

# Actes du colloque international

(29-30 mars 2017)

## Le genre bref

son discours  
sa grammaire  
son énonciation



短文はジャンルになるのか？



Sous la direction de France Dhorne

Département de lettres françaises  
de l'université Aoyama-Gakuin, Tokyo

Société des lettres françaises d'Aoyama

**ACTES  
du  
COLLOQUE**

(Université Aoyama Gakuin, Tokyo, 29 et 30 mars 2017)

**LE GENRE BREF**

*son discours, sa grammaire, son énonciation*

sous la direction de  
France DHORNE

Département de Lettres Françaises de l'Université Aoyama gakuin  
Société de Lettres Françaises d'Aoyama  
TOKYO

Décembre 2018

Mise en pages : Yui Kurihara

©Département de Lettres Françaises, Université Aoyama Gakuin



## Table des matières

<b>Avant-propos.....</b>	<b>5</b>
--------------------------	----------

### PREMIÈRE PARTIE SYNTAXE ET ÉNONCIATION DU DISCOURS BREF

<i>F. Lefevre</i> : Les structures averbales dans les didascalies dramaturgiques.....	9
<i>C. Copy</i> : Contraintes de genre et contraintes de registre dans la rubrique <i>About the Author</i> des romans Harlequin .....	27
<i>B. Puyo</i> : Juste un merci .....	49

### DEUXIÈME PARTIE LA PRAGMATIQUE DU DISCOURS BREF

<i>I. Behr</i> : A propos de l'indexicalité des panneaux dans l'espace public.....	63
<i>K. Shimura</i> : Brièveté et efficacité dans les slogans publicitaires .....	77
<i>S. Masumura</i> : La place de la brièveté dans une campagne publicitaire réussie.....	89

### TROISIÈME PARTIE LA BRIÈVETÉ ET L'ART DE LA CHUTE STRATÉGIE RHÉTORIQUE OU OBLIGATION DU GENRE ?

<i>J. Kawaguchi</i> : Brièveté de la chute dans le rakugo --son originalité face à l'histoire drôle--.....	105
--	-----

<i>A. Seoane</i> : Le « bref » comme médiation : les Ecritures de l'artiste Ben et les brèves du <i>Canard Enchaîné</i> .....	121
<i>Y. Sutô</i> : L'usage d'expressions figées dans le slogan cinématographique.....	139

QUATRIÈME PARTIE  
LE DISCOURS BREF  
COMME RÉPONSE ÉMOTIONNELLE

<i>K. Nakao</i> : Le slogan de la manifestation Sa brièveté pour qui, pour quoi et pour quels effets ?.....	155
<i>B. Fracchiolla</i> : L'injure et l'insulte vues comme genres brefs, et leur mise en discours .....	173
<i>Y. Anzai</i> : La brièveté au quotidien : le marqueur d'évitement <i>tchotto</i> en japonais et l'ellipse de l'énoncé .....	189

CINQUIÈME PARTIE  
LA POSSIBILITÉ DU GENRE BREF

<i>D. Ablali</i> : Le français tchaté des souffrants sous l'effet de l'immédiateté d'un genre bref.....	225
<i>B. Bosredon</i> : Brièveté des titres & signalétique .....	225
<i>Y. Kurihara</i> : Brièveté et énonciation nominale au regard de la grammaire japonaise .....	241
<i>F. Dhorne</i> : Des genres brefs au genre bref .....	251



## Avant-propos

Ces actes sont ceux d'un colloque qui s'est déroulé à l'université Aoyama Gakuin à Tokyo, les 29 et 30 mars 2017. Il s'inscrivait dans un projet initié par F. Lefeuve, I. Behr et M. Krazem et intitulé *Genres de discours brefs et formes linguistiques, formes linguistiques brèves et genres de discours* et faisait suite aux deux journées d'études qui lui avaient été consacrées, l'une à Dijon (*Genres de discours brefs et grammaire*) où ont été présentés des travaux plutôt descriptifs, et la seconde à Paris 3 (*Genres brefs, formes brèves : quels types de contraintes ?*), qui a vu émerger des interrogations non seulement sur des régularités syntaxiques mais aussi sur des phénomènes énonciatifs et subjectifs.

Parler de « genres de discours brefs », c'est supposer que la brièveté est un caractère qui détermine certains discours, centrés autour d'énoncés ou de textes (écrits ou oraux) qui sont par nature ou par contrainte brefs. Donc brefs par nécessité et non de façon contingente. L'objectif à l'origine était « d'explorer les liens entre genres de discours et formes grammaticales préférées, imposées vs. impossibles en relation avec l'idée de brièveté à la fois des genres et des formes ». Mais dégager les particularités grammaticales (au sens large), énonciatives et discursives des divers genres de discours brefs, c'est aussi chercher à entrevoir des caractères, des structures, des mises en situation que partageraient en partie ces genres, des « anomalies » même par rapport aux formes longues, et qui seraient engendrés par la brièveté qu'ils ont en commun. Autrement dit, la question est de mettre au jour ce que la **brièveté** à la fois contraint et permet dans le champ linguistique, ce qu'elle apporte ou ce qu'elle interdit, les propriétés du langage qu'elle met en évidence et qui sont moins perceptibles autrement, et de s'interroger sur la légitimité qu'il y aurait à parler d'**un genre bref** en linguistique.

Toutes les études présentées ici interrogent la brièveté à partir d'approches fort diverses, seules quelques unes en fin d'ouvrage aborderont la notion de genre. Les articles proposés couvrent une grande variété de discours brefs, écrits pour la plupart mais oraux parfois (insultes, B. Fracchiolla ; slogans de manifestations, K. Nakao ;

évitement, Y. Anzai ; *rakugo*, J. Kawaguchi) bien que la nécessaire brièveté soit plus rare à l'oral. L'écrit lui-même concerne aussi bien les journaux (les « brèves » du Canard Enchaîné, A. Seoane), la littérature (théâtre, didascalies, F. Lefeuvre ; notes biographiques, C. Copy) que le tchat (D. Ablali), les écriteaux (J.B. Puyo), les affiches urbaines (I. Behr) ou les affiches publicitaires (K. Shimura, S. Masumura, Y. Sutô), les œuvres d'art (l'artiste Ben, A. Seoane, les titres de tableaux, B. Bosredon). La dernière partie enfin sera davantage consacrée à l'aspect théorique de la brièveté (B. Bosredon, à travers la notion de *signalétique*, Y. Kurihara, par l'apport des grammaires japonaises qui obligent à revoir les catégories de phrases) ainsi qu'une mise en question de la notion de genre concernant la brièveté, suivant des points de vue opposés (D. Ablali, F. Dhorne).

Tous ont cherché à relever les caractères propres aux types d'énoncés ou de textes qu'ils analysaient dans leur rapport à la brièveté, qu'ils soient syntaxiques, énonciatifs ou discursifs. La majeure partie de ces propriétés se retrouve dans un grand nombre d'articles et leur récurrence tend à prouver qu'il y a lieu de s'interroger sur la brièveté, même s'il n'existe pas, comme le montre F. Lefeuvre au début de cet ouvrage, de marque qui soit présente systématiquement (hormis le caractère bref) et qu'on ne trouverait que dans ce genre. On peut ici arguer que, quel que soit le genre discursif étudié, il est de toute façon assez rare qu'il se définisse par de telles marques exclusives. Toutes ces propriétés seront reprises dans un article final (« Des genres bref au genre bref ») qui cherchera à démontrer la légitimité de la notion de genre bref, thème qui, lors du colloque, avait constitué le sujet d'une table ronde qui a clos les deux journées, et qui tiendra lieu de conclusion.

Nous remercions tous les auteurs qui ont accepté de participer au colloque et de présenter un article ainsi que Yasuo Kobayashi, Marie-Christine Lala et Ichiko Negi pour leurs communications lors de ces journées. Notre reconnaissance va aussi à Yui Kurihara qui a accepté de prendre en charge la mise en pages, Sylvain Adami pour la conception de la couverture, Christine Copy pour la révision attentive des traductions anglaises, et bien entendu au Département de Lettres Françaises de l'Université Aoyama Gakuin ainsi qu'à la Société des Lettres Françaises d'Aoyama pour l'aide financière qu'ils nous ont octroyée et sans laquelle le colloque n'aurait pu se tenir.

France Dhorne



PREMIÈRE PARTIE

**SYNTAXE ET ÉNONCIATION  
DU DISCOURS BREF**



## Les structures averbales dans les didascalies dramaturgiques

LÉFEUVRE Florence

(Université de la Sorbonne Nouvelle – Paris 3)

### Résumé

*Nous montrons dans cet article qu'il existe un lien entre telle structure grammaticale et tel genre de discours mais que ce lien n'est pas bijectif, au sens où une structure grammaticale et un genre de discours s'impliqueraient de façon exclusive. Les genres de discours que sont les didascalies emploient régulièrement une structure grammaticale particulière, "localisation + prédicat nominal" pour les phrases averbales existentielles et "nominalisation" pour les phrases averbales situationnelles. Ces phrases averbales s'opposent à d'autres structures averbales, qualitatives, qui se trouvent davantage dans le corps des répliques. Cependant, elles ne se répertoirent pas exclusivement dans les didascalies. Elles peuvent se trouver dans des genres longs, des romans par exemple pour les phrases averbales existentielles et des journaux intimes pour les phrases averbales situationnelles.*

*Verbless structures in stage directions.*

*In this paper it is shown that there exists a relationship between specific grammatical structures and specific text types. This relationship is not bijective, as the grammatical structure and the text type are not exclusive of one another. A specific grammatical structure appears regularly in stage directions: localization + nominal predicate for existential verbless sentences and nominalization for dynamic verbless sentences. These verbless sentences differ from other qualitative verbless structures, which appear in dramatic lines. However, they can appear in longer texts such as novels for existential verbless sentences or diaries for dynamic verbless sentences.*

戯曲のト書きにおける非動詞構造

本論文では、ある文法構造とあるディスコースのジャンルの間に関係があることは認められるが、その関係は一対一対応ではないことを明らかにする。ト書きというディスコースのジャンルの場合、次の構造がよく現れる。非動詞の実存文としては「位置づけ+名詞述語」、状況文としては名詞化である。このような非動詞文は、セリフに見ら

れる他の形容的な非動詞構造と対立する。しかしながらこれらのような非動詞文は、ト書きに限られる訳ではなく、長文のジャンルにも見ることができる。例えば、実存文は小説に、状況文は日記に見られる。

## **Mots clés**

Structure averbale, phrase averbale, didascalie, genres de discours

Verbless structure, verbless sentence, stage directions, text types

非動詞構造、非動詞文、戯曲、ディスコースジャンル

## **1 Introduction**

L'objet de cet article est d'examiner les implications réciproques entre le genre de discours et les faits de langues. Le premier implique-t-il des faits de langues particuliers et inversement certains faits de langues se trouvent-ils induits du genre de discours où ils apparaissent ? Pour cela, les genres de discours brefs qui se caractérisent par des contraintes fortes (contrainte spatiale, contrainte temporelle, contrainte en nombre de mots, etc.) sont particulièrement intéressants à étudier. Nous prendrons, pour notre étude, le genre des didascalies dans les pièces de théâtre. Ces indications scéniques composent un des deux éléments du corps du texte de théâtre, le deuxième élément correspondant aux répliques proprement dites (cf. Gallèpe, 1997 : 67). Elles donnent des instructions sur le jeu théâtral, les personnages, le lieu de l'action, la temporalité etc. Nous ne prendrons pas en compte les « didascalies internes » (Gallèpe, 1997 : 81) qui apparaissent dans les répliques elles-mêmes, le personnage pouvant solliciter d'un autre personnage diverses actions. Les didascalies peuvent prendre des formes grammaticales distinctes. Nous nous focaliserons ici sur les structures averbales, qui surviennent dans les didascalies dans une proportion plus importante que dans d'autres genres de discours. La présence de structures averbales dans les didascalies a été régulièrement notée dans la littérature (cf. Gallèpe 1997, Krazem 2004, Petitjean 2012). Nous prendrons pour appui les didascalies présentes dans les pièces de Georges Feydeau, où elles sont particulièrement abondantes, comme le souligne Gallèpe (1997 : 100) pour la pièce *Le Dindon* qui comprend 1149 didascalies alors qu'*Andromaque* (Racine) n'en compte que 6. Plus précisément, et ce sera l'objet de notre première partie, nous montrerons que certaines de ces didascalies averbales assertent l'existence d'un objet, appartenant aux « didascalies spatio-temporelles » dans Petitjean 2012 :

(1) Au fond de l'antichambre, un porte-manteaux. (Feydeau, Un Fil à la Patte, Acte 1)

et que d'autres assertent le déroulement d'une situation (cf. Lefevre et Nicolas, 2004), correspondant aux « didascalies gestuelles » dans Petitjean (2012) :

(2) Sortie de Miss par le fond. (Feydeau, Un Fil à la Patte, II,1)

Dans notre deuxième partie, nous nous demanderons si ces structures impliquent une économie de mots propres aux genres de discours brefs et dans une troisième partie nous montrerons plus précisément qu'elles obéissent à une grammaire particulière, propre au genre discursif des didascalies. Enfin, nous analyserons ce que ces structures grammaticales, qui se déploient dans les didascalies, révèlent sur les rapports grammaire – genre de discours bref. Ce n'est pas un lien bijectif qui est mis en place mais un lien qui se situe à un niveau plus fin : une des caractéristiques grammaticales de ces structures averbales convient à une des caractéristiques discursives du genre de discours bref et plus précisément des didascalies.

## **2 Des phrases averbales**

Après avoir montré que les structures averbales assertant l'existence d'un objet ou le déroulement d'une situation constituent bien des phrases au sens de Le Goffic (1993) ou Lefevre (1999), nous en donnerons les caractéristiques principales et les distinguerons des structures averbales qui investissent le corps des répliques de théâtre.

### **2.1 Des phrases**

Signalons tout d'abord que les structures grammaticales étudiées ici composent des phrases, au sens de Lefevre (1999) et Lefevre (2016) (d'après Le Goffic, 1993). La phrase est un segment syntaxique autonome constitué d'un prédicat et assorti d'une modalité d'énonciation, que ce soit l'assertion (3), l'interrogation (4), ou l'injonction (5) :

(3) Alors flambé, le mariage (Feydeau, ex. tiré de Lefevre 1999)

(4) Toujours imbue de religion, ta femme ? (Feydeau, ex. tiré de Lefevre 1999)

(5) À la trappe les magistrats ! (Jarry, ex. tiré de Lefevre 1999)

Nous avons en (1), (2) et (3) des « énoncés assertifs » basés sur la « fonction verbale » (Benveniste, 1966) qui est composée de deux éléments : l'un, « invariant, implicite », « donne à l'énoncé force d'assertion » ; l'autre, « variable et explicite », est dans ce cas non un verbe conjugué mais « une forme de la classe morphologique des noms » (1966 : 158).

La différence entre une phrase verbale et une phrase averbale est qu'une phrase averbale comporte un prédicat averbal. Le prédicat verbal se reconnaît par des morphèmes de conjugaison. En outre, selon Hagège :

Le prédicat est le seul des deux termes de l'énoncé minimal affirmatif qui soit susceptible d'être affecté en cas de changement de statut : subordination, interrogation, négation. (Hagège 1995 : 35)

De ces possibilités du prédicat en général, le prédicat averbal est concerné par l'interrogation, mais sans marquage syntaxique dans l'interrogation totale, et par la négation (cf. Lefeuve, 2016). En outre, le prédicat averbal peut se distinguer par toutes sortes de modalisations (« marqueurs de prédication », Lefeuve 1999) telles que la négation (*pas*), l'intensité (*quel*), l'aspectualité (*toujours* en (4)) :

(6) **pas** mauvais, ces petits gâteaux (Reza, *Trois versions de la vie*).

(7) Mais la sécurité des Saints, **quel** scandale ! (Bernanos, ex. tiré de Lefeuve 1999)

Des modalisateurs tels que *sans doute* peuvent apparaître, ce qui met en évidence la présence d'un jugement de la part du locuteur et donc la présence de la modalité assertive :

(8) Cette preuve que Bernard prétendait détenir... mensonge, sans doute (Mauriac, ex. tiré de Lefeuve 1999).

## 2.2 Deux types de phrases averbales dans les didascalies

Voyons à présent les caractéristiques principales des didascalies averbales présentes dans les pièces de Feydeau. Nous en avons relevé de deux types, selon qu'elles assertent l'existence d'objets sur la scène (1) ou le déroulement d'une situation (2). Le prédicat averbal connaît peu de variations, mais il serait possible d'en ajouter sans que la phrase devienne agrammaticale :

(1) a. Au fond de l'antichambre, **pas même** un porte-manteaux.

Ce relevé n'est pas exhaustif. On pourrait également citer des structures qui prennent comme noyau le nom d'un personnage :

(9) **Tous, regardant dans la direction.** — Oh ! superbe ! (Feydeau ; ex. tiré de Lefeuve, 1999)

Ce type de structures pose d'autres problèmes théoriques (*tous* forme-t-il un prédicat ? Quel est le statut de *regardant* ?).

Pour ce qui est des structures averbales qui assertent l'existence d'un objet dans les pièces de Feydeau, elles se trouvent généralement en début d'acte, avec un « scope » (Gallèpe, 1997) étendu à tout l'acte. Le prédicat est généralement un nom comptable et concret précédé d'un cadre permettant de localiser le référent de ce nom. Comme ce nom n'a jamais été évoqué, il est actualisé par un article indéfini :

- (10) **À droite de la scène, une** table-bureau placée perpendiculairement à la rampe.  
**À droite de la table et face à elle, un** fauteuil de bureau (Feydeau, *La Dame de chez Maxim*, début de l'acte I)

On peut trouver une variation de cette structure avec une apposition, plutôt qu'un cadre locatif qui est apparenté à un circonstant :

- (11) Devant le piano, son tabouret. **Adossé au piano**, face au public, un grand canapé (Feydeau, *Le Ruban*, début acte I)

En ce qui concerne les phrases averbales qui assertent une situation, leur fonction est de signaler une action dans le déroulement de la scène. Ce sont des phrases averbales basées sur un nom formant une paire avec un verbe ou une locution verbale (*sortie / sortir* en (2)). Elles impliquent une valeur dynamique et s'inscrivent dans le temps, comme le montrent divers indicateurs temporels qui peuvent les accompagner :

- (12) Bois-d'Enghien. - [...] On sonne au téléphone ! Oh ! la, la !... mais tais-toi donc ! tais-toi donc ! **Pendant tout ce qui précède**, cris continus de Lucette.  
(Feydeau ; ex. repris de Lefeuvre, 2004)

Ces énoncés peuvent correspondre, plutôt qu'à des phrases à verbe *être* ou en *il y a*, à des phrases verbales dont le verbe forme une paire avec un nom déverbal (cf. Lefeuvre, 2015), ce qui donne pour (2) :

- (2) a. Miss sort par le fond.

Il existe même des noms qui ne forment pas de paire avec un verbe mais qui en contexte peuvent prendre un sens processuel (cf. Krazem, 2004) :

- (13) Voix de Paginet à droite (Feydeau, *Le Ruban*, I, 4)

- (13) a. Paginet parle à droite.

- (13) b. On entend Paginet parler à droite

Les « noms d'état » quant à eux forment une paire avec un verbe ou un adjectif (cf. Flaux et Van de Velde, 2000). Nous y associerons des noms dénotant un état tel que *obscurité* qui s'inscrivent dans une temporalité comme le montre la possibilité de les associer avec un marqueur temporel :

- (14) Il éteint la bougie. **Obscurité.** (Feydeau, *L'Hôtel du libre échange*, II, 14)

(14) a. Obscurité pour toujours.

Ce type de nominalisation se rapproche des noms abstraits étudiés dans Flaux et Van de Velde (2000). Quatre types de situations se dégagent selon le modèle proposé dans Vendler 1957 (1967) tel qu'il est repris dans Lefevre et Nicolas (2004).

i) Ces nominalisations peuvent dénoter des états, c'est-à-dire des situations non dynamiques pendant lesquelles un ou plusieurs individus se trouvent dans un certain état, pendant un certain temps, comme *obscurité* en (14).

Sinon, elles peuvent renvoyer à des situations dynamiques lorsqu'elles prennent place à un certain moment et qu'elles s'inscrivent dans le temps. Elles se répartissent alors :

ii) en activités :

(15) Poursuite autour de la table en va-et-vient (Feydeau, *Un Fil à la Patte*)

iii) en accomplissements :

(16) Poursuite à travers la scène. **Descente** par l'extrême gauche, **traversée** devant le canapé. (Feydeau, *La Dame de chez Maxim*, III, 19)

iv) en achèvements :

(17) Sortie du Proviseur et de Robin. (Feydeau, *La Duchesse des Folies-Bergère*, I, 4)

Ces nominalisations peuvent être distinguées selon leur aspectualité de deux façons. Tout d'abord, une distinction peut être établie entre les phrases averbales situationnelles qui se déroulent dans la durée et celles qui ne s'y déroulent pas. Les premières acceptent l'ajout de *en cours*, que ce soit avec une activité :

(16) a. Poursuite **en cours**.

ou un accomplissement comme *descente* et *traversée* :

(16) b. Descente **en cours** [...], traversée **en cours** [...].

En revanche, les états et les achèvements refusent la présence de *en cours* :

(14) b. \*Obscurité **en cours**.

(17) a. \*Sortie **en cours** du Proviseur et de Robin.

Le test avec *en cours* équivaut à celui avec *en train de* dans une phrase verbale :

(16) c. Ils sont en train de se poursuivre, de descendre et de traverser la scène.

Une distinction peut également être effectuée en fonction de l'(a)télicité de ces situations, en téliques et atéliques (Lefevre et Nicolas 2004). Deux tests permettent de répartir les procès en fonction de leur (a)télicité (cf. Vendler, 1967) :

i) Une situation atélique, qui ne fait pas intervenir un *telos* ou point terminal



intrinsèque, accepte un circonstant en *pendant*, exprimant une durée, sans modification de son sens ; c'est le cas des états et des activités :

(16) d. Poursuite pendant quelques minutes.

(14) c. Obscurité pendant toute la nuit.

ii) Une situation téléique, qui permet d'atteindre un point terminal intrinsèque, accepte un circonstant en *en*, exprimant une durée, sans modification de son sens ; c'est le cas des événements, répartis en accomplissements et achèvements :

(16) e. Traversée en dix secondes.

(17) b. Sortie du Proviseur et de Robin en une seconde.

*En dix secondes* donne la durée de la traversée de la scène alors qu'*en une seconde* précise la durée qu'il a fallu pour que le Proviseur et Robin sortent.

Ces phrases averbales, présentes dans les didascalies, se différencient de celles qui apparaissent au sein des répliques de la pièce de théâtre.

### **2.3 Des phrases averbales distinctes des phrases averbales présentes au sein des répliques**

Les phrases averbales que l'on peut trouver dans le corps des répliques se composent dans leur majorité de phrases averbales qualitatives destinées à caractériser un personnage ou une situation, comme dans ces exemples, un personnage sur scène :

(18) Ah! la, la! même pas capable d'ouvrir une armoire!... (Feydeau ; ex. tiré de Lefeuvre, 1999)

une situation, ici le chant des enfants dirigé par le curé :

(19) Les enfants, quand le rideau se lève, sont en train de chanter [...]

MADemoiselle VIRETTE. — Ah ! **très bien**, monsieur l'abbé.

L'ABBE.— Vraiment ? (Feydeau ; ex. tiré de Lefeuvre, 1999)

Les phrases qui assertent le déroulement d'une situation ou l'existence d'un objet, sans être impossibles, y sont rares.

Voyons à présent en quoi les phrases averbales présentes dans les didascalies pourraient convenir à ce genre de discours bref et notamment si elles présentent une économie lexicale en adéquation avec ce genre.

### **3 Des structures grammaticales brèves pour un genre bref ?**

Pour ce qui est des didascalies qui assertent l'existence d'objets dans les pièces de Feydeau, l'absence d'*il y a* ou de tout verbe marquant l'existence est immédiatement perceptible. Cela dit, des verbes peuvent émailler ici ou là ces didascalies de type

spatial :

(20) Le théâtre **est divisé** en deux parties. La partie droite, qui **occupe** les trois quarts de la scène, **représente** le palier du deuxième étage d'une maison neuve (Feydeau, *Un Fil à la patte*, Acte III, début).

Selon Krazem (2004), cette absence s'expliquerait en raison de la « compatibilité » des phrases averbales avec le présent de l'indicatif (*Ibidem* : 363), notamment avec le « présent d'énonciation directe ». Nous préférons pour notre part mettre en avant la profonde malléabilité de ces structures averbales qui ne possèdent aucun morphème temporel (de même que le présent de l'indicatif) et qui de ce fait, par défaut, relèvent de la perception temporelle immédiate si aucun ancrage temporel autre n'est mis en place (Lefeuvre, 1999).

On peut noter, mais de façon plus sporadique, l'absence de déterminant, notamment lorsque la localisation se trouve à droite du nom prédicat :

(21) Fauteuil à gauche de la table et chaise à droite (Feydeau, *Le Système Ribadier*, début acte 1).

Les phrases averbales situationnelles, quant à elles, se caractérisent par une économie de mots qui se traduit sur deux plans :

i) Absence de déterminant

La présence d'un déterminant change la valeur de ces nominalisations, gommant leur valeur processive. En (22), la situation dénotée par la nominalisation s'élabore au fur et à mesure de son énonciation et s'inscrit dans la durée. Il est alors possible d'insérer le groupe prépositionnel *en cours* (cf. plus haut en 1.2.) :

(22) PAGINET, il va pour s'asseoir. **Sonnerie** de téléphone. — Allons bon !... Le téléphone ! (Feydeau, *Le Ruban*)

(22) a. **Sonnerie** de téléphone en cours.

En revanche les exemples qui comprennent un déterminant n'acceptent pas l'insertion de *en cours*, ce qui indique qu'ils sont dépourvus de valeur processive :

(23) Donc marquer à l'avance l'endroit sûr, s'y faire tatouer un point bleu. Soudain, **la sonnerie**. Il décrocha. (Cohen, *Belle du Seigneur*)

(23) a. \*Soudain, **la sonnerie en cours**.

ii) Arguments non lexicalisés

Le contexte peut permettre de déduire quels arguments sont impliqués par la nominalisation. Dans une phrase verbale les nominalisations situationnelles impliquent (cf. Flaux & Van de Velde, 2000 : 106-107) la réalisation obligatoire de l'argument

« agent » (d'un point de vue sémantique<sup>1</sup>) ou contrôleur (d'un point de vue syntaxique, d'après Le Goffic 1993) qui correspond au sujet d'un verbe intransitif, et de l'argument « objet », qui renvoie au COD ou complément essentiel direct (Le Goffic, 1993) d'un verbe transitif. Flaux & Van de Velde précisent que, dans cette dernière configuration, l'argument agent est facultatif (2000 : 107) : c'est le contexte qui permet de déduire ce qu'il en est.

Lorsque la nominalisation forme une paire avec un verbe transitif (*salut, saluer*), le seul argument lexicalisé correspond à l'objet :

(24) Echange de saluts comme entre gens qui ne se connaissent pas. (Feydeau, *La Dame de chez Maxim*, I, 14)

La lexicalisation, dans les phrases averbales, n'est pas forcément effectuée lorsque l'on sait quel est l'actant concerné par cette action. C'est le cas de l'exemple (16) :

(16) Petypon [...].— Au secours ! Au secours !

Gabrielle, s'élançant à sa poursuite.— Attends un peu ! [...]

**Poursuite** à travers la scène. **Descente** par l'extrême gauche, **traversée** devant le canapé ; [...]. (Feydeau, *La Dame de chez Maxim*, III, 19)

En effet, les compléments sont restituables grâce au contexte :

(16) a. Poursuite de Petypon et de Gabrielle à travers la scène, descente de la scène, traversée de la scène.

Pour l'argument agent qui prendrait la fonction sujet d'un verbe intransitif, le contexte peut également permettre de le restituer, comme dans cet énoncé :

(25) Rires. (Feydeau, *La Duchesse des Folies-Bergère*, II, 1)

où l'agent implicite correspond aux personnages présents sur scène :

(25) a. Les personnages rient.

Nous voyons ainsi que les arguments fondamentaux des nominalisations situationnelles (correspondant au sujet d'un verbe intransitif et au complément essentiel d'un verbe transitif) peuvent se distinguer par leur saillance, c'est-à-dire qu'ils correspondent à des référents « déjà connus », des référents « présents » ou déjà « manifestes dans la mémoire immédiate » (Kleiber, 1994 : 25). Les nominalisations situationnelles gardent ainsi leur structure argumentale fondamentale.

iii) Répétition d'une action

---

<sup>1</sup> Nous prendrons ici le mot « agent » comme ce qui est à la source du procès, soit qu'il le déclenche, soit qu'il en est le siège, sans entrer dans le détail de l'interprétation sémantique du contrôleur.

L'emploi de la nominalisation permet de ne pas répéter de façon totalement explicite une action, grâce à l'adjectif *nouveau*, et de ne pas forcément nommer l'argument concerné par cette action :

(26) Le duc **regarde** à droite et à gauche derrière lui, visiblement préoccupé de tout autre chose que de la présence de madame Petypon. [...]

Le duc, **regardant** dans la direction de la porte de gauche où il suppose que doit être celle pour qui il vient. [...]

Nouveau **regard** dans la direction de la porte. (Feydeau, *La Dame de chez Maxim*, III, 3)

Après avoir montré que les phrases averbales existentielles et situationnelles, présentes dans les didascalies, favorisent une économie de type lexical, nous allons voir à présent que ces structures déploient une grammaire qui est particulière au genre des didascalies.

#### 4 Une grammaire particulière aux didascalies

Nous verrons en premier lieu ce qu'il en est pour les phrases averbales existentielles avant d'étudier les phrases averbales situationnelles.

##### 4.1 Phrases averbales existentielles

Les phrases averbales existentielles peuvent survenir dans des genres de discours diversifiés. Elles apparaissent ainsi régulièrement dans les descriptions et peuvent donc investir les genres de discours longs, comme les romans. C'est notamment le cas dans les romans du XXe siècle :

(27) Au voisinage de la porte, des étalages de fleurs pauvres et des boutiques de marbriers. (Camus, *Le premier homme*)

Dans les romans, la phrase averbale existentielle connaît plusieurs schémas, répertoriés dans Lefeuvre 1999. Un des schémas les plus récurrents est celui de la structure phrastique qui comprend une négation, notamment la négation *pas* :

(28) on ne voit, autour du golfe d'Ajaccio, que de sombres maquis, et derrière, des montagnes pelées. **Pas une villa, pas une habitation.** (Mérimée, *Colomba*)

Se perçoit alors, en creux, une attente qui n'est pas satisfaite (y a-t-il une villa ? Non, il n'y en a pas).

Dans les didascalies du théâtre de Feydeau, aucune phrase existentielle n'est négative, le dramaturge se contente d'énumérer les objets présents sur scène. Un schéma, récurrent chez les autres dramaturges, se dégage massivement dans les pièces

de Feydeau ; il comprend un groupe prépositionnel induisant un cadre spatial suivi d'un nom prédicat, comme en (1) :

- (1) Au fond de l'antichambre, un porte-manteaux. (Feydeau, *Un Fil à la Patte*, Acte 1)

Le « dydascale » (Petitjean, 2012) se livre ainsi à un examen minutieux des objets présents sur scène. On repère dans ce théâtre deux progressions fondamentales. i) L'une s'établit en étoiles autour d'un objet central, une table-bureau :

- (29) **À droite de la scène**, une table-bureau placée perpendiculairement à la rampe. **À droite de la table et face à elle**, un fauteuil de bureau. **À gauche de la table** un pouf tendu « en blanc » et recouvert provisoirement d'un tapis de table ; **au-dessous de la table**, une chaise volante. (Feydeau, *La Dame de chez Maxim*, début de l'acte I)

Dans cet exemple, l'existence de la table-bureau est tout d'abord posée ; ensuite, le nom prédicatif *table-bureau* sert à la construction de nouveaux cadres au sein de nouvelles phrases : *à droite de la table et face à elle / à gauche de la table / au-dessous de la table*. C'est ce qui explique le passage de l'article indéfini *une*, propre à asserter l'existence d'un nouvel objet, à l'article défini *la* ou bien au pronom personnel *elle*, indices du fonctionnement de l'anaphore.

ii) Selon l'autre progression possible, le nom prédicatif asserté dans un premier temps aide à la formation d'un nouveau cadre qui permet l'assertion d'existence d'un nouveau nom prédicatif qui compose à son tour le noyau d'un nouveau cadre, comme dans cet exemple :

- (30) A gauche, un piano demi-queue placé de profil, le clavier face à la cheminée. Devant le piano, son tabouret. Adossé au piano, face au public, un grand canapé ; à droite du canapé et contre lui, un guéridon ; à droite du guéridon, une chaise ; devant le guéridon, et par conséquent entre le canapé et la chaise, un pouf. (Feydeau, *Le Ruban*, acte I)

Ici, l'assertion de l'existence du piano conduit ce dernier référent à devenir le noyau d'un groupe prépositionnel cadratif (*devant le piano*) ou d'une apposition (*adossé au piano*) qui permet d'asserter l'existence du référent *un grand canapé* qui devient dans l'énoncé d'après le noyau des groupes prépositionnels cadratifs *à droite du canapé et contre lui*, ce qui rend possible l'assertion de l'objet *un guéridon*, lui-même s'inscrivant à son tour dans un groupe prépositionnel cadratif (*à droite du guéridon*), grâce auquel s'établit l'assertion du référent *une chaise* qui entre à son tour dans un

nouveau cadre *entre le canapé et la chaise*. On voit plus précisément dans cet exemple que la progression se nourrit des deux procédés décrits, le piano et le guéridon permettant chacun l’assertion de deux nouveaux objets. C’est ainsi que se construit peu à peu le décor : l’assertion d’existence d’un objet permet de définir le prochain cadre qui permet à son tour l’assertion d’un ou plusieurs nouveaux objets. Ces schémas induisent une progression du discours et la construction graduelle du décor de théâtre.

Nous avons vu qu’il se dégageait une grammaire particulière aux didascalies. Examinons à présent ce qu’il en est des phrases averbales situationnelles.

#### 4.2 Phrases averbales situationnelles

On peut également relever des particularités grammaticales dans les phrases averbales situationnelles des didascalies. Ces phrases peuvent apparaître dans des genres de discours longs, notamment dans les journaux intimes :

- (31) Lycée. **Travail** dans la brasserie « Lumina » en face de la maison ; elle est sinistre et glacée avec son carrelage rouge et toute vide. (Beauvoir (de), *Journal de guerre*)

La différence entre le genre des didascalies et celui d’un genre long tel que le journal intime est que, dans ce dernier cas, toutes sortes de circonstances apparaissent régulièrement avec la nominalisation (*dans la brasserie « Lumina » en face de la maison*), ce qui est beaucoup moins fréquent pour les didascalies.

On voit également que le locuteur, correspondant généralement à l’agent de l’action dénotée par la nominalisation, n’est pas mentionné. C’est une différence qui apparaît également entre les didascalies et les autres genres de discours brefs comme les affichages numériques. Tout se passe comme s’il n’était pas utile de savoir qui se trouvait exactement à la source de l’action, comme dans cet exemple :

- (32) Salage en cours.

Dans les didascalies en revanche, même si l’agent n’est pas mentionné, plusieurs procédés permettent d’identifier l’agent. Il existe ainsi des procédés grammaticaux pour dire quel agent est concerné (cf. Lefevre, 2015), un complément du nom :

- (33) Sortie de la baronne et de Vivianne par le fond. (Feydeau, *Un Fil à la Patte*, II, 5)

l’adjectif *général* pour signifier que la nominalisation concerne l’ensemble des personnes :

- (34) Étonnement général (Feydeau, *La Lycéenne*)

Il peut être difficile de préciser quelle est la source de l’agent. Dans cet

exemple, il n'est pas dit exactement quels hommes chuchotent :

(35) Chuchotements parmi les hommes (Feydeau, *La Dame de chez Maxim*, II, 7)  
mais la préposition *parmi* donne l'impression d'un chuchotement général. On comprend donc qu'il s'agit des personnages sur scène. L'adjectif *confus* peut mettre en valeur cette incertitude :

(36) Murmures confus. (Feydeau, *La Dame de chez Maxim*)

Il opère comme un indéfini :

(36) a. On murmure.

En outre, les didascalies situationnelles qui dénotent précisément le jeu de scène des personnages débouchent régulièrement sur des enchaînements narratifs. Ces derniers dépendent de l'aspect télique ou atélique des situations.

i) En ce qui concerne les situations téliques, avec des accomplissements et des achèvements, une succession d'actions se construit par le sémantisme des nominalisations prédicatives et la relation de discours qui se dégage (cf. Lefeuve, 2004). C'est le cas ici des situations *descente* et *traversée* en (16). Dans cet exemple, une succession de deux actions est impliquée par le sémantisme des nominalisations, ici des accomplissements (*descente* et *traversée*), ainsi que par la relation de discours qui se dégage. Ces procès, téliques, se présentent comme bornés : le premier se déroule jusqu'à son point d'arrêt, inhérent à la borne finale, puis le deuxième procès prend place et se déroule à son tour jusqu'à son point d'arrêt. La relation de discours se construit d'après la limite inhérente des actions dont il est question. En se plaçant dans le cadre de la SDRT (Segmented Discourse Representation Theory : voir Asher & Lascarides 2003), on peut déduire par défaut qu'une relation de Narration relie entre elles les situations dénotées, ce qui correspond à  $e1 > e2 > e3 > e4$ . La relation de Narration s'appuie sur la maxime gricéenne d'ordre : « By default, the order in which eventualities are described matches their temporal order in interpretation ». (Asher et Lascarides, 2003).

En (16) le « poststate » de  $e1$  (*descente*) recouvre le « prestate » de  $e2$  (*traversée*). Ces deux accomplissements relèvent d'un topique discursif en commun : le déplacement des personnages sur scène.

ii) Avec des situations atéliques, et si elles sont compatibles entre elles, une valeur de concomitance peut se dégager :

(37) Succession de voyageurs et de voyageuses entrant en tenues diverses, brouhaha de réclamations (Feydeau, *Le Dindon*, II, 15)

(37) a. En même temps, succession de voyageurs et de voyageuses et brouhaha de réclamations.

Les enchaînements narratifs peuvent se trouver explicités et parfois même modifiés. Nous prendrons le cas ici des localisations d'ordre temporel, peu fréquentes dans les didascalies mais dont la présence permet d'établir de nouvelles relations de discours :

(38) Lucette, criant. – Ça m'est égal ! Qu'on vienne ! [...]

Bois-d'Enghien. - [...] On sonne au téléphone ! Oh ! la, la !... mais tais-toi donc ! tais-toi donc ! **Pendant tout ce qui précède**, cris continus de Lucette. (Feydeau ; ex. repris de Lefeuvre, 2004)

(38) a. Bois-d'Enghien. - On sonne au téléphone ! **Cris** de Lucette.

En (38), la localisation *pendant tout ce qui précède* permet de mettre en avant un effet de concomitance qui n'aurait pas été obtenu sans elle. Dans ces deux exemples, la nominalisation *cris*, au pluriel, dénote une situation atélique. En (38a), la seule juxtaposition avec la réplique borne cette action sur la gauche ; *cris* est perçu en effet comme une conséquence de l'action précédente, dans une relation de succession :

(38) b. Sonnerie de téléphone puis cris de Lucette

En revanche, dans l'énoncé (38), la localisation temporelle *pendant tout ce qui précède* indique que ces cris ne sont pas déclenchés par la sonnerie mais la précèdent : d'où l'effet de concomitance.

Nous avons vu que le genre des didascalies pouvait amener à l'exploitation de tel procédé grammatical ou de tel procédé discursif. Demandons-nous à présent ce que cela nous apprend sur les rapports genre-discours.

## 5 Qu'apprenons-nous sur le rapport genre – grammaire ?

En premier lieu, est-ce une relation bijective ?

### 5.1 Une relation bijective ?

Comme nous l'avons montré, les phrases averbales existentielles et les phrases averbales situationnelles peuvent investir des genres de discours différents, d'autres genres brefs et même des genres longs ; inversement, les didascalies peuvent recourir à d'autres structures grammaticales telles que les phrases verbales, que ce soit pour dénoter l'existence d'objets (exemple (20)) ou pour dénoter des situations :

(39) Il tire un carnet de sa poche. (Feydeau, *Le Ruban*, II, 7)

Les didascalies situationnelles peuvent également employer des prédications averbales secondes ou appositions avec des participes présents notamment,



subordonnées à un autre noyau, le nom d'un personnage, comme en (9) ou (26).

On voit ainsi qu'il n'y a pas de bijection stricte entre tel genre de discours et telle structure grammaticale. Nous sommes donc confrontés à une double possibilité : d'une part d'autres structures grammaticales peuvent apparaître dans les didascalies pour dénoter l'existence d'objets ou des situations, d'autre part les phrases averbales examinées, existentielles ou situationnelles, peuvent figurer dans des genres de discours longs. Ce n'est pas parce que la phrase averbale est généralement plus économe en mots que la phrase verbale qu'elle se trouvera forcément dans un genre de texte bref.

Cela dit, nous avons vu qu'il y avait une forme de prédilection entre les structures averbales considérées et les didascalies, où elles apparaissent, avec leur particularité, de façon récurrente. Comment traiter cette affinité qui peut émerger entre un genre de discours et une structure grammaticale ?

## **5.2 Modèle pour la relation grammair - genre de discours**

Nous reprendrons à Krazem (2015) la recherche minutieuse de répertoire des traits grammaticaux et des traits génériques et de les associer entre eux. Toute structure grammaticale se caractérise par un faisceau de propriétés qui peut être exploité diversement dans les genres de discours. Pour ce qui est des structures grammaticales examinées ici, la phrase averbale existentielle et la phrase averbale situationnelle, elles se distinguent pour la première par un schéma "localisation + prédicat nominal" et pour la seconde "nominalisation" généralement sans circonstant et avec notification argumentale. Elles connaissent une certaine économie dans les termes employés. Elles se distinguent enfin d'autres phrases averbales ou de phrases verbales pouvant apparaître dans les répliques du texte de théâtre.

Les didascalies se caractérisent quant à elles par plusieurs traits discursifs : instructions concernant la mise en place du décor, le jeu des personnages (cf. Gallèpe, 1997), économie en termes de nombre de mots, différence avec les répliques du texte de théâtre. Certains traits grammaticaux peuvent avoir une résonance dans certains traits discursifs du genre considéré : par exemple le trait grammatical "absence de verbe" avec le trait générique "économie". Tous les traits de la structure grammaticale ne sont pas activés de façon égale selon le genre de texte considéré : ainsi l'absence déterminative concerne peu les phrases averbales existentielles présentes dans les didascalies.

Pour la structure averbale existentielle dans les didascalies, cela donne le tableau suivant :

Traits grammaticaux Traits génériques	Localisation + prédicat dénotant un objet	Absence de verbe, absence d'argument, absence de déterminant	Phrase averbale existentielle versus phrase verbale ou phrase averbale qualitative
Instructions spatiales	*		
Espace restreint		*	
Particularité des didascalies par rapport au corps des répliques			*

**Tableau 1**

Pour la structure averbale situationnelle dans les didascalies, cela donne le tableau suivant :

Traits grammaticaux Traits génériques	Nominalisation sans circonstant, avec actant désigné	Absence de verbe, absence d'argument, absence de déterminant	Phrase averbale situationnelle versus phrase verbale ou phrase averbale qualitative
Instructions sur le jeu des personnages	*		
Espace restreint		*	
Particularité de la didascalie par rapport au corps des répliques			*

**Tableau 2**

Ces associations ne sont pas limitées : le trait générique “instructions” peut également se combiner avec le trait “phrases verbales situationnelles” (cf. (39)). Tel trait générique peut s’associer à différents traits grammaticaux. Inversement le trait grammatical “absence de verbe, absence d’argument, absence de déterminant” peut intéresser d’autres genres de discours brefs tels que les affichages numériques mais également des genres tels que le journal intime qui se focalisera sur l’essentiel et qui manifeste une « écriture pour soi » (Cislaru et Lefevre, 2015).

## 6 Conclusion

Nous avons montré dans cet article qu'il existait bien un lien entre telle structure grammaticale et tel genre de discours mais que ce lien n'était pas bijectif, au sens où une structure grammaticale et un genre de discours s'impliqueraient de façon exclusive. Les genres de discours que sont les didascalies exploitent régulièrement une structure grammaticale particulière, "localisation + prédicat nominal" pour les phrases averbales existentielles et "nominalisation" pour les phrases averbales situationnelles, généralement sans circonstant et avec notification argumentale. Ces phrases averbales s'opposent à d'autres structures averbales, qualitatives, qui se trouvent davantage dans le corps des répliques. Cependant, elles ne se répertoirent pas exclusivement dans les didascalies. Elles peuvent se trouver dans des genres longs, des romans par exemple pour les phrases averbales existentielles et des journaux intimes pour les phrases averbales situationnelles.

