l'impression que de telles séries de synonymes alourdissent le texte cible ; pourtant, cette redondance représente une marque stylistique du document de départ.

D'autres séries redondantes peuvent être traduites toujours par synonymes (quasi-)parfaits, mais en opérant aussi une suppression des termes :

| Anglais | Français | Roumain |
|--|--|--|
| <i>Synonymes (quasi-)parfaits</i> | | |
| <i>Traduction par suppression des termes</i> | | |
| Interpretation or construction | Interprétation | Interpretare |
| Made and entered into... | (Établi et) conclu le... | Înceiat... |
| As amended, supplemented or otherwise modified | Tel que modifié et complété ultérieurement/avec les modifications et les ajouts ultérieurs | Cu modificările și adăugirile ulterioare |
| Free and clear of... | Quitte et libre de... | Liber de... |
| By and between... | Entre... | De către... |

La suppression intervient lorsqu'il est effectivement impossible de trouver un synonyme : par exemple, « interpretation » et « construction » sont des synonymes parfaits ; il est impossible de désigner autrement le concept d'« interprétation du contrat » en français ou en roumain. La traduction se fonde aussi sur une adaptation aux rigueurs et servitudes de la langue cible.

L'anglais des contrats comporte également des structures qui ne sont redondantes qu'en apparence, parce qu'elles se fondent sur une fausse synonymie. Dans de tels cas, le traducteur trouvera pour chaque terme l'équivalent lexical ou notionnel approprié :

| Anglais | Français | Roumain |
|--------------------------------|---|--------------------------------------|
| <i>Faux synonymes</i> | | |
| Jointly and severally | Conjointement et solidairement | În comun și în solidar |
| Able and willing | À même / capable et désireux / désireuse | Care are capacitatea și intenția |
| Loss, injury or damage | Perte, préjudice ou dommage | Pierdere, prejudiciu sau daună |
| Null and void | Nul et non avvenu | Nul și neavenit |
| Fraud and deceit | Fraude et tromperie / duperie | Fraudă și înșelăciune |
| Continued use and enjoyment | La jouissance et l'usage ininterrompu | Utilizarea exclusivă și neîntreruptă |
| Representations and warranties | Déclarations/promesses/engagements et garanties | Declarații/angajamente și garanții |

Les tournures redondantes des contrats anglais sont d'habitude reproduites en tant que telles, si possible, en français et en roumain. Pour ce faire, le traducteur reconstruit les séries synonymiques et offre les équivalents lexicaux et conceptuels des termes employés dans le texte source.

4.5. Expressions figées provenant du latin

Le droit anglo-saxon et le droit continental comportent souvent des expressions latines, marques de la tradition et de la continuité. Le principe de la fidélité raisonnée requiert au traducteur de garder ces tournures en tant que telles dans le texte d'arrivée. Il s'agit, en effet, d'expressions qui sont universelles : « force majeure », « bona fide », « pro rata », « de facto », « ex officio », « actus reus », « mens rea », « prima facie », « status quo ante ». La reproduction fidèle de telles expressions dans le texte d'arrivée n'exempte pas le traducteur de connaître leur sens dans l'architecture de la phrase.

5. Conclusion

Notre analyse, qui a visé la traduction des stéréotypes terminologiques (expressions figées de nature lexicale et conceptuelle) et discursifs (tournures stéréotypes de nature stylistique) des contrats de la common law, nous permet de formuler quelques conclusions sur la manière dont ces phrasèmes se prêtent à la traduction en français et en roumain. Nous avons observé que les expressions figées de nature lexicale peuvent être souvent rendues par traduction littérale ou quasi-littérale. La stratégie quasi-littérale peut être appliquée aussi pour traduire les tournures stéréotypes de nature stylistique. En outre, certains phrasèmes de cette catégorie sont traduits par un exercice de réécriture stylistique qui prend en compte aussi les servitudes de la langue cible. Les structures redondantes sont traduites fidèlement, d'habitude par synonymie avec ou sans suppression des termes et les expressions latines sont reproduites par calque. Les phrasèmes les plus problématiques du point de vue traductif sont les expressions figées de nature notionnelle, surtout celles qui n'ont aucun équivalent, lexical ou fonctionnel, dans la culture juridique cible. Le recours aux paraphrases et aux explicitations reste dans ce cas la seule technique de compensation dont le traducteur peut se servir.

Pour réaliser une traduction qui remplisse les critères de qualité et d'adéquation, le traducteur juridique doit être capable d'interpréter le texte juridique source et de comprendre les effets que la traduction produit dans la langue d'arrivée (Gawron-Zaborska, 2000 : 353). En d'autres termes, le traducteur doit être, en quelque sorte, comparatiste. Cela explique pourquoi la traduction juridique est réservée à quelques initiés, qui sont peu nombreux.

Bibliographie

- Basaneze Dobric, Katja (2017). « Interpreting Phraseological Units in Contracts: The Case of Extended Term-Embedding Collocation », dans *Suvremena Lingvistika*, pp. 199-216.
- Feneşan, Raluca (2008). « Aspects sémantiques et pragmatiques de la traduction juridique commerciale », dans *Studia Universitatis Babeş-Bolyai. Studia Philologia*, LIII, 3, pp. 197-209.
- Gawron-Zaborska, Maria (2000). « Le fantôme de la traduction littérale dans la traduction juridique », dans *La Traduction Juridique : Histoire, théorie(s) et*

- pratique/Legal Translation : History, Theory/ies, Practice*, Genève, ASTTI/ETI, pp. 349-356.
- Gémar, Jean-Claude (1979). « La traduction juridique et son enseignement », dans *Meta*, vol. 24, no. 1, pp. 35-53.
- Gémar, Jean-Claude (1998). « Les enjeux de la traduction juridique. Principes et nuances », dans *Traduction des textes juridiques : problèmes et méthodes. Équivalences*, pp. 1-19. Accès : <http://www.tradulex.com/Bern1998/Gemar.pdf>. (Dernière consultation : le 7 octobre 2021).
- Gémar, Jean-Claude (2000). « Difficultés de l'anglais des contrats/Frédéric Houbert, Dictionnaire des difficultés de l'anglais des contrats, Paris, La Maison du Dictionnaire, 2000, 142 pages, ISBN 2-85608-151-7 », dans *Revue générale du droit*, 31(2), pp. 405-408, doi : <https://doi.org/10.7202/1027801ar>. (Dernière consultation : le 7 octobre 2021).
- Gémar, Jean-Claude (2015). « De la traduction juridique à la jurilinguistique : la quête de l'équivalence », dans *Meta*, 60(3), pp. 476-493, doi : <https://doi.org/10.7202/1036139ar>. (Dernière consultation : le 7 octobre 2021).
- Gosdz-Roszkowski, Stanislaw/Pontrandolfo, Gianluca (2015). « Legal Phraseology Today: Corpus-based Applications Across Legal Languages and Genres », dans *International Journal of Specialized Communication*, vol. XXXVII, n° 3-4, pp. 130-138.
- Greimas, Algirdas (1960). « Idiotismes, proverbes, dictons », dans *Cahiers de Lexicologie*, 2, pp. 41-61.
- Harvey, Malcom (2002). « Traduire l'intraduisible », dans *ILCEA*, n° 3, pp. 39-49.
- Hausmann, Franz-Joseph (1979). « Un dictionnaire de collocations est-il possible ? », dans *Travaux de linguistique et de littérature*, 17, pp. 187-195.
- Hoffmann, Sebastian/Fischer-Starcke, Bettina/Sand, Andrea, eds. (2015). *Current Issues in Phraseology*, Amsterdam/Philadelphia, Benjamins.
- Hunston, Susan (2011). *Corpus Approaches to Evaluation. Phraseology and Evaluative Language*, London/New York, Routledge.
- Kjaer, Anne Lise (1990). « Context-Conditioned Word Combinations in Legal Language », dans *Terminology Science and Research, Journal of International Institute of Terminology Research*, IITF 1.1-2, pp. 21-32.
- Kocbek, Alenka (2011). « Translating contracts as culturèmes », dans *Rivista internazionale di tecnica della traduzione/International Journal of Translation*, n° 13, pp. 93-104.
- Monjean-Decaudin, Sylvie/Popineau, Joëlle (2019). « How to apply comparative law to legal translation: A new juritraductological approach to the translation of legal texts », dans *Research methods in legal translation and interpreting*, Routledge, pp. 115-129.
- Pigeon, Louis-Philippe (1982). « La traduction juridique – L'équivalence fonctionnelle », dans Gémar, Jean-Claude (dir.), *Langage du droit et traduction – Essais de jurilinguistique*, Montréal, Conseil de la langue française, pp. 271-281.

- Rey González, Isabel (2014). « Le ‘double’ principe d’idiomaticité en traduction littéraire », dans *Revista de Filología*, n° 32, pp. 227-244.
- Ruusila, Anna/Lindroos, Emilia (2016). « Condition sine qua non : On Phraseology in Legal Language and Its Translation », dans *Language and Law/Linguagem e Direito*, vol. 3, n° 1, pp. 120-140.
- Šarcevic, Susan (1997). *New Approach to Legal Translation*, The Hague, Kluwer Law International.
- Šarcevic, Susan (2000). « Legal Translation and Translation Theory: a Receiver-oriented Approach », dans *La Traduction Juridique : Histoire, théorie(s) et pratique/Legal Translation: History, Theory/ies, Practice*, Genève, ASTTI/ETI, pp. 329-347.
- Schleiermacher, Friedrich (1999). *Des différentes méthodes du traduire*, traduit par Antoine Berman et Christian Berner, Paris, Seuil, Collection « Points-Essais ».
- Taylor, Simon (2016). « Myriam Deman, Magali Julian, *Guide de l’anglais des contrats d’affaires – Lecture, traduction, rédaction* », dans *ASp*, 69, pp. 165-168.

Corpus

- Krois-Lindner, Amy/TransLegal (2011). *International Legal English*, Cambridge University Press.

STRUCTURES PHRASÉOLOGIQUES RÉCURRENTES DANS LES TEXTES ÉCONOMIQUES FRANÇAIS : REPÈRES POUR LA TRADUCTION EN ROUMAIN

Mirela-Cristina POP
Université Politehnica Timișoara, Roumanie
mirela.pop@upt.ro

Résumé

À côté de la terminologie et du vocabulaire de spécialité, le langage économique renferme des *structures stéréotypées* qui peuvent être identifiées et répertoriées dans des ouvrages lexicographiques permettant de délimiter les structures propres aux langages de spécialité et celles propres à la langue commune. L'article se propose d'identifier et de classer les structures phraséologiques du langage économique du domaine boursier et de fournir des pistes possibles pour la traduction du français vers le roumain. Nous privilégierons les structures verbales qui apparaissent de manière récurrente dans les textes du corpus, classées en trois catégories : structures verbales lexémisant la *hausse*, la *baisse* et la *stabilité*. L'établissement des correspondances s'appuie sur la mise en parallèle des structures verbales présentes dans des textes français et roumains du domaine boursier.

Abstract

RECURRING PHRASEOLOGICAL STRUCTURES IN FRENCH ECONOMIC TEXTS: GUIDELINES FOR TRANSLATION INTO ROMANIAN

Besides terminology and specialized vocabulary, the economic language contains stereotyped structures that can be identified and listed in lexicographic works allowing the delimitation of the structures specific to specialized languages and those specific to the common language. The article aims to identify and classify the phraseological structures of the economic language of the stock market domain and to provide possible path for the translation from French into Romanian. We will focus on the verbal structures that appear recurrently in the texts of the corpus, classified in three categories: verbal structures lexemising *rise*, *fall* and *stability*. The establishment of correspondences is based on the comparison of the verbal structures present in French and Romanian texts of the stock exchange domain.

Mots-clés : *structures phraséologiques, structures figées, textes économiques, domaine boursier, traduction*

Keywords : *phraseological structures, fixed structures, economic texts, stock exchange domain, translation*

Introduction

La présente recherche se propose d'explorer les structures phraséologiques véhiculées dans les textes économiques français du domaine boursier et de fournir des pistes possibles pour la traduction en roumain. Nous privilégierons les structures verbales qui apparaissent de manière récurrente dans les textes économiques français du domaine boursier.

Le langage économique représente l'ensemble des langages spécifiques aux domaines associés (finances, comptabilité, banques, assurances, politiques économiques, bourse, etc.) ainsi que des moyens linguistiques utilisés dans la communication économique afin d'assurer la compréhension des informations économiques par les publics concernés.

Les dictionnaires et les glossaires économiques prêtent une attention particulière à la terminologie, au vocabulaire de spécialité, sans enregistrer les structures phraséologiques dans lesquelles les termes économiques sont impliqués. À part la terminologie et le vocabulaire de spécialité, le langage économique renferme des *structures stéréotypées* qui peuvent être identifiées et répertoriées dans des ouvrages lexicographiques permettant de délimiter les structures propres aux langages de spécialité et celles propres à la langue commune. Certaines caractéristiques déterminent le langage de l'économie et de la bourse (Lorenz, 2008 : 18) : transfert au second plan de l'agent sémantique, qu'il soit propriétaire du capital ou actionnaire ; personnification des objets, des événements ou des faits abstraits de l'action humaine apparaissant en tant que sujets ; opposition entre densification de l'information et utilisation de métaphores qui la rendent vivante ; usage linguistique stéréotypé avec recours à des formules passepartout (classiques). La dernière caractéristique nous intéresse dans le cadre de la présente recherche.