## Références

- Asher N. & Lascarides A. (2003). *Logics of conversation*. Cambridge : Cambridge University press.
- Benveniste E. (1966). La phrase nominale. *Problèmes de linguistique générale*, 1, 151 – 167. Paris : Gallimard.
- Cislaru G. & Lefevre F. (2015). The instrumental use of verbless sentences in writing and rewriting: a longitudinal and genre-contrasted point of view. *Writing(s) at the crossroads: the process-product interface*, 57-80. Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins.
- Flaux N. & Van de Velde D. (2000). *Les Noms en français : esquisse de classement*. Paris : Ophrys.
- Hagège C. (1995). *La Structure des Langues*. Paris : PUF.
- Kleiber G. (1994). *Anaphores et pronoms*. Louvain-la-Neuve : Duculot.
- Krazem M. (2004). La phrase averbale dans les didascalies. *La phrase averbale : délimitation et caractéristiques* (Lefevre dir.). *Verbum*, XXVI, 3, 355-372.
- Krazem M. (2015). *Pour des genres de discours auxiliaires de la grammaire*, Mémoire d'HDR (référente : Annie Bertin).
- Le Goffic P. (1993). *Grammaire de la phrase française*. Paris : Hachette.
- Lefevre F. (1999). *La phrase averbale en français*. Paris : L'Harmattan.
- Lefevre F. (2004). La temporalité dans les nominalisations prédicatives. *La phrase*

*averbale : Délimitations et caractéristiques* (Lefeuvre dir.), *Verbum*, XXVI, 3, 311-326 <https://halshs-archives-ouvertes.fr/halshs-00138100>

Lefeuvre F. (2015). Les nominalisations prédicatives en discours. *La nominalisation. Du fait de syntaxe aux effets de sens* (V. Magri-Mourgues dir.). *Le Français Moderne*, LXXXIII, 1, 126-145.

Lefeuvre F. (2016). Les énoncés averbaux autonomes : approche syntaxique et discursive. *La phrase autonome. Théorie et manifestations*. (Anscombe J.-C., B. Darbord, A. Oddo, C. Garcia de Lucas dirs), 73-87. Bruxelles : Peter Lang, collection Gramm-R.

Lefeuvre F. et Nicolas D. (2004). La phrase nominale existentielle et la distinction aspectuelle téléique / atélique. *Revue de sémantique et pragmatique*, 14, 101-119 <https://halshs-archives-ouvertes.fr/halshs-00138090>.

Petitjean A. (2012). *Etude linguistique des didascalies*. Paris : Lambert-Lucas.

Vendler, Z. (1957) 1967. *Verbs and times*. Repris dans Vendler, Z. (1967). *Linguistics and philosophy*. Ithaca : Cornell University Press.

## **Contraintes de genre et contraintes de registre dans la rubrique *About the Author* des romans Harlequin**

**COPY Christine**  
**(ALTER-Univ. Pau & Pays Adour)**

### **Résumé**

*L'objet de cet article est d'évaluer la part des contraintes de registre et celles de genre (Biber & Conrad, 2009) dans les notes biographiques de la rubrique About the Author des romans Harlequin en anglais. Dans les cas des notes biographiques qui accompagnent les romans en général, les propriétés linguistiques des textes sont corrélées notamment à leur forme brève : il s'agit de mettre en place, de façon ritualisée et en quelques phrases, les paramètres autoritaires de l'ouvrage à suivre (Gournay, 2011). Les propriétés des notes biographiques des romans Harlequin sont alors examinées au regard de celles des notes biographiques classiques et les distinctions lexico-grammaticales entre les deux sous-ensembles d'un même registre sont analysées en termes de mise en place d'un protocole co-énonciatif distinct. Deux points sont étudiés en particulier : i) la construction d'une forte cohésion inter-énoncés résultant d'une variation quantitative et qualitative dans les repérages constitutifs et prédicatifs de l'énoncé ; ii) la mise en place d'une interlocution par le biais de marqueurs impliquant un domaine co-énonciatif préconstruit qui fait glisser le texte vers le discours indirect libre. Les particularités discursives des textes sont alors envisagées en relation avec la brièveté : il s'agit de mettre en place, en quelques phrases, un pacte de lecture qui vaut pour l'ensemble de l'ouvrage qu'il introduit.*

*Genre constraints and register constraints in the About-the-author biographies of Harlequin novels*

*The aim of this article is to differentiate register constraints from genre constraints (Biber & Conrad, 2009) in the About-the-author biographies found in Harlequin novels. In previous research on so-called high literature novels (Gournay, 2011), the lexico-grammatical features of About-the-author biographies have been analyzed as pertaining to their form, namely that of a short as well as a highly ritualized text, and to their function, namely that of ascertaining the authority in the novel. The linguistic features of About-the-author biographies in Harlequin novels are then compared to those of biographies in high literature novels and their differences*

are analyzed as pertaining to the specific enunciative protocol at work. Two sets of features are examined: i) the use of quantitative and qualitative variation in thematic items at sentence and predication levels that results in the setting up of a highly cohesive texture; ii) the linguistic markers that indicate shared-knowledge and their role in the building up of an interlocution that resorts to free indirect speech techniques. The discursive specificities of the texts are thus considered in relation to brevity: the goal is here to establish, in a few sentences, a protocol that is valid for the global reading of the novel thus introduced.

ハーレクイン小説の作者紹介文における使用域 register の制約とジャンルの制約

ハーレクイン社の小説には英文の「著者について」*About the Author* 欄に作者紹介文が付けられている。本稿はこの紹介文における使用域 register の制約とジャンルの制約 (Biber & Conrad 2009) の区別を検証することを目的とする。一般に小説に付随する作者紹介文では、テキストの言語学的な特性は、紹介文の短さと相関関係にある。すなわち、紹介文は決められた形式にのっとった形でいくつかの文を超えない枠に収められ、伴う小説の著者の主要情報を提示するのである (Gournay 2011)。以上を踏まえて、ハーレクイン社の小説の作者紹介文の特性は古典的な作者紹介文の特性との対比の観点から考察され、同一の使用域に属す両者の形成する2つの集合の間に生起する語彙・文法的な相違は、共発話的行為におけるプロトコルの相違という形で分析される。本稿では以下の論点が強調される。すなわち、i) 発話文の構造的および述定的な定位における量的・質的变化に起因する発話文間の高度な結束性の構成、ii) テキストに自由間接話法的解釈を付与する、既構築された共発話の領域を前提とするマーカーを通しての対話の設定、という2点である。したがって、テキストの言説の特性は短さとの関わりにおいて考察される。すなわち数少ない文を用いての、紹介文が導入する作品の全体に有効な読書のプロトコルが設定されるのである。

## Mots clés

Registre, genre, contraintes lexico-grammaticales, protocole co-énonciatif, forme brève

Genre, register, lexico-grammatical constraints, co-enunciative protocole, brief form

使用域、ジャンル、語彙・文法的制約、共同発話の決まりごと、短い形式

## 1 Introduction

Les notes biographiques intitulées *About the Author*, constituent une partie du paratexte des romans anglophones. Ce sont des textes dont la lecture montre qu'ils sont particulièrement codifiés et dont les caractéristiques ne relèvent pas en principe de la

stylistique<sup>2</sup> mais sont liées à des propriétés formelles, dont la brièveté. En effet, dans son étude, Gournay (2011) a montré que les notes biographiques correspondaient à un format hautement codifié et avaient des propriétés linguistiques qui permettaient de les différencier des textes biographiques plus longs. Cependant, l'étude des notes biographiques que l'on trouve dans les romans Harlequin montre que certains codes associés à cette rubrique sont, en partie du moins, écartés afin de satisfaire au code générique du roman, ce qui permet de dégager, pour les textes à l'étude, deux niveaux de contraintes :

- Des contraintes de registre : la forme du texte des notes biographiques des auteurs de la collection Harlequin répond à des exigences liées à une typologie textuelle, c'est-à-dire qu'elles ont des caractéristiques qui renvoient à la fonction de la note biographique en général.
- Des contraintes de genre : la forme du texte des notes biographiques des auteurs de la collection Harlequin répond à des exigences liées au type de roman dans lequel elles sont insérées.

On peut ainsi montrer que ces contraintes, que l'on peut qualifier de fonctionnelles, correspondent à la mise en place d'un domaine co-énonciatif spécifique, terme qui renvoie à la relation spécifique qui unit énonciateur et co-énonciateur et dont on trouve des traces dans le texte : dans la note biographique des auteurs de romans Harlequin, il s'agit, à partir de rituels et de motifs textuels, de mettre en place une fiction d'interlocution et de créer d'entrée une connivence avec le lectorat féminin, construit comme destinataire des ouvrages en question, conformément à un projet éditorial parfaitement assumé par la maison d'édition, ce qui ressort clairement lorsque l'on prend en compte les résultats obtenus par Gournay dans son étude des notes biographiques classiques.

## **2 Contraintes de *registre* et contraintes de *genre* dans la note biographique**

Le terme de *registre* est utilisé ici dans le sens que lui donnent Biber&Conrad (2009), c'est-à-dire, comme un type de texte qui se définit par des caractéristiques linguistiques et des coordonnées pragmatiques spécifiques et dont les variations sont

---

<sup>2</sup> Le style entendu comme renvoyant à des spécificités non fonctionnelles mais en lien avec les choix esthétiques de l'auteur. Pour une définition de la variation stylistique telle qu'employée ici voir Biber&Conrad (2009 :18), pour une discussion sur l'usage du terme dans divers travaux de perspective variationniste, voir Biber&Conrad (2009 : 21-23).

identifiables à des modulations fonctionnelles. Les caractéristiques linguistiques d'un registre particulier peuvent apparaître dans un autre registre, mais pas de façon aussi marquante<sup>3</sup>.

Le *genre*, en revanche, selon ces mêmes auteurs, bien que se définissant par des coordonnées pragmatiques également spécifiques, se situe au niveau de l'œuvre et peut ou non, contenir plusieurs registres. Le genre, d'après Biber&Conrad (2009), n'est donc pas définissable par des caractéristiques lexico-grammaticales mais peut l'être par des marqueurs, c'est-à-dire des motifs linguistiques, souvent formulaïques, qui n'apparaissent en général qu'une fois dans le texte<sup>4</sup>. C'est le cas, par exemple, du segment (*once upon a time*) *there was (once)*<sup>5</sup>, marqueur typologique du conte, ou encore de *amen* qui conclut les prières. Le genre peut ainsi se définir par du paratexte et du péri-texte, mais également par la variété de registres qui l'exemplifient. On verra que, dans le cas des notes biographiques des auteurs de romans Harlequin, la généricité exerce des contraintes sur les formes linguistiques des registres qui constituent les œuvres. Cette dimension permet de répondre aux exigences du pacte référentiel mis en place par le protocole co-énonciatif de l'œuvre, ce qui montre une certaine porosité des frontières entre les deux modes de catégorisation des textes ou, au moins, qui permet de dire que la généricité fait partie des coordonnées pragmatiques du registre. Ainsi, pour reprendre la définition de Biber&Conrad (2009) qui lie registre et propriétés fonctionnelles, on peut envisager que les caractéristiques liées au genre changent le protocole co-énonciatif mis en place dans la note biographique du roman Harlequin, ce qui a pour effet de modifier en partie les propriétés linguistiques de ces textes brefs.

## **2.1 Les contraintes de registre dans les notes biographiques.**

Dans les romans anglophones, la note biographique fait partie du dispositif éditorial de l'œuvre. Il s'agit de textes courts, entre 150 et 300 mots<sup>6</sup>, en général précédés de commentaires laudatifs, appelés *praise* en anglais, citations courtes extraites de critiques

---

<sup>3</sup> On peut citer, par exemple, le passif dans les écrits académiques en anglais : on trouve bien entendu des passifs dans d'autres registres, mais sa fréquence d'apparition dans les écrits académiques, au dépend de la diathèse active, fait de la forme une caractéristique linguistique de registre, voir Biber&Conrad (2009).

<sup>4</sup> On peut discuter ce point, bien entendu. Ainsi, dans Copy (2015), je montre que l'usage des formes de discours rapporté, en particulier de discours indirect, est caractéristique du genre. Ces formes, telles qu'elles sont utilisées dans ce contexte, constituent alors un motif identifiable et participent à la création d'un univers au service du projet éditorial de la maison Harlequin.

<sup>5</sup> Voir Copy (2008) pour une étude énonciative sur le fonctionnement de ces marqueurs.

<sup>6</sup> Je remercie Lucie Gournay d'avoir bien voulu me communiquer son corpus de notes biographiques constitué de 40 notes bio (4221 mots). Il a servi de point d'appui pour réaliser l'étude comparative des notes bio Harlequin.



favorables parues dans les journaux. Les deux types de textes renvoient à deux types de discours qui remplissent deux fonctions différentes.

Les commentaires laudatifs sont en effet ouvertement subjectifs et visent à la promotion de l'ouvrage auprès d'un public de lecteurs supposé les consulter avant de choisir un ouvrage. Quant aux notes biographiques, en apparence du moins, elles prennent une forme beaucoup plus objective et renvoient à un autre type de discours dans la mesure où elles ne renvoient pas aux mêmes coordonnées auctoriales, mais également parce qu'elles ont des propriétés lexico-grammaticales très différentes.

En effet, les notes biographiques que l'on trouve systématiquement dans les livres de poche des romans anglophones sont analysables comme un registre pourvu de caractéristiques pragmatiques et lexico-grammaticales permettant de les identifier<sup>7</sup>. Tout d'abord, bien qu'à la troisième personne, elles sont écrites, en tout cas en début de carrière, par les auteurs eux-mêmes. Apprendre à écrire une note biographique fait d'ailleurs partie d'un apprentissage nécessaire pour tout jeune auteur qui souhaite être publié et on trouve sur l'internet des petits manuels comme celui intitulé *10 Tips on How to Write an Author Bio* rédigé par Heather Hummel pour l'*Huffington Post*<sup>8</sup> où l'on peut lire une liste de conseils aux auteurs afin de produire un texte conforme aux attentes des éditeurs. Comme le montrent les extraits cités *infra* de Heather Hummel, *10 Tips on How to Write an Author Bio*, ces conseils sont de plusieurs ordres. Ils concernent le contenu informationnel de la note biographique :

I started my 2007 bio with the fact that 'I reside in the misdt of the Blue Ridge Mountains' because I thought it sounded really cool and literary at the time. I learned that where you live isn't important.

et la forme de celle-ci en termes de critères morpho-syntaxiques :

Refer to yourself at the third person. On the longer bios, I personally like to interject « Heather » a few more time rather than using the pronoun.

---

<sup>7</sup> Elles sont d'ailleurs reconnues et identifiées hors contexte en tant que genre de discours comme le souligne Gournay (2011 : 39).

<sup>8</sup> Cf. [https://www.huffingtonpost.com/heather-hummel/10-tips-on-how-to-write-a-bio\\_b\\_4908716.html](https://www.huffingtonpost.com/heather-hummel/10-tips-on-how-to-write-a-bio_b_4908716.html), dernière consultation 23 janvier 2018.

mais également typographiques :

When listing book publications, should you have any, italicize the title and do not put quotation marks.

Dans une étude approfondie des caractéristiques morpho-syntaxiques des notes biographiques classiques<sup>9</sup>, Gournay (2011) montre que ces textes présentent un faisceau de régularités formelles qui vont bien plus loin que ces conseils, et que, outre le contenu informationnel, la forme des notes biographiques est particulièrement contrainte d'un point de vue lexico-grammatical. Ainsi, les notes biographiques se distinguent notamment des biographies posthumes, notablement plus longues, que l'on trouve dans les éditions de classiques<sup>10</sup>. Les contraintes dégagées sont en lien avec la dimension fonctionnelle des textes mise en œuvre systématiquement dans le cadre de textes brefs. Parmi les caractéristiques linguistiques qu'elle dégage, on retiendra :

i) Une forte tendance à ce que le repère de la relation prédicative (l'élément en position de sujet grammatical) renvoie au thème de la biographique (l'auteur) et se confonde avec le repère constitutif de l'énoncé (l'élément en position thématique)<sup>11</sup> ;

ii) Des prédicats qui renvoient à l'attribution de propriétés au sujet plutôt qu'à des actions avec une diathèse passive prépondérante. Pas de verbes de sentiments ni renvoyant à un calcul modal de la part du sujet de l'énoncé ou du sujet énonciateur.

iii) Une absence notable de détermination verbale renvoyant à un repérage par rapport à une situation spécifique (BE+-ING).

iv) Une absence notable de connecteurs notamment de connecteurs qui renvoient à une évaluation qualitative de la part de l'énonciateur (*moreover, of course, etc.*).

v) Une absence de relations inter-énoncés (peu ou pas de marqueurs de liens logiques).

Du point de vue de la typologie textuelle, Gournay (2011 : 45) parle de « mode constatatif » pour décrire les caractéristiques communicatives de ces textes brefs qui

---

<sup>9</sup> Ce terme est utilisé pour désigner les notes biographiques que l'on trouve dans les romans où l'auteur est identifié par son nom ou nom de plume et non par un pseudonyme comme cela est le cas dans les romans Harlequin.

<sup>10</sup> Cf Gournay (2011 :40) pour des détails sur la constitution de son corpus afin d'avoir des éléments de comparaison entre notes biographiques brèves, biographies posthumes longues et textes narratifs.

<sup>11</sup> Cf Culioli (1999 : 104-105) et *infra* 3.2.1 pour des définitions plus détaillées de *repère prédicatif* et *repère constitutif*.

découlent, d'un point de vue énonciatif, d'une intervention minimale du sujet-énonciateur construit comme situé en dehors de l'interlocution.

Un rapide coup d'œil sur les notes biographiques que l'on trouve dans les romans Harlequin permet de dégager des propriétés linguistiques et discursives fort différentes, comme le montrent les deux exemples suivants, note biographique classique pour le premier et note biographique Harlequin pour le suivant :

- (1) **Zadie Smith** was born in north-west London in 1975 and continues to live in the area. *The Autograph Man* is her second novel. **Her first book**, *White Teeth*, was the winner of the Whitbread First Novel Award, the James Tait Black Memorial Prize for Fiction and the Commonwealth Writers' First Book Award. **She was chosen** by *Grants* as one of the Best of Young British Novelists, 2003. (Smith, Z., 2002, *The Autograph Man*, Penguin Books, 2003)
- (2) **Harper Allen** lives in the country in the middle of a hundred acres of maple trees with her husband, Wayne, six cats, four dogs – and a very nervous cockatiel at the bottom of the food chain. For excitement she and Wayne drive to the nearest village and buy jumbo bags of pet food. **She believes** in love at first sight, because it happened to her. (Allen, H., 2002, *The Night in Question*, Harlequin Intrigue)

On peut ainsi lister un certain nombre de points sur lesquels la note biographique Harlequin s'écarte de la norme (souligné dans le texte ci-dessus). On trouve par exemple :

v) Une variation entre les repères prédicatifs et les repères constitutifs, comme c'est le cas avec le SN *Haper Allen* de la phrase 1 qui est repère constitutif et repère prédicatif et le Sprep *For excitement* de la phrase 2 qui est repère constitutif de l'énoncé mais pas repère prédicatif de la relation. Ceci conduit, de fait, à une plus grande variation dans les repères constitutifs présents dans le texte.

vi) Des repères constitutifs qui renvoient à des jugements qualitatifs de l'énonciateur (*for excitement*) ;

vii) Des verbes renvoyant à des activités (*drive*) et des verbes renvoyant au calcul subjectif de la part du sujet de la relation prédicative (*believe*) ;

viii) Des commentaires de l'instance repère de la narration (*six cats, four dogs – and a very nervous cockatiel at the bottom of the food chain*);

vi) Des relations logiques construites textuellement (*because*), ce qui entraîne une forte cohésion discursive.

L'hypothèse développée ici est que ces variations par rapport au canon de la note biographique classique sont liées à des contraintes génériques liées à la fois à l'appartenance de ces romans au champ de la littérature populaire et à la mise en œuvre d'un projet éditorial spécifique à la marque Harlequin.

La question du genre romanesque et de son influence sur la forme de la note biographique est d'ailleurs soulevée par Heather Hummel lorsqu'elle précise :

Browse the Internet and look in the books on your bookshelves for ideas. **Especially read the bios of authors who write in your genre**<sup>12</sup>. (Hummel, H. *How to Write an Author Bio*)

Ainsi, l'appartenance ressentie, ou pressentie, par l'auteur, l'éditeur et le lectorat, à un genre textuel marqué (science-fiction, autofiction, historique et ici roman de gare) a bien un impact sur la forme des notes biographiques.

## **2.2 Contraintes de généricité dans les notes biographiques des auteurs Harlequin**

Les romans sériels de la collection Harlequin appartiennent à un type de littérature souvent qualifiée de *populaire*. Le terme renvoie à un ensemble d'œuvres dont la généricité est difficile à établir.

D'un point de vue esthétique, ces œuvres sont généralement caractérisées à partir d'une mise en doute de leurs qualités littéraires<sup>13</sup>, que l'on parle de contes populaires ou plus encore de littérature dite de gare.

D'un point de vue fonctionnel, elles ont des destinataires très différents, de l'assemblée communautaire pour le conte populaire, au voyageur fatigué pour les romans de gare.

D'un point de vue formel cependant, ces œuvres trouvent une forme d'unité dans le fait de fonctionner à partir canevas très répétitifs, à l'intérieur de l'œuvre, mais également d'une œuvre à l'autre<sup>14</sup>, au niveau diégétique, mais également au niveau linguistique, avec des caractéristiques lexico-grammaticales souvent saillantes<sup>15</sup>. Dans le cas des romans Harlequin, ces canevas font partie intégrante du processus d'écriture

---

<sup>12</sup> C'est moi qui souligne.

<sup>13</sup> En anglais, on oppose par exemple les termes de *high literature* et de *low literature* pour rendre compte de genres littéraires dont la qualité est jugée différente.

<sup>14</sup> Dans le cas du conte populaire, il existe de nombreux travaux répertoriant ces canevas, à commencer par *Morphologie du conte* de Propp.

<sup>15</sup> Voir à ce sujet Copy (2008) pour le conte populaire transcrit et Copy (2015) pour le roman Harlequin.

ainsi que de traduction, le cas échéant, et les auteurs, qui publient tous sous pseudonymes<sup>16</sup>, reçoivent des consignes strictes sur les modalités de composition des ouvrages.

En effet, un autre des points communs aux œuvres de littérature populaire est que la fiction repose sur la mise en place d'une proximité fictive entre les différents protagonistes de l'interlocution : le narrateur/conteur et le lectorat ou l'auditoire potentiel. Ainsi, il s'agit de produire du merveilleux tout en ancrant le récit dans un cadre reconnaissable pour ceux à qui le récit est destiné. La mise en place de ce projet repose sur un appareil de genericité où les éléments du récit sont ritualisés. Ce rite se retrouve, avec certaines variantes possibles, d'une œuvre à l'autre, ce qui a pour effet notamment de remettre en cause la liberté de l'auteur, mais permet *de facto* de rattacher l'œuvre au genre.

Parmi les outils du rituel, on trouve des données diégétiques (héros, décors, typologie événementielle, etc.) mais également des données linguistiques et énonciatives<sup>17</sup>. D'un point de vue linguistique en effet, cette ritualisation se retrouve dans le recours à des formes typiques d'énoncés qui sont la trace d'opérations langagières sur lesquelles se fonde la mise en place d'un protocole co-énonciatif propre au texte qui suit.

La mise en place des rôles énonciatifs s'effectue bien avant le début du roman et notamment dans les notes biographiques dont la familiarité participe au pacte de lecture de l'œuvre. Dans le cas des romans Harlequin, on comprend le rôle crucial de la note biographique lorsque l'on sait que l'ensemble des auteurs écrivent sous pseudonyme et que les informations qu'elles contiennent relèvent déjà de la construction fictionnelle du roman. A ce titre, loin d'être, comme avec d'autres genres de romans, le lieu où s'instaure une autorité littéraire (l'auteur, sa réalité sociale, sa légitimité, etc.) en vue de produire une œuvre crédible, c'est, dans le roman Harlequin, l'endroit où s'opère une forme de confusion entre les espaces de locution et d'énonciation du récit créant ainsi un continuum entre monde de l'auteur, qui est déjà une fiction, monde du narrateur qui est alors identifié à l'auteur, monde du personnage, et finalement monde du lectorat.

---

<sup>16</sup> La construction auctoriale est sensiblement différente entre les contes et les romans Harlequin, notamment dans la mesure où, dans les contes, l'auteur est une entité communautaire et n'est pas identifié à un individu particulier. Cependant, l'usage du pseudonyme confère une forme d'anonymat aux auteurs Harlequin qui sont envisagés comme fictionnels par le lectorat.

<sup>17</sup> Voir à ce sujet Bigley (2007).

### **3 Situation d'énonciation et construction de la généricité du texte de la note biographique Harlequin**

Dans le roman Harlequin, les coordonnées de la situation d'énonciation sont, dans un premier temps, déterminées pragmatiquement par une construction typologique du paratexte et du péritexte qui permet d'installer le protocole co-énonciatif où se met en place une première série de relations intersubjectives liant énonciateur et co-énonciateur<sup>18</sup>. Leur prise en compte permet, non seulement de proposer une analyse cohérente, en contexte, des formes typiques de celui-ci, mais également d'analyser la valeur de ces formes, compte tenu de leur adaptabilité et de leur compatibilité avec les contextes discursifs étudiés<sup>19</sup>. Cette lecture généricisée des marqueurs est fondamentale pour l'interprétation des formes lexico-grammaticales récurrentes dans le texte.

#### **3.1 Le roman Harlequin comme projet d'une littérature féminine de genre populaire**

Le site de la maison d'édition est explicite dans le projet éditorial des romans Harlequin. Dans une adresse aux lectrices potentielles, on peut ainsi lire que les romans Harlequin sont « LA référence absolue en matière de littérature romantique, et plus généralement **féminine**. » et qu'ils représentent « [une] success story qui ne doit rien au hasard, et **tout aux femmes**. »<sup>20</sup>.

Ainsi se construit, en préambule, un lien implicite entre les femmes hors-texte, les lectrices potentielles, et les femmes du texte, les auteures mais aussi, les femmes dans le texte, les héroïnes des romans qui fondent le pacte de lecture de ces ouvrages. Sur ce mélange entre différentes dimensions du texte est fondé le protocole co-énonciatif, qui repose ici sur l'idée d'une porosité de ces espaces à part, porosité qui permet la construction d'un lien voulu comme intime entre les parties, et introduit une identification possible entre les protagonistes de la scène discursive. Dans les romans en question, cette construction se poursuit dans l'appareil typologique mis en place dans le paratexte et le péritexte du roman<sup>21</sup>.

---

<sup>18</sup> Y compris dans l'introduction, le titre, ainsi que l'ensemble des autres éléments participant à la constitution du genre, pour une définition de « protocole coénonciatif », voir Delmas (2004).

<sup>19</sup> Pour plus de détails sur cette démarche dans le cadre de la TOE, voir Gournay (2006), Copy (2008, 2015).

<sup>20</sup> <http://www.harlequin.fr/contenu/qui-sommes-nous>, (dernière consultation le 28 décembre 2017). C'est moi qui souligne.

<sup>21</sup> Voir Copy (2015) à ce sujet également.

### **3.2 Mise en place du protocole co-énonciatif dans la note biographique Harlequin**

Dans le cas des romans Harlequin, on peut distinguer plusieurs éléments du péri-texte qui correspondent à une construction progressive de l'univers de la fiction, parmi lesquels la note biographique.

Dans les ouvrages consultés, cette rubrique, conformément aux engagements pris par la maison d'édition, confirme que l'auteure est bien une femme. Parmi les informations fournies à son sujet, figure toujours le lieu où elle est supposée habiter. Ces éléments posent les jalons d'un type de construction référentielle qui repose ici sur l'activation de données pragmatiques déterminées et qui servent de base à la construction auctoriale et narrative qui sont les premières instances subjectives repères dans le texte.

Dans la mesure où il n'y a en fait aucun moyen de vérifier l'authenticité des informations concernant l'auteure, puisque le pseudonyme est de mise dans cet univers, la note biographie fait déjà partie d'une construction fictionnelle dont le rôle est d'établir une fiction d'interlocution avec le lectorat, fiction qui se poursuit ensuite dans le roman. C'est aussi ce qui ressort de l'étude des formes linguistiques dans ces notes biographiques : non seulement elles s'éloignent de la forme canonique du genre, mais elles présentent déjà des propriétés linguistiques qui les placent d'emblée dans l'univers fictionnel du roman.

### **4 Propriétés linguistiques des notes biographiques Harlequin.**

Comme le précise Heather Hummel (*cf supra*), la note bio d'un auteur est appelée à changer au cours de sa carrière d'écrivain. Ainsi, indique-t-elle avoir changé la nature même des informations qui s'y trouvaient et ceci pour deux raisons : parce que, jeune artiste, elle avait une représentation idéalisée de ce qu'une note biographique devait contenir, et parce que les événements éditoriaux la concernant en ont fait changer le contenu informatif. On constate donc que, même dans une note biographique classique, on trouve des variations qui ne sont pas associées uniquement à des contraintes de genre, ce que Gournay (2011) remarque par ailleurs.

Outre ces critères liés à la maturité de l'écrivain, d'autres peuvent entrer en ligne de compte comme le montrent les deux notes biographiques de Cormac McCarthy reproduites ici, la première de 1992 et la deuxième de 2006 :

- (3) Cormac McCarthy was born in Rhode Island in 1933 but moved to Knoxville, Tennessee, at the age of four. He finished high school in 1951 and attended the

University of Tennessee in 1952, but left the following year. In 1953 he enlisted in the Air Force and served for four years. After his discharge he returned to Tennessee and attended the university for four years. McCarthy is the author of the *Orchard Keeper*, *Outer Dark*, *Child of God*, *Suttree*, *Blood Meridian*, and *All the Pretty Horses*, which won the National Book Award and the National Book Critics Circle Award. He lives in El Paso, Texas. (*All the Pretty Horses*, 1992)

- (4) Cormac McCarthy is the author of ten previous novels. Among his honors are the National Book Award and the National Book Critics Circle Award. (*The Road*, 2006)

De façon assez intéressante, on remarque que la note biographique de Cormac McCarthy se réduit considérablement dans les 14 ans qui séparent les deux occurrences. On sera tenté d'y voir un effet de la célébrité de l'auteur qui est, en 2006, reconnu comme un auteur majeur de la littérature contemporaine américaine et qui donc n'est plus à présenter. Mais lorsqu'on connaît l'œuvre, on peut également faire le lien avec le style de l'auteur en question qui peut maintenant imposer sa vision des choses à l'éditeur. On voit là que la note biographique classique n'est pas non plus un lieu neutre où se joue un simple apport d'information, mais également un lieu où se joue déjà, par le biais d'éléments à caractère stylistique, la mise en place du pacte de lecture entre auteur et lecteurs, et ainsi, de la relation co-énonciative entre les instances subjectives impliquées dans la narration.

Dans les notes biographiques Harlequin, cependant, les variations présentent des régularités qui font que l'on peut bien parler de variations de registre avec des paramètres situationnels, une dimension fonctionnelle des textes, ainsi que des caractéristiques linguistiques qui leur sont propres. On ne peut négliger cependant que leur lecture s'appuie sur les propriétés des notes biographiques authentiques.

Les spécificités des textes biographiques à l'étude vont donc être présentées régulièrement en contraste avec les notes biographiques classiques, c'est-à-dire de romans qui ne sont pas particulièrement catalogués dans un sous-genre.

#### **4.1 Notes sur le corpus Harlequin**

Le corpus de notes biographiques Harlequin est constitué de deux ensembles distincts sur certains points.

Le premier ensemble contient cinq notes biographiques extraites de livres papier. Elles sont représentatives du registre car elles se situent dans le contexte des notes



biographiques en général, c'est-à-dire dans l'appareil péritextuel du roman. A ce titre elles figurent entre les *praises* et une rubrique spécifique aux romans Harlequin intitulés *cast of characters* où les personnages du roman sont présentés à la manière des personnages d'une pièce de théâtre<sup>22</sup>.

Le deuxième ensemble est constitué de 30 notes biographiques choisies au hasard sur le site de la maison d'édition. Dans ce deuxième ensemble, la note biographique n'est pas directement associée à un roman et elle fait plutôt partie du paratexte. Elle est à ce titre associée à une photo de l'auteur en question et parfois d'un podcast dans lequel l'auteur se présente. Autre remarque : bien que la taille de la note bio ne soit plus contrainte par l'espace du livre, les occurrences trouvées sur le site respectent le format délimité par Gournay (2011), c'est-à-dire entre 50 et 300 mots environ, ce qui montre bien que la forme brève est envisagée par les auteurs comme contraignante. Quelques occurrences atypiques de textes beaucoup plus longs n'ont pas été retenues. L'ensemble compte près de 4800 mots.

#### **4.2 Construction du pacte interlocutif dans les notes bio Harlequin**

Les notes biographiques classiques se caractérisent par un contenu spécifique, origine de l'auteur, âge, production littéraire qui, comme le remarque Gournay (2011 : 39), cherche à persuader que l'auteur mérite d'être lu car c'est un écrivain talentueux, prometteur, confirmé, *etc.* Au contraire, poursuit-elle, les notes biographiques Harlequin indiquent au lecteur que l'auteure « mérite d'être lue parce qu'elle est proche des héroïnes qu'elle dépeint ». Cette proximité avec l'univers de la lectrice est construite textuellement sur un mode que l'on pourrait qualifier d'*empathique* par opposition au mode *constatatif* des notes biographiques classiques. Les propriétés de l'instance énonciative du texte influent ainsi sur les caractéristiques linguistiques aux niveaux inter et intra-énoncés. Parmi celles-ci, on remarque que les modes de repérages énonciatifs et prédicatifs vont dans le sens d'une construction textuelle fortement cohésive qui s'apparente à du discours<sup>23</sup>.

##### **4.2.1 Marqueur typologique, repère prédicatif et repère constitutif dans la note biographique Harlequin**

De nombreuses études, dans des cadres théoriques variés, ont montré l'importance

---

<sup>22</sup> Sur le lien entre ces différents éléments du péritexte et leur participation à la mise en place du protocole co-énonciatif dans le roman Harlequin, voir Copy (2015).

<sup>23</sup> Par *discours*, on se place ici dans la lignée de la distinction établie par Benveniste (1966) entre *histoire* et *discours*, c'est-à-dire un mode d'énonciation où se construit une interlocution, fût-elle fictive.

de l'élément qui occupe une position thématique à différents niveaux de la construction de l'énoncé. Au niveau textuel par exemple, Virtanen (1999) a montré que ce qu'elle appelle un *text type marker*, c'est-à-dire l'élément qui se trouve à l'initiale du texte, indique au lecteur la stratégie textuelle et influe sur ses attentes, et de fait sur la construction du sens dans le texte<sup>24</sup>.

Dans le modèle culiolien, deux positions initiales sont prises en compte en particulier au niveau de la construction de l'énoncé :

- le repère prédicatif, qui sert de repère au niveau de la relation prédicative et se place en position de sujet du verbe ;
- le repère constitutif, qui sert de repère au niveau de l'énoncé, et se place en position initiale de celui-ci.

Les deux niveaux de repérage sont cruciaux dans les propriétés linguistiques des relations prédicatives et des énoncés, certaines configurations entraînant des contraintes aspectuo-temporelles par exemple<sup>25</sup>.

Ces deux niveaux de repérages peuvent se confondre comme c'est le cas dans l'exemple (5) :

(5) **Amy Vastine** has been plotting stories in her head for as long as she can remember. An eternal optimist, she studied social work, hoping to teach others how to find their silver lining. Now, she enjoys creating happily ever afters for all to read. Amy lives outside Chicago with her high school-sweetheart-turned-husband, three fun-loving children, and their sweet but mischievous puppy dog. Visit her at her website.

En (5) le SN *Amy Vastine* est repère prédicatif et repère constitutif de l'énoncé initial. Il est également *text type marker* et permet de construire un domaine co-énonciatif spécifique au texte de la note biographique : dans ce texte il s'agit du référent de ce SN initial.

Cette configuration correspond à 97% du corpus de cette étude, ce qui est cohérent avec les résultats obtenus par Gournay (2011) qui sont de 100% cependant. Ces données

---

<sup>24</sup> « what is chosen as **the starting point in a given context** will have consequence for the **processing of the rest of the sentence and for the text world that the interlocutors are constructing and reshaping**, their anticipations of what follows, and the order in which their uncertainties are eliminated. » Virtanen (2004 : 81-82). C'est moi qui souligne.

<sup>25</sup> Voir à ce sujet, Gournay (2006) et Copy&Gournay (2009), sur les contraintes dans les inversions locatives. Plus largement, en anglais, le trait inanimé du repère prédicatif entraîne des contraintes lexicales sur le choix du verbe mais également de détermination aspectuelle avec BE+-ING par exemple,

confirment la mise en place de la stratégie textuelle de la biographie et rend le texte en (5) conforme au registre de la note biographique classique.

Pourtant, d'autres éléments sont à prendre en compte comme la variation quantitative et qualitative dans les repères constitutifs de l'énoncé dans l'ensemble du texte, variation qui est déjà initiée par celle dans les marqueurs typologiques.

En effet, dans les 3% des cas restants, on trouve :

i) Un syntagme adjectival en position épithète (3 cas) : *Prolific New York Times bestselling author Elaine Coffman* ;

ii) Un syntagme adjectival en apposition (1 cas) : *Inspired by an American tissue-harvesting case* ;

iii) Un syntagme nominal en apposition (2 cas) : *A descendant in a long line of schoolteachers* ;

iv) Une proposition adverbiale (3 cas) : *Even though Kate is an Aries (the fire sign)*.

Si le premier cas peut être considéré comme très proche de la configuration canonique, puisque le repère prédicatif est bien un SN renvoyant à l'auteur, les suivants représentent un écart par rapport à la norme, écart qui se retrouve dans le reste du corpus.

En effet, Gournay (2011) trouve que dans l'ensemble de son corpus, 80% des repères constitutifs renvoient à l'auteur dont parle la note biographique, ce taux est de 50% dans les notes biographiques Harlequin. Par ailleurs, seuls deux autres types de repères constitutifs sont présents dans le corpus de notes biographiques utilisé par Gournay (2011) : des repères de nature temporels –dates, périodes de la vie situées dans le temps– qui représentent  $\frac{3}{4}$  des 20% restant auxquels s'ajoutent des repères qui permettent une spécification du sujet. Gournay souligne ainsi la prédominance, pour les phrases de son corpus, du schéma SJT-VB-COMP, avec un SJT représentant une référence nominale renvoyant à l'auteur ou son œuvre (*She, Her books* etc.) et de fait, une absence notable de cohésion inter-énoncés. Dans le corpus Harlequin, en revanche, ce schéma ne représente pas la norme. On constate une variation des types de repères qui met en place un schéma textuel dans lequel la cohésion discursive est particulièrement marquée, ce qui permet de créer les conditions d'un mode discursif dont la situation d'énonciation renvoie à des coordonnées interlocutives, posées comme préconstruites en amont du texte.

---

ou encore filtre certaines valeurs des auxiliaires de modalité.

#### 4.2.2 Cohésion discursive et construction d'un schéma interlocutif

Le schéma prédicatif typique dégagé par Gournay (2011) pour les notes biographiques classiques participe de la mise en place de ce qu'elle appelle un mode constatatif où l'intervention du sujet-énonciateur est réduite à son minimum, et par là même le domaine co-énonciatif : le texte se présente comme informatif, sans que le lien avec la situation d'énonciation ne soit marqué et sans que les instances interlocutives ne soient sollicitées. Il y a apport d'information sans plus. Dans les notes biographiques Harlequin, en revanche, le texte est construit comme un échange à l'intérieur d'un espace co-énonciatif préconstruit et la nature des repères constitutifs dans le texte est une donnée importante de la constitution de cet espace car ils permettent d'introduire, de façon plus ou moins explicite, des ruptures qualitatives au sein de l'instance énonciative en impliquant la présence de deux énonciateurs séparés, énonciateur et co-énonciateur<sup>26</sup>, comme dans du discours rapporté.

Tout d'abord, dans 30% des énoncés, le repère constitutif est distinct du repère prédicatif. On trouve les configurations suivantes :

- Le repère constitutif contient une information temporelle :

- (6) **Every day**, she spends at least a few minutes watching the water, and on good — or very bad — days, you can find her walking the seawall for hours, rain or shine.
- (7) **When not writing or painting**, Diane can usually be found spending time with her family at their camp on a small Maine pond, or watching television.
- (8) **Now** she crafts her own worlds and characters and enjoys spending as much time with them as possible.

Du point de vue de la détermination spatio-temporelle, on pourrait penser que ce schéma est conforme aux résultats obtenus par Gournay (2011), cependant on note qu'il n'y a aucune date précise dans l'ensemble du corpus alors qu'elles sont très nombreuses dans le corpus notes biographiques classiques.

L'information contenue dans le repère constitutif renvoie ici soit à un parcours d'occurrences (sur la classe des instants en (6) ou sur une classe d'événements en (7))

---

<sup>26</sup> La construction d'un espace co-énonciatif et co-locutif est également une constante dans la littérature populaire et on retrouve ce type de stratégie dans le conte populaire (cf. Copy, 2008, 2011, sur le sujet). Dans le conte cependant, on a une alternance codifiée entre le domaine de l'énonciation-interlocution (discours) et le domaine de l'énonciation hors interlocution (récit) alors que dans les romans Harlequin, le récit, construit comme un discours, brouille constamment les frontières.

non situé dans le temps calendaire, soit à un repérage déictique (8), ce dernier cas étant notablement absent des notes biographiques classiques. Ainsi, les événements ne sont pas situés dans une chronologie historique, mais dans un espace-temps indéterminé et finalement repérable par rapport à l'instant-repère de la lecture.

- Le repère constitutif apporte une spécification au sujet :

- (9) **An eternal optimist**, she studied social work, hoping to teach others how to find their silver lining.
- (10) **With a degree in geography and archaeology**, Louise finds landscapes and places are a powerful influence on her writing, (...).
- (11) **Besides spoiling her mini-dachshund and keeping up with her busy kids**, Jill enjoys magazines, M&MS, fluffy animals and nature walks.
- (12) **Married with two children**, Bella splits her time between the Northern California wine country and a 100-year-old log cabin in the Adirondacks.

On trouve ici des SN en apposition (9), des Sadj en apposition (12), des Sprep contenant un SN (10) ou un gérondif (11) qui apportent une qualification au SN RP de la principale.

D'un point de vue informationnel, le repère constitutif représente un apport qualitatif quant au thème de la note biographique (l'auteur du roman).

D'un point de vue discursif, et quel que soit le contenu informationnel de ces segments apposés, on remarque qu'ils contribuent à forger une cohésion textuelle en induisant des contenus argumentatifs. En effet, en (9) et en (10) par exemple, le segment apposé est interprétable comme étant explicatif de la relation prédicative qui suit comme l'explicitent les manipulations suivantes :

- (9a) **Since she is an eternal optimist**, she studied social work, hoping to teach others how to find their silver lining.
- (10a) **Since she has a degree in geography and archaeology**, Louise finds landscapes and places are a powerful influence on her writing, (...).

Par ailleurs, la construction d'une dimension argumentative dans le discours va de pair avec la valeur de préconstruction dont les marqueurs en place sont la trace. Ainsi, le marqueur *since* est la trace d'une construction intersubjective qui implique la préconstruction d'un domaine co-énonciatif : *puisque* renvoie en effet à une cause posée comme allant de soi en co-énonciation. Ceci est vrai également de *besides* en (11) qui introduit du contenu posé comme préconstruit dans une énonciation antérieure.

De plus, l'emploi récurrent de formes non-finies du verbe dans les segments

apposés et antéposés est cohérent avec cette stratégie discursive : i) les formes –ING (participes présents et gérondifs) du verbe renvoient à une préconstruction d’occurrences de procès qui sont posées comme allant de soi dans la situation repère ; ii) les formes en –EN (participes passés) renvoient à un état résultant et sont la trace de la validation d’une relation prédicative dans une énonciation antérieure.

En outre, on retrouve des variations semblables dans les repères prédicatifs dont voici des exemples :

(13) Some considerable time later she joined forces with a friend and became one half of the writing partnership Francesca Shaw. **What began as a decidedly tipsy storytelling session in a Burgundian vineyard** led on to a series of Historical Romances, all but one set in the Regency period.

(14) **Playing guitar, hunting backyard butterflies and coloring** (yes, coloring) keep her creativity honed.

En (13), le repère prédicatif *What began as a decidedly tipsy storytelling session in a Burgundian vineyard* est une relative nominale qui renvoie à une relation prédicative préconstruite (*the writing partnership Francesca Shaw*) et qui marque ici une forte cohésion inter-énoncés, ce qui est également un trait distinctif par rapport aux notes bio classiques qui se caractérisent par un manque notable de marqueurs de cohésion inter-relations prédicatives. On retrouve ces effets cohésifs dans l’exemple (14) où la valeur de préconstruction des formes –ING se double d’une énumération qui se termine par une coordination et fait le lien entre ces différentes relations préconstruites. L’ensemble contribue à la construction d’un texte où l’intervention narrative est forte.

#### **4.2.3 Autres marques d’interlocution dans le texte de la note biographique Harlequin**

Parmi les marques qui construisent un repérage marqué par rapport à la situation d’énonciation dans le texte de la note bio Harlequin, on notera la présence de prédicats à la forme négative. Ainsi, alors que dans le corpus Gournay on ne trouve qu’une marque de négation, on en trouve 13 dans le corpus de notes biographiques Harlequin, dont l’exemple suivant est représentatif :

(15) If **not** behind her computer, you can find her reading her favorite authors, hiking, swimming or laughing.

La forme négative engage la préconstruction de la forme affirmative de la relation<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Par cela, on fait référence au fait que pour choisir l’extérieur du domaine, il faut avoir construit le

et ainsi l'instauration d'un rapport cohésif dans le texte mais ouvre également de façon explicite le domaine co-énonciatif du texte. En effet, la négation, en tant qu'opération seconde, est ici la trace d'une préconstruction en co-énonciation à partir des croyances du co-énonciateur-lecteur dont on construit de fait un univers d'attente (*she must always be behind her computer*).

Cette construction, en forme d'interlocution entre narrateur et narrataire, typique de forme subjectivée de récit se retrouve enfin dans les incises qui sont également un motif dans ces notes biographiques et donc on trouve un exemple en (14) avec le segment entre parenthèses : *Playing guitar, hunting backyard butterflies and coloring (yes, coloring) keep her creativity honed*.

Ainsi, dans cette incise à caractère autonome, l'interlocution est construite de façon explicite et instaure, de fait, une complicité entre l'auteur de la note biographique, qui est auteur du roman, et la lectrice et participe à la construction d'une texture de type *discours*.

En effet, comme le montre (16) qui suit, les propriétés discursives de notes biographiques Harlequin les rapprochent d'un mode de discours proche du discours indirect libre :

(16) Ever since she was a little girl making her own books out of construction paper, Ann Voss Peterson wanted to write. So when it came time to choose a major at the University of Wisconsin, creative writing was her only choice. Of course, writing wasn't a practical choice--one needs to earn a living.

Cet extrait, représentatif du corpus, reprend les caractéristiques relevées dans cette étude : repère constitutif distinct du repère prédicatif et du thème de la note biographique (*Ever since she was a little girl making her own books out of construction paper; So when it came time to choose a major at the University of Wisconsin*), marqueurs de parcours sur la classe des instants (*ever since, when*), forte cohésion discursive (*so*), négation (*wasn't*), ensemble de propriétés qui renvoie à une forme de discours fortement subjectivée impliquant une instance énonciative spécifique qui comprend une situation d'interlocution. Ce trait est renforcé en (16) par l'incise (*one needs to earn a living*) mais également par la contraction de la négation typique des formes de discours rapporté, formes dont le texte des romans Harlequin fait un usage

---

domaine et son intérieur comme le montre le fait que l'on puisse dire *tu viens, oui ou non ?* et pas *\*tu viens, non ou oui ?*

quasi-exclusif<sup>28</sup>.

## 5 Bilan

L'étude des relations inter-énoncés des notes biographiques Harlequin a permis de montrer de quelle manière la généralité de ces romans influait sur les propriétés linguistiques des textes à deux niveaux en particulier. Tout d'abord, alors que les notes biographiques classiques se caractérisent par un schéma prédicatif particulièrement répétitif, celui que l'on trouve dans les notes biographiques Harlequin est marqué par une forte variation des repères constitutifs et prédicatifs. Cette variation est liée à deux paramètres en particulier : la construction d'un haut degré de cohésion inter-énoncé et l'introduction d'un mode argumentatif avec le recours à des marqueurs de préconstruction qui induisent un domaine co-énonciatif marqué. Ces caractéristiques linguistiques vont dans le sens de la construction d'une interlocution entre énonciateur et co-énonciateur, à un moment T spécifiée le cas échéant par *now*. À ce titre, la stratégie textuelle s'éloigne d'une construction de type *histoire* où la construction spatio-temporelle est posée comme en rupture avec le moment de l'énonciation, comme c'est le cas dans le canon du registre, pour s'orienter vers un mode d'énonciation de type *discours*. Cette orientation se retrouve également au niveau intra-prédicatif, notamment au niveau du choix du lexique verbal, ainsi qu'au niveau des marques de modalisation de la relation prédicative. Cette subjectivation est cohérente avec le projet éditorial de la maison Harlequin et montre que, dans ce cas au moins, l'étude des caractéristiques de registre ne peut faire l'économie de la dimension de généralité du texte. Cependant, cette étude montre également que certaines des caractéristiques liées au registre sont constantes. Dans les notes biographiques, c'est le cas de la brièveté, préservée même lorsque les conditions matérielles ne l'imposent plus, et dont on voit ainsi qu'elle participe de façon importante à la fonction du texte : quel que soit en effet le genre du roman à suivre et les formes lexico-grammaticales qui la composent, la note biographique représente un seuil d'entrée dans l'œuvre. Elle constitue alors un passage bref au cours duquel le lecteur, ou encore la lectrice, se saisit des clés autoritaires du récit à suivre et qui conditionne le pacte de lecture.

---

<sup>28</sup> Cf Copy (2015) sur ce sujet.



## Références

- Benveniste É. ([1959] 1966). Les relations de temps dans le verbe français, *Problèmes de linguistique générale, Tome 1*, 237-250. Paris : Gallimard.
- Bigey M. (2007). Entre répétition lexicale et répétition narrative : les procédés imposés du roman sentimental de type sériel. In Alexandra-Flora Pifarré et Sandrine Rutigliano-Daspét (dir.), *Re-, Répéter-, Répétitions*. 11-22, Chambéry : Université de Savoie, LLLS, coll. Ecole doctorale.
- Biber D. & Conrad S. (2009). *Register, genre and style*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Copy C. (2008). *Débuts de contes et construction d'une situation en anglais et en français*, Thèse de doctorat en linguistique anglaise, soutenue en sept. 2008 à l'UFR d'Études Anglophones, Université Paris 7-Denis Diderot.
- Copy C. (2011). 'If I were there then I wouldn't be there now'. Représentation des relations intersubjectives dans les débuts de contes transcrits. In Fabre, C., Vialle, E. & Weets, T. (dir.), *La Relation II*, 21-29, Paris : Michel Houdiard Editeur.
- Copy C. (2015). C'est une femme qui vous parle : à propos de quelques caractéristiques du discours rapporté dans les romans sentimentaux de la collection Harlequin en anglais. *Le Discours et la Langue*, 141-152, Bruxelles : Revue de linguistique française et d'analyse du discours.
- Culioli A. ([1982] 1999). Rôle des représentations métalinguistiques en syntaxe. *Pour une linguistique de l'énonciation*, 2, 95-114. Gap : Ophrys.
- Gournay L. (2012). Formes et fonctions d'un discours objectivé : le cas des notes biographiques en anglais. *Le Discours et la Langue*, 37-56. Bruxelles : Revue de linguistique française et d'analyse du discours.
- Virtanen T. (2004). Point of Departure: Cognitive Aspects of Sentence-Initial Adverbials. In T. Virtanen (ed.), *Approaches to Cognition through Text and Discourse*, 79-97. Berlin – New York : Mouton de Gruyter.



## Juste un merci

PUYO Baptiste  
(Université des langues Étrangères de Tokyo)

### Résumé

*L'emploi en français de merci dans les courriels professionnels est contraint, puisqu'on lui préfère généralement une formule plus longue comme je vous remercie. Autrement dit, dans une situation formelle, il est déconseillé de juste dire merci. C'est donc qu'il existe vraisemblablement une relation entre l'emploi bref de merci et l'oscillation de la valeur de politesse. Comme si la brièveté n'était pas polie. Le but du présent article est d'élucider le rôle ainsi joué par la brièveté.*

*The use of merci 'thanks' in professional emails is constrained, since we usually prefer a longer formula such as je vous remercie 'I thank you'. In other words, in a formal situation, it is inadvisable to just say merci. It is therefore likely that there is a relation between the brief use of merci and the oscillation of politeness, as if brevity was not polite. The purpose of this article is to elucidate the role thus played by brevity.*

あらたまったメールで謝礼する場合、フランス語ではただ merci だけではなくより丁寧である je vous remercie sincèrement を用いるべきである。このように丁寧表現が変化するのは、マナーコードなどの社会的な文脈とは別の言語学的な規定によるのではないか。そして、それが短文の問題に起因しているのではないか。本論文の目的は、感謝の意味作用の背後に働いている短文のこのような役割を明らかにすることである。

### Mots clés

Structure énonciative, structure prédicative, politesse

Enunciative structure, predicative structure, politeness

発話構造, 叙述構造, 丁寧表現

### 1 Introduction

S'il existe un genre bref, c'est qu'il existe un genre long. Cette affirmation sur l'existence supposée d'un découpage linguistique autour des concepts de brièveté et de

longueur est vérifiable dans la vie de tous les jours, notamment au moment de rédiger un courriel professionnel : dans le cas d'un remerciement de type formel, on préférera à un bref *merci* une formule plus longue comme *je vous remercie (sincèrement)*. Comme si la brièveté n'était pas polie. Dans le présent article, nous essaierons d'apporter une réponse linguistique à la question (pragmatique) de l'apparente incompatibilité entre brièveté et politesse.

## 2 Description linguistique du remerciement

### 2.1 Structure de bénéfice

Le remerciement est un acte de langage à valeur performative (Austin, 1962) d'un type particulier, puisqu'on considère traditionnellement que l'acte de remerciement intervient par rapport à un autre acte que le remerciement. À la suite de Benveniste (1969 : 214), Anscombe (1979 : 76) interprète le préfixe dans *re-mercier* comme une marque non pas de répétition (re-commencer la même chose) mais de retour (re-prendre quelque chose à quelqu'un, re-venir sur ses pas). Le remerciement est ainsi défini comme orienté sur un autre acte, qu'il sert à adoucir (*Non, merci.*) ou à renforcer (*Merci de/pour votre gentillesse.*). Autrement dit, l'acte de remerciement présuppose une visée, comme le laisse entendre Kerbrat-Orecchioni (1992 : 15) lorsqu'elle écrit que l'acte de remerciement intervient dans le but de faire mieux comprendre la visée communicative du locuteur. Mais de quel type précis de visée s'agit-il ?

L'observation de la langue japonaise, utilisée ici comme métalangue du français, permet d'avoir une idée de la nature de cette visée, que la langue française ne marque pas linguistiquement. En japonais, l'acte de remerciement, lorsqu'il prend pour objet une action représentable par un prédicat verbal, du type *Merci d'être venu.* en français, s'accompagne nécessairement d'un verbe auxiliaire comme *-kureru/-kudasaru* (« donner, accorder ») qui exprime une structure de bénéfice : de cette façon, dans un énoncé performatif de remerciement comme (1), l'emploi de l'auxiliaire est indispensable après le prédicat verbal, qu'il permet de construire comme une action me bénéficiant :

(1) Kite-kurete arigatô.

venir-auxiliaire de bénéfice / merci

Merci d'être venu.

L'emploi de ce type d'auxiliaire en japonais révèle, à la lisière de l'acte de remerciement, l'existence (indispensable) d'une structure de bénéfice.

## 2.2 Bénéfice direct et bénéfice indirect

Si l'on remercie, c'est donc en réponse à un bénéfice. Néanmoins, nous remarquons que l'emploi en japonais de *arigatô*, ordinairement traduit en français par « merci », est contraint selon le type de bénéfice impliqué, puisque son emploi n'est possible que lorsque l'action à l'origine du bénéfice est située dans le domaine direct de l'interlocuteur (bénéfice direct). De cette façon, lorsque le bénéfice est assuré par le délocuté comme en (2), l'emploi en japonais de *arigatô* devient problématique (bénéfice indirect) :

(2) \*Kare-ga kite-kurete arigatô.

lui-préposition sujet / venir-auxiliaire de bénéfice / merci

Merci à lui d'être venu.

Dans ce type de situation de bénéfice indirect, le locuteur, au lieu de remercier par l'emploi de *arigatô*, se contentera d'exprimer son sentiment de gratitude, comme en (3) :

(3) Kare-ga kite-kurete ureshi-katta.

lui-préposition sujet / venir-auxiliaire de bénéfice / être content-passé

J'étais content qu'il vienne.

## 2.3 Contraintes interlocutives et aspectuelles

(i) Cette contrainte pesant sur l'emploi en japonais de *arigatô* montre que, contrairement à l'expression de la gratitude, qui peut potentiellement concerner/viser n'importe qui (*Je suis content que tu viennes.*, *Je suis content qu'il vienne.*), l'acte de remerciement en japonais ne peut avoir lieu que dans le cadre strict d'un bénéfice direct ayant strictement lieu entre le locuteur et l'interlocuteur. C'est-à-dire dans le cas d'une configuration interlocutive de type dialogique.

Nous remarquons le même type de contrainte de personne en français. De cette façon, l'acte de remerciement en français n'est orientable vers le délocuté que si l'on construit celui-ci comme l'allocutaire, selon un effet de groupe, que permet par exemple de sceller le contrat de mariage comme en (4) :

(4) Merci à lui (ton mari) d'être venu.

Cette observation indique qu'il existe donc un rapport étroit entre l'acte de remerciement et la catégorie de personne : l'acte de remerciement, qui n'accepte qu'un sujet de première personne et un datif de deuxième personne, impose une structure interlocutive de type dialogique.

(ii) Ce fait, qui catégorise l'acte de remerciement comme un acte d'adresse (au

même titre que *bonjour, au revoir, s'il-vous plaît*, etc.) est à relier avec l'autre fait selon lequel l'acte de remerciement, lorsqu'il s'effectue par l'entremise d'un prédicat verbal comme signalé en introduction, est nécessairement au présent de l'indicatif, comme en (5) :

(5) Je vous remercie d'être venu. ; Je vous suis reconnaissant d'être venu.

Lorsque le prédicat verbal est employé dans un autre temps que le présent de l'indicatif, l'énoncé prend un sens descriptif, incompatible avec le sens d'adresse signalé plus haut. Dès lors, le remerciement perd toute valeur performative, comme en (6) :

(6) ?Je vous ai remercié d'être venu. / ?Je vous étais reconnaissant d'être venu.

L'observation de ces contraintes (la structure dialogique et le présent de l'indicatif) révèle l'articulation de deux niveaux de signification dans l'acte de remerciement : d'une part, le niveau énonciatif (contrainte interlocutive de personne) et, d'autre part, le niveau prédicatif (contrainte aspectuelle de temps). Il apparaît ainsi judicieux d'appliquer le terme de procès (c'est-à-dire les notions d'aspect et d'organisation interlocutive) à la description de l'acte performatif de remerciement, que l'on considère ordinairement comme la simple expression du sentiment de gratitude : de cette façon, le sens performatif de remerciement n'est susceptible d'émerger que dans le cas précis d'un procès au présent (c'est-à-dire un procès actuel, ni révolu ni à venir) et orienté de la première personne vers la deuxième personne.

### **3 Deux façons de remercier**

#### **3.1 Implicite contre explicite**

Néanmoins, en même temps que nous comprenons que l'acte de remerciement fait ainsi s'emboîter le niveau énonciatif dans le niveau prédicatif, nous sommes contraints de distinguer deux types de remerciement : d'une part, le remerciement par l'emploi d'un prédicat verbal (*Je vous remercie.*, *Je vous suis reconnaissant.*) qui explicite, par l'emploi des pronoms personnels (sujet et datif) et du présent de l'indicatif, la nature précise des relations énonciatives et prédicatives sous-jacentes à l'action de remercier, et d'autre part, le remerciement par l'emploi de l'interjection *merci* qui, au contraire, ne marque pas linguistiquement ces relations qu'il laisse dans le domaine de l'implicite.

#### **3.2 Les limites de la délocutivité benvenistienne**

Afin d'être valide, ce découpage d'ordre syntactico-morphologique doit pouvoir être recoupé par des observations similaires sur le plan sémantique. Au sujet de la

différence sémantique entre l'interjection *merci* et le prédicat verbal *remercier*, Benveniste (1958) recourt à la notion de délocutivité : le verbe *remercier* serait le délocutif lexical de *merci*, selon une dérivation sémantique de la valeur performative de remerciement.

Le premier point qui pose problème dans la position de Benveniste est le prétendu lien historique entre *merci* et *remercier*. Bloch et Wartburg (1932) estiment ainsi que le sens de remerciement de *merci* provient de *mercier*, apparu au XI<sup>ème</sup> siècle, et non pas de *remercier*. Plus tard, Anscombe (1985 : 14) affirme de son côté que l'emploi de *merci* en tant que performatif exprimant le remerciement n'est apparu qu'à la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle, à savoir bien après celui du verbe *remercier*, attesté dès le XIV<sup>ème</sup> siècle au sens moderne de remerciement. Enfin, si Dhorne (2016 : 62-63) montre qu'en réalité il existe des occurrences de *merci* comme forme de remerciement dès le XII<sup>ème</sup> siècle, faisant tomber à plat la critique de Benveniste par Anscombe, elle s'inscrit néanmoins dans ce courant en validant la non délocutivité du verbe *remercier*. L'impossibilité (historique) de lien dérivatif pouvant rapprocher diachroniquement *merci* et *remercier* remet donc en question le socle descriptif de la délocutivité benvenistienne, et nous invite à examiner si l'emploi de l'interjection *merci* permet d'exprimer, sur le plan synchronique, le même type de remerciement que l'emploi du prédicat verbal *remercier*.

Le deuxième point avancé par Benveniste, lorsqu'il affirme que le verbe *remercier*, en tant que délocutif, reçoit la même valeur sémantique que l'interjection *merci* dans un rapport d'équivalence, nous semble ainsi problématique au regard de la dichotomie implicite/explicite pointée du doigt dans le paragraphe précédent, car, comme nous l'avons vu, le verbe *remercier* n'est capable de prendre le sens performatif de remerciement que dans le cas d'une configuration énonciative/prédicative d'un type bien précis. Cela signifie que le verbe *remercier* ne contient pas en lui la valeur de remerciement, qui, comme nous l'avons vu, est une valeur qui se construit dans l'énonciation (structure dialogique) et la prédication (présent de l'indicatif).

### **3.3 Remerciement contre requête**

Si la valeur performative de remerciement est donc une valeur construite dans le temps et dans l'espace, puisqu'il doit s'agir d'une action ayant lieu au temps présent (présent de l'indicatif) entre deux personnes situées l'une en face de l'autre (structure dialogique), il n'est donc pas étonnant que l'emploi de l'interjection *merci*, qui ne marque pas les catégories de personne ou de temps, se détache du sens performatif de remerciement, dans certaines situations précises.

De cette façon, nous remarquons que le sens de remerciement diminue, au profit du sens de prière, dans le cas de la tournure syntaxique *merci de* + infinitif présent de verbe d'action, comme en (7) :

(7) (Inscription dans une gare) Merci de composer votre billet.

(i) Le premier élément de réponse concerne, comme nous le supposons, la catégorie de temps. Contrairement à l'acte de remerciement, qui intervient en réponse à un bénéfice constaté dans le passé (*Merci d'être venu.*) ou dans le temps présent (*Merci d'être à mes côtés.*), l'acte de requête prend pour objet un bénéfice à venir (*Merci de venir.*). Nous remarquons que le bénéfice passé ou en cours s'accommode aussi bien de l'emploi de *merci* que de celui du verbe *remercier*, comme en (8) et en (9) :

(8) Merci d'être venu. ; Je vous remercie d'être venu.

(9) Merci d'être à mes côtés. ; Je vous remercie d'être à mes côtés.

En revanche, le bénéfice à venir, que l'emploi de l'infinitif présent (d'un verbe d'action) laisse temporellement non marqué, n'est en revanche compatible qu'avec l'emploi de *merci*, comme en (10) :

(10) Merci de venir. ; ?Je vous remercie de venir.

Ces différences d'emploi entre *merci* et *remercier* montrent que, contrairement à *remercier* qui, dans son emploi performatif, est nécessairement au présent de l'indicatif, *merci* présente la particularité d'être temporellement non marqué. De cette façon, l'emploi de *merci* est compatible avec le futur (propre au sens de la requête). Dhorne (2016 : 64-65) analyse ainsi une requête du type de (11) comme « un déplacement virtuel dans le futur », avant de continuer en expliquant que « si l'acte n'a pas été accompli, le remerciement “dans le futur” se traduit en réalité par une demande » :

(11) Merci d'avance de/pour votre réponse. (Dhorne, 2016 : 64-65)

Au contraire de l'interjection *merci*, qui laisse ainsi ouverte (car implicite) sa temporalité, le prédicat verbal *remercier*, justement parce qu'il est un prédicat verbal avec un temps grammatical, s'inscrit nécessairement dans une temporalité fermée au présent de l'indicatif, incompatible avec le temps au futur d'un bénéfice à venir.

(ii) Le deuxième élément de réponse concerne, sans surprise, la catégorie de personne. Le remerciement est affaire d'intimité (dans le sens de proximité interlocutive, du type d'un face à face), comme l'a montré l'importance de la structure dialogique. Lorsque l'interlocuteur est public, c'est-à-dire dans le cas d'un interlocuteur virtuel, le dialogue devient un dialogue virtuel, et la valeur de remerciement a donc naturellement tendance à diminuer. De cette façon, en (7), le locuteur (la SNCF) cherche davantage à



faire accomplir par l'interlocuteur public (les usagers) une certaine action, pouvant déboucher sur un éventuel refus (fait en suspens), qu'à exprimer le remerciement. Nous remarquons ainsi que dans ce cas il devient difficile pour le locuteur d'exprimer son état d'âme, précisément en raison de l'affaiblissement de la structure dialogique :

(12) (Inscription dans une gare) Merci de composer votre billet. ?Nous apprécions.

Lorsque l'interlocuteur se situe en face de soi ou est clairement identifié (au téléphone, dans un courriel, etc.), il est ainsi plus embarrassant de produire le sens directif, en raison du rapport autoritaire de toute requête. Si le locuteur désire malgré tout solliciter son interlocuteur privé, hormis les situations de hiérarchie très marquées (un père à son fils, etc.), il lui est alors conseillé d'adoucir sa requête par l'emploi d'une expression atténuante, comme en (14) :

(13) ?Merci de baisser le volume de votre iPod.

(14) Merci de bien vouloir baisser le volume de votre iPod.

Ici aussi nous comprenons donc pourquoi l'emploi du prédicat verbal *remercier*, qui impose une structure prédicative fermée de type dialogique pour prendre le sens performatif de remerciement (*Je vous remercie.*), ne peut que difficilement accepter cet emploi directif, qui a besoin de l'anonymat (ou de la distanciation) pour émerger sans conflit.

## 4 Remerciement bref et remerciement long

### 4.1 Différences de politesse

L'analyse contrastive des niveaux énonciatif et prédicatif à l'œuvre dans l'acte performatif de remerciement nous fournit ainsi les clés descriptives pour comprendre les différences de politesse, pragmatiquement ressenties, entre l'emploi de *merci* et celui d'un prédicat verbal comme *remercier*.

Nous avons ainsi vu que la principale différence entre l'interjection *merci* et le prédicat verbal *remercier*, dans un contexte performatif de remerciement, se situait au niveau du marquage ou du non marquage linguistique de ces structures énonciative (structure dialogique) et prédicative (présent de l'indicatif) : d'un côté, l'emploi de *merci* laisse ces relations dans le domaine de l'implicite ; de l'autre côté, l'emploi de *remercier* explicite nécessairement ces relations.

(i) Autrement dit, *remercier* quelqu'un en employant un simple *merci* équivaut donc à rester linguistiquement implicite, c'est-à-dire à laisser à l'interlocuteur (qui n'a pas

que ça à faire !) le soin/le travail d'effectuer lui-même le rapport entre l'emploi de *merci* et la valeur performative de remerciement, fondée, comme nous l'avons expliqué, sur la prise en compte d'une structure dialogique et d'une proximité temporelle. Se voir dire un simple *merci* oblige à prendre le temps de vérifier (par soi-même) si, d'une part, ledit *merci* s'adresse bel et bien à soi (structure dialogique) et si, d'autre part, ledit *merci* concerne bel et bien un bénéfice passé ou présent (temps au présent) : ce n'est qu'au terme de cette double vérification que *merci* prendra le sens de remerciement. Bref, rien de bien poli dans ce *merci*.

(ii) Au contraire, remercier quelqu'un en disant/écrivant *Je vous remercie*. équivaut donc à être dans l'explicite linguistique. En exprimant cette fois clairement les relations interlocutive et temporelle, le locuteur annule toute ambiguïté (entre remerciement et requête) et prend à son compte l'émergence de la valeur de remerciement.

Nous comprenons que la brièveté de *merci* et la longueur de *je vous remercie*, signalées en introduction, peuvent donc être décrites linguistiquement en termes d'implicite et d'explicite des relations interlocutive et temporelle attachées à l'acte performatif de remerciement.

#### **4.2 Rôle de l'exagération**

Une description de ce type recoupe une définition de la politesse en termes d'implicite et d'explicite. Plus on en dit, plus on est poli ; et inversement, moins on en dit, moins on est poli. Dès lors, le sens de remerciement étant affaire de relations interlocutive et temporelle, il apparaît prévisible qu'insister sur ces deux niveaux permette d'augmenter la valeur de remerciement, et par ricochet, le caractère poli du remerciement.

(i) Dans les (longues) formules de remerciement, nous remarquons ainsi l'emploi récurrent, après le prédicat verbal, d'adverbes comme *sincèrement*, *chaleureusement*, *profondément*, *vivement*, etc., qui, en évaluant moralement (un remerciement sincère) ou bien en donnant une matérialité à l'action de remercier (un chaleureux remerciement, un profond remerciement, un vif remerciement) participent à exagérer/forcer le trait de la relation dialogique (le face à face) entre le locuteur et l'interlocuteur. L'expression des sentiments, comme en (15), s'inscrit dans cette volonté de rapprocher le locuteur et l'interlocuteur :

(15) Profondément touchés de la sympathie dont vous avez fait preuve à la suite du deuil qui vient de nous affecter, nous vous remercions chaleureusement et vous présentons l'expression de notre reconnaissance émue.

La structure dialogique peut également être renforcée par le recours aux pronoms possessifs de première et deuxième personnes, comme en (16) :

(16) Très touchés par vos marques de compassion et de sympathie, dans le deuil qui nous frappe, nous vous remercions de votre soutien et de votre présence lors du dernier au revoir qui a accompagné notre Grand-Mère dans sa dernière demeure.

(ii) Concernant le renforcement de la relation temporelle, nous remarquons l'emploi répété des temps du passé pour situer, sans équivoque, le bénéfice dans le passé, comme en (17), ou dans le temps présent, comme en (18) :

(17) Nous avons été très touchés de votre affection et de votre soutien dans la douleur qui fut la nôtre après le décès de notre Grand-Mère, et nous vous remercions de votre présence et de vos manifestations de sympathie à notre égard.

(18) Nous vous remercions vivement pour votre courrier et les marques d'affection que vous nous manifestez dans les douloureux moments que nous connaissons après le décès et les obsèques de notre Grand-Mère.

Pour en revenir à *merci*, nous remarquons ainsi qu'il est possible d'évaluer son emploi uniquement dans les cas où *merci* exprime, sans ambiguïté, le remerciement, comme en (19) :

(19) Merci sincèrement d'être venu.

Il est en revanche moins naturel d'évaluer *merci* lorsqu'il exprime le directif, comme en (20) :

(20) (Inscription dans une gare) ?Merci sincèrement de composer votre billet.

L'exagération apparaît ainsi comme un critère opérant permettant de systématiser la distinction remerciement/requête. De cette façon, nous remarquons que la différence entre un énoncé sans exagération *Merci de venir*. et le même énoncé avec exagération *Merci sincèrement de venir*. se joue précisément autour du renforcement ou de l'affaiblissement de la valeur de remerciement : la situation où le locuteur s'autorise à exagérer est de cette façon une situation dans laquelle il est déjà au courant que son interlocuteur a bel et bien accepté de venir (fait acté), ce qui n'est pas forcément le cas avec le même énoncé sans exagération qui, en tant que tel, ne dit pas si l'interlocuteur viendra effectivement ou non (fait en suspens) :

(21) Merci sincèrement de venir. (L'interlocuteur a déjà accepté)

(22) Merci de venir. (L'interlocuteur n'a pas encore accepté)

Dans le premier cas, le locuteur exprime sa gratitude en réponse non pas au fait (futur) de venir mais au fait (acté) que l'interlocuteur a accepté de venir, du type *Merci d'avoir accepté de venir*. Dans le deuxième cas, la réalisation de l'action est au contraire en suspens, car sa réalisation effective par l'interlocuteur n'a pas encore été acceptée.

De la même façon, à la différence du seul *merci*, une réponse par *merci beaucoup* oriente la signification vers le remerciement et tend alors à délivrer un contenu positif, comme en (24) :

(23) –Voulez-vous du café ? –Merci. (Ambigu)

(24) –Voulez-vous du café ? –Merci beaucoup. (Sens positif)

L'exagération avec le directif n'est néanmoins pas impossible, mais nous estimons qu'il s'agit dans ce cas d'une tactique argumentative visant à orienter la signification vers la valeur de remerciement, afin de mieux responsabiliser autrui et d'augmenter le pouvoir anticipateur de la requête. De cette façon, le fait d'insérer dans *Merci de fermer la porte*. (accroché à une porte) une évaluation du type *Merci beaucoup de fermer la porte*. augmente la force performative de la requête :

(25) (Accroché à une porte) Merci de fermer la porte.

(26) (Accroché à une porte) Merci beaucoup de fermer la porte.

## 5 Conclusion

Soyons bref (mais pas impoli). La présente réflexion, qui a pris le parti de décrire sémantiquement les énoncés de remerciement, plaide donc en faveur de la prise en compte de la brièveté en tant qu'objet linguistiquement analysable et fonctionnellement exploitable. Affaire à suivre.

## Références

Anscombe J.-C. (1979). Délocutivité benvenistienne, délocutivité généralisée et performativité. *Langue française*, n°42, 69-84.

Anscombe J.-C. (1985). De l'énonciation au lexique : mention, citativité, délocutivité. *Langages*, n°80, 9-34.

Austin J.-L. (1962). *How to do things with words*. Boston : Harvard University Press.

Benveniste E. (1958). Les verbes délocutifs. *Mélanges Spitzer*, 37-63 (repris dans *Problèmes de linguistique générale*, tome 1. Paris : Gallimard. 1966, 277-285).

Benveniste E. (1969). *Le vocabulaire des institutions indo-européennes*. Paris : Éditions

de Minuit.

Bloch O. & Wartburg W. (1932). *Dictionnaire étymologique de la langue française*.

Paris : Les Presses universitaires de France.

Dhorne F. (2016). Merci ! De la grâce à l'injonction, une drôle d'histoire. *Études françaises, Revue de l'Université Aoyama Gakuin*, n°25, 54-67.

Kerbrat-Orecchioni C. (1992). *Les Interactions verbales*, tome 2. Paris : Armand Colin.



DEUXIÈME PARTIE

**LA PRAGMATIQUE  
DU DISCOURS BREF**





# A propos de l'indexicalité des panneaux dans l'espace public

BEHR Irmtraud

(Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3, USPC, EA 4223 CEREG)

## Résumé

*Un panneau environné peut être lu par un passant, son contenu sera ainsi actualisé. L'emplacement physique et le moment de lecture consciente constituent des éléments de la situation d'énonciation et de co-énonciation. Des signes indexicaux, iconiques et symboliques entrent en jeu pour former le message. J'interrogerai l'emploi des déictiques, donc de certains types de signes symboliques, qui pourraient être considérés comme concurrents ou doublons des signes iconiques et de l'indexicalité spatiale. Le questionnement portera sur les conditions d'emploi et sur la syntaxe de ces éléments*

### *Indexicality of street signs*

*A street sign can be read by a passerby, so its content will be actualized. The physical location and the moment of conscious reading are elements of the enunciative and co-enunciative situation. Indexical, iconic and symbolic signs combine to form the message. I will question the use of deictics, that is a certain type of symbolic signs, in relation with iconic signs and spatial indexicality. The questioning will concern the conditions of use and the syntax of these elements.*

### *ドイツ語・フランス語の公共空間におけるパネルの指標性について*

*環境におけるパネルは、通る人がそれを読むことでその内容が現実化される。その設置場所とそれを意識的に読む瞬間は、発話行為と共同発話行為の状況を構成し直示記号、図象記号、象徴記号などが、ここでのメッセージの形成に寄与している。ここでは指示詞の用法、つまり象徴的記号のいくつかのタイプの用法について考察をすすめる。これらは、図像（アイコン）的記号と空間における指標性の競合あるいは重複として捉えられるのではないだろうか。そこで、これらの記号要素の使用条件と統辞的側面に焦点を当て検討する。*

## Mots clés

Genre bref, indexicalité, espace public, panneau, géosémiotique

Short texts, indexicality, public space, street sign, geosemiotics

短文ジャンル、直示性、公共スペース、パネル、環境記号論

## **1 Introduction**

L'espace public urbain est constellé de panneaux en tous genres. Le panneau s'inscrit dans l'environnement urbain, en ce sens on peut dire qu'il est « environné ». Il entre en complémentarité ou en concurrence avec d'autres objets urbains, comme les abribus ou les colonnes Morris. Porteur d'un message exprimé à l'aide de signes, le panneau lui-même est signifiant.

On distinguera la signification virtuelle que peut avoir un panneau tant qu'il est en magasin et la signification actuelle lorsqu'il est perçu dans son environnement (Scollon & Scollon 2003, Auer 2010, Domke 2014). L'emplacement du panneau participe de son actualisation, il détermine la validité du message pour un espace ou un objet donné : une rue ou une portion de rue, un immeuble, un quartier. L'emplacement procède d'une indexicalité que nous appellerons matérielle dans la mesure où elle relève de l'insertion dans un environnement physique.

Les messages que portent les panneaux sont composés de signes linguistiques et / ou iconiques. Les signes iconiques sur les panneaux de l'espace public sont de plusieurs ordres, nous nous concentrerons dans ce qui suit sur l'utilisation des flèches qui peuvent spécifier un endroit, un objet ou une direction. Il arrive qu'un panneau contienne une expression déictique ou démonstrative. Quel est alors l'apport spécifique de ces signes indexicaux ?

Pour répondre à cette question, nous allons présenter les caractéristiques des panneaux et des textes qu'ils portent (2). Le cas de la combinaison de plusieurs formes d'indexicalité sera ensuite discuté (3). L'examen des aspects syntaxiques, pragmatiques et discursifs permettra de dégager deux opérations fondamentales (4).

L'étude, qui prolonge des travaux antérieurs (Behr 2005, Behr sous presse) s'appuie sur un corpus constitué de photos personnelles qui documentent des panneaux et d'autres écrits notamment dans l'espace public. La documentation de l'environnement immédiat du panneau, assurée par la photo, entre dans l'analyse des textes.

## **2 Le genre bref dans l'espace public**

### **2.1 Genre bref**

Par « genre bref », nous comprenons ici des textes dont la brièveté est imposée par

la place disponible pour le message. La contrainte matérielle qu'exerce le support résulte de la fonctionnalité : il s'agit de délivrer un message qui doit être à la fois clair et rapidement compréhensible. Le genre bref ainsi compris n'est cependant pas précontraint au niveau de la constellation énonciative ou de la complexité sémantique et syntaxique (cf. Behr / Lefeuve, sous presse).

## **2.2 Espace public**

Par espace public, nous entendons ici l'espace urbain accessible librement au public, comme les rues, les espaces de transport, certaines aires commerciales.

Cet espace n'est certes pas uniforme dans la mesure où les rues, places, jardins publics, les gares, les lignes de métro et de bus, les autoroutes présentent des particularités qui leur sont propres. Ce sont des espaces aménagés par une institution publique ou privée, donc des espaces pensés, ordonnancés, entretenus – des espaces qui sont certes soumis à des règles mais dont l'accès et l'utilisation sont en principe libres.

Les utilisateurs de ces espaces en font des usages différents, comme le déplacement, la rencontre, le transport de personnes et de marchandises, le commerce, la restauration. Les passants ont des attentes qui ne concernent pas uniquement la facilité d'usage des divers aménagements (par exemple la largeur des trottoirs), mais également la lisibilité de l'espace : agencement lisible de la voirie ; affichage des noms des rues, des bâtiments, des commerces et institutions ; indications de direction, affichage des trains etc. Un équilibre délicat et fragile existe entre les habitudes prises par les passants et les changements inhérents à chaque système, qu'il s'agisse de pannes, de travaux ou d'innovations, de nouveautés. Les passants demandent à être informés de ces changements, de leurs raisons et durées. Les institutions répondent à ce besoin par des messages écrits de format divers<sup>29</sup> qui répondent à plusieurs fonctionnalités :

- aider à l'orientation dans l'espace
- réguler le flux des piétons, des automobilistes
- aider à la manipulation de dispositifs divers
- donner des informations de nature touristique, historique, commerciale, municipale, citoyenne ...

Les messages écrits relèvent dans la majorité des cas de « genres brefs », ils sont concis et répondent à des besoins ponctuels.

---

<sup>29</sup> Il y a également des messages sonores (par exemple à certains feux tricolores) ou oraux (notamment dans les transports), mais qui ne seront pas analysés ici.

## 2.3 Supports

Les supports pour les genres brefs dans l'espace public présentent une certaine variété. Ils peuvent être fixes (panneaux, inscriptions ou affiches sur un mur) ou mobiles (avertissements de travaux), les messages peuvent être permanents ou éphémères (écrits sur les panneaux lumineux de la ville). Le texte peut être délimité par un trait, un fond de couleur, ou par les limites du panneau ou de l'affiche. Si un grand nombre de supports contient une indication de l'énonciateur responsable (les services de la ville), en tout petites lettres ou en lettres lisibles, ceci n'est pas obligatoire comme dans le cas des noms de gare, par exemple.

La matière du support en tant que tel n'a pas une influence importante sur le message : selon la taille, l'emplacement et la fonction du panneau, il importe peu qu'il soit en métal, plastique ou papier (cf. ex. (4) infra).

## 2.4 Fonctions

Nous nous intéressons ici aux panneaux dans l'espace public qui ont une fonction informative ou régulatrice. Information et régulation sont alors comprises comme les deux extrémités d'une échelle sur laquelle se situent les panneaux concrets.

Les panneaux régulateurs (Behr, 2005) servent à guider les activités des utilisateurs de l'espace urbain comme par exemple un panneau qui indique le bouton qu'il faut presser pour obtenir le feu vert. Le message intervient dans une activité en cours, généralement à un moment où il faut choisir entre plusieurs possibilités. On peut donc parler de valeur « empratique » au sens de Bühler<sup>30</sup>.

Un panneau informatif renseignera sur les personnes qui ont vécu dans telle ou telle maison (plaques commémoratives, ex. (11-12)), ou encore sur la nature des travaux en cours dans telle ou telle rue (ex. (13)). D'autres panneaux informatifs peuvent avoir une incidence plus ou moins immédiate sur le comportement à venir, ainsi les avertissements de vidéo-verbalisation (cf. ex. (1)). Les panneaux qui annoncent un fast-food à 20m (ex. (2)) ou indiquant des projets immobiliers (ex. (3)) ont des effets plus lointains et moins mesurables, ils sont, de fait, proches des panneaux publicitaires.

---

<sup>30</sup> « [...] le champ environnant pertinent dans lequel se trouve le signe est une pratique. » Bühler (2009 : 271)

### 3 Les panneaux

#### 3.1 Réception et traitement visuel du panneau par l'utilisateur de l'espace public

Pour que le message passe, le panneau support doit être perçu et lu par le destinataire. Avec Levitte (2013), nous distinguons le traitement sémantique du panneau du traitement pragmatique. Le premier focalise sur la matérialité du message : la forme, la couleur, la formulation du message – par exemple la forme du bonhomme vert qui indique que les piétons peuvent traverser la rue. Le traitement pragmatique intègre les informations données par le panneau dans le projet d'action de l'utilisateur : s'il veut traverser la rue, il cherchera du regard le passage clouté et le feu tricolore, la forme du bonhomme vert importe alors peu.

Les relations entre le panneau et l'environnement spatial sont cruciales car elles permettent de calculer la valeur empractique ou informative du message.

#### 3.2 Types d'indexicalité

L'emplacement du panneau a une valeur indexicale en vertu de sa contiguïté avec l'objet ou l'espace qu'il désigne.



Voici un exemple de panneau contigu à un espace (1). L'énoncé « zone placée sous vidéo verbalisation » est surmonté de l'icône d'une caméra de vidéo-surveillance. Le panneau comporte en outre en lettres assez petites l'indication de la directive qui s'applique, du responsable administratif – ici la ville de Marseille – ainsi qu'un numéro de téléphone et un site web disponibles pour plus d'informations.

(1) Zone placée sous vidéo verbalisation L'emplacement du panneau à l'intersection de deux rues définit la zone de validité du message. On peut alors parler d'indexicalité matérielle.

L'indexicalité matérielle n'est pas donnée, mais construite. Elle est projetée par l'énonciateur et (re-)construite par le co-énonciateur qu'est le passant qui lit le panneau. La construction de la zone de validité du message s'appuie sur les savoirs des participants à la communication, en intégrant les données situationnelles pertinentes.



Un panneau publicitaire pour une grande chaîne de fast food (2), se trouvant sur un trottoir, combine indexicalité matérielle et l'emploi d'une flèche. Le panneau se compose de trois éléments disposés verticalement. De haut en bas, on remarque un M majuscule jaune sur fond rouge, une flèche blanche pointant vers le haut, puis l'énoncé « 20 Seconds ». Le panneau se trouve à Londres, mais pourrait se

(2) M ↑ 20 Seconds

trouver dans une autre ville – seule la langue du message linguistique changerait. Le panneau indique qu'un restaurant se trouve à une courte distance si l'on continue tout droit dans la rue. L'emplacement sert de point de repère au calcul de la distance (indexicalité matérielle), la flèche donne la direction (indexicalité iconique).<sup>31</sup> L'icône de la flèche permet ainsi de transformer l'emplacement en point de départ d'une opération de projection.

Nous notons que dans d'autres configurations, indexicalités matérielle et linguistique



se combinent. Le panneau (3) se trouve sur le bord de l'emprise du projet immobilier. Expressions linguistiques et éléments iconiques constituent ensemble le message principal. Les éléments de deixis spatiale (« ici ») et temporelle (« prochainement »), situés en haut à gauche du panneau, servent à situer le projet (la construction d'un immeuble) dans l'espace et dans le temps.

(3) Ici, prochainement

servent à situer le projet (la construction d'un immeuble) dans l'espace et dans le temps.

### 3.3 Analyse de quelques cas de sur-indexicalité

L'indexicalité matérielle peut être considérée comme basique, indispensable au fonctionnement même du panneau. L'adjonction d'un deuxième type d'indexicalité, iconique ou linguistique, voire des deux, peut être considérée comme « sur-indexicalité ». Ces cas ne sont certes pas très nombreux, mais semblent répondre à certaines fonctionnalités.

#### 3.3.1 Faciliter le repérage d'un objet



L'emploi d'une flèche peut faciliter le repérage d'un objet. L'affiche trilingue vert clair (4) placée au-dessus du dispositif indique qu'il faut appuyer sur le bouton et attendre le feu vert.

Le piéton ayant l'intention de traverser une rue mobilise à la fois son savoir et la vision pragmatique de la situation. De par sa couleur et son emplacement, l'affiche attire l'attention du piéton, qui peut donc passer de la vision pragmatique à la vision

(4) Toccare et attende il verde sémantique. L'icône de la main dont l'index appuie sur un

<sup>31</sup> L'utilisateur de l'espace public qui voit ce panneau au loin, sait qu'il devra calculer la distance à partir du panneau et non pas à partir de sa position actuelle. Bühler (2009 : 226-248) a été le premier à modéliser ce mécanisme quand il parle de « deixis à l'imaginaire » (« Deixis am Phantasma »).

bouton est dirigée vers l'emplacement du bouton réel : l'attention se déplace de l'affiche vers le bouton situé juste en-dessous.

(4) TOCCARE ET ATTENDE IL VERDE / TAP AND WAIT FOR THE GREEN / TIPPEN UND WARTEN FÜR DIE GRÜN

Le texte trilingue prend en charge les aspects instructionnels. Le piéton passe donc par plusieurs stades attentionnels, de plus en plus resserrés.