Notre recherche trouve son application dans l'enseignement de la traduction économique, dans des activités d'analyse des textes source et de traduction proprement dite. Lors de la pratique de la traduction économique dans la filière *Traduction et interprétation* de notre université, nous nous sommes rendu compte que des structures phraséologiques peuvent être découpées de manière systématique dans les textes économiques et enseignées aux étudiants.

1. Fondements théoriques et méthodologiques

1.1. Les unités phraséologiques : figement et traduction

Les unités phraséologiques comptent parmi les structures figées du langage que l'on transpose directement d'une langue à l'autre. Ces éléments, appelés « transcodables », sont monosémiques, n'ont qu'une seule signification hors contexte ou dans le contexte et réfèrent à la même réalité dans les deux langues. Dans le domaine de la traduction, les structures phraséologiques relèvent de la « problématique des niveaux de (la) traduction » (Pop, 2015 : 175-180), plus spécifiquement, du niveau de la langue « hors emploi », appelé « niveau du sémantisme lexical » (Lederer, 1994), « degré zéro », « report des vocables monosémiques » (Delisle, 1980).

S. Mejri (2009 : 156) explique le figement par la « fixité des formations syntagmatiques figées » : « Ces séquences obéissent à des structurations

fondamentalement différentes : elles ont une fixité combinatoire beaucoup plus importante et obéissent à une globalisation sémantique qui fait que toute la séquence polylexicale renvoie à un seul concept, qu'il soit dénominatif ou pas. ». S. Mejri (idem) retient l'idée de « degré de figement » des séquences figées : « celles qui sont complètement figées et celles qui le sont beaucoup moins ; entre les deux se situent toutes sortes de gradations allant du plus figé au moins figé ».

P. Frath et C. Gledhill (2005 : 16) évoquent la nature des unités phraséologiques en introduisant la notion de « référence globale » des unités polylexicales. Les unités polylexicales sont différentes par rapport aux unités monolexicales qui réfèrent analytiquement :

La différence entre *cheveux noirs* et *colère noire* s'explique alors facilement : le premier est plutôt discursif (les cheveux pourraient être d'une autre couleur) et réfère analytiquement, alors que le second réfère globalement à un type de colère, qui ne pourrait avoir d'autre couleur ». (Frath et Gledhill, 2005 : 16)

Quand on parle de figement et de phraséologie dans les langues de spécialité, on évoque le terme de « collocation », comme combinaison formée d'un terme noyau et de termes pivots. D. Gouadec (1997), cité par M. Pitar (2019 : 101), offre aussi des modèles de traitement de chaque type d'unité phraséologique. Il en distingue trois types : les collocations, les phraséologies matricielles et les phraséologies étendues.

A. Clas (1994 : 577) appelle « formule langagière » ce qui correspond traditionnellement aux notions de « cooccurrence lexicale restreinte » (Mel'čuk, 1993), de « collocation » (Galisson, 1976) ou de « phraséologie » : « Les mots ainsi associés montrent une "affinité" entre eux qui limitent leurs possibilités combinatoires ». Les « formules langagières » nous sont données, toute langue étant une « série d'habitudes » (Clas, 1994 : 576). Voilà pourquoi, la traduction et la comparaison des langues obligent à une « prise de conscience restrictive » : ce qui se dit dans une langue ne se dit pas forcément dans une autre.

D. Legallois et A. Tutin (2013 : 3) parlent d'une « extension du domaine de la phraséologie » qui intègre des objets d'étude divers allant des collocations aux séquences discursives en passant par la parémiologie ou les schémas syntaxiques. Les études de lexicologie définissent les phénomènes phraséologiques par des critères formels syntaxiques, sémantiques et pragmatiques. Selon Legallois et Tutin (2013 : 4), le critère déterminant dans la linguistique française est celui du *figement*, défini à travers : (a) la non-compositionnalité sémantique, (b) la non actualisation des référents, (c) la fixité syntaxique, (d) la restriction combinatoire. Les spécialistes réfèrent à la notion d'« unité lexicale étendue », ULE (*extended lexical unit*), empruntée à J. Sinclair (2004), définie par quatre critères : la collocation, la colligation, la préférence sémantique et la prosodie sémantique : « Une ULE s'articule autour d'un noyau (un mot, ou déjà, une expression, comme dans l'exemple *infra*) et s'étend à des unités proches, sélectionnées par "préférence" » (Legallois et Tutin, 2013 : 12). L'exemple donné est le traitement de la locution prépositionnelle *histoire de*.

G. Schmale (2013) résume les caractéristiques des unités phraséologiques et réfléchit sur l'élargissement de la notion de « préformation langagière ». Selon G. Schmale (2013 : 30), trois caractéristiques interviennent dans la définition de l'expression phraséologique : la polylexicalité, l'emploi courant d'une forme stable ou figée, l'idiomaticité et la non-compositionnalité. G. Schmale (2013 : 41) propose une définition élargie de la notion d'« unité de construction préformée » :

« Est considérée comme préformée une unité de construction verbale et/ou non verbale, obligatoirement caractérisée par son caractère polyfactoriel et un certain degré de stabilité qui permet à un membre de la communauté langagière concernée de la reconnaître et de la réutiliser, sachant qu'elle est plus ou moins variable pour ce qui est de sa taille, sa stabilité, sa compositionnalité sémantique, sa dissémination et sa durabilité, sa saturation lexicale, son imbrication dans une situation de communication spécifique, la présence d'activités non verbales. » (Schmale, 2013 : 41)

Une unité de construction préformée est définie par les critères suivants (Schmale, 2013 : 42) : sa polyfactorialité, son niveau de stabilité ou de figement structural / lexical, l'étendue de sa préformation, le niveau de sa préformation structurale et/ou lexicale, le niveau de sa propagation et de sa durabilité, son niveau d'idiomaticité voire de compositionnalité, son niveau d'ancrage ou de figement pragmatique, son niveau d'incidence des facteurs non verbaux.

La traduction implique la nécessité du traitement des structures figées. La connaissance de la phraséologie en langue source et en langue maternelle constitue une condition nécessaire pour la traduction adéquate des figements. L'importance des unités phraséologiques dans le domaine des langues et de la traduction ouvre la voie pour l'apparition d'une nouvelle branche en traduction, la « phraséotraduction » (Sulkowska, 2016), située à la croisée de la phraséologie, de la traduction, des études contrastives et de la « phraséodidactique » (concept d'I. González Rey, 2010, 2014).

1.2. Méthodologie de travail

La première étape de la recherche a consisté dans la constitution du corpus. Nous avons consulté la publication française *Les Échos*, spécialisée dans l'actualité économique française et internationale. Nous avons opté pour la section *Investir*, numéros de juin et juillet 2021, consacrée aux informations du domaine boursier, au total plus de 500 textes. Nous avons privilégié les textes dont la thématique portait sur la dynamique des activités boursières et des principaux indices boursiers, allant de la hausse des cotations en Bourse jusqu'à la baisse de la valeur des titres de différents acteurs industriels.