### 3.3.2 Ancrer dans l'espace l'existence d'un objet ou d'une action

Un panneau indiquant la construction à venir d'un immeuble (« ici, prochainement + image d'un immeuble », cf. (3)) fonctionne comme un énoncé existentiel : « A l'endroit où vous vous trouvez, il y aura un immeuble ». Il en va de même avec les plaques commémoratives (« ici / dans cet immeuble vécu un tel (de tant à tant) ») (cf. infra). En plus de l'emplacement du support qui assure l'ancrage, les éléments linguistiques prennent en charge l'ancrage spatial et temporel de l'existence d'une entité, à savoir d'un objet, d'une personne, d'une institution.

L'emplacement du panneau support peut également avoir une incidence sur l'ancrage spatial d'une activité.



(5) Bitte auf dieser Seite nicht aussteigen

Le panneau (5) « Bitte auf dieser Seite nicht aussteigen » (S'il vous plaît ne pas descendre de ce côté (du train)) est situé sur un quai, il présente un message permanent. La particularité matérielle du quai est qu'il est surbaissé et réservé aux services de la gare. Il est donc impératif pour des raisons de sécurité d'en interdire l'accès aux voyageurs.

L'indexicalité matérielle du panneau est doublée d'une indexicalité linguistique (« auf dieser Seite » / de ce côté) au moyen d'un démonstratif. Le message prend sens quand le voyageur regarde par la fenêtre du train avant de le quitter, il reste virtuel pour le simple observateur (par exemple le photographe du panneau).

### 3.3.3 Spécifier une invitation à faire



(6) Prenez votre ticket à l'horodateur ↓



(7) Parkschein ↓

Une bonne part des activités que réalise un utilisateur de l'espace public correspond à des frames ou scripts sociaux. Ceux-ci comprennent un certain nombre d'actions dans un certain ordre. Ainsi, pour garer sa voiture sur un parking ou dans une zone de

stationnement, il faut se garer sur une place libre, prendre un ticket à l'horodateur et le fixer derrière la vitre du véhicule. L'apprentissage du script se fait de diverses manières : dans un processus d'apprentissage informel, souvent familial ; dans un processus d'apprentissage formel lors du passage du permis de conduire. L'utilisateur de l'espace public sait donc ce qu'il doit faire, mais il peut ignorer l'emplacement exact des appareils nécessaires à la réalisation du script.

Les municipalités ont recours à différents types de dispositifs. L'utilisation d'un panneau en hauteur augmente la visibilité de l'horodateur : le panneau surmonte l'appareil (indexicalité matérielle), il comprend généralement une flèche désignant l'emplacement précis (indexicalité iconique). La partie textuelle est plus ou moins développée mais fait référence à au moins un élément du script : pour l'allemand (7) « Parkschein » (ticket de stationnement), pour le français (6) « Prenez votre ticket à l'horodateur ».



Voici deux exemples où les textes augmentent l'indexicalité matérielle et iconique par l'utilisation d'un déictique linguistique. Le panneau français (8) se trouve sur un parking dans une zone touristique : « P // Payant / Prenez / votre / ticket / ici ».

(8) Prenez votre ticket ici (9) Hier Parkschein lösen ↓ Le panneau a la forme d'une flèche pointée sur l'horodateur. Le panneau allemand (9) se trouve dans une zone à stationnement réglementé et comprend le message suivant : « Parkscheinautomat // Hier Parkschein / lösen / ↓ » (Horodateur // ici ticket de stationnement / prendre (= Prenez votre ticket ici)). La partie textuelle des deux panneaux fait explicitement référence à l'action de prendre le ticket et localise cette action dans l'espace en conjuguant les trois types d'indexicalité. La valeur discursive de ces panneaux se laisse décrire comme suit : « Pour prendre votre ticket, c'est ici ». Ce qui est important, ce n'est pas tant le fait même de prendre un ticket – cette action fait partie du script – mais l'endroit précis où accomplir cette action. Ainsi, le message est adapté à la situation et par conséquent plus poli que le simple rappel « prenez / prendre le ticket », il intègre une dimension d'indexicalité sociale (Levinson, 1983 : 89).



## 4 Discussion

Sur un panneau, les signes d'indexicalité iconique et linguistique peuvent cohabiter. Les flèches sont généralement placées en dehors de la zone textuelle : au-dessus, en-dessous, à côté. Les déictiques et démonstratifs en revanche sont intégrés dans l'énoncé.

### 4.1 Aspects syntaxiques de la présence d'un déictique

Le déictique « ici » peut occuper la position initiale, il a alors une valeur cadrative. L'exemple (3) « Ici, prochainement + image de l'immeuble à bâtir » est singulier car il combine des éléments linguistiques et iconiques. Il n'en exploite pas moins une syntaxe



existentielle ou présentative tout à fait habituelle, comme en (10) « Ici, des horaires d'ouverture élargis ». Les panneaux peuvent se lire comme des promesses : ici, il y aura prochainement un immeuble d'habitation ; ici, il y a des horaires d'ouverture élargis.

(10) Ici, des horaires d'ouverture élargis

Le déictique assure alors l'ancrage du contenu (qu'il soit encodé linguistiquement ou par une image) dans l'espace. Temporellement, en l'absence de verbe conjugué au passé, le présent du moment de lecture est ouvert sur le futur.

L'emploi cadratif est typique des plaques commémoratives françaises, mais également allemandes. A titre d'exemple une plaque en pierre, apposée sur une maison de la rue Mazarine, à Paris :

(11) Ici s'élevait / le Jeu de Paume / des mestayers / où la troupe de Molière / ouvrit / en décembre 1643 / l'illustre théâtre

Ou encore la plaque, également en pierre, apposée sur une maison à Passau, en Allemagne du Sud :

(12) HIER WOHNTE 1874 / DER GROSSE / SCHWEIZER DICHTER / GOTTFRIED KELLER  
(ICI VÉCUT LE GRAND POÈTE SUISSE GOTTFRIED KELLER)

L'emploi du déictique comme cadratif a une fonction actualisante et en même temps de structuration de l'information. Commencer l'inscription par le déictique permet de partir du lieu : on va dire quelque chose d'intéressant sur un objet urbain qui peut sembler anodin, et le lier à l'histoire du lieu. Le nom de la personnalité ou de l'événement sera mis en valeur par le positionnement sur le support : il occupe généralement toute une ligne. La disposition syntaxique canonique (ici + verbe

d'existence + sujet) facilite cette mise en valeur.

Dans d'autres configurations, la position syntaxique du déictique dépend de la structure de la langue. Le déictique n'est alors pas un élément cadratif, mais un circonstant spatial. Le français formulera (6, 8) « Prenez votre ticket + à l'horodateur / ici ». L'allemand a dans ce genre de situations recours à l'infinitif déontique, la règle syntaxique veut que les compléments soient placés avant l'infinitif qui occupe la dernière position : (10) « Hier Parkschein lösen » (ici + ticket + prendre<sub>INF</sub>) ou encore (5) « Bitte auf dieser Seite nicht aussteigen » (S'il vous plaît + de ce côté (du train) + négateur + descendre<sub>INF</sub> = S'il vous plaît, ne pas descendre de ce côté (du train)).

Dans les textes des panneaux, le déictique occupe donc des places syntaxiques tout à fait habituelles.

## **4.2 Aspects pragmatiques et discursifs de la centration sur les données spatiales**

Si l'emploi des déictiques est conforme à la syntaxe et aux normes informationnelles des langues, au niveau pragmatique nous pouvons distinguer plusieurs cas.

### **4.2.1 Emploi localisant**

Aussi bien des flèches que les expressions déictiques peuvent avoir une fonction localisante. Ils sont employés pour singulariser un objet ou un lieu, c'est par exemple le cas des plaques commémoratives, des promesses, des identifications d'objets (bouton à presser) : c'est une entité précise ou un espace précis qui sont visés. Les plaques commémoratives (11, 12) sont apposées sur l'objet qui constitue (ou a constitué) le cadre spatial de la vie d'un personnage ou d'une institution, ou encore d'un événement. Elles portent des messages qui ont la forme d'énoncés existentiels, c'est la raison de la présence des expressions indexicales. Les panneaux que nous considérons comme des promesses peuvent apparaître au bord, dans ou sur l'espace (clos ou ouvert) qui est caractérisé par le message (3, 10). La présence d'expressions indexicales n'est pas induite par le type d'énoncé, mais répond à un besoin de spécification. L'identification d'objets situés à proximité du panneau est facilitée par la présence d'une flèche pointée en direction de l'objet (comme par exemple (4), mais également (6-9)).

### **4.2.2 Emploi paradigmatissant**

Dans d'autres cas, le déictique ouvre un paradigme : si l'on ne peut pas descendre d'un côté du train, alors il faut sortir par la porte opposée (5). Un wagon de chemin de fer a des portes de chaque côté, la sortie peut s'effectuer par l'une ou l'autre selon la disposition du quai, il y a donc lieu de spécifier le quai interdit à la descente.

La fonction paradigmatrice est présente dans certains panneaux informatifs de la ville de Paris qui sont posés en bordure des chantiers : ici c'est un trottoir qui est rénové, ailleurs, c'est le réseau d'électricité qui est développé ou encore les services interviennent pour le nouveau service vélib'.



(13) Ici, nous rénovons cet espace.

L'exemple (13) « Ici, nous rénovons cet espace » joue sur les paradigmes du déictique et du démonstratif. Les valeurs paradigmatiques opèrent sur un espace assez large, à savoir la ville avec ses multiples chantiers. A un « ici » s'opposent plusieurs « ailleurs », à « cet espace » s'opposent d'autres chantiers ; les panneaux renvoient le passant à son expérience urbaine. Le paradigme n'est pas immédiatement accessible comme pour le panneau (5) qui relève du genre régulateur, il fait appel à la mémoire des passants.

#### 4.2.3 Indexicalité sociale

Une troisième constellation vise non pas des objets ou des activités mentionnés sur le panneau, mais s'adresse directement au destinataire du panneau, comme en (6, 8, 9). Le déictique semble superflu car le panneau est contigu à l'horodateur : la combinaison objet + panneau devrait à première vue suffire pour déterminer la zone de validité du message. C'est en effet le cas pour (7) qui se contente de pointer la machine et de nommer l'objet que l'on peut en obtenir, à savoir le ticket de stationnement (Parkschein)<sup>32</sup>. Les panneaux en (6, 8, 9) s'adressent en revanche directement au destinataire et alors le déictique devient nécessaire. Il devient nécessaire non pas pour désigner l'objet mais pour distinguer le message actuel des instructions schématiques qui ne sont pas ancrées dans une temporalité ou une spatialité : « Pour être en règle, prendre un ticket de stationnement [à un horodateur] et le placer derrière la vitre [du véhicule] ». Ces instructions sont impersonnelles – on pourrait les trouver dans un document préparatoire à l'examen du code de la route – alors que le panneau vise des utilisateurs individualisés par la situation. Au moment où ils lisent le panneau, ils occupent une portion précise de l'espace public et il se peut même qu'ils s'appêtent à utiliser l'horodateur. Des panneaux comme (6, 8, 9) permettent cette individualisation

<sup>32</sup> Ceci est également le cas pour l'exemple (4) qui combine indexicalité matérielle et iconique, complétée par une instruction qui ne contient pas de déictique ni ne nomme l'objet indiqué.

en instanciant les valeurs spatiales, adaptant ainsi le discours aux destinataires. L'expression indexicale opère à la fois aux plans spatial et social.

## 5 Conclusion

Les panneaux dans l'espace public urbain acquièrent leur validité par l'emplacement dans l'espace physique. Par contiguïté, ils désignent un objet (par exemple un immeuble, un horodateur) ou un espace (un quai de gare, un quartier urbain, un chantier dans une rue).

Dans certains cas, cette indexicalité matérielle se trouve complétée par des signes indexicaux, iconiques et linguistiques. Nous avons examiné des panneaux contenant une flèche ou le déictique « ici » (ou son équivalent allemand). Les différents types d'indexicalité se complètent. Sur la base de l'emplacement du panneau, les flèches déclenchent une opération de projection qui permet d'améliorer le repérage d'un objet ou d'un espace, les deux pouvant se trouver près ou loin de l'emplacement du panneau. Le déictique « ici » fonctionne à première vue comme l'indexicalité matérielle qu'il semble doubler. Mais le déictique a le pouvoir d'ouvrir d'autres espaces discursifs. Il entre dans des prédictions d'existence passée ou future, comme dans les plaques commémoratives ou les annonces de construction. Il participe à l'instanciation des valeurs spatiales de schémas d'action, par exemple en interdisant l'accès à un quai et invitant ainsi le voyageur à descendre de l'autre côté du train. Comme tout « ici » fait penser à un ou plusieurs « ailleurs », la communication sur un chantier de la ville l'insère dans l'ensemble des travaux en cours. Alors qu'un panneau de type « travaux » catégorise une situation, un panneau de type « ici, nous rénovons la rue » convoque l'ensemble des chantiers tout en singularisant le chantier présent. Enfin, un panneau comme « prenez votre ticket ici » combine les trois indexicalités (emplacement, flèche, déictique), il relève en plus de l'indexicalité sociale. En instanciant la valeur spatiale, il transforme une instruction impersonnelle en invitation contextualisée.

Si l'on regarde la combinatoire des trois types d'indexicalité, on peut faire deux remarques. A la surface du panneau, le texte est composé de signes iconiques et symboliques (linguistiques). Les flèches ne sont pas intégrées dans le texte mais sont juxtaposées, alors que le déictique « ici » occupe les places qui lui sont assignées par la grammaire des types d'énoncés. Au niveau du fonctionnement du panneau dans son ensemble, on peut constater que l'emplacement qui relève d'une indexicalité statique peut être complété par des indexicaux qui apportent une valeur projective ou

paradigmatisante aux panneaux dans l'espace public. Les panneaux de l'espace public sont des objets complexes où se rencontrent des données perceptives et proprement discursives, comme en témoigne la possibilité d'indexicalité sociale en plus des différents types d'indexicalité spatiale.

## Références

- Auer P. (2010). Sprachliche Landschaften. Die Strukturierung des öffentlichen Raumes durch die geschriebene Sprache. In Deppermann A. / Linke A., *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*. Berlin / New York : de Gruyter, 271-300 (= Institut für deutsche Sprache, Jahrbuch 2009).
- Behr I. (2005). Petite stylistique des 'panneaux régulateurs'. In I. Behr / P. Henninger (dir.), *A travers champs. Etudes pluridisciplinaires allemandes. Mélanges pour Nicole Fernandez Bravo*. Paris : L'Harmattan, 333-347.
- Behr I. (sous presse) Indexicalité linguistique, iconique et matérielle – l'emploi du déictique « hier » (ici) dans quelques panneaux allemands. *Faits de langues* n°50.
- Behr I. & Lefevre F. (sous presse). Introduction au dossier thématique « Approche énonciative et grammaticale des genres brefs » coordonné par Florence Lefevre et Irmtraud Behr. *Faits de langues* n°50, Varia.
- Bühler K. (2009). *Théorie du langage*. Edité par Didier Samain & Janette Friedrich. Marseille : Agone. (Traduction de Bühler K. (1934/1999). *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Stuttgart : Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft)
- Domke Ch. (2014). *Die Betextung des öffentlichen Raums. Eine Studie zur Spezifik von Meso-Kommunikation am Beispiel von Bahnhöfen, Innenstädten und Flughäfen*. Heidelberg : Universitätsverlag Winter.
- Levinson S. (1983). *Pragmatics*. Cambridge : University Press.
- Levitte A. (2013). *Regard sur le design urbain*. Paris : Editions du Félin.
- Scollon R. & Scollon S. (2003). *Discourses in Places. Language in the Material World*. London : Routledge.



## Brièveté et efficacité dans les slogans publicitaires

SHIMURA Kanako  
(Université Tokai)

### Résumé

*Le slogan publicitaire consiste en général en une ou des phrases courtes en raison de la limite de l'espace et de sa nature. Le lecteur n'est généralement pas disposé à lire une longue publicité. Le slogan doit être court pour avoir un impact sur le lecteur. Il peut fonctionner efficacement s'il fait naître de l'empathie chez celui-ci. Quand le lecteur éprouve de l'empathie, il partage le sentiment exprimé dans le slogan. Dans ce cas, il possède des informations antérieures connues concernant l'objet de la publicité. Avec ces informations, il interprète le slogan et il complète l'énoncé. C'est ce que nous montrons à travers l'analyse de quelques publicités françaises et japonaises.*

### *Catchy Phrases in Advertisement*

*Catchy phrases in advertisement generally consist of short sentences because of their nature and because of the limited space allotted to them. Readers are not willing to read long ads, and catchy phrases aim at drawing readers' attention. They work efficiently if readers feel empathy. When readers feel empathy, they partake in the feeling expressed in the catchy phrase. In this case, they already know about the subject of advertisement or expression of the catchy phrase. With the available information, they interpret catchy phrases and imagine the information that is implicit in the actual utterance. This is what our study shows through the analysis of French and Japanese catchy phrases.*

### 広告のキャッチコピーの有効性における簡潔性の役割

広告のキャッチコピーには、ターゲットとなる読み手の注意を引き、興味を喚起する役割があり、短さとインパクトが要求される。その短さにはどのような特徴と効果があるのか。また、送り手と受け手の間にどのような作用が生まれるコミュニケーションであるのか。筆者は、短いキャッチコピーを効果的なコミュニケーションとしているのは『共感』が前提であり重要な役割であると考え。キャッチコピーの長さの問題を『共感』の視点から、フランスと日本の広告を取り上げて、分析、考察を試みる。

## **Mots clés**

Empathie, brièveté, participation à la publicité

Empathy, short, participation in advertisement

共感、短さ、広告への参加

## **1 Introduction**

Les slogans publicitaires écrits sur support papier visent à attirer l'attention et l'intérêt d'éventuels clients en un clin d'œil. Aussi la brièveté s'impose-t-elle au texte linguistique qui se construit avec une ou des phrases courtes. Quelles caractéristiques et quels effets la brièveté des slogans publicitaires introduit-elle ? Nous proposons d'éclaircir cette question en la reliant à la notion d'empathie. Notre article portera également sur la comparaison entre les publicités françaises et les publicités japonaises ainsi que sur l'empathie comparative générée dans les deux cas.

Supposons que la structure publicitaire fondamentale typique soit ainsi composée : (StructureP) Dans la publicité, le publicitaire (émetteur de la publicité) « Publicitaire » présente l'objet de la publicité « ObjetRéal » à ses éventuels clients (le prospect) « Client » et incite « Client » à obtenir l'objet supposé désirable pour Client « ObjetImagin », en proclamant deux propositions : (A) - l'acquisition de « ObjetRéal » rend possible l'obtention de « ObjetImagin » : (B) - la possession de « ObjetImagin » est désirable pour « Client ».

Il s'agit de voir quelles parties de cette structure apparaissent ou non dans les slogans publicitaires en utilisant la notion d'empathie.

## **2 Empathie**

Avant d'analyser les slogans publicitaires, il nous faut réfléchir sur le concept d'empathie. La notion d'empathie est traitée dans des domaines très variés et il n'existe pas de définition consensuelle. « L'empathie est en effet le concept nomade par excellence, il migre sans cesse d'une discipline à l'autre, de l'éthique à la psychologie à la philosophie voire même à la théologie. (Jorland, 2004) » Le Petit Robert définit le mot comme étant la « Faculté de s'identifier à quelqu'un, de ressentir ce qu'il ressent. » Julie Grezes (2014) mentionne l'empathie sur le plan des neurosciences cognitives comme suit : « L'empathie est la capacité de ressentir une émotion appropriée en réponse à celle exprimée par autrui, tout en faisant clairement la distinction entre soi et autrui et d'être capable de réguler ses propres réponses émotionnelles. C'est ainsi une



source de connaissance de l'état psychologique de l'autre. ». Jean Decety (2004) définit l'empathie comme un « état psychologique d'une personne qui se met à la place de l'autre pour comprendre ses sentiments et ses émotions » sur le plan psychologique. Nous définirons l'empathie comme l'état d'une personne qui comprend les sentiments d'autrui, y adhère et les ressent comme les siens propres.

Dans les publicités, l'empathie apparaît quand l'émetteur de la publicité et le lecteur possèdent quelque chose en commun. L'énoncé est court mais il peut évoquer un sentiment exprimé par le slogan. Quand le lecteur comprend le sentiment, y adhère et le ressent comme son propre sentiment, il éprouve de l'empathie. Dans ce cas, même si le slogan est bref, le lecteur reçoit des informations absentes du slogan. Si l'émetteur et le lecteur possèdent un fond commun d'informations et de connaissances, le lecteur complète la brièveté de l'énoncé publicitaire et l'interprète avec son imagination. Nous allons le vérifier ce point en analysant quelques slogans publicitaires.

### **3 Analyse de slogans publicitaires français**

(1) Publicité de la Nouvelle Peugeot 208 : Réveillez l'énergie qui est en vous.

(Visuel : La Nouvelle Peugeot 208 rouge roule dans une ville nocturne sur fond d'illuminations.)

Selon le plan de StructureP, dans cette publicité, Publicitaire en présentant ObjetRéel (Nouvelle Peugeot 208) à Client incite celui-ci à obtenir ObjetImagin (le réveil de l'énergie).

Dans la publicité (1), (A) et (B) de StructureP n'apparaissent pas. En supposant que ObjetImagin corresponde au désir de Client, ObjetImagin apparaît sous forme impérative<sup>33</sup>. Nous pouvons interpréter cet impératif comme une invitation. Même s'il est supposé que ObjetImagin est désirable pour Client et que l'acquisition d'ObjetRéel rend possible l'obtention d'ObjetImagin, l'expression d'invitation –Soyez possesseur d'ObjetRéel - n'apparaît pas. ObjetRéel apparaît comme le nom de marque en tête de la publicité et dans le visuel, mais pas dans le slogan publicitaire. Le slogan est court et n'offre que peu d'informations. En lisant ce slogan, Client relie l'acquisition d'ObjetRéel et l'obtention d'ObjetImagin, après quoi il reconstruit StructureP par

---

<sup>33</sup> Nous constatons assez souvent l'utilisation de l'impératif dans les publicités des voitures. (Cf. Subaru : *Éveillez votre côté noble*. Skoda : *Voyagez en grand*. Jeep : *Affirmez votre personnalité*. Volvo : *Allez à l'essentiel*. etc.)

lui-même. Si Client considère que *ObjetImagin* correspond à son désir, Client partage la valeur « il faut réveiller l'énergie qui est en soi ». Cela induit l'empathie de Client. Il est concerné par l'énoncé du slogan. Client devient l'interlocuteur et le co-énonciateur du message publicitaire, c'est-à-dire le sujet auquel s'adresse cette énonciation impérative. L'empathie provoque l'attitude active de Client. Client participe ainsi à la publicité. Il complète *StructureP* par lui-même après avoir éprouvé de l'empathie.

(2) Publicité du Club Med : Vivre d'amour et d'eau salée<sup>34</sup>. (Visuel : Une femme marche le long d'un ponton au bord de la mer. Un chapeau de paille vole dans le ciel.)

Selon *StructureP* de cette publicité, *Publicitaire* en présentant *ObjetRéel* (les vacances du Club Med) à Client, incite Client à obtenir *ObjetImagin* (vivre d'amour et de vacances à la mer).

Dans ce slogan publicitaire, (A) et (B) de *StructureP* n'apparaissent pas. *ObjetImagin* apparaît seulement comme une phrase à l'infinitif qui suppose que *ObjetImagin* soit désirable pour Client. Le visuel joue le rôle de réalisateur de cette énonciation. Si *ObjetImagin* est désirable pour Client, *Publicitaire* et Client possèdent en commun le concept valorisant de vivre d'amour et de vacances, ou le désir de passer des vacances romantiques. Cela génère aussi l'empathie de Client. La brièveté du slogan et le manque d'informations détaillées induisent Client à relier l'acquisition de *ObjetRéel* et l'obtention de *ObjetImagin*. Client imagine son propre *ObjetImagin*. L'amour peut signifier la famille, l'amoureux, les amis, etc., et la mer peut être la Méditerranée ou l'Atlantique, etc. Client peut imaginer le voyage comme il le veut, le compagnon qu'il souhaite et la destination de son voyage pour ses vacances au bord de la mer. Et Client reconstruit *StructureP* avec son imagination par lui-même. Client participe par son imagination à la publicité. Ce faisant, Client reçoit l'énoncé comme interlocuteur de l'énonciation.

(3) Publicité de la Fondation de France : Mon impôt, je préfère le transformer en don. (Visuel : Un visage de femme en gros plan.)

Sur le plan de *StructureP* dans cette publicité, *Publicitaire* en présentant *ObjetRéel* (faire un don à la Fondation de France) à Client, incite Client à obtenir *ObjetImagin* (la satisfaction et le bien-être procurés par l'action de transformer l'impôt en don).

Ici le slogan prend la forme d'une parole qui évoque *ObjetImagin*. Dans la publicité

(3), (A) et (B) de StructureP n'apparaissent pas. ObjetImagin n'apparaît pas directement. Ici, ObjetImagin consiste en la satisfaction d'utiliser son argent pour une cause qui tient à cœur à Client (aide aux enfants ou aux personnes âgées, à la recherche médicale, pour l'environnement, etc.) et au bien-être d'agir activement pour une bonne action. Dans cette publicité, le slogan apparaît avec l'image du visage d'une femme que le lecteur pourra considérer comme la locutrice. Client peut sentir que cette parole imaginée s'adresse à lui, quand ObjetImagin est désirable pour Client. Dans ce cas, Publicitaire et Client possèdent en commun la valeur « la transformation de l'impôt en don est significative » ou le désir d'être utile aux autres en transformant l'impôt en don. Cela induit l'empathie de Client. Si Client éprouve de l'empathie, il a déjà les informations et la connaissance sur l'impôt et le don ou sur la Fondation de France. Il imagine le but d'utilisation de son argent. En imaginant son propre ObjetImagin, il reconstruit StructureP et il participe à la publicité. En participant à la publicité Client peut recevoir l'énoncé comme interlocuteur. Comme cet énoncé est la parole d'une personne qui souhaite l'obtention d'ObjetImagin, si le niveau d'empathie est assez élevé, Client le ressent comme son propre sentiment et il peut devenir lui-même l'énonciateur<sup>35</sup>. Ici, ObjetRéel est le moyen qui permet la réalisation de ObjetImagin et Client peut obtenir ObjetImagin par ObjetRéel. Dans cette publicité, le personnage du visuel pourrait être considéré comme le locuteur de cette énonciation ou le représentant des personnes qui concrétisent ObjetImagin par ObjetRéel.

(4) Publicité de la région de Bourgogne : Juste vous, votre vélo et la Bourgogne.  
(Visuel : Deux personnes en vélo vues de dos dans la campagne bourguignonne.)

Sur le plan de StructureP dans cette publicité, Publicitaire en présentant ObjetRéel (la visite de la Bourgogne) à Client, propose d'obtenir ObjetImagin (un séjour simple et en toute liberté en Bourgogne) à Client.

Dans la publicité (4), (A) et (B) de StructureP n'apparaissent pas. Le slogan représente ObjetImagin sous forme de nom et de pronom personnel avec le visuel. ObjetImagin est supposé par Publicitaire comme étant un objet désirable pour Client. Si ObjetImagin correspond au désir de Client, Client éprouve de l'empathie. Dans ce cas,

---

<sup>34</sup> Cette énonciation rappelle une expression « vivre d'amour et d'eau fraîche ».

<sup>35</sup> Concernant le concept d'énonciateur, Antoine Culioli (1990) le décrit comme suit : « (...) on notera que l'énonciateur est dans une relation d'altérité au co-énonciateur telle que l'on puisse avoir coalescence ou séparation. Au contraire, locuteur et l'interlocuteur sont toujours séparés (...) »

Client a déjà des informations antérieures connues concernant ObjetRéel. Avec ses informations il imagine son propre ObjetImagin et reconstruit la StructureP par lui-même. Avec son imagination Client participe à la publicité. Dans ce slogan, le pronom personnel de la deuxième personne apparaît, et si Client ressent de l'empathie, il devient l'interlocuteur de cette énonciation.

#### **4 Réflexions sur les slogans publicitaires français**

Réfléchissons maintenant sur les points que nous avons observés dans les slogans de différentes formes.

Bien que l'acquisition d'ObjetRéel rende possible l'obtention d'ObjetImagin et que ObjetImagin soit désirable pour Client, l'expression – *possédez* ObjetRéel n'apparaît jamais. Si l'obtention d'ObjetImagin est désirable pour Client, elle pourrait faire naître de l'empathie chez Client. Par contre, la possession d'ObjetRéel n'est pas toujours supposée désirable pour Client, et elle ne fait pas naître nécessairement d'empathie chez Client. Publicitaire tente de faire naître l'empathie chez Client par l'intermédiaire d'ObjetImagin. Qui plus est, la proposition de possession de ObjetRéel est trop directe en tant que discours publicitaire<sup>36</sup>. La publicité est un lieu où le stratège qu'est le publicitaire cherche à manipuler le lecteur, et le lecteur le sait, d'où les diverses stratégies pour en effacer les traces. Sur ce point, la mise en valeur de ObjetImagin et le silence sur la véritable intention (*possédez* ObjetRéel) de Publicitaire sont efficaces. C'est pour ces raisons que l'expression d'invitation – *possédez* ObjetRéel - n'apparaît pas.

Si Publicitaire suppose que Client éprouve de l'empathie, Client et Publicitaire peuvent posséder un sentiment commun exprimé par ObjetImagin. D'après cette hypothèse, Publicitaire peut supposer que Client convoque le souvenir et la connaissance concernant ObjetRéel ou ObjetImagin en lisant le slogan. Il possède donc déjà des informations préalables connues sur ObjetImagin ou ObjetRéel. Le slogan sous forme d'une phrase courte fonctionne efficacement parce que Client lit le slogan sur la base de ces informations. Par exemple, dans le cas de la publicité (4), Client, qui pourrait éprouver de l'empathie, doit avoir des informations et des connaissances sur la région de Bourgogne, les endroits touristiques, la cuisine, le vin, etc. Donc Publicitaire

---

<sup>36</sup> Marc Bonhomme (2007) a mentionné comme suit : « (...) l'indirection progressive du discours publicitaire depuis l'époque de la réclame, à travers l'émergence successive de la publicité suggestive,

n'a pas besoin d'illustrer davantage sa proposition. Le slogan est obligé de ne pas expliciter les éléments concrets et de rester vague. Il donne alors de vastes possibilités aux informations concernées. Client pourrait donc choisir les informations appropriées par lui-même.

Seul *ObjetImagin* ou ce qui représente *ObjetImagin* apparaît dans le slogan publicitaire. *ObjetRéel* apparaît dans la publicité mais il lui arrive d'être absent dans le slogan (publicités (1), (2), (3)). *ObjetRéel* apparaît quand *ObjetRéel* est un objet concret, sinon le personnage qui pourrait être considéré comme locuteur ou ce qui représente *ObjetRéel* apparaît dans le visuel. Si Client éprouve de l'empathie, il est intéressé et concerné par le slogan, il devient plus actif vis-à-vis du slogan publicitaire : en lisant le slogan à l'aide du visuel il relie l'acquisition d'*ObjetRéel* et l'obtention d'*ObjetImagin*, lui permettant ensuite de reconstruire *StructureP* par lui-même. Comme le slogan est bref, Client peut l'imaginer et l'interpréter. France Dhorne (2015) décrit ce phénomène ainsi : « On constate très vite en fait que l'indigence au niveau syntaxique n'aboutit pas nécessairement à une incompréhension. Et qu'on peut s'en remettre à la faculté d'inférence que possède l'être humain pour reconstruire du sens. » Avec son imagination et sa capacité d'inférence, Client participe à la publicité. Il ressentira le slogan comme son propre sentiment, et il le reçoit en tant que l'interlocuteur de l'énonciation. Et si le niveau de l'empathie est assez élevé, Client pourrait même ressentir le slogan comme ses propres paroles, il devient alors énonciateur.

## 5 Analyse des slogans publicitaires japonais

(5) Publicité de JR Tokai compagnie de chemins de fer : そうだ 京都はいまだ。  
Sôda Kyoto wa ima da. (Oui, Kyoto c'est maintenant.) (Visuel : La peinture de fleurs et d'oiseaux (trésor national) du temple Daitokuji Jukôin<sup>37</sup>)

Dans cette publicité, Publicitaire en présentant *Objet Réel* (le voyage à Kyoto avec JR Tokai) à Client, incite Client à obtenir *ObjetImagin* (visiter Kyoto maintenant, pour voir un objet culturel précieux qui se présente durant une période limitée).

Dans la publicité (5), (A) et (B) de *StructureP* n'apparaissent pas dans le slogan. *ObjetImagin* n'apparaît pas non plus. Le slogan ici est la parole d'une personne qui souhaite obtenir *ObjetImagin*, la personne locuteur n'apparaît pas dans le visuel. Le

---

projective et ludique et ludique. »

<sup>37</sup> Cette publicité a des versions différentes avec le même slogan et différents visuels.

slogan ne dit pas pour quelle raison c'est maintenant. L'ambiguïté du slogan et la beauté du visuel suscitent la curiosité de Client et l'incitent à lire le texte écrit en petit pour ne pas empêcher la beauté du visuel. En bas à gauche le texte explique : La peinture référencée en tant que trésor national dans le visuel qui est déposée au musée national de Kyoto est revenue au temple Daitokuji Jukôin durant cette année-là pour fêter le 450<sup>ème</sup> anniversaire de sa construction. Après avoir lu le texte, Client comprend l'intérêt de visiter Kyoto maintenant (ObjetImagin). Ici ObjetImagin implique ObjetRéel. ObjetRéel est le moyen pour réaliser ObjetImagin. Si ObjetImagin est désirable pour Client, Client pourrait éprouver de l'empathie. Client et Publicitaire partagent la valeur de visiter Kyoto pour apprécier sa culture spécifique (peinture référencée en tant que trésor national). Il peut avoir l'impression que cette parole imaginée s'adresse à lui. Il la reçoit comme interlocuteur. Du fait que cette énonciation peut être l'énonciation de Client dans le cas où Client souhaite la possession de ObjetImagin, Client peut la ressentir comme sa propre parole.

(6) Publicité de Suntory pure malt whisky Yamazaki : なにも足さない。なにも引かない。Nani mo tasa nai. Nani mo hika nai. (Ne rien ajouter, ne rien enlever.) (Visuel : Une bouteille de Yamazaki et un verre de whisky avec des glaçons.)

Dans la publicité (6), Publicitaire en présentant ObjetRéel (Suntory pure malt whisky Yamazaki) à Client, propose ObjetImagin (la simplicité, la pureté et la perfection de goût).

Dans cette publicité, (A) et (B) de StructureP n'apparaissent pas. ObjetImagin n'apparaît pas non plus. Le slogan aidé du visuel peut suggérer ObjetImagin à Client. Nous ne voyons pas clairement qui est le locuteur. ObjetImagin fait référence au goût d'ObjetRéel en exaltant les caractéristiques uniques et authentiques d'ObjetRéel. Cette courte énonciation est assez vague. Elle pourrait être considérée comme un résumé du goût d'ObjetRéel, mais aussi, au second degré, comme les valeurs personnelles de Client. Cette ambiguïté offre la possibilité de différentes significations. Client peut donc choisir la signification du slogan comme il l'entend, cela dépendra de lui. Dans cette publicité, si Client éprouve de l'empathie après avoir choisi la signification du slogan, il relie l'acquisition d'ObjetRéel et l'obtention d'ObjetImagin et il reconstruit StructureP. Cet acte est considéré comme une participation à la publicité de Client. S'il ressent ce slogan comme son propre sentiment, il pourra devenir interlocuteur ou énonciateur.

(7) Publicité de Lukia une montre de Seiko : なりたい私になっていく。Nari tai

watashi ni natte iku. (Devenir le moi que je souhaite devenir.) (Visuel : Une femme qui porte une montre Lukia au poignet dirige son regard sur le lecteur et des montres Lukia en bas à gauche.)

Selon StructureP, Publicitaire, en présentant ObjetRéel (Lukia de Seiko) à Client, incite Client à l'obtention d'ObjetImagin (pour se réaliser pleinement et donc devenir original, différent des autres).

Dans cette publicité, (A) et (B) de StructureP n'apparaissent pas. Le slogan peut évoquer ObjetImagin. Il affiche le pronom personnel de la première personne du singulier apparaît et prend ainsi la forme de la parole d'une personne qui souhaite l'obtention d'ObjetImagin. Le slogan pourrait être considéré comme les propos du personnage dans le visuel. ObjetImagin pourrait être désirable pour n'importe qui. Mais le slogan ne dit pas quel moi, ni comment le devenir. Cela dépend de Client. Si Client éprouve de l'empathie, Client imagine ObjetImagin pour lui-même et reconstruit StructureP par lui-même. Cet acte implique la participation de Client à la publicité. Dans ce slogan, le pronom personnel est à la première personne du singulier, ce qui permet à Client de le ressentir comme sa propre déclaration.

(8) Publicité de Gaba une école spécialisée dans l'enseignement de l'anglais : 英語プレゼン一ヶ月後ヤバイ。Eigo purezen ikka getsu go yabai. (Dans un mois, j'ai un exposé oral à faire en anglais. Me voilà dans de beaux draps.) (Visuel : Un visage flou d'un homme d'affaires qui regarde son portable.)

Dans cette publicité Publicitaire en présentant ObjetRéel (les leçons d'anglais de Gaba) à Client incite Client à obtenir d'ObjetImagin (la compétence en anglais).

Dans cette publicité (A) et (B) de StructureP n'apparaissent pas. ObjetImagin n'apparaît pas non plus directement dans le slogan. ObjetImagin est la solution qui lui permet de résoudre le problème énoncé dans le slogan et ObjetRéel en est le moyen. Le slogan représente le discours d'un personnage qui désire obtenir ObjetImagin et pour obtenir ce résultat, ObjetRéel en est le moyen. Dans cette publicité, Client pourrait être un homme d'affaires qui a besoin de l'anglais pour son travail. ObjetImagin (la compétence en anglais) n'est pas précisé, ni quel genre (oral, écrit, en général) ni quel niveau. L'ObjetImagin est vague pour offrir de plus vastes possibilités d'interprétation. Si Client a le sentiment de se trouver dans une situation identique à celle du personnage du slogan, il peut éprouver de l'empathie. Il s'identifiera au personnage du visuel et à sa situation. Il ressent donc cet énoncé comme sa propre parole. Il relie l'acquisition d'ObjetRéel et l'obtention d'ObjetImagin et reconstruit StructureP.

## **6 Réflexions sur les slogans publicitaires japonais**

Publicitaire suppose que *ObjetImagin* est désirable pour Client. Si Client considère que *ObjetImagin* est désirable, Publicitaire et Client possèdent un sentiment commun et Client éprouve de l'empathie. Le slogan et le visuel raniment le souvenir et la connaissance qu'a Client de *ObjetRéel*, ce souvenir et cette connaissance relevant soit du stéréotype largement partagé, soit du goût personnel de chacun, soit du mélange des deux. Cela dépendra de Client. Et avec cela, Client établit son propre *ObjetImagin*. Dans les publicités japonaises, la signification du slogan est souvent vague. Cette ambiguïté offrirait une marge plus large d'interprétations et de significations. *ObjetImagin* est toujours assez vague pour capter le plus grand nombre de Client possible. Client interprète donc *ObjetImagin* par lui-même avec son imagination. L'interprétation pourrait différer selon Client. Cet acte implique sa participation au processus de la lecture de la publicité.

## **7 Conclusion**

Dans cet article, nous avons analysé des publicités françaises et japonaises avec *StructureP* en les reliant à la notion d'empathie.

*ObjetImagin* est un élément dont Publicitaire suppose qu'il est l'objet désiré par Client. Si *ObjetImagin* correspond au désir de Client, Client éprouve alors de l'empathie. Dans ce cas, même si le slogan est court, il évoque le souvenir et la connaissance de Client concernant *ObjetRéel* ou *ObjetImagin*. Client interprète *ObjetImagin* et le slogan en utilisant ce souvenir et cette connaissance comme informations. Il peut choisir les informations appropriées par lui-même pour établir *ObjetImagin* et reconstruire *StructureP*. Le slogan bref fonctionne donc efficacement vis-à-vis de Client. Nous avons observé que *ObjetImagin* n'est pas toujours dans le slogan. *ObjetImagin* est toujours vague, et dépend de l'interprétation de Client. Il peut aussi impliquer des idées différentes selon Client. Cette nature d'*ObjetImagin* est efficace pour attirer le plus grand nombre de Client possible. Concernant *ObjetImagin* c'est Client qui l'imagine. En même temps il reconstruit *StructureP* par lui-même. On notera également que lorsque Client éprouve de l'empathie, en reconstruisant *ObjetImagin* et *StructureP*, il complète par lui-même les informations qui sont absentes dans le slogan, avec son imagination. Cet acte implique la participation de Client à la publicité. Si *ObjetImagin* correspond au désir de Client, il est intéressé et concerné par l'énoncé du slogan et il



peut assumer la place de l'interlocuteur dans la scène d'énonciation<sup>38</sup>. Il pourrait ressentir le slogan publicitaire comme exprimant son propre sentiment. France Dhorne (2015) a indiqué au sujet des marques de la personne que « le prospect participe d'une façon ou d'une autre à la construction de l'énonciation publicitaire. » Dans cet article nous proposons le point de vue selon lequel l'empathie fait participer Client à la publicité. Si « C » n'éprouve pas d'empathie, il reste toujours en dehors de l'énonciation. Il demeure uniquement lecteur et observateur de la publicité. Grâce à l'empathie, nous pouvons donc établir les deux schémas suivants. « Slogan bref = peu d'informations » + empathie → Client lit le slogan avec des informations antérieures connues sur l'Objet Réel ou l'Objet Imagin (ces informations sont évoquées par le slogan et le visuel) → le slogan bref fonctionne bien. « Slogan bref = peu d'informations » + empathie → Client interprète le slogan avec son imagination → Client participe à la publicité. Le slogan publicitaire consiste en général en une ou des phrases courtes en raison de sa nature : le lecteur n'est généralement pas disposé à lire une longue publicité. Le slogan doit être court pour avoir un impact sur le lecteur. Mais il ne peut fonctionner efficacement que s'il fait naître de l'empathie chez celui-ci.

## Références

- Bonhomme M. & Pahud S. (2013). Un renouveau actuel de la rhétorique publicitaire ?  
In Bonhomme M. (dir.), *SEMEN 36 Les nouveaux discours publicitaires*, 21-38.  
Franche-Comté : Presses Universitaires de Franche-Comté.
- Culioli A. (1990). *Pour une linguistique de l'énonciation, Tome 1*. Gap : Ophrys
- Decety J. (2004). L'empathie est-elle une simulation mentale de la subjectivité d'autrui ? In Berthoz & Jorland G. (dir.), *L'Empathie*, 53-88. Paris: Odile Jacob.
- Dhorne F. (2015). Les marques de la personne sur les affiches publicitaires et les panneaux urbains. *Études françaises no.24*, 87-106. Tokyo : Université Aoyama Gakuin.
- Grèzes J. (2014). *Peut-on évaluer l'empathie?*  
<https://www.franceculture.fr/conferences/ecole-normale-superieure/comprendre-le-mpathie>

---

<sup>38</sup> Dominique Maingueneau (2004) a mentionné la scène d'énonciation comme suit : « (...) scène d'énonciation, c'est la considérer « de l'intérieur », à la situation que la parole prétend définir, le cadre qu'elle montre (au sens pragmatique) dans le mouvement même où elle se déploie. Un texte est en effet la trace d'un discours où la parole est mise en scène. »

Jorland G. (2004). L'empathie, histoire d'un concept. In Berthoz & Jorland G. (dir.), *L'Empathie*, 19-49. Paris : Odile Jacob.

Mainueneau D. (2004). La situation d'énonciation entre langue et discours. *Dix ans de S.D.U.*, 197-210. Craiova : Editura Universitaria Craiova.

### **Annexes**

Publicité (1) Le Figaro Magazine no.1806 le 24 juin 2015

Publicité (2) Elle no.3627 le 27 mars 2015

Publicité (3) L'express no.3332 le 13 mai 2015

Publicité (4) L'express no.3332 le 13 mai 2015

Publicité (5) [http://souda-kyoto.jp/campaign/archives\\_new.html](http://souda-kyoto.jp/campaign/archives_new.html)

Publicité (6) [http://www.suntory.co.jp/whisky/yamazaki\\_pre/nenkan/nenkan\\_bizen.html](http://www.suntory.co.jp/whisky/yamazaki_pre/nenkan/nenkan_bizen.html)

Publicité (7) À la gare de Shibuya le 17 décembre 2016

Publicité (8) Dans le métro Fukutoshin ligne le 7 février 2017

## La place de la brièveté dans une campagne publicitaire réussie

MASUMURA Saki  
(Université Aoyama Gakuin)

### Résumé

*Le slogan publicitaire sur support papier est, à la différence d'un texte normal, nécessairement bref en raison de la contrainte d'espace. La question est de savoir comment cette brièveté fonctionne dans la publicité. Dans cet article, nous présentons les publicités de l'Université Kindai<sup>39</sup>, provocantes et humoristiques, et montrons le rôle du slogan et l'effet de sa brièveté. Dans ces publicités qui ont connu un grand succès, on observe un mécanisme qui fait que le lecteur essaie activement de saisir ce que l'annonceur veut lui transmettre. Le rôle du slogan n'est pas seulement d'attirer l'attention des prospects mais il fonctionne aussi comme une pièce importante du mécanisme. Il maintient et amène ailleurs l'intérêt du lecteur pour acquérir plus d'informations. D'un côté, il renvoie ce dernier à d'autres textes que celui de la publicité. Le lecteur est invité à enrichir lui-même l'information à travers les connotations des mots ou des phrases du slogan ou par la référence implicite à d'autres textes qu'il aura en mémoire (intertextualité). D'un autre côté, il est amené aux autres éléments constitutifs de la publicité pour compléter le manque d'informations dans le slogan, éléments qui sont nécessaires à la compréhension du message. Le lecteur reconstruit ainsi le message de l'annonceur comme un puzzle en combinant les informations supplémentaires qu'il a obtenues en dehors et à l'intérieur de la publicité et finit par éprouver une grande satisfaction à l'accomplissement de cette tâche.*

### 大学広告の成功事例における短文の役割

紙面広告のキャッチコピーは、通常の文章と異なり文字を配置するスペースに限りがあるため、必然的に短い。この「短さ」は広告内でどのような働きをしているのだろうか。本論は、挑戦的でユーモアに溢れた広告が注目を集めている近畿大学の紙面広告

---

<sup>39</sup> Le nom officiel de l'Université Kindai en japonais est Kinki Daigaku (Université Kinki) mais en anglais elle utilise le nom Kindai University (Université Kindai). « Kinki » est le nom d'une région située dans l'ouest du Japon mais en anglais cela peut s'entendre comme « kinky (=pervers) ». Elle s'appelle donc en anglais, depuis 2015, Kindai University (Kindai est une abréviation de Kinki Daigaku). Dans cet article, nous la nommons Université Kindai ou Kindai tout simplement. Cependant, nous traduisons telle quelle son appellation dans ses publicités.

を紹介し、その中でキャッチコピーの役割とその「短さ」の持つ働きについて分析・考察したものである。高い評価を得た広告には、読み手に能動的に広告主のメッセージを読み解かせようとする仕組みがあり、その中でキャッチコピーは読み手の興味を広告に引きつけることに加え、もう1つ重要な役割を果たしている。それは集めた読み手の関心を別の要素へ向かわせ、さらなる情報を読み手が受け取るように導く役割である。第一にキャッチコピーは読み手を広告外へと導く。第一にキャッチコピー内の語句の持つ共示、あるいは間テキスト性によって読み手が想起した別のテキストから読み手はさらなる情報を受け取ることになる。第二に読み手を広告内の他の要素へも導く。キャッチコピーには、広告主の意図を理解するために必要な情報の欠如があり、読み手はその穴埋めをしようとする。つまり、読み手は広告内外から補足の情報を得ながら一つのパズルを作り上げるようにして広告主のメッセージの再構築を行っている。

## **Mots clés**

Publicité, slogan, brièveté, connotation, intertextualité

Advertisement, slogan, brevity, connotation, intertextuality

広告、キャッチコピー、短さ、共示、間テキスト性

## **1 Introduction**

La publicité sur support papier (affiches, encarts dans les journaux ou magazines) consiste souvent dans des éléments textuels comme le slogan, le nom de l'annonceur, le commentaire explicatif, et des éléments visuels comme les images et le logo. Elle a pour but de faire connaître un certain produit ou service et de donner l'envie aux lecteurs de l'acheter ou de l'utiliser. Pour ce faire, elle doit d'abord attirer l'attention des passants. Mais une publicité plus efficace repose en outre sur un mécanisme qui amène les lecteurs à interpréter activement le message pour emmagasiner au maximum les informations que l'annonceur veut leur transmettre dans un espace limité et pour qu'il demeure dans leur souvenir avec une bonne impression. La brièveté du slogan y fonctionne comme un pivot. Nous tentons d'élucider ce mécanisme et l'effet de la brièveté du slogan en analysant les publicités de l'Université Kindai qui fait sensation ces dernières années.

## **2 Les publicités des universités japonaises**

### **2.1 En général**

Au Japon, il existe une multitude d'universités privées, qui ont besoin de se faire

connaître pour attirer un grand nombre de candidats au concours d'entrée, car les frais d'examen sont une source de revenu considérable. Ces dernières années notamment, la chute du nombre d'étudiants due à la baisse de la natalité a entraîné des difficultés financières pour les universités privées. Elles doivent donc, plus que les autres universités, attirer les étudiants.

Pour ces publicités, la marchandise que l'annonceur veut vendre, c'est le nom de l'université. Leur but est donc d'accroître la réputation de l'université et d'améliorer son image de marque. Mais la plupart des publicités universitaires sont similaires et manquent d'ingéniosité. Les images représentent le plus souvent les étudiants ou les monuments symboliques de l'université ou bien encore le campus, et le slogan est généralement une citation de l'esprit du fondateur ou une phrase sentencieuse qui peut s'appliquer à toutes les universités. Ce choix est le résultat d'une règle tacite qui veut que chaque université cherche à transmettre son identité à travers une publicité donnant d'elle une image de sérieux.

## **2.2 L'Université Kindai**

L'Université Kindai est une université privée de la région de Kinki située à l'ouest du Japon. Elle s'est fait connaître une fois en 2002 grâce au centre de recherches océanographiques de l'université qui a réussi l'élevage complet du thon rouge. C'était la première réussite de ce type d'élevage dans le monde. Le Japon étant accusé depuis longtemps par d'autres pays de consommer 90% des thons rouges et qui étaient menacés d'extinction, l'Université Kindai a entrepris d'importantes recherches dans ce domaine et a trouvé une solution à ce grand problème écologique.

Elle a ainsi attiré l'attention du public mais son niveau restait toujours inférieur à celui des universités privées plus connues de l'ouest du Japon : par exemple les universités Doshisha, Ritsumeikan et Kansai. Elle était peu connue au Japon, malgré la réussite de l'élevage.

Cependant, depuis 2014, Kindai a obtenu la première place au classement des universités japonaises par nombre de candidats quatre années de suite. Il est vraiment exceptionnel qu'une université régionale dépasse dans ce domaine les universités métropolitaines. La raison pour laquelle Kindai a réussi à attirer le plus grand nombre d'étudiants est une conséquence de la réforme universitaire qu'ils ont commencé à mettre en place il y a 10 ans. Ils ont entrepris la rénovation du campus et ouvert une nouvelle faculté. Mais le pivot de leur stratégie pour accueillir plus d'étudiants, c'était la publicité.

Pour concilier la diminution des dépenses et malgré tout des relations publiques efficaces, le choix a été de mettre moins de publicité dans les transports et dans les magazines, et de privilégier les journaux. Ils ont choisi avec soin la période, les trois jours du Nouvel An, pour attirer le maximum d'attention. Les nouvelles publicités ne répondent plus aux normes habituelles, elles deviennent humoristiques et impressionnantes.

Nous présenterons dans un premier temps ces publicités, d'abord les précédentes de type « normal » puis celles qui ont réussi, pour les comparer.

### 3 Les publicités de l'Université Kindai

Les transports publics, où Kindai affichait des publicités avant sa mutation, et les journaux (après la mutation) sont des médias bien quelconques pour les publicités. Quand on voit involontairement une publicité dans le train ou quand on remarque sans raison particulière la publicité en tournant une page d'un journal ou d'un magazine, les lecteurs commencent à lire en se rendant compte que c'est une publicité. Quand on regarde une publicité en sachant que c'est une publicité, on attend naturellement des informations telles que l'identité de l'annonceur ainsi que son but et son message. On peut supposer qu'en profitant de cet intérêt des lecteurs qui désirent avoir plus d'informations, la publicité possède un mécanisme qui fait que le lecteur ramasse ces informations activement pour qu'elle soit plus efficace. Nous expliquerons ce point plus concrètement en présentant les exemples.

La photo1 représente une des affiches publicitaires qu'on pouvait voir dans les trains en 2007, c'est-à-dire avant le changement.



Image 1 (画像提供：近畿大学 Image offerte par l'Université Kindai)

Le slogan qu'on voit en haut à droite : 人生の見方を変える出会い。近畿大学 (Jinsei no mikata wo kaeru deai. Kinki-daigaku) signifie *Rencontres qui bouleversent la conception de la vie* – – *Université Kinki*. Le nom de l'université apparaît à la fin du slogan puis de nouveau en bas à gauche. L'image montre un coin du campus avec un jeune homme censé être un étudiant de cette université. C'est un exemple tout à fait typique. Sur l'image, le bâtiment du campus est incliné à quatre-vingt-neuf degrés et on comprend ainsi qu'ils ont essayé de sortir de la banalité. Mais le contenu du slogan est banal et conventionnel. Ce slogan ainsi que l'image peuvent s'appliquer à toutes les universités et ne s'attachent pas à une université particulière. Même si le nom de l'université est accolé juste après, la relation n'est pas perçue comme forte. La plupart des lecteurs risquent d'en arrêter la lecture au premier coup d'œil. Et même s'ils lisent le slogan, le message de l'annonceur est tout entier dans le slogan, ce qui n'incite pas à chercher plus loin pour remarquer l'intérêt de l'image ou noter l'annonce des dates du commencement de l'inscription aux examens d'entrée.

Les éléments textuels qui composent souvent les publicités de l'Université Kindai après le changement sont de 3 types : le slogan, le commentaire explicatif, le nom de l'université. Il est nécessaire d'amener les lecteurs à tous ces éléments et à l'image sans qu'ils se lassent et cessent de lire, et de leur transmettre effectivement le message de l'annonceur.

La publicité qui a été publiée dans un journal le 1er janvier 2012 (image 2) a attiré l'attention grâce à l'image du thon que l'annonceur utilisait pour la première fois dans sa publicité mais il est douteux que la transmission du message le plus important soit bien passée.



Image 2 (画像提供 : 近畿大学 Image offerte par l'Université Kindai)

Sur l'image, les thons rouges sont assimilés aux avions de « TUNA AIRLINE » et disposés à « l'aéroport de Kindai ». L'un des thons a déjà décollé vers le ciel. L'aspect de l'aéroport ressemble beaucoup au bâtiment universitaire de Kindai. Dans le slogan 世界がそうくるなら、近大は完全養殖でいく。 (*Sekai ga sô kuru nara, Kindai wa kanzen-yôshoku de iku* : Si le monde s'en vient ainsi, alors Kindai va elle aussi s'orienter vers l'élevage complet.), les verbes “venir” et “aller” se répondent l'un l'autre. Il est possible que les lecteurs lisent le commentaire explicatif pour saisir ce qu'indique l'adverbe そう (*sô* : ainsi), mais ils peuvent comprendre que l'annonceur a envie de souligner le succès de l'élevage complet des thons rouges en lisant le slogan et avec l'aide de l'image des thons. Il n'est donc pas nécessaire de lire le commentaire explicatif pour saisir le but de l'annonceur. Le message de ce dernier est que l'université s'applique à offrir une éducation basée sur les sciences pratiques. Mais il est probable que les lecteurs arrêtent leur lecture avant d'arriver à ce commentaire. De ce fait, cette publicité a peu d'efficacité car elle ne dirige pas vraiment vers le commentaire explicatif.

Comment faire alors, pour maintenir l'intérêt du lecteur et pour qu'il lise spontanément le commentaire explicatif ? Une des publicités qui est parvenue à ce résultat est celle qui a été affichée dans le train en novembre 2012, dont le slogan est : 近大へは願書請求しないでください。 (*Kindai he wa gansho-seikyû shinaide kudasai* : Ne réclamez pas les dossiers pour la candidature à Kindai.)



Image 3 (画像提供 : 近畿大学 Image offerte par l'Université Kindai)

Il consiste en une phrase qui est totalement contraire à ce qu'attend le lecteur, concernant une université. Car n'importe quelle université souhaite que le plus grand nombre de lycéens possible présentent leur demande pour le concours d'entrée. Le lecteur qui n'arrive pas à comprendre l'intention de l'annonceur se demande pourquoi Kindai refuse les demandes et il cherche la réponse dans les autres éléments constitutifs



de la publicité. Il lit donc sans hésitation le commentaire explicatif qui semble prolix à première vue. Il est parfois dangereux d'utiliser la négation comme slogan. Mais ce slogan a réussi à faire lire aux lecteurs le commentaire explicatif grâce à l'inattendu. Le but de cette publicité est en fait, de lancer un appel pour un service de candidature en ligne, qui s'appelle 近大エコ出願 (*Kindai eko shutsugan* : Kindai Candidature Éco). En général au Japon, les lycéens écrivent leur demande sur papier. Kindai prépare 130 000 feuilles tous les ans et 30 000 papiers sont jetés à la poubelle. “Kindai Candidature Éco” est une des solutions pour régler ce gaspillage de papier qui est un grand problème écologique. Quand on présente sa demande en ligne, il y a une réduction de 3000 yens pour chaque candidature. L'image et les phrases d'assise (le nom de marque/service et son slogan) renforcent ici le message de l'annonceur. On voit la demande en papier de Kindai en arrière-plan et la couleur verte qui évoque la nature ou la forêt est un symbole de l'écologie. Dans les deux phrases d'assise: « ペーパーレスでエコロジー (*Pe-pa-lesu de ekolojii* : Écologie , abolition des papiers)” et “受験料も割引でエコノミー (*Jukenryô mo waribiki de ekonomii* : Économie, réduction de frais) », les deux *éco* riment et se répondent.

D'autres publicités ont même réussi à faire en sorte que les lecteurs se reportent à des éléments hors publicité. Voici une série de deux publicités en 2014, dont les slogans sont : 固定概念を、ぶっ壊す。 (*Kotei gainen wo, bukkowasu* : L'idée figée, on la détruit.) (Image 4) et 近大をぶっ壊す。 (*Kindai wo bukkowasu* : On détruit Kindai.) (Image 5).



Image 4



Image 5

(画像提供 : 近畿大学 Images offertes par l'Université Kindai)

Les mots communs à ces deux slogans sont le verbe ぶっ壊す (*bukkowasu* : détruire) et la particule enclitique を (*wo*) qui signifie le cas objet en se plaçant juste après le complément objet direct. ぶっ壊す, verbe composé par 打つ (*utsu* : battre) et 壊す (*kowasu* : casser), est donc plus fort et violent que le simple 壊す. Mais le point important à propos de ce verbe n'est pas cette violence mais l'évocation d'un sens plus explicite chez les lecteurs japonais. Il s'agit des paroles de l'ex-premier ministre Junichiro Koizumi lors de l'élection du chef du Parti Libéral Démocrate en 2001. Ses propos exacts étaient : « Je vais détruire le Parti Libéral Démocrate (*Jimintō wo bukkowasu* : 自民党をぶっ壊す) », qui signifiait qu'il s'engageait à détruire l'ancien parti pour mettre en œuvre une réforme structurelle. Il a largement remporté cette élection et il est plus tard devenu premier ministre. Grâce à cette référence intertextuelle, on comprend que la signification de ce slogan est positive. Mais on ne voit toujours pas exactement ce que signifie « l'idée figée » et le rapport avec l'image énergique d'une montagne d'où surgit la tête d'un thon rouge. Pour le comprendre, il suffit de lire le commentaire explicatif sous le slogan. On comprend alors que l'« idée figée » indique la hiérarchie des universités japonaises qui n'a jamais varié depuis la nuit des temps. En revenant à l'image, on comprend cette fois que la montagne qui ressemble au Mont Fuji, la plus haute montagne au Japon, symbolise aussi la hiérarchie des universités. Le thon rouge surgissant représente alors l'Université Kindai qui veut atteindre le top des universités japonaises. Alors qu'elle utilise l'image du thon à plusieurs reprises pour sa publicité (pour l'image 4, c'est la 5<sup>ème</sup> fois), la plupart des lecteurs peuvent facilement associer le thon rouge au nom de l'université. Cette publicité leur laisse donc deviner ce qui est connoté dans le slogan et l'image. Le slogan de l'image 5 suit exactement la même idée, celle des paroles de l'ex-premier ministre car l'université essaie d'entreprendre une réforme structurelle pour gagner un plus grand nombre d'étudiants. Comment alors expliquer ce poing en train de détruire les bâtiments universitaires ? Le lecteur comprend, quand il lit le commentaire explicatif, que ce n'est pas seulement l'incarnation de l'expression métaphorique du slogan mais que Kindai va vraiment détruire l'université, c'est-à-dire reconstruire le campus.

Dans les publicités suivantes, l'Université Kindai essaie cette fois de trahir l'attente du lecteur qui sait maintenant, à travers ses publicités précédentes, qu'elle est connue pour l'élevage du thon rouge. Les slogans sont マグロ大学って言うてるヤツ、誰や? (*Maguro-daigaku tte iuteru yatsu, dare ya ?* Qui dit que c'est une université du

Thon ?) (Image 6) et 近代発のパチもんでんねん。(Kindai-hatsu no pachimon den nen. Je suis du toc qui vient de Kindai.) (Image 7).



Image 6

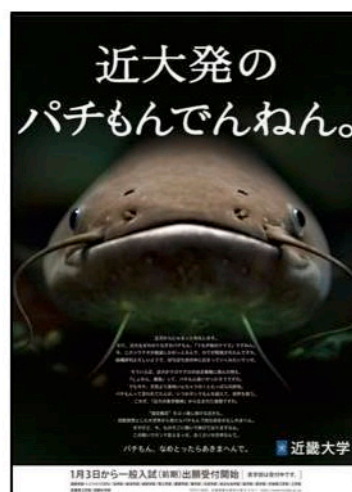


Image 7

(画像提供 : 近畿大学 Images offertes par l'Université Kindai)

Dans chaque publicité, le thon rouge et le poisson-chat sur un fond de couleur sombre fixent le lecteur d'un œil noir. Forte impression. Il est clair que les deux poissons sont les énonciateurs de chacun des slogans et qu'ils adressent la parole au lecteur. Pour ce qui concerne la stratégie publicitaire, il est important que les deux poissons prennent la parole en dialecte, plus précisément en dialecte d'Osaka. Le campus principal de Kindai se trouve en effet dans la banlieue d'Osaka. Quand la publicité utilise les dialectes, c'est souvent pour que les gens qui les parlent se sentent proches. Pourtant dans ces publicités, les paroles en dialecte et les regards provocants visent surtout les gens d'autres régions, ceux qui ne parlent pas le dialecte. Kindai veut lutter contre les universités de Tokyo qui sont considérées comme des universités de plus haut rang, et essaie de prouver son existence en utilisant le dialecte. Effet comique assuré, car il est fort drôle que les poissons qui n'ont sans doute pas de sentiments parlent le dialecte qui permet d'exprimer davantage ses émotions que la langue standard. Les deux slogans et les deux images réussissent à amener naturellement le lecteur aux commentaires explicatifs assez longs. En ce qui concerne la publicité de l'Image 6, grâce aux anciennes publicités, beaucoup de lecteurs savent que Kindai est bien connue pour ses thons mais sans plus. De fait sur Internet, on se moquait de l'université avec ce surnom : l'« université du Thon ». L'attitude provocante du thon rend le lecteur désireux

de savoir ce que le thon veut dire et l'amène aux commentaires explicatifs.

Par ailleurs, dans la publicité de l'Image 7, la juxtaposition du nom de l'université et de l'image du poisson-chat éveille la curiosité du lecteur, puisque c'est au thon, et pas au poisson-chat que Kindai fait penser. Même si le lecteur devine avec le mot « du toc » dans le slogan qu'il s'agit de l'élevage du poisson-chat, beaucoup de questions surgissent. Pourquoi le mot « toc » qui possède un sens négatif a-t-il été choisi ? Pourquoi le poisson-chat peu connu comme aliment apparaît-il dans cette publicité ? L'incompréhensibilité du slogan et de l'image crée chez le lecteur une attente. Il finit par comprendre, en lisant les commentaires explicatifs, que le prix des anguilles grimpe à cause de la diminution de la quantité d'anguilles pêchées et que Kindai commence à élever des poissons-chats au goût d'anguille.

Il faut que le lecteur comprenne le non-dit avec le slogan et l'image pour recevoir le message de l'annonceur et pour cela le lecteur continue à lire les commentaires explicatifs sans perdre son intérêt. La publicité de 2015 dont le slogan est マグロだけじゃない。 (*Maguro dake janai* : Ce n'est pas que le thon.) (Image 8) est la plus explicite pour montrer comment fonctionne avec efficacité la brièveté du texte dans la publicité. On peut dès l'abord penser que le lecteur s'intéressera sûrement à l'image et au mot qui y est associé : « Tuna » entre guillemets accompagné du même mot en signes phonétiques.



Image 8

(画像提供 : 近畿大学 Image offerte par l'Université Kindai)

Dans l'image, debout dans une sorte de parc, un homme occidental vêtu d'un

costume gris tient un grand thon dans ses bras. La bouche de l'homme a la forme adéquate pour la prononciation de « u » et on voit que le mot « Tuna » superposé à l'image du thon correspond à ce qu'il dit. Cette scène étrange réussit à attirer l'intérêt mais pour comprendre ce que l'annonceur veut dire le lecteur a besoin de plus d'informations, et son regard est donc attiré vers le bas, vers le slogan. Il est associé à l'image par l'intermédiaire du mot « thon » mais le sens de l'image est toujours vague et il est aussi difficile de comprendre le slogan. Le lecteur va donc chercher d'autres informations dans une annonce au-dessous qui est aussi brève que le slogan, « 国際学部 2016 年 4 月開設 » (*Kokusai-gakubu 2016 nen shigatsu kaisetsu*) qui a pour sens : ouverture d'une faculté d'Études Internationales en avril 2016. C'est à ce moment-là que le lecteur, enfin, se rend compte qu'il s'agit de la publicité d'une université. Une fois cette information acquise, on peut interpréter l'image : l'homme représente un professeur d'anglais qui est en train de donner une leçon de prononciation. Et quand on parvient au nom de l'université, le lecteur qui connaît déjà la relation entre le thon et Kindai, comprend ici le sens du slogan : ce n'est pas seulement à l'élevage du thon mais aussi aux études internationales que l'université a commencé à s'appliquer plus spécialement. Il y a sans doute des lecteurs qui devinent immédiatement, même avant de regarder le nom de l'université, que c'est l'université Kindai qui est à l'origine de cette publicité, grâce à la connotation du thon, que la série des publicités précédentes a créée. Le lecteur regarde d'abord la publicité de haut en bas en cherchant les informations qui manquent dans chaque séquence. Et quand on comprend, arrivé en bas, que c'est Kindai qui est l'annonceur, on revient de bas en haut cette fois en comblant tous les manques d'information dans chaque séquence pour reconstruire le message.

#### **4 Le rôle du slogan et l'effet de sa brièveté**

Le slogan publicitaire doit attirer l'attention du public et l'intéresser. Pour cela, il doit être simple et percutant, et donc nécessairement bref. Le slogan a un autre rôle et l'Université Kindai a réussi à bien le maîtriser dans les publicités après sa mutation. C'est que le slogan amène l'intérêt du lecteur aux autres éléments pour que ce dernier capte davantage d'informations. Avec le slogan seul, le lecteur ne peut comprendre qu'une partie du message de l'annonceur parce qu'il lui manque les informations nécessaires pour comprendre les autres parties du message. Ce manque d'information maintient l'intérêt du lecteur et l'amène ailleurs.

Les slogans des publicités de Kindai jouent ce rôle à deux niveaux. Au premier

niveau, les mots ou les expressions dans le slogan amènent le lecteur aux informations hors publicité. Sa stratégie publicitaire a été d'adopter des images du thon à fort impact. En les répétant, elle a réussi à implanter dans la population son nom comme attaché au thon. Le lecteur se rappelle immédiatement son nom et son caractère à la vue de l'image ou du mot « thon ». Puis, à travers l'intertextualité, il est amené aux informations en dehors de la publicité. Il doit chercher la référence à un autre texte pour comprendre le sens ou la nuance du slogan.

Au deuxième niveau, le slogan dirige le lecteur vers les autres éléments à l'intérieur de la publicité. Dans les publicités réussies, il est amené à chercher les informations qui manquent dans chaque élément constitutif de la publicité. Le slogan sert de point de départ à cette fin. Le lecteur cherche d'abord ce qui manque au slogan dans les autres éléments comme l'image, la phrase d'assise, les commentaires explicatifs et le nom de l'université. Mais ces autres éléments, à leur tour, présentent un défaut d'informations qui seraient nécessaires pour comprendre le message de l'annonceur. Le lecteur est ainsi amené de l'un à l'autre. Bref, entre les éléments constitutifs de la publicité réussie, il y a une relation organique et interagissante grâce au manque d'information. Le lecteur y circule en ramassant les pièces importantes pour reconstruire le message de l'annonceur.

## **5 Conclusion**

La brièveté dans la publicité, c'est tout d'abord l'économie en nombre de mots puisqu'une affiche ou une annonce de presse est un espace limité. Quand un énoncé est bref et que le nombre de mots est limité, ce que le lecteur peut recevoir comme sens explicite est limité aussi. Autrement dit, l'interprétation de l'énoncé est laissée au bon vouloir du lecteur plus qu'avec les énoncés longs, et il essaie de comprendre le non-dit de la phrase à travers la situation ou la relation avec l'énonciateur en cherchant ce qui est connoté ou bien ce qui manque à la phrase à partir de ses connaissances ou de ses expériences. Dans le cas des publicités réussies que nous avons étudiées, pour que le lecteur reconstruise ce non-dit, le publiciste donne les informations nécessaires de façon subtile comme on l'a vu dans les exemples.

À travers cette analyse, nous avons pu élucider l'une des raisons pour lesquelles les publicités de l'Université Kindai ont réussi à attirer tous les regards et pourquoi elles sont très appréciées. Ce n'est pas seulement qu'elles attirent l'attention du lecteur grâce à l'impact du slogan ou de l'image, mais elles mettent en jeu un mécanisme qui amène le lecteur à résoudre un ou des puzzles présentés dans le slogan en comblant le manque

d'information dans chaque élément constitutif de cette publicité.

### **Références**

Guidère M. (2000). *Publicité et traduction*. Paris : L'Harmattan.

Dagher Z. (2016). *Connotations, dénotations et stéréotypie dans l'affiche et le spot publicitaires au Liban : campagne électorale de 2009*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université Sorbonne Paris Cité.

世耕石弘 (2007) 「『広告』と『広報』を活用した近畿大学の広報戦略」, 『大学マネジメント』 10 : 2-6.

### **Remerciement**

Je remercie Ichiko Negi, étudiante en Master de l'Université Aoyama-Gakuin, qui a collaboré à ce travail lors de la communication au colloque.





TROISIÈME PARTIE

**LA BRIÈVETÉ OU L'ART DE LA CHUTE  
STRATÉGIE RHÉTORIQUE OU OBLIGATION DU GENRE ?**



## **Brièveté de la chute dans le *rakugo* --son originalité face à l'histoire drôle--**

**KAWAGUCHI Junji**  
(Université Keio)

### **Résumé**

*La brièveté de la chute est une obligation aussi bien dans le rakugo que dans l'histoire drôle. Nous montrerons qu'elle est, dans le rakugo, en rapport avec l'incongruité, vis-à-vis du reste du texte, provoquée par la chute, et se justifie à cinq niveaux d'analyse : diégétique, dialogal, métanarratif, métadiscursif de cadrage et métadiscursif de cohésion. Nous verrons que la brièveté de la chute dans le rakugo, quoiqu'elle soit fort proche, diffère de celle de l'histoire drôle.*

*Brevity of punch lines in rakugo.*

*Brevity of punch lines is a necessity both in rakugo and in jokes. We argue that brevity in rakugo is related to the incongruity built-in into the punch line vis-à-vis the rest of the story, and can be analyzed at five different levels: diegetic, dialogal, metanarrative, metadiscursive of framing and metadiscursive of cohesion. The brevity of the punch line in rakugo will be shown to differ in construction from that of jokes, in spite of their similarity.*

落語における落ちの簡潔さ。落ちの簡潔さは落語においても冗談においても共通する。本稿は落語の簡潔さが話の残りの部分に対して落ちの導入する不調和と関わることを示し、物語、対話、語り、フレーミングのメタ談話、結束のメタ談話という5つの軸に沿って考察する。そして落語の落ちの簡潔さがジョークの落ちと近いものの異なることを示す。

### **Mots clés**

Rakugo, chute, brièveté, métadiscursif, incongruité

Rakugo, punch line, brevity, metadiscursive, incongruity

落語, 落ち, 簡潔, メタ談話機能, 不調和

## 1 Introduction

Le rakugo est un art traditionnel japonais qui consiste à raconter une histoire comique ou sentimentale devant un auditoire. Il s'agit fondamentalement d'un art de la parole dont la performance sur scène est assurée par un artiste-comédien qui reste assis sur son coussin tout au long de la séance muni d'un éventail et d'une serviette, accompagnant la narration de l'histoire avec des jeux de voix, de mine et de geste.

Nous nous intéresserons au genre comique du rakugo, en nous limitant aux pièces dites « classiques » (de la seconde moitié du XVIIe siècle jusque vers la fin de la Seconde Guerre mondiale), et aux pièces dites d'Edo (càd. Tokyo actuel)<sup>40</sup>.

L'objectif du présent article est de rechercher la raison d'être de la brièveté de la chute dans le rakugo à partir de l'examen du mécanisme qui sous-tend celle-ci. Nous verrons en effet que la chute du rakugo est nécessairement brève, et en ceci le rakugo se rapproche de l'histoire drôle<sup>41</sup> (*joke*) dont la chute (*punch line*) est également brève. Nous montrerons que malgré cette similitude, la brièveté du rakugo n'est pas identique à celle de l'histoire drôle.

La brièveté de la chute n'est en effet pas une donnée contingente, mais une propriété constitutive indispensable de la chute. Quant au reste du texte, il a une longueur très variable, d'autant plus que le rakugo, n'étant pas un genre écrit mais oral, se réalise sous forme de performance en salle spécialisée. La chute est, du point de vue générique, l'élément le plus stable de la pièce,<sup>42</sup> et sa brièveté étant de règle, nous devons nous interroger sur la raison d'être de celle-ci.

La chute du rakugo a été le plus souvent examinée du point de vue taxonomique, avec un nombre plus ou moins grand de catégories (calembours, renversement de situation, chute exigeant réflexion, etc.). Nous pensons qu'il est intéressant d'examiner, à la suite de Nomura (1994)<sup>4</sup>, la structure du texte et ses mécanismes pour comprendre les fonctions de la chute.

Dans la deuxième partie, nous présenterons rapidement le rakugo, son histoire et sa pratique.

---

<sup>40</sup> Les pièces de rakugo analysées seront tirées du recueil de pièces classiques du rakugo en 5 volumes édité par Okitsu.

<sup>41</sup> Nous utiliserons l'expression « histoire drôle » équivalente de « histoire à rire », « blague », « plaisanterie », en anglais « joke », etc.

<sup>42</sup> Stable, quoique pour différentes raisons, elle puisse elle aussi faire l'objet d'une suppression ou d'abrégement, comme par exemple à cause du manque de temps ou la difficulté de compréhension pour le public moderne. Mais même avec ces modifications, elle n'en restera pas moins brève.

Ensuite, nous étudierons les propriétés de la chute au sein de la structure d'ensemble que nous examinerons en proposant cinq paramètres d'analyse.

En troisième lieu, nous nous attaquerons à la question de la brièveté de la chute. Ses différentes propriétés seront examinées afin de justifier sa brièveté, en tâchant de les préciser à l'aide de la comparaison avec l'histoire drôle.

Enfin, la mention des problèmes restants clora l'article.

## **2 Brève présentation du rakugo**

Le rapide tableau que nous allons esquisser sera inévitablement sommaire et partiel, mais permettra du moins d'avoir une idée de ce qu'est le rakugo.

### **2.1 Performance**

Le rakugo est un spectacle avec un seul comédien qui raconte une histoire à rire. Il est donc comparable au *stand-up*, mais avec le rakugo, le comédien, installé sur son coussin ne se déplace jamais sur la scène sans décor (au moins dans la tradition d'Edo), habillé simplement et avec pour seuls accessoires un éventail et une serviette. La durée d'une séance est variable, et peut dépasser largement une demi-heure. Traditionnellement le spectacle a lieu dans une salle spécialisée (*yose*), et plusieurs comédiens et autres humoristes de tous genres (presdigitateurs, magiciens, chanteurs, etc.) y viennent présenter leurs performances.

### **2.2 Petit historique<sup>43</sup>**

Le rakugo naît au quatrième quart du 17e siècle à Kyoto, Osaka et Edo (actuel Tokyo). Ici nous nous référons surtout au rakugo d'Edo. Les histoires racontées trouvent souvent leurs sources consignées dans des textes des époques antérieures. Précisons qu'il n'y a pas de texte écrit pour le rakugo, les histoires étant transmises de maître à disciple, de sorte qu'il existe une marge d'improvisation. Nous noterons aussi qu'il se crée toujours de nouvelles histoires destinées au spectacle de rakugo.

### **2.3 Sous-genres du rakugo**

On divise les pièces du rakugo en sous-genres : le genre comique, traversé d'un bout à l'autre de l'histoire par le mode ludique, constitue le rakugo proprement dit ; le genre sentimental qui traite de relations humaines (mari et femme, mère et fils, patron et client, etc.) ; le genre fantômatique qui met sur scène un fantôme. Il existe aussi un

---

<sup>4</sup> Cf. Nomura (1994) pour les détails.

<sup>43</sup> Cf. Ui (1983), Nobuhiro (2011).

genre bâtard, le *koudan* 講談, continuateur d'une autre tradition de l'art de la parole et ayant pour thèmes la vie d'un héros, la vengeance, la bataille et autres événements historiques ou légendaires, et qui se retrouve parfois partiellement intégré dans le rakugo (Cf. Nomura(1994) pour les détails). La chute dont nous parlerons plus tard est surtout présente dans le genre comique. Aussi seul celui-ci fera-t-il l'objet de nos réflexions.

#### **2.4 Ordre des parties dans la performance d'une pièce**

L'ordre et la chronologie des parties dans la performance d'une pièce joue un rôle important dans le déroulement vers la chute :

- (i) l'arrivée du comédien sur scène, salutation et remerciement ;
- (ii) le préliminaire (*maeoki*) (facultatif) ;
- (iii) le préambule (*makura* « oreiller ») : anecdote(s) liée(s) ou non au corps principal de l'histoire et servant d'introduction ludique ;
- (iv) le corps principal (le héros entreprend une tâche, cherche à l'accomplir, et finit par y arriver ou échoue) ;
- (v) la chute (*ochi*) ;
- (vi) le remerciement, la salutation par l'artiste (facultatif).

#### **2.5 Personnages**

L'histoire se déroule autour du héros entouré de personnages secondaires qui s'opposent souvent à lui à différents égards : le héros fougueux vs les personnages secondaires calmes ; peu intelligent / munis de sens commun ; peu instruit / moyennement instruits ; rêveur / pragmatiques, etc. En plus de ces différences d'ordre psychologique, il arrive que l'opposition se situe au niveau de l'âge, de la profession, du statut social, etc.

Le héros prototypique dans le rakugo d'Edo est masculin, jeune, habite Edo et est un ouvrier pauvre, étourdi mais fougueux, querelleur de nature et d'intelligence médiocre. Il peut aussi être un jeune fils de marchand bourgeois. Il est bon vivant, aimant femmes et alcool, rêvant fortune, généralement honnête.

Ce sont surtout des personnages stéréotypiques simplifiés de comédie, et leurs prénoms sont plus ou moins fixés par profession ou par caractère.

#### **2.6 Art de la parole et de la voix**

Souvent le comédien met en scène deux personnages, le héros et un personnage secondaire mais plus important (il parle beaucoup plus) que les autres. S'ils sont différents de sexe, d'âge, de rang social, de profession, etc., le comédien va les

différencier en s'aidant de la hauteur de la voix, des intonations, et des types de langue (langues des femmes, des jeunes et des vieux, des samourais et des citadins, langue du peuple d'Edo et des provinciaux) avec lexicque et syntaxe différenciés. Un bon artiste fera entendre une voix nettement distincte pour chacun des personnages.

Si le personnage secondaire et le héros sont semblables pour les paramètres sociaux qu'on vient de citer, le héros aura tendance à monopoliser la parole, l'autre se contentant d'acquiescer ou de grogner.

### **2.7 Déroulement de l'histoire**

Dans la mise en récit de l'histoire, le héros a souvent une tâche à accomplir (faire repartir les créanciers impayés ; acheter un billet de loterie ; aller, sans le sou, dans une maison close ; rentrer dans les bonnes grâces d'une femme ; apprendre un art comme l'art de chanter ou de bâiller ; commettre un cambriolage ; apprendre à l'enfant l'étymologie d'un mot ou le sens d'un poème, créer des poèmes, etc.). Le résultat qu'obtient le héros est tantôt positif, tantôt négatif, et le résultat négatif sert typiquement à abaisser ou ridiculiser le héros pour amplifier l'humour engendré par ses vains efforts. Notons que le résultat négatif ne va jamais jusqu'au tragique.

### **2.8 Jeux de physionomie et de geste**

Pour différencier les personnages, le comédien aura recours aussi à la mimique. Sans se déplacer de son coussin il pourra représenter un personnage qui marche, mange des nouilles, boit du saké, utilise l'abacus, compte des pièces d'argent, écrit, joue d'un instrument de musique, etc. L'usage de l'éventail et de la serviette est parfois décisif : le comédien peut se servir de l'éventail en guise de baguettes pour manger ou de pinceau pour écrire, etc. Le jeu de physionomie s'accompagne presque toujours d'un geste, d'un mouvement de bras ou de tête. Le comédien fera aussi du bruit, comme celui de *toc toc* en tapant sur le sol en bois en bois quand quelqu'un frappe à la porte.

### **2.9 Caractère théâtral du rakugo**

Le comédien peut s'adresser aux spectateurs, mais la plupart du temps il fait parler les personnages ; il lui arrive aussi de commenter la parole, le geste, l'intention d'un des personnages ou la situation de ceux-ci.

Nous terminons ici la présentation générale du rakugo, et nous allons nous centrer sur la chute dans la partie suivante afin de préparer le terrain pour la discussion sur sa brièveté.

### 3 Propriétés de la chute

Nous tenterons dans cette partie de cerner diverses propriétés remarquables de la chute qui sont parfois similaires à celles qu'on rencontre dans l'histoire drôle.

Tout d'abord nous présenterons les niveaux d'analyse utiles pour situer la chute dans la structure d'ensemble (3.1). Ensuite nous appliquerons la grille des cinq niveaux à la chute (3.2), pour ensuite proposer l'unité de clôture intégrant la chute (3.3).

#### 3.1 Niveaux d'analyse

Nous avons vu en 2.4 le déroulement général de la performance ainsi que les trois parties (préambule, corps principal, chute) qui constituent la partie principale de la pièce. Notons que le préambule peut faire allusion au thème de l'histoire comique qui va suivre, comme nous verrons dans l'exemple du *Marchand de nouilles chaude* ci-dessous.

Pour nous en tenir à l'histoire proprement dite—donc sans nous intéresser à la mimique et aux bruits—, nous y discernons cinq axes qui la structurent :

- (I) axe diégétique chronologique (séquences événementielles)
- (II) axe dialogal (dialogues entre personnages)
- (III) axe métanarratif (le narrateur-comédien commente sur la parole ou l'acte des personnages ou sur la situation ; des explications de termes ou de coutumes disparus sont aussi situées ici)
- (IV) axe métadiscursif de cadrage (*framing*) fournissant le cadre à l'histoire (ouverture, déroulement, répétitions et rebondissements, clôture.)
- (V) axe métadiscursif de cohésion textuelle (rappel ou reprise de la parole ou du geste antérieurement présentés)

Nous allons pour chaque point fournir un petit commentaire.

Tout d'abord l'axe diégétique. Nous entendons par cette expression l'histoire en tant qu'une suite d'événements regroupés en séquences plus ou moins longues. Le comédien déroule son histoire sur l'axe chronologique, en principe sans retour en arrière important sauf lorsqu'un personnage se souvient de la recommandation qu'on lui a prodiguée, l'avertissement qu'on lui a donné, la promesse qu'on lui a faite, etc. Toutefois, ce ne sont pas là des éléments diégétiques mais plutôt des termes à analyser sur l'axe métadiscursif.

L'axe dialogal est à comprendre comme un axe au niveau de la parole des personnages. Il est fréquent qu'une pièce de rakugo se compose d'un grand nombre de dialogues entre personnages, les interventions du comédien se limitant au strict



minimum. Cet axe s'avère inhérent au caractère théâtral du rakugo. Le monologue de personnages a également une part importante, servant à mieux cerner leur état d'âme parfois impossible à exposer dans un dialogue.

L'axe métanarratif est celui qui concerne le comédien en tant qu'artiste face aux spectateurs. La parole que le comédien adresse à ces derniers est un commentaire sur la situation, le(s) personnage(s), les paroles ou gestes de personnages, etc. Toutefois le commentaire du comédien sur tel ou tel aspect de l'histoire n'est pas nécessairement révélateur de l'opinion du comédien, pouvant relever du sens commun. Certains comédiens se permettent de faire entendre un petit rire en donnant un commentaire sur la situation qu'il raconte, et ce rire peut être une invitation adressée aux spectateurs de prendre conscience du comique de l'objet commenté.

L'axe métadiscursif de cadrage formate l'histoire au niveau textuel. L'histoire a déjà pu recevoir une introduction au niveau du préambule. Ce qu'il faut remarquer c'est que la chute constitue impérativement le terme de clôture de l'histoire.

L'axe métadiscursif de cohésion se constitue d'expressions qui lient une partie du texte à une autre en parallèle ou en opposition, pour rendre le texte organiquement plus compact en créant un faisceau de relations qui forme le tout du texte. Nous verrons que la chute est nécessairement prise dans ce réseau de relations.

Le texte d'une pièce de rakugo est émaillé de calembours et autres jeux de mots, malentendus de mots ou de choses, et qui constituent des *jab lines* qui diffèrent de la chute (*punch line*) en ce que, au lieu de la terminer, elles se trouvent à l'intérieur de l'histoire et, le cas échéant, moins amusantes que la chute.

Prenons un exemple dans lequel nous allons discerner différents axes<sup>44</sup>.

(*Le marchand de nouilles chaudes*<sup>45</sup>) Le héros est un marchand ambulant qui circule en ville avec son petit étal portatif muni d'outils de cuisine et qui sert des bols de nouilles chaudes dans du bouillon.

[préambule] Le comédien parle d'abord des ramasseurs ambulants qui achètent de vieux papiers, bibelots et autres babioles pour les revendre, en faisant remarquer qu'un client qui invite en chuchotant le ramasseur à venir examiner ses objets propose souvent,

---

<sup>44</sup> Comme il n'est pas possible de donner une traduction complète de la pièce, nous adoptons la méthode consistant à donner une explication et un résumé de l'histoire avec la traduction de la partie finale avec la chute.

<sup>45</sup> Le titre de la pièce de rakugo sera donné en traduction française en italiques.

quoique pas toujours, une affaire qui lui rapporte du profit. De même, pour les marchands de nouilles chaudes, l'appel par chuchotement d'un employé peut signifier qu'à l'insu du maître de maison tous ses collègues désirent manger des nouilles avant d'aller se coucher, ce qui constituerait une grosse commande. Dans ce dernier cas, le marchand aussi doit chuchoter pour ne pas éveiller le soupçon du maître de maison.

[Début de l'histoire proprement dite] [Premier épisode] Le comédien met en scène un ivrogne qui, dans une nuit d'hiver, se chauffant au feu de charbon du marchand ambulant de nouilles, parle du mariage d'une fille auquel il vient d'assister, taquine le marchand, fait semblant de se fâcher de l'attitude peu intéressée du marchand comme c'est habituel chez les ivrognes, se fait servir de l'eau fraîche gratuite, et s'en va sans rien consommer, ce qui décourage le marchand. [Second épisode] Le vendeur de nouilles sert un client qui l'a appelé en chuchotant, ce qui a fait naître l'espoir chez le marchand qu'il aurait peut-être une grosse commande. Mais le client prend un seul bol de nouilles qu'il mange, et avant de s'en aller, dit au marchand, toujours chuchotant :

« Combien je vous dois ?... Bien, je pose l'argent là. »

« Je vous remercie. »

« Monsieur. »

« Oui ? »

[chute] « Vous aussi, vous êtes enrhumé ? »

L'axe diégétique concerne le déroulement de l'histoire qui se réduit à peu de choses : un vendeur ambulant de nouilles chaudes tombe sur un ivrogne qui profite de son feu et s'en va sans rien acheter ; un client l'appelle en chuchotant, demande un bol de nouilles qu'il mange.