Dans la deuxième étape de la recherche, nous avons repéré les structures phraséologiques caractéristiques du domaine boursier. Nous avons constaté que les structures verbales apparaissaient de manière fréquente dans les textes du corpus. Les schémas syntaxiques sont les suivants : *verbes + préposition*, suivis par un pourcentage (par exemple, *chuter de ...%*), *verbes + nom* (par exemple, *céder ... points*), expressions verbales (par exemple, *ouvrir en baisse*).

Le verbe est une « lexie à sens prédicatif » (Mel'čuk et al, 1995) dont la définition dépend des participants à la situation de communication donnée. Dans la « lexicologie explicative et combinatoire » (Mel'čuk et al, 1995), ces participants sont appelés « actants sémantiques ». Un actant est un participant impliqué dans le sens dénoté par l'unité lexicale (Mel'čuk et al, 1995), les structures verbales, dans notre cas. L'identification des actants sémantiques permet la distinction des emplois spécialisés des autres types d'emplois de la langue commune. Nous avons donc opéré une sélection parmi les formes verbales en retenant uniquement celles qui dénotent une activité spécialisée, propre au domaine boursier. Nous avons adopté le modèle de définition proposé par la lexicologie explicative et combinatoire basée sur l'identification formelle des actants sémantiques. Nous avons appliqué des critères permettant de définir « le statut spécialisé du verbe » (L'Homme, 1998 : 72) : les actants du verbe sont désignés au moyen d'unités terminologiques ; certaines unités lexicales formellement apparentées au verbe dénotent des réalités spécialisées, économiques, dans notre cas.

Selon le degré de la fréquence des structures verbales, nous les avons classées en trois catégories : structures verbales lexémisant *la hausse* ; structures verbales lexémisant *la baisse* ; structures verbales lexémisant *la stabilité*. Cette étape de la recherche a visé à établir un inventaire non exhaustif de structures verbales présentes dans les textes économiques français du domaine boursier. Le critère de classement a été le principe de la récurrence, de la fréquence des structures respectives dans les textes du corpus.

Finalement, nous avons consulté des publications en langue roumaine relevant du domaine boursier (particulièrement bursa.ro) afin d'identifier les correspondants roumains des structures sélectionnées. La méthode d'établissement des correspondances s'appuie sur la mise en parallèle des structures présentes dans les textes français et roumains du domaine boursier. Cette méthode permet de dresser des inventaires, non exhaustifs, de structures appartenant aux deux langues mises en contact, le français et le roumain, dans des activités de traduction et d'enseignement de la traduction économique.

2. Structures verbales récurrentes dans les textes économiques français du domaine boursier

2.1. Structures verbales lexémisant la hausse

Les structures verbales lexémisant la hausse couvrent une zone sémantique commune dont les traits sémantiques sont la /croissance/, la /progression/, le /gain/, l'/accélération/, l'/avancée/ et le /cumul/.

Du point de vue formel, les structures verbales de la hausse sont construites autour d'un verbe noyau et correspondent aux schémas syntaxiques suivants : verbes + préposition, suivis par un pourcentage (*monter de ... %*, *progresser de ... %*, *avancer de ... %*, *grimper de ... %*, *bondir de ... %*), verbes + nom (*gagner ... points*) et expressions verbales (*enregistrer de nouveaux gains*, *s'installer en tête de ... avec un gain de ... %*, *prévoir une hausse de ... %*, *prévoir une croissance de ... %*, *être en hausse*, *ouvrir / terminer / finir en hausse*).

Les exemples qui suivent rendent compte de la grande fréquence des structures verbales de la hausse dans le langage économique du domaine boursier en langue française. Les « actants sémantiques » qui participent à la définition du verbe, en relation avec la situation de communication économique, sont les indices boursiers (le Dow Jones, l'indice Euro Stoxx 50, le FTS Eurofirst 300, le Stoxx 600, le S&P-500, le Nasdaq), les bourses (les principales bourses européennes, la Bourse de New York) et des entreprises cotées en Bourse (ArcelorMittal, Nokia, Korian).

Les exemples ci-après permettent de délimiter les structures verbales de la hausse, récurrentes dans les textes de notre corpus :

- *X monte de ... %*
(1) Plus forte hausse du Cac 40, ArcelorMittal *monte de 2,1%*. (*Les Échos*, 14/07/2021)
- *X progresse de ... %*
(2) Quelques minutes après l'ouverture, l'indice Dow Jones gagne 47,13 points, soit 0,14%, à 34.549,64 points et le Standard & Poor's 500 *progresse de 0,21%* à 4.306,40 points après un pic historique à 4.307,93. (*Les Échos*, 1/07/2021)
- *X avance de ... %*
(3) L'indice Euro Stoxx 50 de la zone euro *avance de 0,53%*, le FTS Eurofirst 300 de 0,58% et le Stoxx 600 de 0,52%... (*Les Échos*, 7/07/2021)
- *X grimpe de ... %*
(4) Nouvelle séance de forte hausse pour Solutions 30, qui *grimpe encore de 17%* ce jeudi en Bourse, à 6,86 euros, au lendemain d'un gain de 15%. (*Les Échos*, 1/07/2021)
- *X bondit de ... %*
(5) Côté valeurs, Tesla *a bondi de 5,3%* après l'annonce de l'ouverture en Chine de la première station de chargement de batteries du constructeur automobile, alimentée par ses propres installations de production solaire et de stockage. (*Les Échos*, 23/06/2021)
- *X gagne ... points*
(6) L'indice Dow Jones *gagne 330,24 points*, soit 0,96%, à 34 752,17.692,82 points et le Standard & Poor's 500, plus large, *progresse de 0,62%* à 4 347,69.342,18 points. (*Les Échos*, 9/07/2021)
- *X enregistre de nouveaux gains ...*
(7) Dans un premier temps, le S&P-500 et le Nasdaq *ont enregistré de nouveaux gains* mais ont rapidement chuté après qu'une mise en vente de bons du Trésor américain à trente ans a attiré moins de demande que ne l'anticipaient certains investisseurs. (*Les Échos*, 13/07/2021)
- *X s'installe en tête de ... avec un gain de ... %*
(8) À Paris, Nokias *s'est confortablement installé en tête* du SRD, *avec un gain de 8,57%*. (*Les Échos*, 13/07/2021)
- *X prévoit une hausse de ... % / comprise entre ...% et ... %*
(9) Le géant américain s'attend désormais à ce que le bénéfice par action de base pour l'exercice 2021 *progresse de 11%*, alors qu'il *prévoyait auparavant une hausse comprise entre 5 et 9%*. (*Les Échos*, 13/07/2021)

- *X prévoit une croissance de ... %*
- (10) L'exploitant de maisons de retraite et de cliniques Korian a annoncé lundi qu'il *prévoyait une croissance d'environ 10%* par an à moyen terme, grâce à l'ouverture de nouveaux lits et capacités d'accueil ainsi qu'à des acquisitions ciblées. (*Les Échos*, 28/06/2021)
- *X est en hausse ...*
- (11) Les principales Bourses européennes *sont en hausse* mercredi dans les premiers échanges, effaçant une partie des pertes de la veille, dans l'attente de la publication des "minutes" de la Réserve fédérale. (*Les Échos*, 7/07/2021)
- *X ouvre en hausse ...*
- (12) La Bourse de New York *a ouvert en hausse* mardi avec de nouveaux plus hauts pour le Nasdaq et le S&P-500, soutenu notamment par la progression des banques. (*Les Échos*, 30/06/2021)
- *X termine en hausse ...*
- (13) La Bourse de New York *a terminé en hausse* jeudi, le S&P-500 s'établissant à un record de clôture pour la sixième séance consécutive, alors que les investisseurs ont fait preuve d'appétit pour démarrer le nouveau trimestre et la seconde moitié de l'année après la publication d'indicateurs positifs. (*Les Échos*, 1/07/2021)
- *X finit en hausse ...*
- (14) La Bourse de New York *a fini en hausse* jeudi, le Nasdaq et le S&P-500 ayant atteint des records tandis que le Dow Jones a rebondi, alors que le président américain Joe Biden a annoncé dans la journée un accord bipartite au Sénat sur un plan massif d'investissement dans les infrastructures. (*Les Échos*, 24/06/2021)

2.2. Structures verbales lexémisant la baisse

Les structures verbales de la baisse sont organisées autour de verbes et expressions verbales dont les traits sémantiques sont la /baisse/, la /chute/, la /perte/ et le /déclin/. Les structures verbales de la baisse correspondent aux schémas syntaxiques suivants : verbes + préposition, suivis par un pourcentage (*reculer de ... %*, *plonger de ... %*, *chuter de ... %*), verbes suivis d'un pourcentage (*céder ... %*, *lâcher ... %*), verbes suivis par le nom *points* (*perdre ... points*) et expressions verbales (*être en baisse*, *ouvrir / finir en baisse*, *chuter en Bourse*).

Les « actants sémantiques » impliqués dans le sens dénoté par les structures verbales sont les indices boursiers (*le Dow Jones*, *le Cac 40*, *l'indice Stoxx*, *le Standard & Poor's 500*, *le Nasdaq Composite*), les bourses (*les principales Bourses européennes*, *la Bourse de New York*, *la Bourse de Tokio*) et des entreprises cotées en Bourse (*Atos*, *Walgreens Boots Alliance*) :

- *X recule de ... %*
- (15) Le Dow Jones cède 0,31%, le S&P-500 perd 0,35% et le Nasdaq *recule de 0,38%*(*Les Échos*, 13/07/2021)
- *X plonge de ... %*
- (16) Vers 10h45, l'action Atos *plonge de près de 17%* à 43,69 euros. Depuis le début de l'année le titre cède plus de 40%. (*Les Échos*, 12/07/2021)

- *X chute de ... %*
(17) Walgreens Boots Alliance *chute de 6,86%* malgré le relèvement de sa prévision annuel de bénéfice. (*Les Échos*, 1/07/2021)
- *X cède ... %*
(18) À 10h10, le Cac 40 *cède 0,36%* à 6.534,56 points dans un volume d'affaires limité d'à peine 300 millions d'euros en ce jour férié du 14 juillet. (*Les Échos*, 14/07/2021)
- *X lâche ... %*
(19) L'indice Stoxx des banques *lâche 1,86%* avec le recul des rendements obligataires, celui du 10 ans américain tombant au plus bas depuis février et celui du dix ans allemand à un creux d'environ trois mois. (*Les Échos*, 8/07/2021)
- *X perd ... points*
(20) Quelques minutes après le début des échanges, le Dow Jones *perd 168,72 points*, soit 0,49%, à 34.265,12 et le Standard & Poor's 500 *cède 0,09%* à 4.276,82 tandis que le Nasdaq Composite prend 0,62% à 14.449,57 après un pic à 14.456,31 points. (*Les Échos*, 28/06/2021)
- *X est en baisse ...*
(21) Les principales Bourses européennes *sont en baisse* jeudi matin, les valeurs cycliques en tête, face aux incertitudes sur les perspectives économiques ainsi que sur l'évolution de la pandémie en Asie. (*Les Échos*, 8/07/2021)
- *X ouvre en baisse ...*
(22) La Bourse de New York *a ouvert en baisse* mardi, affectée par les résultats mitigés des banques et les chiffres de l'inflation qui montrent une accélération des prix à la consommation au mois de juin aux Etats-Unis. (*Les Échos*, 13/07/2021)
- *X finit en baisse ...*
(23) La Bourse de Tokyo *a fini en baisse* mercredi après deux séances consécutives de hausse, les investisseurs attendant l'audition de Jerome Powell, le président de la Réserve fédérale, au Congrès américain et les résultats de grandes sociétés. (*Les Échos*, 14/07/2021)
- *X chute en Bourse*
(24) Le groupe de services informatiques Atos *chutelourdemment en Bourse* lundi après avoir abaissé l'ensemble de ses objectifs pour l'exercice en cours, à l'issue d'un premier semestre décevant. (*Les Échos*, 12/07/2021)

2.3. Structures verbales lexémisant la stabilité

Les structures verbales marquant la stabilité sont moins nombreuses dans les textes de notre corpus. Les structures les plus fréquentes se regroupent autour de verbes et expressions verbales qui indiquent la /stabilité/, l'/équilibre/ ou la /stagnation/.

Du point de vue formel, nous avons identifié les schémas suivants : verbe *être* + adjectif + préposition, suivi par le nom *points* ou par un pourcentage (*être stable à ... points / ... %*), expressions verbales (*se maintenir autour de l'équilibre, finir à l'équilibre à ...points / ... %*).

Les « actants sémantiques » impliqués dans la situation de communication économique sont les indices boursiers (*le Cac 40*) et les bourses (*Bourse de Paris*) :

- *X est stable à ... points (... %)*
(25) À 16 heures, le Cac 40 *est stable à 6.558,34 points (-0,01%)* dans un volume d'affaires de près de 1,1 milliard d'euros. (*Les Échos*, 13/07/2021)
- *X se maintient autour de l'équilibre ...*
(26) La Bourse de Paris *se maintient autour de l'équilibre*, tandis que Wall Street se montre hésitante dans les premiers échanges après l'accélération surprise de l'inflation aux Etats-Unis, la plus forte depuis 2008. (*Les Échos*, 13/07/2021)
- *X finit à l'équilibre à ... %*
(27) À Wall Street, les investisseurs se montrent prudents face à la poussée inflationniste et avant le discours de Jerome Powell : le Dow Jones cède 0,13% tandis que le Nasdaq Composite prend 0,41%. À Paris, le Cac 40 *a fini à l'équilibre à 6.558,47 points (0,01%)*, dans un volume de transactions de 2,9 milliards d'euros. (*Les Échos*, 13/07/2021)

3. La traduction en roumain des structures verbales dans les textes économiques français du domaine boursier

L'observation du langage boursier en langue française et en langue roumaine nous a permis d'identifier les correspondants roumains des structures verbales délimitées pour la *hausse*, la *baisse* et la *stabilité*, par la mise en parallèle de textes français et roumains extraits de publications du domaine boursier¹.