Pour l'axe dialogal, on observe qu'à la fin du préambule le comédien introduit une explication sur les marchands de nouilles et tout de suite après il passe au dialogue : « A une autre époque, on trouvait des marchands ambulants vendant des “ nouilles de blé cuites dans la marmite ” (*nabeyaki-udon*). C'était très bon, paraît-il, dans la saison froide... “ na-beya-ki udon... ”<sup>46</sup> “ Eh ben, ce que je me sens bien !... Eh dis, marchand... ”<sup>47</sup> ». A partir du cri du marchand on entre dans le corps de l'histoire, et tout le reste, y compris la chute, se passe en dialogues de personnages.

---

<sup>46</sup> C'est le cri du marchand annonçant les nouilles chaudes.

<sup>47</sup> Avec le cri du marchand l'histoire commence, suivi de la parole de l'ivrogne qui va profiter du feu du

L'axe métanarratif, par conséquent, a peu d'objet dans le corps du texte examiné, sauf dans le préambule.

Pour ce qui est de l'axe métadiscursif de cadrage, on constatera que la dernière parole du client clôt le texte tout en fournissant la chute, et que la chute n'ajoute rien au déroulement de l'histoire mais fournit l'explication de son chuchotement.

Enfin, avec l'axe métadiscursif de cohésion, il faut rechercher tous les éléments qui de près ou de loin se relient l'un à l'autre pour renforcer la cohésion du texte. L'importance de cet axe pour rendre compte de la brièveté de la chute en tant que séquence linguistique tout en étant intégrée dans le déroulement de l'histoire apparaîtra clairement lorsque nous parlerons des propriétés structurelles de la chute.

### **3.2 Propriétés structurelles de la chute**

Nous allons à présent appliquer à la chute la grille d'analyse à cinq axes que nous venons de présenter.

Quelle est, pour commencer, la fonction de la chute dans l'axe diégétique ? On constatera tout d'abord que la chute n'a en général aucune fonction dans le développement de l'intrigue proprement dite. La chute dans l'histoire du marchand de nouilles chaudes est un élément qui explique pourquoi le client parlait tout le temps en chuchotant, mais n'ajoute rien qui fasse progresser l'intrigue, ce qui est tout à fait compréhensible puisque la chute doit clore l'histoire, et non servir à la relancer. Au lieu de faire progresser l'intrigue sur le plan diégétique, la chute sert à exprimer la réaction du personnage sur la situation dans laquelle il se trouve, sur telle parole, tel geste : il s'agit d'explication ou de commentaire. Cette fonction a plutôt trait à l'axe métadiscursif de cohésion, susceptible donc d'activer des éléments pouvant servir à faciliter la compréhension immédiate de la chute.

Pour ce qui est de l'axe dialogal, Nomura (1994 :194-7) souligne que la chute est généralement prononcée par un des personnages, ce qui est exactement le cas du *marchand de nouilles chaudes*<sup>48</sup>.

Venons-en à l'axe métadiscursif de cadrage. La chute se situe toujours à la fin de la

---

marchand.

<sup>48</sup> Nomura cite comme exceptions trois pièces dans lesquelles la chute est prononcée par le comédien, ce qui nous ramène à l'axe métanarratif. Sans entrer dans le détail, nous pensons que même dans ces cas il n'y a pas de vrai développement diégétique. Un phénomène comparable s'observe aussi dans la pièce *Une mandarine à un million d'euros* : « [...] je vais m'enfuir avec ces trois quartiers de mandarine, se dit-il, et il s'est enfui avec [trois quartiers de mandarine] ». La chute *il s'est enfui avec* qui donne l'impression d'un développement de l'histoire, ne fait que relater la réalisation de la décision du

pièce et la clôt. Cependant cette propriété de la chute ne serait pas aussi remarquable si elle n'était pas liée à une autre qui se situe sur l'axe métadiscursif de cohésion.

Reprenons la partie finale du *Marchand de nouilles chaudes*. La chute *Vous aussi, vous êtes enrhumé ?* marque le renversement de la situation : le spectateur qui assistait à la scène avec le point de vue du marchand pour se demander la raison du chuchotement par le client, se voit brusquement obligé d'adopter le point de vue du client dont le chuchotement est compris comme étant dû au rhume, de sorte que le chuchotement du marchand se révèle tout d'un coup sans objet. Constatons que le mot *aussi* dans la chute permet de : (i) inférer que le client est enrhumé ; (ii) montrer par conséquent que le chuchotement du client est dû au rhume et non au secret que voudraient garder les employés d'un important magasin pour passer une grosse commande ; (iii) comprendre que l'espoir du marchand de nouilles chaudes n'était en fait fondé sur rien de tangible. Le troisième point invite le spectateur à se remémorer le préambule dans lequel l'appel par chuchotement était considéré comme pouvant amener une bonne affaire. Autrement dit, la chute, loin d'être isolée et monophrastique, est un maillon d'une chaîne qui traverse et articule toute l'histoire.

La compréhension immédiate de la chute demande donc que le spectateur situe celle-ci par rapport à toute l'histoire qui précède. Nous pensons que la chute fonctionne comme réponse, de la part du personnage qui l'énonce, à une question générale qu'il se pose : « Que dois-je penser de la situation dans laquelle je me trouve ? ». La chute exprime la réaction de celui qui la prononce vis-à-vis de l'intrigue résumée par le concept de « situation » dans cette question. Nous appellerons le couple constitué de la question Q et la réponse-chute R l'unité de clôture. Nous allons développer ce point dans la section suivante.

### **3.3 Structure de l'unité de clôture**

Nomura (1994) a bien montré que parmi les formes que prend la chute la réplique d'un personnage est la forme la plus répandue.

Or la chute donne, comme nous l'avons vu, une explication ou un commentaire sur une situation, y compris une parole ou un geste antérieur. Etant donné que dans l'unité de clôture la chute fait suite à la question dont les variantes seront : *qu'en penses-tu ? comment l'expliques-tu, pourquoi as-tu fait /a-t-il fait ça ?*, etc., nous pensons possible de généraliser cette structure et de considérer que la chute est toujours une réponse à

---

personnage de s'enfuir. Ceci dit, il convient de reconnaître qu'il existe des variantes atypiques de la chute.

une question qui est soit explicitement formulée soit restée dans l'implicite.

L'avantage d'une telle hypothèse sera d'abord la simplification qu'on obtient dans l'analyse des chutes. Nomura (1994) a relevé des phrases à contenu assertif, percontatif, exhortatif, impératif, etc. qui précédant la chute la provoquent, mais cette variation grammaticale ne saurait en soi éclairer l'effet humoristique de la chute. Notre hypothèse postule une entité abstraite à deux membres, la question non énoncée mais présupposée et reconstruite par la réplique et la réplique qui constitue la chute. Aussi l'effet humoristique doit-il trouver sa source dans cette entité abstraite qu'est l'unité de clôture. En se fondant sur l'intrigue jusqu'à la chute incluse, on recherche la question qui aurait suscité la réponse qui correspond à la chute. La question, formulable en « *Qu'en pensez-vous ?* », « *Pourquoi cela ?* », etc., laisserait prévoir une réponse factuelle, conforme au bon sens, au point de vue jusque-là adopté, etc., alors que la chute ne se conformera à aucune attente de ce type. Le spectateur va reconstruire la question à l'aide de l'inférence par abduction. Le raisonnement est généralement très simple, facilité par les éléments réunis à cet effet.

Du reste, nous pouvons supposer que la source de l'humour provoque la chute quand entre en scène le jeu entre la question Q et la réplique R. En face de la question qui laisse attendre une réponse « ordinaire », la chute fournit une réponse inattendue ou saugrenue, mais qui fait voir l'histoire du point de vue particulier qui est celui du personnage qui dit la chute. Nous touchons ici le problème de l'humour qui concerne aussi l'histoire drôle.

#### **4 Brièveté de la chute**

Nous allons brièvement présenter la théorie de l'incongruité pour expliquer le phénomène de l'humour. Nous aborderons ensuite le problème de la brièveté de la chute par le biais des concepts de soudaineté et d'incongruité, en tâchant de mettre en lumière les différences du rakugo par rapport à l'histoire drôle.

##### **4.1 Théories de l'incongruité dans l'humour**

Il est très courant de citer trois théories classiques pour expliquer l'humour et/ou le rire, la théorie de la supériorité, la théorie de l'incongruité et la théorie de la décharge<sup>11</sup>. Nous présenterons rapidement la théorie de l'incongruité qui retiendra notre attention.

---

<sup>11</sup> Voir par exemple la présentation par Morreall (2009). Il existe de nombreuses critiques de cette théorie. Voir en particulier Lippitt (1994), Ritchie (2000), Ritchie (2009), Straus (2014).

Cette théorie qui compte le plus grand nombre d'adeptes, considère que l'on sent de l'humour devant une incongruité (ou conçue telle) entre deux objets, deux faits, entre le concept et l'objet qui l'exemplifie, etc.<sup>12</sup> Dans *Le marchand de nouilles chaudes*, c'est l'attente du marchand déjà plus ou moins démentie, mais qui persiste jusqu'à la chute, qui présente une incongruité avec le rhume que révèle la chute. L'histoire drôle peut s'appuyer sur plus d'un élément pour engendrer l'humour<sup>13</sup>, mais ces éléments sont exprimés par un tout petit nombre de mots qui les condensent ou les suggèrent, surtout en dehors du dialogue, alors qu'avec le rakugo ces éléments peuvent être introduits et même commentés au cours du développement de l'intrigue, dans les paroles de personnages.

Nous pouvons situer l'incongruité dans l'unité de clôture, plus précisément entre la question Q et la réplique-chute R. En effet Q, qui se réfère à une parole, un geste ou la situation présente, donne lieu à un éventail de possibilités de réponse presque infinies, mais étant donné la construction qu'il a suivie, le spectateur s'attend à un certain type de réponse qui formulerait la réaction attendue. Or R qui conclut n'est pas la réponse attendue et ne fait pas partie des R prévisibles, ce qui crée l'incongruité entre l'ensemble de réponses attendues qu'implique Q, notamment celle qui apparaît la plus évidente, et la réponse réelle R.

Ce qui ressort de cette analyse est le fait que Q représente toute l'histoire racontée jusqu'avant la chute. Si Q a cette fonction, une pièce de rakugo est-elle comparable à une histoire drôle ?

#### **4.2 Brièveté**

Morreall (1983), analysant la brièveté dans le rire, avance l'idée que le rire naît du changement psychologique (*psychological shift*, par exemple celui qui va de la perception d'un danger à celle de la sécurité) et qu'on prend plaisir au changement d'une position à une autre. Dans le cas de l'histoire drôle, ce changement psychologique se base avant tout sur l'incongruité et ce changement doit avoir le caractère de soudaineté. En appliquant l'analyse de Morreall au rakugo, nous dirions que

---

<sup>12</sup> Voici la définition par Straus (2014 : 9) : « a mismatch between a subject's conceptual understanding of how an action ought to happen, an event ought to unfold, or an object ought to appear, and a particular experience that contradicts this conceptual understanding ». Il rappelle également (*ibid.*) : « the incongruous object or event must clash with the systems of thought we use to generate expectations about the outcomes of our and other's actions. These systems can be understood as conceptual patterns used to organize, synthesize, and understand our experiences ».

<sup>13</sup> C'est ce que l'on constate dans une histoire analysée dans Straus (2014 : 10-11).

l'incongruité se situe dans le passage soudain de Q qui déploie l'éventail de possibilités de réponse dont notamment celle attendue par le spectateur, à R réponse-chute qui s'en détourne. Morreall mentionne deux faces de la soudaineté, à savoir le caractère inattendu et la rapidité du changement. Le caractère inattendu semble aller de soi, mais on se heurte au fait qu'on peut connaître parfaitement une pièce de rakugo qu'on a entendue jouer plusieurs fois, sans que cette familiarité enlève le plaisir de goûter à l'humour qu'elle procure.<sup>14</sup>

L'autre face de la soudaineté est la rapidité, au sujet de laquelle Morreall écrit :

A joke may fail [...] if it fills in too many of our conceptual steps for us. [...] an incongruity fully prepared for and thoroughly explained is no longer an incongruity. The punch line of such a joke will be processed by our understanding with relative ease, no conceptual shift will take place, and so there will be no laughter. This is also, of course, why explaining a joke to someone who does not get it will almost never make him laugh. (1983 : 31)

S'il y a donc plusieurs étapes de raisonnement pour aboutir à la compréhension de l'histoire drôle, la démarche sera lente pour la saisir. Ce serait alors comme si nous nous expliquions l'histoire par étape, et l'effet serait comparable au cas où on se la laisserait expliquer par une autre personne : dans les deux cas l'humour ne sera plus vivement ressenti. La brièveté de la chute dans le rakugo s'expliquerait de la même manière.

Remarquons que dans cette analyse, l'histoire a deux membres contigus, préparation (*set up*) et chute (*punch line*)<sup>15</sup>, semblables au couple Q et R que nous avons postulé pour le rakugo, et que la soudaineté se trouve dans le passage de l'un à l'autre. Et c'est dans la construction de la partie préparatoire, correspondant à Q, que nous détectons une des différences importantes entre le rakugo et l'histoire drôle. Quelle serait cette différence ?

Morreall évoque la maladresse de certains humoristes à vouloir mieux provoquer le rire en introduisant l'incongruité par petites doses et par étape, ce qui est la meilleure

---

<sup>14</sup> Voir Straus (2014 : 17-8), qui considère, dans le cadre de l'histoire drôle, que c'est l'incongruité entre l'action dans l'histoire drôle et le modèle conceptuel, et non la surprise qui fait sentir l'humour. Il admet toutefois que « [w]e become less and less impressed with "simple" or "silly" jokes because they slowly stop presenting a dramatic enough break with our conceptual patterns » (2014 : 18).

<sup>15</sup> C'est la théorie classique de *Surprise disambiguation*, cf. Ritchie (2000).

façon de faire disparaître toute envie de rire. Cependant le rakugo peut se permettre de braver ce tabou et s'en sortir sans trop de dégâts. Un même type de constatation est énoncé par Cohen (1999 : 3-4) qui parle d'un possible début dans une histoire drôle commençant par : « How many members of the Spartacists Youth League does it take to change a lightbulb ? » :

It is an essential feature of the joke that it [does] not itself contain instruction in the characteristics of Sparts, but that it presume this knowledge in the audience. A great many jokes enjoy this kind of concision, presuming their audiences able to supply a requisite background, and exploiting this background. This fact is a key to understand the insinuating quality of jokes, a way in which they force their audiences to join in the joke. (Cohen(1999 : 3-4)

Cette remarque qui porte sur l'histoire drôle, a une validité limitée à ce genre, car le rakugo présente souvent une explication pour un terme ou une coutume plus ou moins désuets, à condition qu'elle n'affecte pas la soudaineté de la chute.

La différence la plus nette entre les deux genres se trouve donc dans la longueur de la préparation. L'histoire drôle est généralement assez courte, alors qu'une pièce de rakugo même très courte occuperait une dizaine de pages au moins si on la transcrivait, quoique la chute ne soit jamais longue dans l'un et l'autre genre. Est-ce à dire que le rakugo serait une histoire drôle avec un allongement considérable de la partie préparatoire, la longueur ici étant compensée par l'art de la parole et du geste pour ne pas ennuyer le public ?

La réponse à cette question ne peut être que négative, et ceci à cause du paramètre métadiscursif de cohésion que nous avons proposé en 3.2. En effet nous constatons, au sujet du *Marchand de nouilles chaudes*, que l'unité de clôture est liée au préambule où il est question de l'appel lancé au marchand ambulant par chuchotement, ce qui suggérerait une bonne affaire pour le ramasseur ambulant ou le vendeur de nouilles chaudes. Or il a été également dit, dans le préambule de cette pièce, que cette bonne fortune du marchand n'est pas acquise d'avance. Autrement dit, la chute qui trahit l'attente du spectateur était dès le préambule suggérée, mais une telle suggestion serait impossible dans l'histoire drôle, elle la détruirait.

Nous dirons que le rakugo prépare la chute, en dispersant des éléments qui rendent compte de la chute que le spectateur comprendra sur le champ, mais de telle manière



que l'on ne puisse savoir que ce sont des clés qui vont avoir leur importance.

Il faut aussi songer au contraste entre deux personnages, l'un inepte et l'autre d'intelligence moyenne par exemple, permettant de produire tout au long de l'histoire des contrastes qui génèrent l'incongruité. Rappelons, de plus, la futilité de l'action entreprise par le héros, comme celle d'apprendre à bâiller, qui produit le même effet. Nous sommes tout au long de la séance, même hors unité de clôture, dans le mode ludique, avec l'oscillation entre les positions incongrues que note Morreall.

Une pièce de rakugo comique est construite de telle sorte qu'elle aboutisse à l'unité de clôture qui renferme et résume toute l'intrigue sous une forme Q-R, mais aussi pour dire la chute en conclusion. Et la position de la chute en tant que clôture assure, par sa position finale, le rire auquel invite le genre.

## 5 Conclusion

Pour analyser le rakugo, nous avons proposé cinq axes : diégétique, dialogal, métanarratif, métadiscursif de cadrage et métadiscursif de cohésion, et à l'aide de ces axes nous avons caractérisé la chute comme diégétiquement nulle, dialogalement positive, métanarrativement nulle, et les deux axes métadiscursifs situant la chute dans l'unité de clôture avec une question éventuelle, en la reliant au corps de l'intrigue. Nous avons alors vu que la brièveté de la chute se justifie par la compréhension de l'incongruité, mais qu'elle était de nature différente de celle de l'histoire drôle.

L'hypothèse de l'unité de clôture demande qu'on la précise, notamment sur des points soulevés par Ritchie (2000), car nous pensons que cette structure peut se retrouver dans un sous-genre de l'histoire drôle analysable par l'incongruité.

Nous n'avons pas pu examiner systématiquement les différences entre le rakugo et l'histoire drôle. Par exemple une histoire drôle de type nonsense, surréaliste, telle qu'on l'observe dans : « Quelle est la différence entre un canard ? Un de ses pieds est tous les deux le même »<sup>16</sup> ne saurait sans manipulation apparaître dans une pièce de rakugo<sup>17</sup>. Mais au moins la différence dans la nature de la chute entre les deux genres a pu être observée, ce qui nous permet de penser que la brièveté de la chute n'est pas partout

---

<sup>16</sup> « What's the difference between a duck? One of its legs is both the same », cité par Lippitt (1994 : 6) qui le donne comme un exemple des « nonsense riddles ».

<sup>17</sup> Il est cependant concevable d'insérer cette histoire dans une pièce de rakugo en distribuant le *set-up* et la *punch line* à deux personnages, au sein d'un concours d'absurdités de paroles, par exemple, ou même, en faisant de cette *punch line* la chute finale.

uniforme. Autrement dit, la brièveté, même s'il s'agit de celle qui est imposée par le genre auquel elle appartient, pourrait avoir des espèces distinctes.

## Références

- Cohen T. (1999) *Philosophical Thoughts on Joking Matters*. Chicago : The University of Chicago Press.
- Lippitt J. (1994) Humour and incongruity. *Cogito*, 8-2, 147-153.
- Morreall J. (1983) *Taking Laughter Seriously*. Albany, State University of New York Press.
- Morreall J. (2009) *Comic Relief: A Comprehensive Philosophy of Humor*. The Atrium, Wiley-Blackwell.
- Nomura M. 野村雅昭 (1994) 『落語の言語学』,平凡社.
- Nobuhiro S. 延弘真治 (2011) 『江戸落語 誕生と発展』, 講談社.
- Okitsu K. 興津要 (編) (1991-2004) 『古典落語』, 5 tomes, 講談社.
- Ritchie G. (2000) Developing the Incongruity-Resolution Theory. *Proceedings of the AISB 99 Symposium on Creative Language: Humour and Stories*. Edinburgh : The University of Edinburgh, 78-85.
- Ritchie G. (2009) Variants of Incongruity Resolution. *Journal of Literary Theory* 3/2, 313-332.
- Straus I. (2014) Incongruity Theory and the Explanatory Limits of Reason, *Scholar Works@UVM*, University of Vermont.
- Ui M. 宇井無愁 (1983) 『落語のみなもと』, 中央公論社.

## **Le « bref » comme médiation : les Ecritures de l'artiste Ben et les brèves du *Canard Enchaîné***

**SEOANE Annabelle  
(Université de Lorraine, CREM)**

### **Résumé**

*Cette contribution propose un regard croisé entre deux genres brefs : les "Ecritures" de l'artiste français Ben et la rubrique des « Minimares » de l'hebdomadaire satirique français Le Canard Enchaîné. Dans une perspective d'analyse du discours, nous étudierons le fonctionnement et l'utilisation de certains de ces genres créés, retravaillés par une source locutive spécifique et sous l'aune d'une création esthétique et/ou idéologique. Deux fils conducteurs guideront la réflexion : celui des critères de généricité de ces cas de variations de genres brefs en voie d'auto-institution, et celui du « bref » comme double facteur, à la fois facteur déterminant pour cette remodelisation générique par l'ellipse et facteur accélérant pour la réalisation de ces enjeux pragmatiques. Le « bref » devient alors médiation : il contribue à créer une relation facilitée avec l'œuvre d'art ou avec le positionnement éthique du journaliste dans le dévoilement de l'information. Une énonciation en bref et par le bref. On postulera ainsi que, en termes de genre, le bref n'est donc ici ni formatif (au sens de prendre forme), ni informatif, il est performatif. Et c'est cette performativité du bref combinée à la validation par l'institution qui rend opérante ici l'ouverture d'un nouveau paradigme générique.*

*This contribution offers a comparative analysis of two short genres: the "Writings" of the French artist Ben and the "Minimares" column of the French satirical weekly Le Canard Enchaîné. From the perspective of discourse analysis, we will study the functioning and the use of some of the genres thus created, reworked by a specific source of locution in the light of aesthetic and / or ideological creation. Two leading threads will guide our analysis: i) that of the criteria of genericity in these cases of variations of short genres which are in the process of self-institution; ii) that of the characteristic of being "short" as a double factor. It is both a determining factor for this generic remodeling through the ellipsis and an accelerating factor for the realization of the pragmatic issues at stake. Being "short" becomes a tool of mediation: it contributes to the creation of a facilitated relationship with the work of art or with the journalist's ethical positioning in the unveiling of the information. Being short is neither*

*formative (in the sense of taking shape), nor informative, it is performative. And it is this performativity of being short combined with the validation by the institution that makes the opening of a new generic paradigm operative here.*

媒体として機能する「簡潔性」：アーティスト・ベン作品とカナール・アンシェネ紙の短信

この試論は、二つの短文のジャンルを紹介し、その二つに共通する一つの視点を提案するものである。その二つの短文のジャンルとは、ベンジャミン・ベンの「エクリチュール」(文体)と、フランスの風刺的週刊紙カナール・アンシェネの「ミニマル」(短文集)である。これらのような、特定の発話主体によって、美的創作やイデオロギー確立を目指して作り出される「短文ジャンルがどのように機能しているのか、また使用されているのかを談話分析の観点から検討する。本考察は、次の二つの筋道に導かれる。一つは自らを慣習化しつつある短文というジャンルの様々な事例を包括する基準を問うものであり、もう一つは、二重の要因として機能する「簡潔性」の考察である。

「簡潔性」は省略によるジャンルの構築にとって決定的な要因であり、またその語用論的はたらきの実現を促す要因でもある。「簡潔性」は、この時、媒体となり、芸術作品との関係や情報を晒す際の記者の倫理的立場との関係づくりを容易する。短文による簡潔な発話行為なのである。ジャンルという観点から見ると、「短文」とは形式によるものでも伝達内容によるものでもなく、その遂行性によるものであると考えられる。そしてこの「短文」の遂行性が慣習によって認められることで、新しいパラダイムへの道が開かれるのである。

## **Mots clés**

Enonciation, bref, médiation, presse, performativité

Enunciation, short forms, mediation, press, performativity

発話行為、簡潔性、短文、媒体、報道機関、遂行性

## **1 Introduction**

Cet article propose un regard croisé entre deux genres brefs distincts afin de montrer le fonctionnement et l'utilisation de certains de ces genres créés ou plutôt, dirons-nous, retravaillés par une source locutive spécifique, sous l'aune d'une création esthétique et /ou idéologique. Le premier est la rubrique des « minimares » de l'hebdomadaire satirique français *Le Canard Enchaîné* ; le deuxième, les "Ecritures" de l'artiste français postmoderne Benjamin Vautier, dit « Ben » auquel le musée Maillol à

Paris a consacré récemment une exposition (« Tout est Art ? ») de décembre 2016 à janvier 2017.

La perspective adoptée ici est celle de l'analyse du discours et se forge sur deux angles d'attaque : « le genre » et « le bref ». Se trouve ici postulée une double continuité entre verbal et iconique et entre discursif et institutionnel. Dans le sillage de chercheurs comme Adam (2011, 2005, 2004, 1999), Maingueneau (2012, 2004, 2002, 1999), ou Beacco (2004) etc., le discours est entrepris dans une situation d'énonciation, elle-même aux prises dans un cadre institutionnel de production (et de réception).

1. Le premier angle interroge les critères de généricité (de catégorisation et de fonctionnement génériques), de ces cas de variations de genres brefs en voie d'auto-institution, ou qui aspirent à s'auto-instituer, car ils se posent en genres nouveaux, par la remodelisation générique qu'ils induisent, et avec les enjeux que ce positionnement soulève. En quoi la création d'un nouveau genre, et qui plus est un genre bref, participe au message idéologique ou esthétique ?
2. Le deuxième angle s'intéresse au « bref » comme double facteur : facteur déterminant pour cette remodelisation générique par l'ellipse et facteur accélérant pour la réalisation de ces enjeux, dans la mesure où la projection discursive des locuteurs dans un genre se trouve motivée par la contrainte formelle, entendue du point de vue de la production et qui va infléchir pragmatiquement le discours. Puisque l'économie d'espace est ici volontaire, elle fait sens et devient dès lors *sémio-constitutive*...

Ces deux entrées posent finalement la question de l'articulation entre contrainte et intentionnalité : la convenance entre d'un côté, ce qui relève de l'intra-générique (la forme, le médium et le contenu attendu du genre), et de l'autre, l'infra-générique<sup>49</sup> (le statut discursif de l'énonciateur sur lequel se fonde le genre, statut qui se trouve, par réciprocity, lui-même conforté par la catégorisation générique). C'est parce qu'il y a du sens dans la construction elle-même qu'on peut la détourner, mais également, c'est parce qu'on peut ou non la détourner que se pose la question du statut de l'énonciateur,

---

<sup>49</sup> « Le niveau infradiscursif, en soubassement, qui relève du dit et du dire combinés à l'avant-dire, articule la connexion entre environnement et textualité, entre énonciation, coénonciation et dynamique argumentative. L'acte d'énonciation est sous-tendu par ce niveau, par l'ouverture du discours à une strate de discursivité, interdiscursive et interlocutive. De ce soubassement, émerge un *en-deçà* intersubjectif, qui *fait* le discours aussi bien qu'il *est* discours. Non inscrit dans une temporalité (pré-/post-), ce niveau infradiscursif serait ainsi à l'interface entre construit, préconstruit et à construire » (Seoane, 2016 : 3).

de sa légitimité et donc du contexte institutionnel qui interagit avec le discours. Quel rôle pour « le bref » dans ces dispositifs ?

Commençons par les « Minimares » du *Canard Enchaîné*.

## 2 Les « Minimares » : citer, gloser, railler

### 2.1 Le corpus

La rubrique des « Minimares » du *Canard enchaîné* s'ouvre à la page 2 du journal et comporte une trentaine d'unités réparties sur deux colonnes. Visuellement, l'espace y est segmenté et balisé par des puces rondes qui introduisent chaque unité, l'encadrement de cinq unités, le gras des premiers mots (jusqu'au trois premiers) de chaque unité.

Cette rubrique constitue une variation du genre journalistique de la brève. Elle n'est pas à proprement parler une brève puisque ce que les journalistes appellent la règle des « 5 W » (What, Who, Where, When, Why) n'est pas respectée :

Par opposition au dossier ou à l'enquête, la brève est un texte court [...] (dix lignes maximum). Elle donne en trois ou quatre phrases une information très concise, sans titre, qui répond obligatoirement aux questions : qui, quoi, quand, où, et parfois comment et pourquoi. Une brève est rarement seule, elle est présentée dans une colonne de brèves. Lorsqu'elle a un titre, on l'appelle "filet". Dans un cadre, elle devient "encadré".<sup>50</sup>

Cette rubrique des « minimares » ouvre le paradigme générique de la brève en y apportant une configuration textuelle et discursive nouvelle qui permet de marquer une mise à distance et d'établir un positionnement du journal (l'ethos) très particulier, pas simplement dans la distanciation journalistique neutre et objectivante d'une « brève », mais nettement axiologisé et dont le but n'est pas tant ici d'informer mais de dénoncer.

Nous ne considérerons pas ici le critère de généricité, même s'il pourrait certainement s'avérer intéressant, mais le critère formel de brièveté du discours verbal par lequel la concision reposerait sur une stratégie discursive dynamique, pleinement ancrée dans une perspective pragmatique du discours.

Les douze exemples suivants sont tirés du même numéro, du 07/12/2016 :

(1) « **Communiqué** de Manuel Valls à la suite de la décision du chef de l'Etat de

---

<sup>50</sup> ([http://www.cndp.fr/crdp-toulouse/IMG/pdf/Ecrire\\_un\\_article\\_de\\_reportage.pdf](http://www.cndp.fr/crdp-toulouse/IMG/pdf/Ecrire_un_article_de_reportage.pdf)), CNDP, devenu aujourd'hui le Réseau Canopé, le réseau d'accompagnement et de création pédagogiques

ne pas briguer un second mandat en 2017 (1/12) : "Je veux dire à François Hollande mon émotion, mon respect, ma fidélité et mon affection." Et même pas un merci ? »

(2) « **D'après** une étude Haris Interactive, 82% des sondés approuvent la décision de François Hollande de ne pas se représenter. Ça doit lui faire tout drôle, d'avoir de bons chiffres ! »

(3) « **D'Emmanuel Macron**, après l'annonce de Hollande (RTL, 1/12) : "Le président de la République a lui-même fait état de son bilan de la situation de la France et de tout ce qu'il y a fait, avec aussi l'état des échecs relatifs et de ses regrets." Notamment celui d'avoir fait entrer Macron au gouvernement ? »

(4) « **Analyse** du même Macron sur le renoncement de Hollande (le "JDD", 4/12) : "Un piège construit par l'appareil, et jusqu'au sein du gouvernement, s'est refermé sur lui pour qu'il ne soit pas candidat à la primaire." En quittant le gouvernement, Macron l'a aussi pas mal aidé... »

[...]

(5) « **Yannick Jadot**, candidat EELV à la présidentielle, commente l'intervention du chef de l'Etat (Le Monde, 1/12) : "Ce sont dix minutes d'humiliation pour s'éviter six mois de galères." Pas mal résumé. »

[...]

(6) « **Arnaud Montebourg** évoque la possibilité d'une candidature de Christiane Taubira (AFP, 4/12) : "si elle souhaite se présenter, nous pourrions avoir une discussion importante et constructive ensemble." Toute discussion avec Montebourg n'est-elle pas, par définition, importante ? »

[...]

(7) « **Jean-Christophe Cambadélis** s'adresse au Premier Ministre (LCI, 4/12) : "Je lui conseille -amicalement- d'être sur une position nouvelle de rassemblement." Tout est dans le terme "nouvelle". »

(8) « **Promesse** du même Camba (AFP, 3/12) : "Nous allons faire en sorte que la primaire de la gauche soit un immense succès." C'est bien parti pour. »

[...]

(9) « **De Mélenchon** ("L'Obs", 1/12) : "Le programme que je propose, la méthode que je défends peuvent rassembler. J'en ai fini avec le bruit et la fureur. Parce qu'il y en a déjà trop". Défense de rire. »

(10) « **Déclaration** d'Anne Méaux, présidente de la boîte de com » image 7, qui a

mis, gracieusement, dit-elle, son "petit savoir-faire" à la disposition de François Fillon pendant la primaire (le "Fig-Mag", 2/12) : "C'est ma part de liberté, mon engagement à moi." Evidemment désintéressé. »

(11) « **D'Henri Guaino** (LCP, 30/11) : "Moi, je suis gaulliste. Le gaullisme, c'est la volonté de dépasser tous les clivages et tous les camps." Souvent sans y parvenir. »

(12) « **Au concours** "Ma binette partout", retenons cette semaine la belle performance de Paul Salen, député (LR) de la 6<sup>e</sup> circonscription de la Loire, qui place 17 photos de lui dans les quatre pages de son "Journal de mandat." Le concours continue. » [dernière brève de la rubrique].

## 2.2 Un fonctionnement en micro-unités textuelles

Du point de vue énonciatif, la rubrique repose sur le cadrage générique de la brève et une scénographie spécifique (Maingueneau, 1999, 2004), au sein d'une énonciation satirique, une énonciation propre au *Canard Enchaîné*. Chaque unité textuelle est autonome mais prend également tout son sens insérée dans l'ensemble de la rubrique. La coexistence s'avère ici un facteur de construction du sens. Il s'opère donc un fonctionnement à deux niveaux :

Au niveau *macro* : on observe d'une part, une homogénéité dans la forme et dans le ton sarcastique et d'autre part, un effet d'éclatement dans le contenu informatif apporté dû à la succession non chronologique de petites unités textuelles visuellement bien distinctes. Cependant, cet effet d'éclatement ne conduit pas à une hétérogénéité de contenu puisque certaines thématiques sont récurrentes ou convergentes dans ces exemples : l'annonce de François Hollande de renoncer à se présenter aux primaires du Parti Socialiste pour l'élection présidentielle de 2017, le 01/12/2016 (revient de [1] à [5]), d'autres candidatures PS pour la primaire socialiste (revient en [6], [7], [8], [9]), ou encore la primaire des Républicains de novembre 2016 (en [10]).

Au niveau *micro* : chaque discours est saturé en ressorts dialogiques sur lesquels va s'appuyer la construction d'une posture de dénonciation par la satire et grâce auxquels la linéarité va fonctionner malgré une syntaxe souvent tronquée. Il se crée une linéarité qui tient alors plus du discursif que du proprement textuel avec des incidences syntaxiques<sup>51</sup>.

---

<sup>51</sup> Nous distinguons le texte du discours, le texte envisagé comme un ensemble organisé selon des critères de cohérence et de cohésion, et le discours intégrant une composante contextuelle et



### 2.3 Une configuration discursive en trois temps

Chaque unité retravaille une forme de linéarité en reposant sur une configuration textuelle en trois temps :

- I. Un énoncé contextualisant, introducteur du discours rapporté, et qui indique la source énonciative et des éléments situationnels. Ce premier fragment condense certains marqueurs de brièveté : il est souvent averbal, l'indication de la date fait l'économie de la mention de l'année, ce qui implique le contexte d'une actualité immédiate, et la source médiatique de laquelle est issue la citation est mentionnée par sigle ou abréviation (« AFP », « L'Obs »...).
- II. Le discours rapporté sous forme de citation, au discours indirect ou le plus souvent direct, avec des guillemets. Cette séquence rapportée se rapproche de ce que Maingueneau (2012) appellerait une « énonciation aphorissante », un énoncé de l'ordre de la « petite phrase », c'est-à-dire dont

la détachabilité [...] résulte de sa saillance textuelle [et] ouvre la possibilité d'une dé-textualisation, d'une sortie du texte [qui] entre en tension avec la dynamique de textualisation, qui pousse au contraire à intégrer les constituants du texte dans une unité organique (Maingueneau, 2012 : 12-13)<sup>52</sup>.

Ainsi pouvons-nous considérer que « l'aphorisation [...] ne résulte pas nécessairement du détachement d'un texte et d'une insertion dans un nouveau texte. À côté de ces aphorisations détachées, "secondaires", il existe un grand nombre d'aphorisations "primaires" (proverbes, adages, devises, slogans...) » (id. : 23). La « logique de l'énonciation aphorissante » (id. : 105) est une « logique d'accroche » qui interroge du coup le statut de l'énonciateur et le cadrage générique de ce discours.

---

communicationnelle.

<sup>52</sup> Dans certains journaux, il existe une « rubrique spécialisée dans le détachement fort : ici « la phrase qui tue[...] "citations du jour" [qui] isolent la phrase sans texte dans une page », il s'agit là d'une « pratique routinisée dans les médias » (Maingueneau, 2012 : 17). Mais « dès lors que rien n'empêche de détacher d'un texte une séquence qui n'a pas été surassertée, les locuteurs des textes source se retrouvent constamment surasserteurs involontaires d'énoncés qu'ils n'ont pas tenus comme tels. Une responsabilité d'autant plus problématique que [...] l'énoncé détaché est rarement identique à la séquence à laquelle il est censé correspondre dans le texte source [...] Ce type d'altération du sens est inévitable. Il est cosubstantiel aux détachements, dès lors qu'il y a décontextualisation (Maingueneau, 2012 : 20)

III. Une glose de l'énonciateur du *Canard Enchaîné* sur les discours rapportés, tenus par les personnages politiques. La coupure par le point met en scène cette altérité et crée un décalage, un décrochage énonciatif (Seoane, 2015), entre le dire du *Canard Enchaîné*, et le dire rapporté des autres, implicitement disqualifiés ou moqués. Cet implicite doit être inféré par le lecteur, amené à reconstruire par lui-même le message dans son intégralité<sup>53</sup>. En effet, cet énoncé se présente tantôt comme syntaxiquement dépendant ((1), (3), (4), (5)), avec une syntaxe tronquée (troncation en début d'énoncé (« Et » en (1) ou en fin d'énoncé). Lorsqu'il se trouve indépendant syntaxiquement ((2), (6), (7), (12)), la cohésion se réalise par le jeu du lien anaphorique (anaphore pronominale : « ça » en (2), « celui » (3), ou résomptive conceptuelle<sup>54</sup> : « le concours » (12)). On observe alors des connecteurs reformulateurs comme « bref », des énoncés de clôture extrêmement succincts, réduits à leur forme prédicative minimale (« C'est bien parti pour », « Souvent sans y parvenir. »). Dans une posture d'autant plus expressive que l'énoncé est court, ces énoncés permettent de poser la glose comme une prise de position sarcastique et l'expression d'une conviction difficilement réfutable. Ce métacommentaire est donc à la fois interdiscursif (le dialogisme<sup>55</sup> est considéré ici comme la coprésence de plusieurs énonciateurs mise en œuvre au sein du même discours comme dans les détournements d'un énoncé doxique, les citations, les DIL...) et/ou interlocutif (le jeu sur l'interaction virtuelle du lecteur) par le biais de tours interrogatifs ((3), (6)<sup>56</sup>), l'exclamation (2), les points de suspension (4) qui invitent le lecteur à prolonger l'énoncé.

Parce que le discours se fait non seulement bref mais surtout concis, cette opération de co-construction du sens s'effectue dans un cadre discursif marqué par le parti pris et par l'activation d'un système complexe qui se trouve en dehors de l'énoncé lui-même. La brièveté contribue ici à mettre en évidence d'une part, la saillance du fragment cité, un dit fragmentarisé supposé condenser une posture de l'énonciateur-politique et d'autre part, l'opération de métacommentaire de l'énonciateur-journaliste. La brièveté des

---

<sup>53</sup> Voir Kerbrat-Orecchioni (1986) pour davantage d'approfondissements.

<sup>54</sup> Voir à ce propos Kara et Wiederspiel (2011).

<sup>55</sup> Voir Brès et Nowakowska (2006).

<sup>56</sup> L'interrogation semble ici rhétorique, renforcée par la présence de « n'est-ce pas », la formulation rhétorique appelle à un assentiment de la part du co-énonciateur, rendant le contenu difficile à réfuter.

énoncés concourt ainsi à la mise en évidence et à l'expressivité de la glose.

La ponctuation joue alors le rôle de marqueur d'alternance énonciative. Plusieurs énonciateurs interagissent ainsi au sein de la même configuration textuelle, il se crée une tension dialogique entre plusieurs discours pris en charge par des sources énonciatives différentes. La lecture cotextualisée assure la cohérence ainsi que le jeu de reprises anaphoriques. Chaque segment est séparé typographiquement par un signe de ponctuation récurrent : entre les deux premiers segments, les deux-points caractéristiques de la citation, et entre les second et troisième un point. Les trois segments s'articulent syntaxiquement par la ponctuation et énonciativement par une configuration énonciative induite par la succession ou la superposition de discours d'énonciateurs distincts. Ces unités discursives s'organisent autour d'un décrochage énonciatif fondé sur une rupture modale : chaque segment fonctionne sur une prise en charge modale propre à chaque énonciateur (les mécanismes de modalisation désignent « l'attitude du sujet parlant à l'égard de son propre énoncé », Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 382) et va se trouver infléchi par l'énoncé suivant. Cette disjonction donne lieu à une mise à distance (Rosier, 1999 : 125) d'un discours attribué à une source énonciative identifiée et raillée, avec comme indices typographiques les guillemets ou le gras des caractères.

La concision de chaque segment de ces « brèves », alliée à la configuration en trois temps, introduit une dimension dialogique qui devient un ressort communicationnel important de ce discours satirique très axiologisé : il s'agit d'être percutant en fonctionnant *a minima* sur le dit et *a maxima* sur le non-dit (ou plutôt ce qui serait le *reste-à-dire*...laissé, lui, au lecteur).

### **3 Ben : « Ecrire c'est peindre des mots »**

#### **3.1 Le corpus**

C'est une dynamique pragma-énonciative similaire qui meut le discours de l'artiste Ben : fonctionner *a minima* sur le dit et *a maxima* sur le non-dit tout en ouvrant un nouveau paradigme générique, qui se situe au point de convergence entre le graffiti, le panneau signalétique, l'œuvre d'art. L'artiste écrit (ou peint) sur la toile avec un tube d'acrylique et à main levée : « Ecrire c'est peindre des mots » (1). Les « Ecritures » se posent en « réflexions intimes ou théories postmodernes sur l'art, l'amour, la mort, l'anthropologie, la religion » dans lesquelles il s'agit de « trouver un langage formel bien à lui, inventer quelque chose d'inédit au-delà du répertoire existant [avec une]

efficacité visuelle d'une palette réduite à son minimum. » (Ces textes sont ceux de l'exposition au Musée Maillol). Du point de vue structurel, il s'agit d'un discours multi-supports, d'une grande variété qui se met en œuvre à travers la récurrence d'éléments formels. Dans la continuité des *ready-mades* de l'artiste Marcel Duchamp, l'idée directrice est que l'œuvre doit se reconnaître non à sa forme mais à sa signature, et se préserver de toute tentation esthétisante.

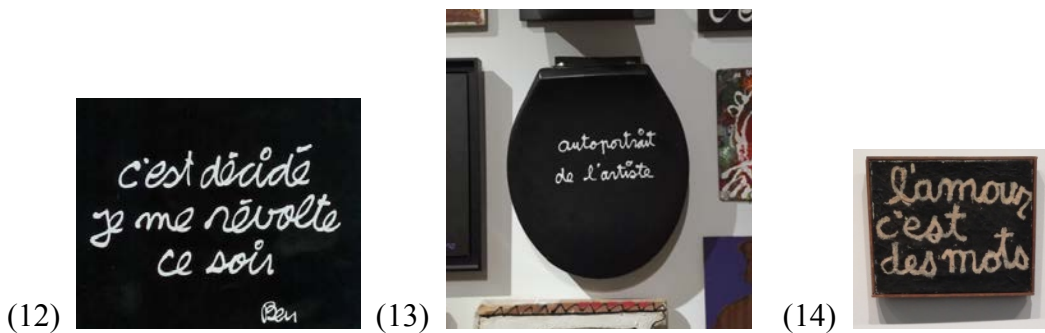
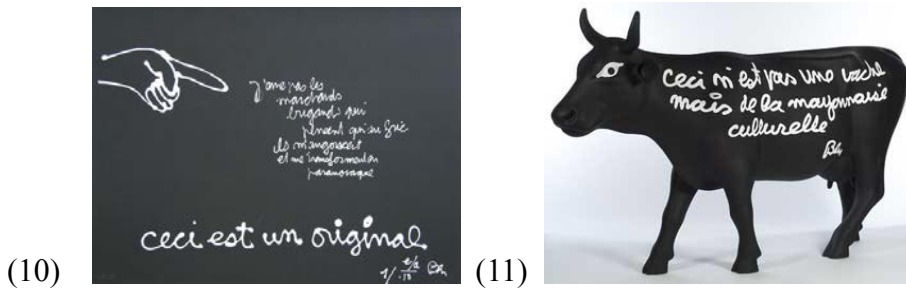
Ces éléments récurrents sont d'emblée identifiables par le récepteur : un énoncé monopropositionnel apparaît sur fond monochrome uni, l'organisation structurelle reste la même, l'énoncé est centré, en typographie manuscrite, la signature « Ben » en bas à droite. Même si certaines œuvres dérogent à ce dispositif, il y a là un patron discursif réitéré au fil des œuvres. La reprise d'éléments formels iconiques permet d'établir une continuité entre ces œuvres et réactive des contenus qui ont ainsi circulé dans le temps (elles ont été en outre reproduites sur différents objets parascolaires, carnets, affiches, porte-clefs) et ont contribué au marquage identitaire de l'artiste et de son œuvre. Chaque œuvre peut être appréhendée comme unique et également dans une logique sérielle, comme une déclinaison d'un même schéma matriciel. La réitération du signifiant iconique finit par fonctionner comme un cadre invariant qui peut déclencher la « mémoire interdiscursive » (Moirand, 1999) et à cet égard un agir interprétatif de la part du lecteur-spectateur. Chaque discours devient un fragment d'un discours plus vaste, dont l'unité est assurée par la dynamique de reprise de la part de l'artiste et de reconnaissance de la part du spectateur. Une mécanique énonciative se met alors en place sous le jour d'une perspective dialogique et de ses incidences pragmatiques sur le récepteur.

La brièveté, installée ici en contrainte générique, s'avère opérante. Elle rend chaque signe particulièrement percutant et saillant. Cette saillance renforcée par la scénographie iconique (signature, tonalités chromatiques, police manuscrite, mise en page structurelle) joue sur une activation/réactivation et donc une mémoire discursive et sémiotique pour le récepteur.

Voici quelques exemples<sup>57</sup> :

---

<sup>57</sup> Les visuels suivants sont soumis aux droits de copyright au nom de l'artiste Ben Vautier, droits qui nous ont été aimablement accordés par la fondation Eva Vautier pour cette contribution.





(15)



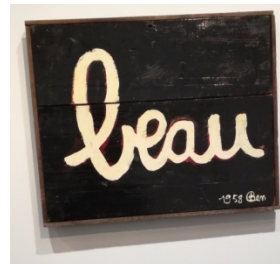
(16)



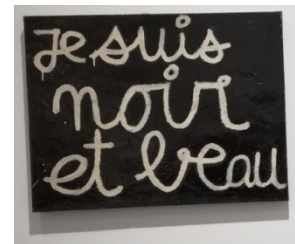
(17)



(18)



(19)



(20)

(21) à l'entrée du Musée Maillol



### 3.2 Un travail textuel à base d'imbrication et de concomitance

Du point de vue syntactico-sémantique, il est difficile de trouver dans ces corpus des régularités hormis celle de la brièveté justement. Il y a une grande variété des formes syntaxiques utilisées. Certains de ces énoncés sont portés par un « je » (2), (10) -12) (20), d'autres le « on » (18) ou le « vous » ((21), (4)<sup>58</sup>) mais d'autres fonctionnent sur un régime interrogatif (3), (9) ou encore injonctif (4), d'autres encore apparaissent tronqués, avec des points de suspension (5), (6).

Sur le plan énonciatif, certains énoncés sont ancrés dans la situation d'énonciation (7), (8). Ces énoncés déictiques tirent alors leur force pragmatique de leur mise en situation. L'ancrage situationnel s'effectue par des moyens linguistiques : démonstratif dans « et pendant ce temps-la... » (6), « cette boîte » (7), ou « ça » en (17)) embrayeurs

<sup>58</sup> (4) : « Regardez ailleurs », même si la forme morphologique « vous » est absente, « vous » en tant que

temporels comme « demain » en (8), pronom « ceci » en (10), (11), ou encore cet ancrage peut s'opérer de façon implicite comme en (3), (13). Dans ce cas, le sujet implicite, support de la prédication, est à chercher par le lecteur-spectateur dans l'environnement immédiat de l'œuvre. Le lecteur-spectateur est ainsi amené à considérer l'environnement non seulement comme support de l'œuvre mais comme partie intégrante de l'œuvre.

D'autres énoncés revêtent une valeur très générique, ils se posent comme des vérités universelles (14), (15) (16). On peut également trouver des énoncés à valeur itérative (17). Il y a donc une grande variété des dispositifs énonciatifs. Mais ce qui fait la richesse de ces énoncés, c'est que la plupart entremêlent ces différentes valeurs : à la fois déictiques et itératifs (18), jouant sur le situationnel (19), (20), (21) et/ou l'universel (14). Cet ancrage dans la situation cotextuelle permet d'inférer du sens, ou plutôt un sens nouveau, plus profond ou complètement en décalage avec le sens verbal (14).

Quel rôle joue alors ici le bref ? Le bref est un pivot important dans ce jeu entre le moi-ici-maintenant et une certaine aspiration à la transcendance, puisqu'il met en évidence, dans une sorte de concomitance, ces différentes dimensions qui interagissent alors, de fait, entre elles.

### **3.3 De l'énoncé banal à l'aphorisation sentencieuse**

L'exposition au Musée Maillol a insisté sur le fait que Ben revendique la primauté du sens des mots qu'il écrit sur l'aspect esthétisant, ce qui va dans le sens de la disparition de la figuration caractéristique de l'Art Moderne. Ces tableaux dans lesquels il « décline les mots les plus courts par pur plaisir de l'énonciation » constituent des commentaires personnels, complètement subjectifs, sur le monde qui l'entoure et en particulier sur le monde de l'Art. Ces commentaires et questionnements sont signés par un auteur reconnu comme artiste, par le public et par l'institution (c'est un artiste non académique, certes, mais reconnu par l'Académie). Cette signature confortée par la reconnaissance institutionnelle confère à l'« Ecriture » le statut d'objet artistique.

Ce genre discursif interroge donc aussi le positionnement de l'énonciateur par rapport à ses congénères, par rapport à l'institution et par rapport à l'innovation. Il y a l'idée de contourner les normes académiques pour créer son propre système à partir de son propre ethos, identifiable et identifiant. Projeté dans ce système par l'instantanéité de l'interaction entre verbal et visuel, le lecteur-spectateur participe à cette interrogation

---

co-énonciateur est bien présent)

sur le monde, il co-construit ainsi l'œuvre en cherchant une lecture interprétative selon les principes de cohérence et de pertinence et selon sa propre lecture du monde.

Ben transforme ce qui pourrait être un énoncé banal en aphorisation primaire sentencieuse (Maingueneau, 2012). L'économie textuelle, fondée sur l'ellipse et l'énigme requiert un effort de contextualisation et s'inscrit de fait dans un cadrage herméneutique spécifique à l'artiste. Elle implique un travail de lecture (ou de relecture !) du lecteur-interprétant : la consigne implicite, en quelque sorte, est d'interpréter ces énoncés comme des aphorisations en termes de réflexions philosophiques sur l'art, la société etc. Et cette consigne s'appuie nécessairement sur l'ethos qu'a pu construire l'énonciateur-artiste, fondé sur une certaine légitimité institutionnelle.

Si l'énonciation aphorissante et sentencieuse « retrouve ainsi les propriétés de la *sententia* romaine, qui associait l'expression immédiate d'un for intérieur à un certain formatage de l'énoncé » (Maingueneau, 2012 : 23), on peut alors se demander si la brièveté de ce genre, qui implique une relative autonomie de l'énoncé, va dans le sens d'une énonciation qui cherche à se départir d'une forme trop linéaire (jugée peut-être trop académique ?) de textualité. Cette énonciation par le bref tient d'une énonciation qui se voudrait non textualisante mais qui requiert malgré tout une textualité pour exister.

Pour finir, Maingueneau oppose aphorisation contemporaine et aphorisation sentencieuse dans la mesure où la première

s'appuie sur le visuel [et] contraste ainsi fortement avec l'aphorisation sentencieuse liée à une textualité linéaire. Le primat du visuel permet de convertir en aphorisations n'importe quels fragments de texte, sentencieux ou non. Ce sont là deux régimes historiques bien différents. L'aphorisation sentencieuse accentue le caractère d'inscription mémorable (Maingueneau, 2012 : 76).

Il nous semble que, à sa manière, Ben parvient à concilier les deux.

#### **4 Conclusion**

Il a pu sembler de prime abord incongru de vouloir aborder dans une même réflexion deux discours aussi éclectiques que celui d'un journal satirique et celui d'un artiste contemporain. Ces deux discours ont cependant cela en commun de constituer



des dispositifs génériques spécifiques dans lesquels le bref est à la fois medium et finalité. En effet, ces deux genres tiennent de la glose, du (méta)commentaire, d'un « discours sur » dans lequel le bref revêt une fonction métalinguistique. Ils se fondent sur la valeur de l'énigmatique, du mutique, du non-dit (ou du non-totalement-dit) et invitent à se déporter dans le hors-texte. Le bref devient ainsi opérant pragmatiquement car il rend plus instable le jeu (ou l'enjeu) de la relation de communication en y introduisant de la flexibilité, du « reste- à-construire ».

L'interprétation phrastique n'est pas seulement immédiate, elle impose une interprétation interphrastique qui, elle, se détermine par le genre. Elle résulte de l'interaction :

- d'un positionnement scénographique de l'auteur-locuteur (qui recherche une certaine originalité et un certain parti-pris esthétique, idéologique...)
- de sa légitimité institutionnelle,
- de la récurrence d'un patron architextuel,
- de la circulation de ce patron qui en favorise la reconnaissance et l'identification comme entrant dans une catégorie générique particulière.

Il s'agit alors d'impliciter du contenu pour idéologiser, paradigmatiser, le discours. L'articulation travaillée ici est paradoxale en cela qu'il s'agit de dire beaucoup tout en disant peu. Trois charnières articulent ces genres selon cette dynamique pragmatique :

- charnière entre langage, temporalité et spatialité : utiliser peu de mots, occuper peu d'espace et jouer sur un effet de (quasi)immédiateté
- charnière entre argumentatif et institutionnel : donner du sens, établir un positionnement discursif spécifique, orienté idéologiquement ou esthétiquement
- charnière entre énonciation et pragmatique : la portée de ces genres s'inscrit bien au-delà de ce qui est dit, avec la participation co-énonciative du lecteur.

Le dialogisme y est un outil de premier ordre grâce auquel l'énonciation peut répondre aux contraintes de ces supports et satisfaire les exigences pragmatiques de ces genres et en définir de nouvelles.

Le bref devient médiation : il contribue à créer une relation facilitée avec l'œuvre d'art ou avec le positionnement éthique du journaliste dans le dévoilement de l'information. Il ne peut se nouer que dans un contexte de reconnaissance par le récepteur et par l'institution ; cette double reconnaissance permet à l'énonciateur de

construire un ethos qui autorise cette énonciation particulière. Une énonciation en bref et par le bref. En termes de genre, le bref n'est donc ici ni formatif (au sens de prendre forme), ni informatif, il est performatif. Et c'est cette performativité du bref combinée à la validation par l'institution qui rend opérante ici l'ouverture d'un nouveau paradigme générique. Nous concluons en citant Michel Lafon (1997 : 18) :

Il se peut que nous arrivions après la bataille ; que l'esthétique de notre siècle (visibilité, disparité, rapidité...) ait déjà consacré une suprématie ; que malgré leur fragilité apparente, les formes brèves aient déjà remporté toutes les victoires.

### Références

- Adam J.-M. (2011). *Genres de récits. Narrativité et généricité des textes*. Louvain-la-Neuve.
- Adam J.-M. (2005). *Les textes : types et prototypes : Récit, description, argumentation, explication et dialogue*. Paris : Armand Colin, 2e édition.
- Adam J.-M. (1999). *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*. Paris : Nathan.
- Adam J.-M. et Heidmann U. (2004). Des genres à la généricité. L'exemple des contes (Perrault et les Grimm). *Langages* 153, 62-72.
- Amossy R. (2000, 2010). *L'argumentation dans le discours*. Paris : Colin.
- Amossy R. (dir.) (1999). *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. Paris : Delachaux et Niestlé.
- Amossy R. et Herschberg Pierrot A. (1997). *Stéréotypes et clichés*. Nathan : Paris.
- Beacco J.-C. (2004). Trois perspectives linguistiques sur la notion de genre discursif. *Langages* 15, 109-119.  
<[http://www.persee.fr/doc/lgge\\_0458-726x\\_2004\\_num\\_38\\_153\\_939](http://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_2004_num_38_153_939)>, consulté le 20 février 2017.
- Brès J. et Nowakowska A. (2006). Dialogisme : du principe à la matérialité discursive. In Perrin L. (éd.), *Le sens et ses voix, Recherches linguistiques* 28, 21-48. Metz : Université de Metz.
- Charaudeau P. et Maingueneau D. (éds) (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris : Seuil.

- Kara M. et Wiederspiel B. (2011). Anaphore résomptive conceptuelle et mémoire discursive : entre identité et altérité. *Itinéraires 2*.  
<<http://itineraires.revues.org/134>>, consulté le 25 janvier 2017.
- Kerbrat-Orecchioni C. (1986). *L'implicite*. Paris : Armand-Colin.
- Lafon M. (1997). Pour une poétique de la forme brève. *Cahiers du CRICCAL* 18 (1), 13-18 ; <[http://www.persee.fr/doc/ameri\\_0982-9237\\_1997\\_num\\_18\\_1\\_1237](http://www.persee.fr/doc/ameri_0982-9237_1997_num_18_1_1237)>, consulté le 13 janvier 2017.
- Maingueneau D. (2012). *Les phrases sans texte*, Paris : Armand Colin.
- Maingueneau D. (2004). La situation d'énonciation entre langue et discours, texte paru dans le volume collectif *Dix ans de S.D.U.*, Craiova, Editura Universitaria Craiova (Roumanie), 2004, 197-210.  
<<http://dominique.maingueneau.pagesperso-orange.fr/pdf/Scene-d-enonciation.pdf>>, consulté le 20 février 2017.
- Maingueneau D. (1999). Ethos, scénographie, incorporation. In : R. Amossy (dir.), *Images de soi dans le discours, La construction de l'ethos*, 75-100, Paris : Delachaux et Niestlé.
- Moirand S. (1999). Les indices dialogiques de contextualisation dans la presse ordinaire. *Cahiers de praxématique*, <<http://praxematique.revues.org/1978>>, consulté le 15 janvier 2017.
- Rosier L. (1999). *Le discours rapporté. Histoire, théories, pratiques*. Paris, Bruxelles : Duculot.
- Seoane, A. (2016). Les points de suspension dans le *Canard Enchaîné* ou le discursif au croisement du "pré-", du "post-", du "méta-" et de l'"infra"... *Signes, discours et sociétés*, 17, <<http://www.revue-signes.info/sommaire.php?id=4956>>.
- Seoane A. (2015). Quand le *Canard Enchaîné* médit sans (vraiment) dire. *SEMEN*, 40, 91-109.



# L'usage d'expressions figées dans le slogan cinématographique

SUTO Yoshiko  
(Université Nihon)

## Résumé

*Le slogan d'affiche de cinéma possède une forme simple et concise, tout en évoquant la complexité d'un film. De nombreuses stratégies sont utilisées dans la constitution de slogan de cinéma, mais particulièrement le domaine des expressions figées offre une riche matière première. Nous allons analyser les différentes opérations de détournement d'expressions figées dans les slogans cinématographiques des affiches françaises et japonaises.*

*The movie poster slogan has a simple and concise form, while evoking the complexity of a movie. Many strategies are used in the constitution of movie slogans, but the domain of idioms offers a particularly rich raw material. We will analyze the various operations in the distortion of idioms in movie slogans of French and Japanese posters.*

## 映画スローガンにおける定型表現

映画ポスターのキャッチコピーは、簡潔で短い形式にもかかわらず、その映画で語られる複雑なストーリーを想起させる。定型表現は、映画キャッチコピーの作成に豊富な素材を提供している。本稿では、フランス語版と日本語版の映画ポスターに記載されたキャッチコピーにおいて、定型表現がどのようにもちいられているかを分析する。

## Mots clés

Slogan, affiche de film, expression figée, étude contrastive entre le français et le japonais  
Slogan, movie poster, fixed expressions, contrastive study between French and Japanese  
キャッチコピー、映画ポスター、定型表現、日仏対照

## 1 Introduction

Le slogan publicitaire a pour fonction d'inciter à vendre un objet ou un service. On peut donc imaginer que chaque type de produit amène une nuance particulière dans la constitution du slogan : vendre un bijou à un particulier ou proposer un service de nettoyage à une petite entreprise n'éveille pas du tout les mêmes attentes auprès du

consommateur ou les mêmes stratégies de valorisation auprès du vendeur.

Le cas d'un film projeté au cinéma est très spécifique. En effet, il s'agit d'une narration, d'un événement dans lequel le consommateur est le spectateur d'une œuvre complexe et longue qui lui demandera plus d'une heure de concentration. L'affiche est cet écran qui permet de se projeter, de se faire une idée en amont de cette expérience de spectateur, dans le but d'effectuer un choix parmi plusieurs films disponibles. Le slogan sur l'affiche demande une grande brièveté afin de communiquer quelque chose de la densité de l'expérience proposée.

Si de nombreuses stratégies sont utilisées dans la constitution des slogans, il nous semble intéressant de nous pencher sur l'emploi des expressions figées dans les slogans des affiches de cinéma de versions françaises et japonaises. Le domaine des expressions figées offre une riche matière première à exploiter, comme le remarque Grunig (1998 :115) : « Si la formule figée n'existait pas dans la langue française (et dans d'autres langues) le slogan publicitaire perdrait l'un de ses auxiliaires les plus précieux ». L'analyse des phénomènes français et japonais nous permettra de nous interroger, par-delà l'aspect du slogan cinématographique, sur les différences d'utilisation des expressions figées dans les deux langues.

## **2 Expression figée et slogan**

Les formules appelées « expressions figées » ou qualifiées par d'autres dénominations en fonction des auteurs sont caractérisées par un figement dont l'intégralité immuable résiste aux manipulations syntaxiques et sémantiques (Anscombe 1982, Gross 1993, Gross 1996, etc.). Dans le présent article, nous regroupons sous la dénomination d'« expression figée » la diversité des formules, en nous appuyant sur la définition de Lugrin (2006) :

Celles-ci [les expressions figées] sont définies comme un terme générique englobant l'ensemble des citations standardisées tombées dans le domaine public, l'ensemble des énoncés figés universellement connus, soit le cliché, le proverbe, le dicton, l'expression consacrée (titre de film, slogan publicitaire ...), l'apophtegme, le mot composé (« chaise longue ») ou encore, dans une moindre mesure le stéréotype linguistique et la collocation. Le principe sous-jacent à toutes ces unités est le figement. (Lugrin, 2006 : 223-224)

En plus du blocage des propriétés transformationnelles, les expressions figées ont plusieurs autres spécificités. Notons que le sens global d'une expression figée n'est pas

cumulable à partir du sens de ses parties. Cela représente une difficulté, par exemple pour un étranger, de le comprendre même s'il connaît le sens de tous les mots de l'expression. Il est en effet nécessaire d'apprendre par cœur le sens global de chaque expression figée. L'emploi des expressions figées se base ainsi sur le besoin d'une mémorisation partagée par toute une communauté linguistique.

Une autre caractéristique des expressions figées est l'effacement de la référence (Schapira, 1999). L'énoncé d'un locuteur précis est cité de façon généralisée, et lorsque l'on oublie son auteur, cet énoncé tombe dans le domaine public et finit par se figer.

Les expressions figées, mémorisées par une communauté linguistique entière, et libérées d'une référence spécifique, sont une matière première efficace pour la publicité. Dans le cadre du slogan, l'expression figée s'emploie souvent par « détournement » (Grunig 1998, Lugin 2006, etc.). Depuis Grésillon et Maingueneau (1984), de nombreux travaux sont consacrés à ce sujet.

Il est à souligner que le slogan qui détourne une expression figée n'efface pas pour autant l'expression d'origine qu'il transforme. Au contraire même, par une évocation, le slogan rappelle l'original qui pourtant n'est pas lisible directement, du moins dans sa forme habituelle, ou dans un contexte typifié. Ainsi, l'expression apparente du slogan coexiste avec l'expression figée qui réside dans la mémoire du lecteur ; on peut alors parler d'inefficacité d'un slogan, lorsque l'expression figée d'origine n'est pas récupérable à partir de ce premier (Grunig, 1998). Schapira (1999) avance que le détournement des expressions figées, qu'elle qualifie de « stéréotype », opère une « superposition de deux sémantismes » :

Le détournement opère une 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)

Schapira distingue alors d'une part le sens « fixe et convenu » de l'expression figée, et d'autre part, celui du slogan qui est « original, et essentiellement allusif ». Par conséquent, nous pouvons déduire qu'entre ces deux sens superposés se crée un écart. Plus cet écart est grand, plus le slogan devient incitatif, dans la mesure où il nécessite un processus d'interprétation du lien entre les deux sens.

### **3 Slogans cinématographiques et expressions figées**

#### **3.1 Corpus et quelques traits généraux**

Les exemples analysés dans cet article sont tirés des slogans de 140 films américains : films qui sont sortis au Japon en 2012 (y compris ceux qui sont sortis une autre année en France), films qui sont sortis dans les deux pays en 2016, et aussi les 55 films d'animation de la série « Classiques d'animation Disney ». Le corpus est constitué d'environ 350 slogans japonais / français.

En règle générale, l'affiche française comporte nettement moins d'informations linguistiques que son homologue japonais. Nous pouvons noter que la présence d'un slogan sur l'affiche française n'est pas obligatoire : dans notre corpus, plus de 20 % des affiches ne sont pas dotées d'un slogan.

En revanche, la présence de slogans sur les affiches japonaises est plus que fréquente : il est normal qu'elles en soient dotées. Dans notre corpus, nous n'avons trouvé qu'une seule vieille affiche japonaise n'ayant pas de slogan. Non seulement le slogan est quasiment obligatoire, mais aussi il y en a souvent plusieurs, de tailles différentes, et avec des fonctions différentes. Si nous comparons l'affiche japonaise à la version française, l'abondance des informations linguistiques de cette première est frappante : celle-ci comporte le plus souvent des éléments concernant directement l'histoire ou l'intrigue du film.

#### **3.2 Slogans français**

Nous avons relevé un certain nombre de slogans français qui exploitent des expressions figées de types divers : des proverbes (« quand on aime, on ne compte pas »), des devises (« seuls les plus forts survivent »), des titres d'œuvre (« retour vers le futur »), des répliques de film (« t'as de beaux yeux, tu sais »), des expressions courantes (« chacun pour sa gueule »), des formules de routine (« un cheval, des chevaux »), ou des locutions idiomatiques (« avoir du mordant »).

Comme le remarquent les travaux antérieurs, l'usage d'expressions figées se fait principalement par l'opération de détournement. Nous allons nous intéresser à deux types de détournement d'expressions figées à partir de notre corpus. Premièrement, il s'agit du détournement qui s'opère par une modification lexicale. Deuxièmement, il s'agit d'expressions figées qui sont reprises telles quelles, mais qui sont introduites dans un contexte décalé par rapport au contexte d'emploi normal ou habituel. Nous appelons le premier cas « détournement lexical » en suivant la dénomination de Schapira, et



« détournement contextuel » le second cas.

### 3.2.1 Détournement lexical

#### Opération de substitution

D'abord, regardons quelques exemples de détournement lexical. Comme le remarquent Grunig (1998) et par la suite Lugin (2006), le détournement des expressions figées s'opère principalement par une opération de « substitution ». Une partie de la formule d'un slogan est la substitution de la même partie d'une expression figée :

(1) Seuls les plus forts	survivront [remplaçant]	( <i>X-Mes : Apocalypse</i> , 2016)
	survivent [remplacé]	(expression figée)

La condition de base du détournement est la suivante : à partir de la formule modifiée du slogan, le récepteur doit bien « trouver » l'expression figée qui est cachée derrière. Si le détournement est fait d'une telle manière que le récepteur n'arrive pas à retrouver l'expression d'origine, ce slogan ne peut pas avoir l'efficacité recherchée. Entre la partie remplacée (notons Ré) de l'expression figée et la partie qui la remplace (notons Ra) dans le slogan, il existe ainsi de la contiguïté qui assure le passage à l'expression figée d'origine. Nous observons dans un premier temps que le rapport entre Ré et Ra est de l'ordre de leur signifiant (phonétique ou orthographique), et dans un second temps que le rapport est d'ordre sémantique.

Nous avons observé des slogans qui jouent sur une ressemblance du signifiant, comme les exemples suivants :

(2) T'as de beaux	œufs, veux.	tu sais. ( <i>Chicken Little</i> , 2005)
-------------------	----------------	--

(3) Un cheval, des	Cheveux Chevaux	! ( <i>Raiponce</i> , 2010)
--------------------	--------------------	-----------------------------

(4) À la	croquette conquête	de l'Ouest ! ( <i>Volt, star malgré lui</i> , 2009)
----------	-----------------------	---

Le slogan (2) détourne une réplique connue du film *Le quai des brumes* (1938). Le slogan (3) détourne une formule de routine de l'apprentissage d'un point grammatical « un cheval, des chevaux ». Quant au slogan (4), il est basé sur la dénomination d'une époque qui est également le titre d'un film de Western connu : *La conquête de l'Ouest*. Dans ces exemples, le terme Ra renvoie à la propriété inhérente du héros : « œuf » renvoie à celle d'être poussant, « cheveux » à celle d'être princesse aux cheveux longs, « croquette » renvoie à celle d'être un chien.

Nous avons relevé certains slogans pour lesquels le rapport entre le terme Ré et le

terme Ra est de l'ordre sémantique. Entre les deux, il peut aussi y avoir un rapport d'identité :

(5) Chaque famille a ses 

démon
secrets

 (*Dark Shadows*, 2012)

(6) 

Survivre
Vivre

 ou mourir (*Le Territoire des loups*, 2012)

Par rapport à (5), avec la substitution du mot « secrets » par le mot « démons », le slogan nous montre qu'il s'agit d'un film de démon, ce qui est soutenu par la photo qui serait un portrait typique d'une famille d'aristocrates maudits : c'est ici une référence au genre du film d'horreur, ou du film d'épouvante. Dans cette fiction, le « secret » caché de cette famille est bien sa nature, c'est-à-dire sa spécificité héréditaire d'être « démon ». Le slogan nous suggère aussi que cette nature familiale serait à dissimuler. C'est d'ailleurs un des éléments du récit du film qui nous est ainsi dévoilé.

Le même type de fonctionnement se trouve dans le slogan de (6) : dans le monde sans pitié décrit dans ce film, « vivre » (Ré) est tellement difficile qu'il est égal à « survivre » (Ra). Pour ces slogans, il existe une relation : « dans l'histoire du film concerné, Ré est Ra ».

Dans le slogan suivant, le rapport entre Ré et Ra se construit par l'intermédiaire de la première proposition de la formule :

(7) On ne choisit pas sa famille. Mais on peut 

l'inventer...
choisir ses amis

 (*Bienvenue chez les Robinson*, 2007)

Dans la narration du film, les amis (élément de Ré) du héros qui est inventeur (élément de Ra) sont en réalité sa famille (élément de Ra).

### Opération de l'ajout

Nous avons observé une autre opération qui est moins fréquente, celle de l'« ajout », de la façon suivante :

(8) Retour vers 

le passé ... pour sauver
∅

 le futur (*Men in Black 3*, 2012)

Dans ce slogan, la partie « le passé... pour sauver » est introduite dans le titre d'un film SF très connu. La narration du film va faire coexister la trame des premiers épisodes (la coexistence d'univers multiples) et la narration de la série des films de *Retours vers le futur* (les paradoxes du voyage dans le temps).

Dans le cas suivant, l'ajout d'un adjectif déséquilibre le sens global de l'expression

figée d'origine :

(9) 2 espions – 1 cible : chacun pour sa 

Bell	gueule ( <i>Target</i> , 2012)
e	
chacun pour sa	Ø
	Gueule

L'introduction du mot « belle » entre « sa » et « gueule » rajoute une signification de « fille » à « gueule » : « la belle gueule » comme « la belle fille ». Ainsi dans ce slogan, le sens est à comprendre comme : chacun pour soi (« sa gueule ») pour la belle fille (« belle gueule »). Ce slogan fait référence au genre du film comique, ici même précisément au genre parodique, une parodie d'un film d'espion ou d'un film d'action. Il renvoie également au scénario concret du film, c'est-à-dire à l'intrigue entre deux espions qui tombent chacun amoureux de la même fille.

Nous avons observé quelques opérations de détournements lexicaux. Elles ne sont pas exhaustives. Il y a également d'autres cas qui mélangent différentes opérations. Le slogan suivant détourne plusieurs expressions figées.

(10) À Noël, 

fête	vos	vœux	! ( <i>Les mondes de Ralph</i> , 2012)
faites	jeux		
les jeux sont faits			

La ressemblance phonétique entre le mot « jeux » et le mot « vœux » assure facilement le passage à la formule de routine « À Noël, faites vos vœux ». En même temps, par la résonance sémantique avec le mot Noël, « faites » renvoie à son homonyme « fête » (de Noël). Le slogan fait aussi écho avec une autre formule de routine qui concerne les jeux : « les jeux sont faits » (rien ne va plus) qui est presque une permutation de la suite « faites vos jeux ». Effectivement, le terme « jeux » a un lien fort avec la narration du film : l'histoire se déroule dans le monde des « jeux » (vidéos) où le héros est un personnage méchant, ce mot renvoie aussi au « pari » que fait le héros souhaitant devenir gentil. Ces formules, « À Noël, faites vos vœux », « fêtes (de Noël) », « les jeux sont faits (rien ne va plus) », sont spontanément convoquées par le slogan sur l'affiche. Le croisement des éléments évoqués par ces expressions figées dessine un potentiel film.

### 3.2.2 Détournement contextuel

Nous allons ensuite voir l'opération de détournement contextuel qui consiste à mettre une expression figée sans manipulation lexicale dans un contexte décalé du contexte conventionnel pour cette expression. Par exemple, pour l'affiche de *Blanche-Neige* (2012), la phrase habituelle pour démarrer un conte est donnée ici en tant que slogan, sans détournement lexical :

(11) Il était une fois (*Blanche-Neige*, 2012)

Cependant, l'image de l'affiche ne se conforme pas à la représentation habituelle du conte de Blanche-Neige tel que nous pouvons l'imaginer : on n'y voit pas les 7 nains qui sont des personnages importants, et des figures positives dans l'intrigue. Mais la méchante belle mère et Blanche-Neige sont positionnées de manière à avoir autant d'importance l'une que l'autre. Cette représentation des deux personnages féminins, une femme positive à l'égal d'une négative, côte à côte de façon très frontale, est en dissonance avec les représentations que nous pourrions attendre de l'affiche d'un film sur ce conte, c'est-à-dire la mise en situation d'une valorisation du personnage positif au détriment du négatif. Le slogan fait ici allusion, dans une mise en contexte décalée, au fait que l'histoire racontée dans ce film est tout autre chose que ce que nous attendions. Ce décalage éveille potentiellement la curiosité du lecteur de l'affiche et peut lui donner l'envie de découvrir cette nouvelle variation d'un classique des salles de cinéma.

En règle générale, c'est le contexte représenté sur l'affiche qui confère à l'expression figée une autre interprétation que le sens habituel : l'image et les informations linguistiques autres que le slogan comme le titre du film. Les composants d'une expression figée peuvent alors retrouver leur sens plein, et l'expression peut être défigée. Il est important de noter que même dans le cas du défigement, le sens fixe de l'expression subsiste toujours en arrière-plan.

Sur l'affiche de *Les 101 Dalmatiens*, par exemple, le sens fixe du proverbe (12) reçoit une autre interprétation avec le titre du film et les innombrables chiens dessinés :

(12) Quand on aime... on ne compte pas. (*Les 101 Dalmatiens*, affiche de 1987)

Le verbe *compter* retrouve alors le sens plein de *dénombrer* et non de calculer les dépenses. Mais le sens habituel du proverbe persiste et il possède un puissant écho avec la trame de l'histoire.

Pour l'affiche de *Rebelle*, la formule de routine, que l'on emploie habituellement dans un cadre de sport ou de compétition, avec un sujet masculin « le meilleur », se trouve rectifiée par le fait que l'individu qui gagnera est une fille :

(13) Que le meilleur gagne ! (*Rebelle*, 2012)

Les informations qui confèrent une autre interprétation à l'expression figée peuvent venir d'un contexte extérieur à l'affiche. Par exemple, quand le jeu vidéo *Angry Birds* est sorti en film, l'un des slogans était le suivant :

(14) Fini de jouer ! (*Angry Birds, le film*, 2016)

Avec cette information qui est indirectement signalée par le mot *film* rajouté dans le

titre, la formule de routine « Fini de jouer ! » acquiert une référence particulière qui est celle de jouer à ce jeu vidéo, en plus du sens habituel de « passer maintenant aux choses sérieuses ». Finir de jouer à *Angry Birds* (le jeu) pour aller voir *Angry Birds, le film*.

Dans le cadre de l'opération de détournement contextuel, nous pouvons également relever l'emploi des locutions verbales, comme *refaire surface*, *casser la baraque*, ou *faire craquer*. Dans notre corpus, les locutions verbales sont souvent exploitées par le défigement comme le slogan suivant :

(15) Une aventure qui a du mordant ! (*Le Voyage d'Arlo*, 2015)

Dans ce film, le héros qui est un dinosaure herbivore doit faire face à un dinosaure carnivore qui est effectivement « mordant ». Avec ce sens contextualisé coexiste bien évidemment le sens habituel de la locution « avoir du mordant ».

### 3.3 Slogans japonais

Par comparaison avec les slogans français, nettement moins d'emplois d'expressions figées sont présents dans notre corpus de slogans japonais. Pour peu qu'ils existent, nous n'avons pas relevé de différences sensibles en ce qui concerne les types d'expressions figées utilisées : titre, slogan, expression courante, ou formule de routine.

#### 3.3.1 Détournement lexical

Nous avons relevé quelques slogans qui détournent lexicalement une expression figée comme le slogan (16) qui reprend le slogan (17) du premier film de la même série :

(16) Yatsura wa taime-srippe de chikyû wo mamoru. (*Men in Black 3*, 2012)  
ils TH Voyage-à-traver P la-planète OBJ protéger  
s-le-temps

« Par le voyage à travers le temps, ils protègent la planète »

(17) Yatsura wa nori de chikyû wo mamoru. (*Men in Black*, 1997)  
ils TH feeling P la-planète OBJ protéger

« Ils protègent la planète au feeling »

On constate qu'il y a une opération de substitution entre (16) et (17) :

(16) Yatsura wa	taime-srippe	de chikyû wo mamoru
(17)	Nori	

Il existe d'autres cas beaucoup moins clairs, comme les slogans suivants :

(18) Hiru wa daitôryô, yoru wa hantâ. (*Lincoln/himitsu no sho*<sup>59</sup>, 2102)  
journée TH Président nuit TH chasseur

« Président en journée, chasseur la nuit »

<sup>59</sup> Le titre français de ce film est *Abraham Lincoln: Vampire Hunter*.

(19) Shijô-saikyô no “waru-kawa” hiroin to 10 nin no akutô-tachi. (*Suicide Squad*, 2016)  
 le-plus-fort-de-l’histoire P méchant-mignon héroïne et numéral P bandit-pluriel

« La plus forte ‘méchante-mignonne’ héroïne et 10 bandits »

Ces slogans rappellent formellement des expressions figées : l’une, expression courante (20), et l’autre, le titre d’un conte (21) :

(20) Hiru wa shukujyo, yoru wa Shôfu  
 journée TH Dame nuit TH Prostituée

« Dame en journée, prostituée la nuit »

(21) Shirayukihime to 7 nin no kobito-tachi  
 Blanche-Neige Et numéral P nain-pluriel

« Blanche-Neige et les sept nains »

Ainsi, on peut penser qu’il s’agit d’une opération de substitution de la manière suivante :

(18) Hiru wa | daitôryô, | yoru wa | Hantâ |  
 (20) | shukujyo, | | Shôfu |

(19) | Shijô-saikyô no “waru-kawa” hiroin | to | 10 | nin no | akutô- | tachi  
 (21) | | Shirayukihime | | 7 | | kobito- |

Cependant, le lien entre l’expression figée et le slogan ne va pas plus loin qu’une ressemblance avec la construction formelle de la formule ; d’autres liens supplémentaires (entre Ré et Ra, ou entre le film et le slogan / l’expression figée) qui justifieraient l’emploi de ces expressions ne sont pas présents. En ce sens, il est difficile d’affirmer s’il s’agit bien d’un détournement. Ce que ces slogans ont récupéré de ces expressions figées est, nous semble-t-il, leur construction formelle plutôt que leur contenu.

### 3.3.2 Détournement contextuel ?

Quelques slogans emploient une expression figée sans modification lexicale. Mais à la différence des slogans français, la mise en décalage contextuel qui consiste en l’opération de détournement contextuel n’est pas perceptible. Observons par exemple les slogans suivants :

(22) Seiki no taiketsu (*Batman v Superman : Justice no tanjyô*<sup>60</sup>, 2016)

siècle P confrontation

« La confrontation du siècle »

(23) Tora-reta mono wa, ubai-kaesu (get back)<sup>61</sup> (*Get back*<sup>62</sup>, 2016)

<sup>60</sup> Le titre français est *Batman v Superman : L’Aube de la justice*.

<sup>61</sup> L’expression possède plusieurs variations. En général, on a tendance à employer le même verbe dans les deux propositions comme *tora-reta mono wa, tori-kaesu* « ce que l’on s’est fait voler, on le vole » ou *ubawa-reta mono wa ubai-kaesu* « ce que l’on s’est fait arracher, on l’arrache ». On peut également

voler.PAS chose TH arracher de-retour (reprendre)

« Ce qu'on s'est fait voler, on le reprend de force (get back) »

L'expression courante employée dans ces slogans renvoie directement au titre du film. Pour (22), la confrontation « Batman vs Superman » (titre) est effectivement « la confrontation du siècle » (slogan). Quant à (23) qui est le deuxième slogan sur l'affiche, l'expression fonctionne comme une traduction ou une paraphrase en japonais du titre en anglais *Get back* ; par ailleurs, le titre original pour les États-Unis est *Stolen* qui correspond à la première proposition du slogan. Ainsi, il n'y a pas de décalage entre le contexte habituel de l'expression figée et le contexte du slogan. En ce sens, il ne s'agit pas de détournement contextuel.

Les expressions figées relevées dans notre corpus ne sont pas employées pour jouer avec les stéréotypes comme le cas des slogans français. Étant donné le nombre bien limité des occurrences d'expressions figées, pour avancer une hypothèse sur celles-ci, il faudrait sans doute élargir le corpus. Néanmoins, nous pouvons dire qu'il existe des différences sensibles sur l'emploi des stéréotypes entre les deux langues dans le cadre des slogans cinématographiques.

S'il y a peu d'expressions figées, on rencontre de nombreux mots et constructions stéréotypés dans le corpus. Nous avons fréquemment rencontré les mots comme *sekai* « monde », *ai* « amour », *bouken* « aventure », *zenbei* « les États-Unis entiers », les syntagmes exprimant le superlatif comme *shijô-saikyô* « le plus fort dans l'histoire » présent dans le slogan (19), ou des constructions avec le verbe *okuru* « offrir à qn. qch. (comme cadeau) » comme (24) - (26) ou avec le verbe *koeru* « dépasser qch./qn., aller même au-delà de qch./qn. » comme (26) :

(24) Disney ga okuru gêmu no sekai no dai-bouken (*Shugâ-rasshu*<sup>63</sup>, 2012)

SUJ offrir jeu P monde P grande-aventure

« Une grande aventure dans le monde des jeux offerte par Disney »

(25) Kono aki, hageshiku-mo utsukushii hiroin ga sennretsuna kandou wo okuri-masu (*Mulan*, 1998)

ce automne tempéré.P beau héroïne SUJ vif émotion OBJ offrir.POL

« Cet automne, la belle et tempérée héroïne nous offre une vive émotion »

---

considérer le slogan (23) avec deux verbes différents comme une variante de l'expression.

<sup>62</sup> Le titre français est *12 heures*.

<sup>63</sup> Le titre français est *Les Mondes de Ralph* sorti en 2012.

(26) Disney kara 「Bijyo to yajû」 「Aladdin」 wo koeru gokujô no love story wo okuri-masu (*Purinsesu to mahou no kisu*<sup>64</sup>, 2010)

-- P La-Belle-et-la-Bête Aladdin OBJ dépasser de-première-qualité P love-story OBJ offrir.POL

« Disney nous offre une superbe histoire d'amour qui dépasse *La Belle et la Bête* et *Aladin* »

Ces mots et ces constructions sont bien des stéréotypes, fortement liés au domaine du cinéma. Leur utilisation enlève toute ambiguïté : il s'agit bien de slogan de film.

### **Conclusion**

Nous avons analysé les différentes opérations de détournement d'expressions figées dans les slogans cinématographiques des affiches françaises et japonaises.

Dans notre corpus français, les cas sont abondants. Nous avons analysé comment les slogans introduisent des éléments, souvent étrangers à l'expression d'origine, qui ont rapport avec le film sur divers points :

- La narration du film (particularité du personnage principal, trame de l'histoire)
- Le genre du film, les codes propres au cinéma
- Les éléments concernant le marketing (la date de parution, la cible, etc.)

Dans leur forme simple et concise, ces slogans français visent à fournir une évocation complexe et cohérente relative à divers aspects du film qu'ils promeuvent, sans les nommer directement.

Quant à notre corpus japonais, les cas similaires sont loin d'être nombreux. En ce qui concerne les quelques cas trouvés et étudiés, l'existence d'un même type de visée que pour les slogans français n'est pas perceptible. Si nous avons privilégié dans cet article l'analyse des slogans français, il nous faudra élargir notre corpus pour avancer une hypothèse plus précise sur les opérations de détournement d'expressions figées dans les slogans cinématographiques des affiches japonaises.

### **Références**

Adam J-M. & Bonhomme M. (2012). *L'argumentation publicitaire : Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Paris : Armand Colin.

---

<sup>64</sup> Le titre français est *La Princesse et la Grenouille* sorti en 2009.



- Anscombe J-Cl. (1982). Un essai de caractérisation de certaines locutions verbales. *Recherches linguistiques*, 102, 5-37.
- Barthes R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications*, 4-1, 40-51.
- Berthelot-Guiet K. (2015). *Analyser les discours publicitaires*. Paris : Armand Colin.
- Dominguez, F. N. (2005). La rhétorique du slogan : cliché, idéologie et communication. *Bulletin Hispanique*, 107-1, 265-282.
- Grésillon A. & Maingueneau D. (1984). Polyphonie, proverbe et détournement. *Langages*, 73, 112-125.
- Gross G. (1996). *Les expressions figées en français : noms composés et autres locutions*, Paris : Ophrys.
- Gross M. (1993). Les phrases figées en français. *L'information grammaticale*, 59-1, 36-41.
- Grunig Bl-N. (1998). *Les mots de la publicité : l'architecture du slogan*. Paris : CNRS Éditions.
- Lugrin G. (2006). *Généricité et intertextualité dans le discours publicitaire de presse écrite*. Berne : Peter Lang.
- Maingueneau D. (2012). *Les phrases sans texte*. Paris : Armand Colin.
- Maingueneau D. (2013 / 2007). *Analyser les textes de communication*. Paris : Armand Colin.
- Peñalver Vicea M. (2008). Spécificité de l'affiche de cinéma – l'écart pulsionnel entre mots et image. *Image et Narrative*, 21.  
<[http://www.imageandnarrative.be/affiche\\_contemporaine/penalver\\_vicea.htm](http://www.imageandnarrative.be/affiche_contemporaine/penalver_vicea.htm)>
- Reboul O. (1975). *Le slogan*. Bruxelles : Éditions Complexe.
- Schapira C. (1999). *Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules*, Paris : Ophrys.