3.1. La traduction des structures verbales lexémisant la hausse

Pour marquer la hausse, le langage boursier roumain a recours aux verbes *a se mări*, *a crește* (*s'accroître*, *augmenter*), *a urca* (*monter*, *augmenter*), *a se aprecia* (*gagner*, *avancer de*) et aux expressions verbales *a înregistra / a consemna un curs ascendent / o creștere* (*enregistrer de nouveaux gains*, *enregistrer une forte hausse*) :

- (28) Indicele DAX *a crescut cu 0,7%*, la 15.799,08 puncte la ora 16.39. (bursa.ro, 13/07/2021)
Trad. : L'indice DAX *a augmenté de 0,7%* à 15 799,08 points à 16h39 / L'indice DAX, *en hausse de 0,7 %* à 15 799,08 points à 16 h 39.
- (29) Titlurile companiei auto germane Volkswagen AG *au urcat cu 4,9%*, la 281,20 euro. (bursa.ro, 12/07/2021)
Trad. : Les actions du constructeur automobile allemand Volkswagen AG *ont augmenté de 4,9%*, à 281,20 euros.
- (30) Indicele BET Total Return *s-a apreciat cu 0,40%* la 21.002.54 puncte. (bursa.ro, 14/07/2021)
Trad. : L'indice BET Total Return *a gagné 0,40 %* pour atteindre 21 002,54 points.

Dans les contextes roumains, on observe la présence de la préposition *cu* dans les structures verbales mentionnées (*acrescut cu 0,7% / a augmenté de 0,7% / en hausse de 0,7%, au urcat cu 4,9% / ont augmenté de 4,9%*), un élément formel récurrent dans les textes économiques, qui peut être consigné dans des ouvrages lexicographiques et enseigné de manière systématique aux étudiants.

¹ Les versions roumaines et françaises des énoncés nous appartiennent.

Pour la traduction vers le roumain, on peut appliquer le principe de la « parenté sémantique » (Fuchs, 1994 : 130)² qui consiste à prendre en compte, lors d'une reformulation, les traits sémantiques qui « se chevauchent », qui « se recoupent » dans une « zone sémantique commune ».

Prenons le cas des verbes *grimper* et *bondir*.

• *X grimpe de ... %*

(31) Nouvelle séance de *forte hausse* pour Solutions 30, qui *grimpe* encore de 17% ce jeudi en Bourse, à 6,86 euros, *au lendemain d'un gain de 15%*. (*Les Échos*, 1/07/2021)

Trad. : Încă o creștere accentuată pentru Solutions 30, care a urcat joi la bursă cu încă 17 procente, la 6,86 euro, a doua zi după un avans de 15%.

• *X bondit de ... %*

(32) Côté valeurs, Tesla a *bondi* de 5,3% après l'annonce de l'ouverture en Chine de la première station de chargement de batteries du constructeur automobile, alimentée par ses propres installations de production solaire et de stockage. (*Les Échos*, 23/06/2021)

Trad. : Acțiunile Tesla au urcat rapid cu 5,3% după anunțul deschiderii în China a primei stații de încărcare a bateriilor a producătorului auto, alimentată de propriile instalații de generare și stocare a energiei solare.

Pour le verbe *grimper*, le TLFi enregistre une diversité d'emplois associés à la langue commune : « grimper à la corde, à la barre fixe (athlétisme) » ; « croître verticalement en s'accrochant aux corps voisins (le sujet est un végétal) » ; « grimper sur un chameau (impliquant l'idée de difficulté, de fatigue probable), monter » ; « grimper sur une bicyclette » ; « monter en pente raide, suivre une pente ascendante » (le sujet désigne le support de l'action, principalement un chemin, une route) ; « grimper le coteau, les étages, le mur, le talus ; grimper une rampe » (le sujet désigne l'agent, l'objet désigne le support de l'action) » ; « escalader (le sujet désigne le support de l'action) ; (par analogie) « s'élever rapidement, aller en augmentant » (la fièvre, les prix). Parmi ces acceptions, la dernière se rapporte aux prix, un « actant sémantique » proche de la signification de l'énoncé cité sous (31) : « augmentation des valeurs des actions en Bourse de la société Solutions 30 ». Cette signification contextuelle est restituée dans l'énoncé traduit en roumain (Solutions 30, qui *grimpe* encore de 17% / Solutions 30, care a urcat cu încă 17 procente). Le TLFi n'enregistre pas l'emploi prépositionnel du verbe *grimper*, suivi par un pourcentage (*grimper de ... %*).

L'énoncé cité sous (31) renferme également d'autres problèmes de traduction : la traduction du syntagme *forte hausse* qui fait partie de l'unité source *nouvelle séance de forte hausse* et la traduction de la structure phraséologique *au lendemain d'un gain de 15%*. Les solutions de traduction s'inscrivent dans le

² L'identification d'une relation de « parenté sémantique » entre énoncés ne fait que livrer les conditions linguistiques de l'établissement d'une telle relation, car les énoncés ne sont pas interphrastiques (Fuchs, 1994 : 130).

principe de la parenté sémantique évoqué plus haut qui situe les structures mentionnées dans la zone sémantique de la hausse : *forte hausse / creștere accentuată ; au lendemain d'un gain de 15% / a doua zi după un avans de 15%*.

Le verbe *bondir*, intransitif, a la signification principale « faire un ou plusieurs bonds, s'élever brusquement en l'air », impliquant l'« idée d'agilité, de souplesse » (le sujet désigne un être humain ou un animal). Des significations secondaires découlent de l'acception générale : « s'élancer en avant » ; « se rendre en toute hâte en un lieu » (TLFi). Les dictionnaires consignent l'emploi prépositionnel du verbe *bondir* (*bondir de*), mais suivi par un substantif (*bondir de colère, d'impatience, de joie, de rage*), où la préposition *de* indique la cause. La signification attribuée est « réagir sous l'empire d'une émotion ». L'emploi spécialisé n'est pas indiqué dans le TLFi. Pour la traduction de l'énoncé (32) en roumain, nous retenons l'acception « faire un ou plusieurs bonds, s'élever brusquement en l'air » et l'« idée d'agilité, de souplesse » contenues dans la définition du verbe *bondir* en français, qui seront restituées en roumain par l'idée de « rapidité », qui explicite le verbe original (Côté valeurs, Tesla *a bondi de 5,3% / Acțiunile Tesla au urcat rapid cu 5,3%*).

Le roumain préfère utiliser le substantif *salt* (fr. *bond*) qui restitue le sémantisme du verbe français *bondir* :

- (33) *Salt substanțial pe bursă*. Investitorii, tot mai încrezători că taxa pe activele bancare va fi aplicată într-o variantă îndulcită (profit.ro, 4/03/2019)
Trad. : *Bond considérable en Bourse*. Les investisseurs sont de plus en plus confiants que la taxe sur les avoirs bancaires sera appliquée dans une version édulcorée.

3.2. La traduction des structures verbales lexémisant la baisse

Pour marquer la baisse, le langage boursier roumain enregistre les verbes *a scădea* (*baisser, être en baisse*), *a coborî*, *a se păbuși* (*chuter, plonger*), *a se deprecia* (*décliner*) et l'expression *a urma un curs descendent* (*poursuivre / enregistrer une forte baisse*).

Nous illustrons le langage boursier de la baisse avec les exemples suivants, extraits de publications roumaines :

- (34) *Acțiunile companiei miniere BHP Group Ltd. au scăzut cu 0,4%*, la 49,48 dolari australieni, cele ale Rio Tinto Group Ltd. - cu 0,7%, la 125,40 dolari australieni ... (bursa.ro, 12/07/2021)
Trad. : Les actions de la société minière BHP Group Ltd. *ont baissé* (var. *ont chuté*) de 0,4% à 49,48 dollars australiens, tandis que celles de Rio Tinto Group Ltd. *de 0,7% à 125,40 dollars australiens* ...
- (35) *Titlurile companiei auto germane Bayerische Motoren Werke AG (BMW) au coborât cu 2,8%*, la 83,88 euro la ora locală 16.34, cele ale Volkswagen AG - cu 5,3%, la 262,60 euro. (bursa.ro, 9/07/2021)
Trad. : Les actions du constructeur automobile allemand Bayerische Motoren Werke AG (BMW) *ont chuté de 2,8%*, à 83,88 euros à 16h34 heure locale, celles de Volkswagen AG - de 5,3%, à 262,60 euros.

- (36) Bursele din Europa *au urmat un curs descendent* ieri, investitorii având temeri de inflație, dar și de noua variantă Delta a coronavirusului. (bursa.ro, 1/07/2021)
Trad. : Les marchés boursiers européens *ont enregistré une forte baisse* hier, les investisseurs craignant l'inflation, mais aussi le nouveau variant Delta du coronavirus.

Pour indiquer la baisse des actions ou des valeurs des transactions en Bourse, le français utilise les verbes *plonger* et *chuter* :

• *X plonge de ...%*

(37) Vers 10h45, l'action Atos *plonge de* près de 17% à 43,69 euros. (*Les Échos*, 12/07/2021)

Trad. : În jurul orei 10.45, acțiunile Atos *s-au prăbușit cu* aproape 17%, la 43,69 euro.

• *X chute de ...%*

(38) Walgreens Boots Alliance *chute de* 6,86% malgré le relèvement de sa prévision annuel de bénéfice. (*Les Échos*, 1/07/2021)

Trad. : Walgreens Boots Alliance, *în cădere cu* 6,86%, deși și-a majorat prognoza de profit anual.

Le verbe *plongera* une multitude de significations, répertoriées par les dictionnaires (cf., par exemple, TLFi) : des significations générales (« s'enfoncer entièrement dans l'eau » ; « mettre dans un lieu profond ou souterrain » ; « enfoncer rapidement et profondément » ; « enfoncer dans quelque chose de creux ou de mou » ; « avoir une direction de haut en bas ») et spécialisées (sports – natation – « se jeter à l'eau tête et bras en avant; exécuter un plongeur » ; sports – football, rugby – « exécuter un plongeur » ; géologie – « avoir une direction inclinée »). L'emploi prépositionnel (*plonger de*) et l'emploi spécialisé pour le domaine boursier ne sont pas marqués dans le TLFi. Pour la traduction en roumain de l'énoncé (37), nous retenons la signification « avoir une direction de haut en bas » (l'action Atos *plonge de* près de 17% / acțiunile Atos *s-au prăbușit cu* aproape 17%).

Le verbe *chuter*, dans son emploi intransitif a la signification générale « ne pas réussir », nuancée suivant les contextes spécialisés : (théâtre) « ne pas réussir; être mal accueilli du public. Synonyme familier de tomber » (en parlant d'un spectacle, d'une pièce de théâtre) ; (jeux) « ne pas réussir son contrat en n'effectuant pas le nombre de levées prévues » ; (sport) « subir une défaite » (en parlant d'une équipe de football, de rugby, etc., ou d'un champion). Le contexte spécialisé n'est pas marqué par le TLFi.

Pour la traduction en roumain de l'énoncé (38), nous avons eu recours à un syntagme correspondant, consigné par les publications roumaines du domaine boursier (Walgreens Boots Alliance *chute de* 6,86% / Walgreens Boots Alliance, *în cădere cu* 6,86%), formé suite au procédé de la transposition (structure verbale / locution nominale).

3.3. La traduction des structures verbales lexémisant la stabilité

Pour marquer la stabilité, le roumain enregistre le verbe *a stagna*, emprunté au français (*stagner, être stable*) :

(39) BET, al celor mai lichide șaptesprezece acțiuni de la BVB, cu excepția SIF-urilor, a coborât cu 0,03%, la 11.870,9 puncte, în timp ce indicele extins BET-XT, ce reflectă evoluția celor mai tranzacționate 25 de titluri ale bursei noastre, *a stagnat, la 1.052,65 de puncte.* (bursa.ro, 12/07/2021)

Trad. : L'indice BET, des dix-sept actions les plus liquides de la BVB, à l'exclusion des SIF, a baissé de 0,03 % à 11 870,9 points, tandis que l'indice plus large BET-XT, reflétant la performance des 25 valeurs les plus négociées de notre bourse, *a stagné (var. s'est établi) à 1 052,65 points.*

Le français utilise l'expression *finir à l'équilibre* pour indiquer la stabilité de l'indice boursier à la fin des transactions boursières. La structure roumaine correspondante *a încheiat sesiunea în echilibru* est enregistrée dans les publications roumaines consultées dans le domaine boursier :

• *X finit à l'équilibre ...*

(40) À Wall Street, les investisseurs se montrent prudents face à la poussée inflationniste et avant le discours de Jerome Powell : le Dow Jones cède 0,13% tandis que le Nasdaq Composite prend 0,41%. A Paris, le Cac 40 *a fini à l'équilibre* à 6.558,47 points (-0,01%), dans un volume de transactions de 2,9 milliards d'euros. (*Les Échos*, 13/07/2021)

Trad. : Pe Wall Street, investitorii sunt prudenți în fața creșterii inflației și înainte de discursul lui Jerome Powell : Dow Jones cedează 0,13%, în timp ce Nasdaq Composite crește cu 0,41%. La Paris, indicele Cac 40 *a încheiat sesiunea în echilibru* la 6.558,47 puncte (-0.01%), într-un volum de tranzacționare de 2,9 miliarde de euro.

Conclusion

La recherche nous a permis de délimiter un inventaire non exhaustif de structures verbales du domaine boursier lexémisant la hausse, la baisse et la stabilité et de démontrer la richesse phraséologique du vocabulaire économique boursier.

Le classement des structures verbales par ordre de leur fréquence dans notre corpus nous a fourni des indices relatifs à la récurrence des structures phraséologiques économiques du domaine boursier, notamment celles de la hausse, ainsi que les schémas formels correspondant aux structures verbales sélectionnées, pour la plupart des verbes suivis par des prépositions et des pourcentages et des expressions verbales.

La comparaison avec le roumain a conduit à l'établissement de correspondances pour la traduction des structures verbales sélectionnées. La méthode visant l'établissement de correspondances, basée sur la mise en parallèle des structures présentes dans des textes français et roumains du domaine boursier, permet de dresser des inventaires, non exhaustifs, de structures appartenant aux deux langues mises en contact, le français et le roumain.

Le recours au principe linguistique de la « parenté sémantique », propre aux reformulations intra- et interlinguales, nous a fourni un outil indispensable pour la postulation d'équivalences de traduction tout en restant dans la même zone sémantique de la hausse, de la baisse et de la stabilité.

L'étude met en évidence l'importance de la phraséologie dans les langues de spécialité ainsi que dans la traduction des textes spécialisés, en général, et des textes économiques, en particulier. La recherche fournit également des pistes pour la traduction en roumain des structures phraséologiques du domaine boursier et pour leur traitement en classe de traduction économique.

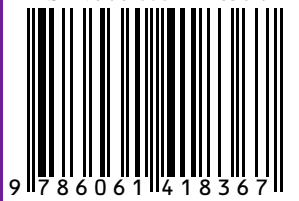
Bibliographie

- Clas, André (1994). « Collocations et langues de spécialité », dans *Meta*, volume 39, n° 4, pp. 576–580.
- Frath, Pierre, Gledhill, Christopher (2005). « Qu'est-ce qu'une unité phraséologique ? », dans *Cahiers de l'Institut de Linguistique de Louvain*, volume 31, n°2-4, pp. 11-25. Accès : <<https://hal-univ-paris.archives-ouvertes.fr/hal-01220309/document>>. (Dernière consultation : le 10 octobre 2021).
- Fuchs, Catherine (1994). *Paraphrase et énonciation*. Paris: Ophrys.
- González Rey, Isabel (ed.) (2014). *Outils et méthodes d'apprentissage en phraséodidactique*, Fernelmont, EME & InterCommunications.
- González Rey, Isabel (2010). « La phraséodidactique en action : les expressions figées comme objet d'enseignement », dans *La Clé des Langues [en ligne]*. Accès : < <http://cle.ens-lyon.fr/espagnol/langue/traduction/la-phraséodidactique-en-action-les-expressions-figees-comme-objet-d-enseignement>>. (Dernière consultation : le 15 septembre 2021).
- Gouadec, Daniel (1997). *Terminologie et phraséologie pour traduire*, Paris, La Maison du dictionnaire.
- Lederer, Marianne (1994). *La traduction aujourd'hui*, Paris, Hachette.
- Legallois, Dominique, Tutin, Agnès (2013). « Présentation : Vers une extension du domaine de la phraséologie », dans *Langages*, volume 1, n° 189, pp. 3-25.
- L'Homme, Marie-Claude (1998). « Le statut du verbe en langue de spécialité et sa description lexicographique », dans *Cahiers de lexicologie*, n° 73, pp. 61-84.
- Lorenz, Bernhard (2008). « Des métaphores dans le langage financier ou du paysage boursier balayé par les vents », dans *Traduire*, n° 217, pp. 14-36.
- Mejri, Salah (2009). « Figement, défigement et traduction. Problématique théorique. », dans Mejri, Salah, Mogorron Huerta, Pedro (éds.) *Figement, défigement et traduction*, pp.153-163. Accès : <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00617431/document>>. (Dernière consultation : le 15 septembre 2021).
- Mel'čuk, Igor (1993). « La phraséologie est son rôle dans l'enseignement / apprentissage d'une langue étrangère », dans *Études de Linguistique Appliquée* n° 92, pp. 82–113.

- Mel'čuk, Igor, Class, André, Polguère, Alain (1995). *Introduction à la lexicologie explicative et combinatoire*, Louvain-la-Neuve, Duculot.
- Pitar, Mariana (2019). « Les phraséologies dans la formation des traducteurs : types et traitement », dans *Scientific Bulletin of the Politehnica University of Timișoara. Transactions on Modern Languages*, volume 18, n° 1-2, pp. 100-111.
- Pop, Mirela-Cristina (2015). *La traduction. Aspects théoriques, pratiques et didactiques*, Cluj-Napoca, Casa Cărții de Știință, Timișoara, Orizonturi universitare.
- Schmale, Günter (2013). « Qu'est-ce qui est préfabriqué dans la langue ? – Réflexions au sujet d'une définition élargie de la préformation langagière. », dans *Langages*, volume 189, n° 1, pp. 27-45.
- Sułkowska, Monika (2016). « Phraséodidactique et phraséotraduction : quelques remarques sur les nouvelles disciplines de la phraséologie appliquée », dans *Yearbook of Phraseology*, volume 7, n° 1, 2016, pp. 35-54. Accès : < <https://doi.org/10.1515/phras-2016-0003>>. (Dernière consultation : le 15 septembre 2021).
- Trésor de la langue française informatisé (TLFi)*. Accès : < <http://stella.atilf.fr>>. (Dernière consultation : le 17 octobre 2021).

Sous le titre *Stéréotypes et clichés*, le présent volume réunit les Actes du Colloque international organisé par le Centre de recherche *STUDI-TRANS* et le Département de langues romanes et classiques de l'Université de Craiova les 28 et 29 septembre 2021. Par la diversité et la richesse des contributions, les éditeurs du volume espèrent donner aux lecteurs l'envie de le feuilleter à la recherche des approches pluridisciplinaires mettant en exergue les nombreuses formes de manifestation des stéréotypes et des clichés dans les domaines de la linguistique, de la littérature, de même que dans la didactique des langues et la traduction des langues de spécialités.

ISBN 978-606-14-1836-7



www.editurauniversitaria.ro