QUATRIÈME PARTIE

**LE DISCOURS BREF  
COMME RÉPONSE ÉMOTIONNELLE**

**ou le genre bref à l'oral**



## **Le slogan de la manifestation Sa brièveté pour qui, pour quoi et pour quels effets ?**

**NAKAO Kazumi**  
**(Université des Langues Etrangères de Tokyo)**

### **Résumé**

*La brièveté est une des caractéristiques du slogan. C'est le cas pour celui de la manifestation ainsi que pour celui de la publicité. La brièveté du premier est nécessaire pour la répétition du slogan qui contribue à renforcer la solidarité entre les manifestants, et aussi pour la diffusion des revendications au travers des médias, ce qui n'est pas le cas pour la publicité qui est essentiellement un monologue et dont la canalisation est assurée. Le slogan de la manifestation, malgré sa brièveté, est un message dense, soutenu par la manifestation qui à son tour est formée par la polyphonie de nombreux slogans scandés et écrits.*

*The slogan of demonstration – the brevity for whom, for what and for which purpose? –*

*The slogan of demonstration is brief as well as the advertisement slogan. A brief slogan is easy to repeat and its repetition contributes to cement social groups participating in a demonstration. It can also be useful for attracting mass media which will eventually cover and air demonstrations, while the advertisement slogan, generally having no interactions with addressees, secures already means of public communication. The slogan of demonstration can usually be understood correctly in spite of its brevity, because the demonstration, composed of the polyphony of slogans, guarantees its signification.*

*デモのスローガンについて- 短さと受信者、目的、効果との関係から-*

*スローガンには、通常短い言説が使用される。デモの場合、スローガンは、その場にいるデモ隊の連帯感を強めるためにしばしば繰り返し唱えられる。繰り返すために短さは不可欠である。また、メディアの注意を引くためにも短いスローガンが使われる。メディアはデモの拡散には必要不可欠な手段である。他方、広告のスローガンは、受信者とは直接接触せずに、メディアを通してのみ伝えられるので、このような桎梏は持たない。デモのスローガンは、その短さにも関わらず、デモに支えられ意味が保証される。またデモ自身は、様々なスローガンの重層性に支えられた言語活動である。*

## Mots clés

Slogan, manifestation, publicité, répétition, polyphonie

Slogan, demonstration, advertisement, repetition, polyphony

スローガン、デモ、広告、繰り返し、重層性

## 1 Introduction

Le slogan est l'un des outils indispensables pour la manifestation aussi bien que pour la publicité, mais constitue-t-il un genre de discours homogène ? Selon Reboul (1975), c'est l'usage qui fait les slogans. Y a-t-il alors des contextes particuliers qui soient favorables aux slogans ? Nous allons analyser dans cet article le slogan tel qu'il se développe au cours de la manifestation tout en le comparant avec celui de la publicité pour voir ce que le slogan de la manifestation signifie, à qui il est adressé, ce qui le caractérise et pourquoi il est bref. Pour ce faire, nous allons d'abord voir les définitions du mot *slogan*, puis les caractéristiques communes ou divergentes entre le slogan de la manifestation et celui de la publicité, et enfin essayer de comprendre pourquoi le slogan de la manifestation est bref.

Avant d'entamer l'analyse, nous définissons ce que nous entendons par *manifestation*. Elle désigne un déplacement collectif, sous forme de défilé d'un point à un autre, qui met au jour des demandes sociales plus ou moins précises, souvent des revendications de nature politique, aussi bien qu'une action statique dans un espace public que l'on appelle normalement 'rassemblement'. Notre corpus est constitué de slogans de manifestations recueillis dans App et alii (2011)<sup>65</sup>, Garnier (2016)<sup>66</sup>, et aussi d'autres, sélectionnés dans des journaux et des vidéos diffusées sur Internet. Quant aux slogans de la publicité, ils sont issus du journal *Le Monde* entre 2013 et 2017, et aussi Internet.

## 2 Qu'est-ce que le slogan ?

### 2.1 Etymologie et définitions du mot *slogan*

Le mot *slogan* vient étymologiquement, selon le Online Etymology Dictionary<sup>67</sup>,

---

<sup>65</sup> App et alii (2011) recueille 600 slogans issus de manifestations féministes en France entre 1970 et 2010.

<sup>66</sup> Garnier (2016) recueille 400 slogans issus de manifestations en France entre 2011 et 2016.

<sup>67</sup> Slogan 1670s, earlier *slogorne* (1510s), "battle cry," from Gaelic *sluagh-ghairm* "battle cry used by Scottish Highland or Irish clans," from *sluagh* "army, host, slew," from Celtic and Balto-Slavic *\*slough-* "help, service." Second element is *gairm* "a cry". Metaphoric sense of "distinctive

du mot gaélique *shuagh-ghairm* dont le premier élément est lui-même issu de *shuagh* signifiant « troupe » en gaélique et de *\*slough-* signifiant « troupe » en balto-slavique, et dont le second vient de *gairm* « cri, appel ». D'après le *Dictionnaire historique de la langue française*<sup>68</sup>, *slogan* est un emprunt (1842) à l'anglais *slogan*, et il « est relevé dans le dictionnaire de l'Académie (1842) au sens de “cri de guerre de clans écossais”, sorti d'usage », et « est emprunté de nouveau (1930 [...]) pour désigner une formule frappante et concise, utilisée par la publicité (d'où slogan publicitaire (1931) ou pour propager une opinion politique (1932 [...]), une revendication, etc ». Aujourd'hui, le TLFi définit le *slogan* comme étant une « formule concise et expressive, facile à retenir, utilisée dans les campagnes de publicité, de propagande pour lancer un produit, une marque ou pour gagner l'opinion à certaines idées politiques ou sociales <sup>69</sup>».

Ce n'est pas un hasard si le mot *slogan* désigne typiquement les énoncés trouvés lors des manifestations ainsi que ceux de la publicité contemporaine. Elles sont, d'abord, l'une et l'autre, malgré leurs différences, des actions nées avec l'émergence de l'urbanisation et de la révolution industrielle.

La première manifestation en France, selon Favre (1990), date des années 1830, et « c'est en 1848 que la manifestation<sup>70</sup> paraît être devenue un moyen d'action spécifique et autonome, distinct de l'émeute<sup>71</sup> ». Entre les années 1880 et 1910, la forme de la manifestation est pour l'essentiel fixée, avec ses slogans, ses pancartes, ses drapeaux, ses déguisements, sa mise en scène, et sa sonorisation mobile. Toutefois, les manifestations, qui recèlent toujours violence, imprévisibilité de leur déroulement, ou relent d'émeute, restent peu légitimes pour les autorités politiques qui souhaitent les maîtriser tout en recourant aux forces de l'ordre<sup>72</sup>. De surcroît, « le nombre des manifestations fait qu'elles deviennent un élément coutumier, voire routinier [...] qu'elles tendent finalement à s'annuler les unes les autres. <sup>73</sup> ». Ainsi, la manifestation, qui est « le moyen ultime de clamer des revendications essentielles à la face du pouvoir

---

word or phrase used by a political or other group" is first attested 1704.

<https://www.etymonline.com/word/slogan> « consulté le 15 février 2018. »

<sup>68</sup> Dictionnaire historique de la langue française, slogan M-Z, (1993 :1956).

<sup>69</sup> <http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=752054670> ; « consulté le 15 février 2018. »

<sup>70</sup> En juin 1848, une grande manifestation fut organisée rue St. Jacques à Paris par dix mille ouvriers protestant contre la fermeture des ateliers nationaux avec le slogan « Du pain ou du plomb ! Du plomb ou du pain ! » (Cf. Kastner (1857))

<sup>71</sup> Favre (1990 :16)

<sup>72</sup> *Ibid.*, 61.

<sup>73</sup> *Ibid.*, 61.

central <sup>74</sup> », « parvient très rarement à modifier le cours des décisions gouvernementales <sup>75</sup> ».

Par contre, la publicité se développe et se diversifie aussi au XIXe siècle, grâce à la presse à grand tirage et au « progrès technique, notamment dans la reproduction des illustrations<sup>76</sup> ». L'apparition de cette nouvelle technologie était idéale pour promouvoir des produits de masse fabriqués en grand quantité, mais la publicité « n'est pas seulement promotion des ventes, suggestion à des fins économiques<sup>77</sup> ». En effet, la publicité contemporaine est un acte bien calculé qui cherche à dissimuler ses objectifs et qui ne propose plus, par conséquent, un simple contenu informationnel, car « l'injonction et la persuasion soulèvent des contre-motivations<sup>78</sup> ». La publicité vise donc plutôt l'individu dans son rêve personnel, son bonheur, ou d'autres choses que le produit. Le slogan publicitaire d'Airborne, « Le vrai confort ne s'improvise pas <sup>79</sup> », cité dans Baudrillard (1968), est l'un des exemples qui prouve la stratégie de persuasion indirecte visant la satisfaction des clients.

La volonté de persuader (acte illocutoire de la demande) est une des caractéristiques communes aux notions mêmes de manifestation et de publicité, mais elle échoue en général à convaincre sa cible. Ainsi, au lieu de s'exprimer en demande directe, elle a pris la forme d'une « formule concise et expressive, facile à retenir, utilisée dans les campagnes de publicité, de propagande pour lancer un produit, une marque ou pour gagner l'opinion à certaines idées politiques ou sociales » (définition du TLFi).

### **3 Caractéristiques du slogan**

#### **3.1 Slogans scandés et slogans écrits**

On peut définir deux types de slogans typiques des manifestations selon leurs supports physiques : slogans scandés et slogans écrits. Le premier est scandé de manière collective avec rythme et mélodie. Un énoncé oral ne fonctionne pas automatiquement

---

<sup>74</sup> *Ibid.*, 49.

<sup>75</sup> *Ibid.*, 61.

<sup>76</sup> Lugrin (2006 :13)

La pratique de la lithographie, de la chromolithographie et de la mise au point des machines à imprimer les grands formats a contribué à la réalisation d'affiches comme celles de Toulouse-Lautrec (Cf : Adam et Bonhomme (2012)).

<sup>77</sup> Baudrillard (1970 : 261)

<sup>78</sup> Baudrillard (1968 : 231)

<sup>79</sup> *Ibid.*, 234.



comme slogan. Normalement, il est non seulement scandé mais aussi répété maintes fois de manière ardente par les manifestants. Le second peut être divisé en deux catégories : slogans écrits sur une banderole et slogans écrits sur une affichette individuelle. La banderole est un long morceau de tissu ou de papier porté par un ensemble de personnes qui se placent en général à la tête d'un cortège. Très souvent le nom d'une collectivité y est inscrit comme la CGT. Ce sont les membres appartenant à cet organisme qui en sont les porteurs. Par contre, l'affichette individuelle est une pancarte portée par des manifestants. Elle est soit réalisée par eux-mêmes soit distribuée par un groupe ou par les organisateurs d'une manifestation.

Les slogans de la manifestation sont dotés des caractéristiques que l'on retrouve dans le cas des slogans publicitaires, que nous allons voir concrètement ci-dessous.

### 3.2 Absence d'article

Le slogan est souvent caractérisé par une perturbation dans la valence des verbes ou par l'économie syntaxique qui se traduisent par la suppression de mot-outils, entre autres par la suppression très fréquente de l'article.

- (1) Hollande démission<sup>80</sup> (SC, SE (BD, AFC, AFI) <sup>81</sup>)
- (2) Retrait de la loi travail<sup>82</sup> (SE (BD, AFC, AFI))
- (3) Tepco assassin<sup>83</sup> (SC)
- (4) Nouvelle bouteille pour vos instants uniques (Publicité de Coca cola<sup>84</sup>)
- (5) Je roule Michelin<sup>85</sup>

L'absence d'article, surtout au niveau du premier mot des slogans dans les manifestations, produit souvent des effets d'injonction comme dans le cas des consignes telles que *Passage interdit*, *Défense de fumer*, qui, elles aussi, sont souvent sans article, sinon que ces dernières expriment un discours d'autorité. En revanche, la manifestation

---

<sup>80</sup> Slogan utilisé dans la manifestation anti-Hollande du 26 janvier 2014

<https://www.youtube.com/watch?v=awXVPfWTOUo> « consulté le 15 février 2018. »

<sup>81</sup> Nous précisons les sigles que nous utilisons pour indiquer les supports physiques des slogans de la manifestation que nous avons recueillis sur Internet.

SC	slogan scandé
SE	slogan écrit
BD	banderole
AFC	affichette collective
AFI	affichette individuelle

<sup>82</sup> Slogan utilisé dans la manifestation contre loi du travail à Paris en 2017.

<sup>83</sup> Slogan utilisé dans la manifestation antinucléaire du 11 mars 2013 à Fessenheim.

<sup>84</sup> <https://www.ebay.fr/itm/PUBLICITE-COCA-COLA-ZERO-NOUVELLE-BOUEILLE-DE-2016-FRE-NCH-AD-PUB-PRINT-ADVERT-/272476255542> « consulté le 15 février 2018. »

<sup>85</sup> Bonhomme (2002 : 33)

est, elle, un lieu de protestation contre les autorités qui imposent des politiques contre lesquelles elle proteste, les slogans tendent ainsi à exprimer des refus forts. Pour cela, les noms d'action dérivés du verbe (*démission, retrait, abolition, arrêt immédiat*) sont souvent employés comme s'ils relevaient d'un ordre émis par une autorité, ce qui n'est pas le cas des slogans publicitaires, censés faire rêver le public.

### 3.3 Jeux de mots

Il est extrêmement fréquent que le slogan ait recours à l'emploi de jeux de mots, de néologismes, et de toutes sortes de figures : rime, calembour, double-sens (polysémie, homonymie, paronymie), antanaclase, détournement d'expressions figées ou célèbres, ou mots-valises. Surtout, le détournement d'expressions proverbiales, qui en fait un fragment clos sur soi, contribue à la création du slogan bref et facilement mémorisable<sup>86</sup>. Il faut aussi noter que les slogans scandés sont souvent marqués par la forte présence de la rime et de l'allitération. La fonction poétique de Jakobson (1963) l'emporte sur la fonction référentielle.

(6) Fermons Fessenheim, et sortons du nucléaire, Fermons Fessenheim, et sortons du nucléaire, Fermons Fessenheim, et sortons du nucléaire...<sup>87</sup>(SC)

(7) Mieux vaut un mariage gay qu'un mariage triste<sup>88</sup> (SE AFC)

(8) Non au F-Haine<sup>89</sup> (SE BD)

(9) Qui sème la colère récolte la misère<sup>90</sup> (SE BD)

(10) Goûtez enfin au fish & cheap (Publicité de l'Eurostar, dans LM<sup>91</sup>)

(11) Pour mieux manger, y a-t-il d'autres moyens que d'avoir les moyens ?  
(Publicité de Super U, dans LM)

Comme nous l'avons mentionné ci-dessus, la manifestation et la publicité échouent souvent à convaincre leurs cibles. Ainsi, le slogan, au lieu de s'articuler sous la forme

---

<sup>86</sup> Maingueneau (2012 : 62)

<sup>87</sup> Slogan utilisé dans la manifestation antinucléaire du 11 mars 2013 à Fessenheim.

<sup>88</sup> Slogan utilisé dans la manifestation pour le mariage pour tous du 15 décembre 2012  
<http://www.7sur7.be/7s7/fr/1520/Sexe-Relations/article/detail/1549586/2012/12/15/Mieux-vaut-un-mariage-gay-qu-un-mariage-triste.dhtml> « consulté le 15 février 2018 »

<sup>89</sup> Slogan utilisé dans la manifestation du 1er mai 2002

<https://saintdeniseologie.wordpress.com/2013/05/01/1er-mai-2002-1er-mai-2013-la-gauche-en-perdition-le-chomage-endemine-un-terreau-sur-lequel-front-national-et-droite-extreme-prospere-apres-jospin-en-2002-hollande-elimine-au-premier-tour/> « consulté le 15 février 2018. »

<sup>90</sup>Slogan utilisé dans la manifestation d'étudiants et de lycéens contre la loi de travail du 20 octobre 2016 à Strasbourg

<https://france3-regions.francetvinfo.fr/grand-est/bas-rhin/strasbourg-0/manif-estudiante-lyceenne-c-et-apres-midi-strasbourg-959509.html> « consulté le 15 février 2018. »

<sup>91</sup> Le sigle LM indique que le slogan publicitaire est recueilli dans le journal *Le Monde*.

d'une requête, essaie « de plaire non par ce qu'il annonce ou promet mais par lui-même, en tant que réussite verbale<sup>92</sup> » ou « privilégie les stratégies de séduction<sup>93</sup> » avec ses néologismes, ses détournements ou ses contradictions apparentes. Les jeux de mots et les mots d'esprit sont un outil idéal pour faire plaisir, tout en dissimulant le fait que la visée recherchée est de persuader les destinataires. Les slogans de la publicité exploitent entre autres ce côté ludique du langage pour attirer le public. Ils ne sont jamais désagréables ni vulgaires, mais plutôt amusants, agréables ou énigmatiques.

En revanche, les jeux de mots employés dans les slogans de la manifestation sont parfois amusants, mais ils sont souvent violents, satiriques voire vulgaires. Leur objectif est d'exprimer la colère, et aussi d'insulter ou d'abaisser la cible contre laquelle ils protestent, ce qui les fait se rapprocher des manchettes de la presse satirique tels que *Le canard enchaîné* qui comportent toujours un jeu de mot dérisoire, comme nous l'avons déjà remarqué dans Nakao (2017).

(12) Non au nucléaire ! (SC, SE)<sup>94</sup>

(13) Toi, Président, dégage !<sup>95</sup>

(14) Si Hollande recule, on l'encule<sup>96</sup>.

(15) Noël au Macron, Pâques au Fillon !<sup>97</sup>

Avec les jeux de mots, la manifestation cherche à plaire tout en tournant l'ennemi en dérision, tandis que la publicité opère plutôt « sur le registre de la séduction, de la surprise, du divertissement et de la complicité que celui de la persuasion.<sup>98</sup> »

### **3.4 Caractère anonyme et acteurs concernés**

Le slogan est un énoncé anonyme. Dans le cas du slogan publicitaire, son auteur est un annonceur, plus précisément un concepteur-rédacteur dont on ignore le nom sauf rares exceptions. Dans le cas de la manifestation, le slogan est très souvent créé par un manifestant qui reste anonyme.

Quant à son destinataire, c'est le public (futurs consommateurs) pour la publicité, tandis que pour la manifestation, il y a théoriquement trois acteurs possibles.

---

<sup>92</sup> Reboul, op. cit. 62.

<sup>93</sup> Bonhomme, op. cit. 36.

<sup>94</sup> Slogan utilisé dans la manifestation antinucléaire du 11 mars 2013 à Fessenheim.

<sup>95</sup> Garnier (2016 : 11) On ignore le support physique de ce slogan.

<sup>96</sup> Slogan utilisé dans la manif pour tous en mars 2013

<http://24heuresactu.com/2013/03/28/manif-pour-tous-jean-pierre-michel-et-la-france-apaisee/> « consulté le 15 février 2018. »

<sup>97</sup> Manchette de la une du *Canard Enchaîné* du 7 décembre 2016 cité dans Nakao (2017).

<sup>98</sup> Lugin op. cit. 17.

Le premier est la cible de la manifestation, à savoir, une entreprise, une institution, une personne représentant les autorités, souvent l'État. C'est donc un destinataire précis (président, ministre...) qui porte souvent un nom précis, mais qui est normalement absent sur les lieux de la manifestation, si bien que les slogans sont hors de sa portée<sup>99</sup>. En ce sens, c'est un dialogue que l'on peut qualifier d'inabouti. Toutefois, le slogan n'est pas un monologue, car il sert à renforcer la solidarité entre les manifestants qui constituent aussi un destinataire du slogan.

Le deuxième destinataire, ce sont donc les manifestants eux-mêmes. Ils sont émetteurs en même temps que récepteurs. D'après Favre (2006), « l'action manifestante est d'abord autocentrée, elle est en elle-même sa propre fin<sup>100</sup>», et selon Casquette (2006), elle est « an *internal* form of communication <sup>101</sup>». La manifestation, qui est une opportunité de protester en masse, donne aux contestataires « the sense of being engaged in a common cause with a large number of like-minded people who share similar feelings about an issue<sup>102</sup>». Porter une banderole en tête du cortège, marcher en tenant à la main la même affichette, et répéter des slogans ensemble, toutes ces actions collectives renforcent la solidarité des groupes. Même s'ils ne sont pas les auteurs des slogans, ils les assument et les prennent en charge<sup>103</sup>. Autrement dit, ils sont locuteurs en même temps qu'énonciateurs, et aussi interlocuteurs en même temps que co-énonciateurs.

Le public constitue le troisième acteur. Selon Favre (1990)<sup>104</sup>, il y a deux types de public : « le public du premier degré » et « le public du deuxième degré ». Le premier est présent sur les lieux de la manifestation, mais n'y participe pas : il est constitué des passants sur le trottoir ou des riverains qui regardent la manifestation par la fenêtre. C'est « le témoin réel et comme le garant de l'existence de la manifestation<sup>105</sup> ». Le second est, par contre, absent sur place, ils regardent la manifestation à la télévision ou sur Internet. Ce sont donc des « spectateurs de la manifestation au travers des

---

<sup>99</sup> Il faut malgré tout noter qu'il y a de plus en plus de manifestations « de proximité » qui visent la visite de personnalités politiques afin d'interpeller la cible directement, selon Fillieule et Tartakowsky (2008).

<sup>100</sup> Favre (2006 : 193)

<sup>101</sup> Casquette (2006 : 48)

<sup>102</sup> Ibid.

<sup>103</sup> Dans les manifestations, la « *participation* » d'un slogan anonyme en groupe permet « la fusion imaginaire des individus dans un énonciateur collectif qui, à travers les énonciations, institue et confine l'appartenance de chacun au groupe ». (cf. Maingueneau (2012 : 63))

<sup>104</sup> Favre (1990 : 23)

<sup>105</sup> Ibid.

médias <sup>106</sup>». Le public, où qu'il se trouve, constitue le destinataire le plus important, car, la manifestation doit avant tout être vue par le maximum de personnes. Il ne faut pas oublier que la cible de la manifestation, ce sont les autorités qui disposent en général d'un pouvoir réglementaire et sur qui les manifestants ne peuvent guère exercer une influence importante. C'est pour cette raison qu'il faut des soutiens de la part du plus grand nombre de personnes pour faire abandonner ou changer une politique choisie par la cible. Le seul moyen qu'aient les manifestants comme moyen de protestation, c'est la force du nombre. « Que serait une manifestation qui ne serait *vue* par personne ? <sup>107</sup>» La manifestation se forme non seulement avec des manifestants, mais aussi avec des spectateurs, sans qui une manifestation ne sera plus une manifestation. C'est le public qui est le médiateur, c'est pourquoi les médias de masse jouent un rôle extrêmement important pour sa diffusion<sup>108</sup>.

### 3.5 Structure interactive

Bien que le slogan soit loin d'être un énoncé illocutoire, il imite une interaction avec ses destinataires, qui est l'une des stratégies pour attirer l'attention du public mais aussi pour camoufler la persuasion.

Selon Adam et Bonhomme (2012)<sup>109</sup>, le discours publicitaire, qui est de nature monologique, mime l'établissement d'un dialogue par des actes illocutoires, avec la formule ' impératif + deuxième personne' ou des questions dont la réponse est donnée en même temps par l'annonceur.

(16) RÉSERVEZ TÔT Offrez-vous la Classe Affaires (Publicité d'Emirates Air Line, dans LM)

(17) Un produit de beauté doit-il être cher pour être de qualité ? 10 millions de femmes ne se posent plus la question. Et vous ? (Publicité d'Yves Rocher, dans LM)

La manifestation recourt elle aussi à la mise en scène d'une interaction fictive : l'emploi de l'impératif du pronom personnel à la première personne du pluriel pour solliciter le soutien du public, et celui de l'impératif du pronom personnel à la deuxième personne *tu* + appellatif du nom de la cible pour l'attaquer ou pour l'humilier.

---

<sup>106</sup> Ibid.

<sup>107</sup> Ibid. souligné par Favre.

<sup>108</sup> Fillieule et Tartakowsky (2008) remarque aussi des tendances contemporaines de manifestations qui visent d'abord à obtenir une couverture médiatique et qui se consacrent aux stratégies de médiatisation.

<sup>109</sup> Cf. Adam et Bonhomme (2012 : 43-78)

- (18) SOYONS FOUS, marchons sur la dette !<sup>110</sup>
- (19) HOLLANDE DEHORS ! Va t'occuper de tes copines !<sup>111</sup>
- (20) Hollande démission, Hollande démission, Hollande démission...(SC)
- (21) - Corrida (leader d'un cortège)
- Va t'en (autres manifestants)
  - Corrida (leader d'un cortège)
  - Va t'en (autres manifestants)...(SC)<sup>112</sup>
- (22) - Qu'est-ce qu'on veut ? (leader d'un cortège)
- L'égalité (autres manifestants)
  - On la veut quand ? (leader d'un cortège)
  - Maintenant (autres manifestants)
  - Et on la veut pour qui ? (leader d'un cortège)
  - Pour tous, pour tous (autres manifestants, et revenir au début)(SC) <sup>113</sup>

En fait, le pseudo-dialogue de la manifestation, quelles que soient ses expressions, n'est que la répétition de formules préalablement fixées, qui sont des slogans. Bien que ce ne soit pas une vraie conversation, il faut cependant noter le fait que les deux protagonistes, émetteurs et récepteurs, sont présents sur les lieux de la manifestation, ce qui n'est pas le cas pour la publicité. Autrement dit, l'interaction directe a lieu entre locuteur et interlocuteur, ce qui nous conduit à comparer le slogan de la manifestation aux cris des marchands ambulants qui essaient de vendre leurs marchandises dans la rue. Selon Alexandre-Bidon (2012), « le crieur dans la ville médiévale était un publicitaire avant l'heure<sup>114</sup> ». Il employait des figures de mots, des énoncés courts qui devaient être « deux ou trois mots au plus <sup>115</sup> ». Ou pourra dire que les manifestants sont aussi des crieurs du XXI<sup>e</sup> siècle, mais qui, au lieu de vendre leurs marchandises, prêchent d'une façon collective, leurs idéologies et revendications. De surcroît, dans la manifestation, l'un des destinataires du slogan, les manifestants, n'est pas passif, ils se soutiennent tout en le criant ou en le chantant. Ces échos de slogans leur permettent de partager les

---

<sup>110</sup> Garnier (2016 : 77)

<sup>111</sup> *Ibid.* 8.

<sup>112</sup> Slogans scandés utilisés à la manifestation anti-corrída à Alès en 2014  
<https://www.youtube.com/watch?v=vwWr1eGRSq8> « consulté le 15 février 2018. »

<sup>113</sup> Slogans utilisés dans une manifestation pour le mariage gay en 2012.

<sup>114</sup> Alexandre-Bidon (2012 : 18)

<sup>115</sup> *Ibid.* 22.

mêmes sentiments et de renforcer leurs liens<sup>116</sup>. C'est probablement la raison pour laquelle on répète souvent un slogan pour clore un discours au rassemblement.

- (23) -Il n'a pas honte. Alors n'ayons pas honte de réclamer. Justice pour Théo,  
Justice pour Théo, Justice pour Théo... (une manifestante au micro)  
-Justice pour Théo, Justice pour Théo, Justice pour Théo. (autres manifestants)<sup>117</sup>

Voici la récapitulation des caractéristiques des slogans de la manifestation et de la publicité :

	<b>Destinateurs</b>	<b>Destinataires</b>		<b>rapports avec destinateurs</b>
<b>manifestations</b>	public (anonyme)	cible de la protestation		interaction souvent impossible
		manifestants (anonyme)		destinateur-destinataire
		public (anonyme)	sur place	interaction possible
			au travers des médias	spectateurs absents
	Médias	Diffuseurs		
<b>publicité</b>	annonceur (anonyme)	public (anonyme)		interaction fictive

#### 4 Brièveté du slogan de la manifestation

La brièveté étant considérée comme une caractéristique incontournable du slogan, ce n'est peut-être plus la peine de la remettre en cause. Non seulement Reboul (1975), qui définit le slogan comme une « formule concise et frappante, facilement répétable [...] <sup>118</sup> », mais d'autres chercheurs font presque la même remarque. Campenhoudt (1988) qui a analysé des manifestations d'enseignants et d'étudiants en Belgique dit que les enseignants privilégiaient davantage les formules brèves, que 20,75 % de leurs slogans comportaient seulement 5 syllabes, et que 37,50 % des slogans des étudiants

<sup>116</sup> Selon Casquette (2006 : 4), maintenir les liens entre les participants n'est pas un effet secondaire de la manifestation routinière, mais son objectif principal.

<sup>117</sup> Rassemblement en janvier 2017 pour réclamer la justice du garçon qui s'appelle Théo, qui a été tabassé par des gendarmes. <https://www.youtube.com/watch?v=snNV626gMnM> « consulté le 15 février 2018. »

<sup>118</sup> Reboul op. cit. 42.

comportaient 11 syllabes<sup>119</sup>. « Le slogan prototypique d'une manifestation, tel qu'il est habituellement décrit dans les travaux des spécialistes est une formule concise » (Grinshpun, 2013 : 3). « La concision fait la force du slogan. Elle en fait une formule frappante, facile à retenir et agréable à répéter. Allonger un slogan ne le renforce pas mais l'affaiblit et parfois le détruit. Un mot de trop et le slogan peut perdre tout pouvoir. » (Buffon, 2002 : 404). Enfin, comme le dit Lugrin (2006), la définition du slogan « communément admise le désigne comme une *formule brève, concise et frappante* <sup>120</sup>».

#### 4.1 Diffusion

Le slogan est donc bref, mais pourquoi le slogan de la manifestation *doit-il* être bref et *peut-il* être bref ? Avant de répondre à ces questions, il faut nous rappeler le fait que les manifestations sont la plupart du temps inefficaces comme moyen de protestation : la manifestation seule parvient très rarement à modifier le cours des décisions gouvernementales. La seule possibilité éventuelle, c'est de faire agir plus de monde. Il faut pour cela canaliser la manifestation au travers des médias, puisque « les médias ont une importance cruciale pour tous ceux qui n'ont pas d'accès régulier au système politique<sup>121</sup> ». Contrairement à la publicité qui se rediffuse à la télévision ou dans des journaux, une manifestation n'a lieu qu'une fois. Pour faire savoir le fait qu'elle a bien existé, il faut qu'elle soit rediffusée par les médias. Toutefois, même si elle est couverte par la presse, « les raisons qui font descendre les manifestants dans la rue sont, au mieux, *résumées par des slogans d'une ligne*<sup>122</sup>. », d'où la nécessité de la brièveté du slogan. S'il était trop long, le message serait mal transmis, déformé comme cela se passe dans le jeu dit « du téléphone arabe ».

Or, Champagne (1990) remarque le fait que les comptes rendus des manifestations, surtout ceux qui passent aux journaux télévisés sont vus par un très large public, et appelle ce phénomène « manifestations de papier<sup>123</sup> ». Il constate aussi le fait que « nombre de participants rentrent rapidement chez eux pour voir comment la télévision et les radios vont en rendre compte. <sup>124</sup>» De surcroît, il y a des articles journalistiques, souvent après de grandes manifestations, qui couvrent exclusivement des slogans tels

---

<sup>119</sup> Campenhoudt (1988 : 177)

<sup>120</sup> Lugrin (2006 : 103), souligné par Lugrin.

<sup>121</sup> Fillieule et Tartakowsky, op. cit. 132.

<sup>122</sup> Rochon (1990) cité dans Fillieule et Tartakowsky, op. cit. 142. souligné par moi-même.

<sup>123</sup> Champagne (1990).

<sup>124</sup> Ibid, 342.



que « Les slogans les plus remarquables à la manif contre X ». Il existe également de nombreux sites qui présentent « les meilleurs slogans de la manifestation X »<sup>125</sup>. Tout cela motive les participants à créer des slogans qui sautent aux yeux et qui ont une forte chance d'être couverts. Bref, pour certains participants, la couverture par les médias et la publication sur Internet sont devenues l'objectif principal, plus important que la diffusion de leur revendication. Le slogan doit être photogénique ou plutôt 'médiagénique' pour être diffusé et rediffusé le plus largement possible.

#### 4.2 Répétition

La manifestation étant non seulement un lieu de protestation mais aussi un lieu de rencontre et d'interaction, le slogan, qui est adressé également aux participants, tend à créer une ambiance collective et conviviale dans l'attente d'effets immédiats de la part des manifestants. Sa répétition surtout contribue non seulement à montrer la détermination de leur protestation, mais aussi à renforcer leur solidarité. Pour que le slogan soit scandé et répété par le plus du monde possible, il faut qu'il soit « facile à percevoir, à retenir, à répéter<sup>126</sup> » mais qu'il soit aussi « une formule répétable que l'on sait redire et qu'on aime redire<sup>127</sup> ». La brièveté est donc naturellement requise par l'exigence de la répétition.

Certains slogans scandés expriment des colères et des refus des manifestants. Ils sont forts, émotifs et expressifs, et rappellent des 'cris de guerre', qui est le sens original du mot *slogan*. D'autres sont comme des chansons pour enfants, plaisants et agréables à répéter en groupe : la rime et la répétition de mêmes sons ou de paronymes amusent les participants. A cet égard, les slogans scandés ressemblent aux cris des supporters des clubs de football, qui tantôt rugissent très fort pour montrer leur enthousiasme ou leur insatisfaction, qui tantôt chantent un petit air ensemble pour renforcer leur solidarité vis-à-vis de l'adversaire. La répétition des slogans donne de la force, mais « la force propre du slogan ne lui vient pas d'être répété mais *répétable*<sup>128</sup> ». La brièveté est donc une des caractéristiques qui garantit sa répétabilité.

---

<sup>125</sup> Voici des exemples de ce genre de la presse et d'Internet.

Les slogans les plus remarquables à la manif contre les ordonnances Macron

<http://www.nouvelobs.com/galeries-photos/photo/20170912.OBS4541/photos-les-slogans-les-plus-remarquables-a-la-manif-contre-les-ordonnances-macron.html> « consulté le 15 février 2018. »

Top 50 des meilleurs slogans <http://www.slogans-manifs.fr/cat/top> « consulté le 15 février 2018. »

<sup>126</sup> Reboul (1975 :69)

<sup>127</sup> Ibid. 52.

<sup>128</sup> Ibid., 52, souligné par Reboul.

### 4.3 Contexte linguistique

La brièveté du slogan est certes exigée par la conformité à ses finalités, que sont, la diffusion et la répétition. Toutefois, elle n'est pas seulement motivée par les raisons extralinguistiques. Si un énoncé bref fonctionne comme slogan, c'est parce qu'il y a un contexte linguistique formé par la manifestation qui, elle-même, est soutenue par la polyphonie des slogans. Il faut nous rappeler que dans la manifestation coexistent de nombreux slogans différents. Il est très courant qu'une personne qui porte une affichette du slogan X marche dans un groupe qui porte une banderole du slogan Y et que tous scandent ensemble le slogan Z. Tous ces slogans différents créent et orchestrent ensemble une sphère langagière de la manifestation. Les slogans ne sont pas des fragments de texte sans contexte, bien qu'ils se trouvent normalement isolés sans phrase ni avant, ni après. Au contraire, ils se soutiennent l'un l'autre. Autrement dit, si le slogan est bref, c'est parce qu'il y a un contexte qui sert d'*ancrage*, comme dans le cas de la publicité où « le message linguistique dirige le lecteur entre les signifiés de l'image<sup>129</sup> ». C'est la raison pour laquelle on comprend sans ambiguïté même ce que veut dire une petite affichette qui dit seulement NON, car la signification du slogan est bien encadrée par la manifestation. Regardons un autre slogan qui est plus ou moins ludique.

(24) Moi aussi je veux divorcer<sup>130</sup>

Si on regardait seulement cet énoncé, on pourrait imaginer que l'énonciateur désire divorcer comme quelqu'un d'autre qui aura déjà divorcé, dont on peut schématiser le raisonnement comme suit :

(24') Je connais X qui a divorcé

Je suis marié et désire divorcer

→ Moi aussi je veux divorcer

Or, c'est un slogan écrit sur une affichette individuelle repéré dans une manifestation pour le mariage pour tous. Dans ce contexte, on comprendra qu'il réclame la légalisation du mariage homosexuel, non son divorce, dont le raisonnement pourra être analysé comme suit :

(24'') Je veux me marier comme les couples hétérosexuels

---

<sup>129</sup> Barthes (1964 : 44)

<sup>130</sup> Slogan utilisé dans la manifestation du mariage pour tous du 16 décembre 2012

[http://4.bp.blogspot.com/-3GIY2YRJ4uQ/UM5QmiftV6I/AAAAAAAAACoM/ZP3yz\\_vRwAg/s1600/DS\\_C\\_0480.JPG](http://4.bp.blogspot.com/-3GIY2YRJ4uQ/UM5QmiftV6I/AAAAAAAAACoM/ZP3yz_vRwAg/s1600/DS_C_0480.JPG) « consulté le 15 février 2018. »

Puisque je ne peux pas me marier, je ne peux même pas divorcer

→ Moi aussi je veux divorcer

« Moi aussi je veux *me marier* » aussi aurait pu fonctionner parfaitement comme slogan. D'ailleurs c'est cela que le manifestant est venu réclamer. Toutefois, au lieu de le formuler ainsi, il dit « Moi aussi je veux *divorcer* », ce qui rend le slogan plus ludique et plus attractif, car il paraît contradictoire à première vue avec la manifestation qui demande le mariage homosexuel.

Ainsi, la polyphonie des slogans variés forme la manifestation, qui, à son tour, donne à un slogan une signification conforme à la situation. On interprète tous les slogans selon le contexte de la manifestation, et tous les slogans s'interprètent dans le cadre de la manifestation. De ce fait, en dépit de sa brièveté, le slogan est dense, et transmet plus de choses qu'il ne paraît.

## 5 Conclusion

La manifestation est fondamentalement une action verbale. C'est le langage qui fait une manifestation et qui la forme. Bien entendu, il y a des tambours, costumes, danses, cortèges qui créent des ambiances festives et qui animent la manifestation, mais malgré ces mises en scène, la manifestation, c'est avant tout le langage formé par les slogans. Contrairement aux slogans de la publicité, les slogans de la manifestation sont souvent adressés aux acteurs présents : manifestants eux-mêmes et public représentant les médias. On emploie, pour les premiers, la répétition des slogans pour renforcer la solidarité, et pour les seconds, les formules frappantes qui expliquent la manifestation en deux mots. La brièveté du slogan est conforme à ces finalités, si bien que les slogans de manifestation constituent un type relativement stable d'énoncés, que nous pouvons appeler, selon Bakhtine (1979)<sup>131</sup>, le genre de discours « slogans de manifestation ».

## Références

- Adam J.-M. & Bonhomme M. (2012). *L'argumentation publicitaire*. Armand Colin.
- Alexandre-Bidon D. (2012). A cor et à cri. La communication marchande dans la ville médiévale. *Communications*, 90, 17-34.
- App C .et alii (2011). *40 ans de slogans féministes 1970/2010*. Editions iXe.
- Baudrillard J. (1968). *Le système des objets*. Gallimard.

---

<sup>131</sup> Bakhtine (1979 :265)

- Baudrillard J. (1970). *La société de consommation, Ses mythes, Ses structures*. Editions Denoël.
- Bakhtine M. (1979). *Esthétique de la création verbale*. Editions Gallimard.
- Barthes R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications 4*. Seuil.
- Bonhomme M. (2002). La publicité comme laboratoire du français actuel. *L'Information Grammaticale 94*, 33-38.
- Buffon B ; (2002). *La parole persuasive*. PUF.
- Casquette J. (2006). The Power of Demonstrations. *Special Movement Studies, 5 (1)*, 45-60.
- Champagne P. (1990). La manifestation comme action symbolique, dans Favre, P (dir.) *La manifestation*. Presses de Sciences Po, 327-386.
- Dictionnaire historique de la langue française* (1993). Dictionnaires Le Robert.
- Favre P. (dir.) (1990). *La manifestation*. Presses de Sciences Po.
- Favre P. (2006). Les manifestants de rue entre espace privé et espaces publics, dans Favre, P ; et al. (dir.), *L'atelier du politesse. Théories, action, représentations*. La Découverte, 193-213.
- Fillieule O. et Tartakowsky D. (2008) *La manifestation*. Collection Contester. Presses de Sciences Po.
- Garnier S. (2016). *La lutte c'est classe ! Les meilleurs slogans de manifs*. First Editions.
- Grinshpun Y. (2013). Discours manifestant et contestation universitaire. *Argumentation et Analyse du Discours*. <<https://aad.revues.org/1476>>, consulté le 15 février 2018.
- Grunig B-N. (1990). *Les mots de la publicité*. Presses du CNRS.
- Jakobson R. (1963). *Essais de linguistique générale (1)*. Éditions de Minuit.
- Kastner G. (1857). *Les voix de Paris : essai d'une histoire littéraire et musicale des cris populaires de la capitale depuis le Moyen Age jusqu'à nos jours*. G. Brandus, Dufour et Cie.  
<<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k6497574v/f13.image>>, consulté le 15 février 2018.
- Lugrin G. (2006) *Généricité et intertextualité dans les discours publicitaires de presse écrite*. Peter Lang.
- Maingueneau, D. (2012). *Les phrases sans texte*. Armand Colin
- Nakao K. (2017). Autour des slogans de manifestations -Leurs caractères ludique, militant et social- (en japonais), *Flambeau 42*, 62-80.
- Reboul O. (1975). *Le slogan*. Editions Complexe.
- Rochon T. R. (1990). The West European Peace Movement and the Theory of New Social Movements. In Dalton R. J. et Kuechler. M. *Challenging the Political Order*. Polity Press.

Van Campenhoudt M. (1988). L'école belge dans la rue Les modèles de formation des slogans de manifestation. *Mots* Vol. 17 Numéro 1, 171-202.



## **L'injure et l'insulte vues comme genres brefs, et leur mise en discours**

**FRACCHIOLLA Béatrice**  
**(Université de Lorraine, CREM EA 3476)**

### **Résumé**

*En partant des travaux déjà réalisés sur la montée en tension de la violence verbale dans sa phase de production (travaux de Auger, Fracchiolla, Moïse et Romain, 2008 ; 2013 en particulier), l'insulte et l'injure seront étudiées en tant que genres brefs à travers les caractéristiques de leurs formes syntaxiques, conversationnelles, interactionnelles, pragmatiques. On verra en particulier l'obligation d'implicite et l'essentialisation structurelle qui les caractérisent, en lien avec une brièveté qui va de pair avec l'obligation pragmatique dans laquelle on se trouve de vouloir les rendre, d'un point de vue illocutoire, rapidement identifiables. L'insulte est ainsi souvent d'autant plus efficace qu'elle est monolexicale et donc brève et directe. Ce fait conduit à interroger d'un point de vue syntaxique l'opposition entre le caractère souvent ressenti comme d'autant plus agressif, impoli des actes de langages dès lors qu'ils sont directs, par comparaison aux vertus de politesse et de bienséance que l'on associe généralement a contrario aux actes de langages les plus indirects.*

*Injury and insult seen as brief genres, and their utterance*

*Starting from the work already done on the increasing tension of verbal violence in its production phase (works by Auger, Fracchiolla, Moïse and Romain, 2008, 2013 in particular), insult will be studied as short genre through the characteristics of its syntactic, conversational, interactional, pragmatic forms. We will see in particular the implicit obligation and the structural essentialization that characterize insults, linked to a brevity that goes hand in hand with the pragmatic obligation in which we find ourselves wanting to render them, from an illocutionary point of view, quickly identifiable. The insult is thus often all the more effective because it is monolexical and thus brief and direct. This fact leads us to question from a syntactic point of view the opposition between the character often felt as all the more aggressive, the impolite acts of language as they are direct, compared to the virtues of politeness and propriety that we generally associate a contrario with the acts of the most indirect languages.*

短文ジャンルとして見た侮蔑と侮辱, その対話における実践をめぐって

発話行為における言葉の暴力の緊張の高まりについての先行研究(オジェール、フラッキオーラ、モイーズ&ロマン、2008; 2013) を出発点に、侮辱と侮蔑をそれらが持つ統辞的、相互対話的、語用論的な言語形式の特質の観点から短文のジャンルとして分析する。とりわけ暗黙的意味の必要性和構造の本質化が簡潔な言語形式を特徴づけることを論じ、表現の簡潔さは、発話内行為的観点からすれば、その言葉の意味を即座に狙った的である対象者に理解させなければならないという語用論的制約環境と密接に関係していることを指摘する。侮辱はその言語形式が単一語、つまり簡潔で直接的であることより効果的である場合が多い。この事実は、統辞論的観点からみれば、直接的言語表現と間接的言語表現の特性の対立の問題を想起させる。一般的には、言語行為が直接的であればあるほど、より無礼で攻撃的な表現になり、反対に表現が長く、間接的であればあるほど、表現は丁寧になりポライトネス効果が生まれる。

## Mots clés

Violence verbale, insulte, genres brefs, pragmatique discursive, politesse

Verbal violence, insult, brief genres, discursive pragmatics, politeness

言葉の暴力、侮辱、短文ジャンル、談話語用論的、礼儀

## 1 Introduction

Maingueneau distingue deux principaux types de genres : conversationnels et institués (2007). C'est à la dimension conversationnelle que je vais ici m'intéresser à travers un travail sur l'insulte et l'injure, qui s'inscrivent normalement dans le cours d'échanges interactionnels. Le cadre théorique est constitué par les travaux menés au sein du groupe de recherche sur la violence verbale depuis le début des années 2000, constitué à l'origine de Claudine Moïse, Christina Schultz-Romain, Béatrice Fracchiolla et Nathalie Auger. Les travaux menés ont permis d'aboutir à une modélisation de la violence verbale (2008, 2013, etc.) d'un point de vue linguistique et dans sa dimension discursive. Le cadre théorique de nos analyses se fonde sur une conception actionnelle et sociopragmatique du langage (Austin, 1962 ; Searle 1972, 1982). Nous nous attachons à décrire et à comprendre les discours en situation afin d'analyser la construction interactive du sens (Bakhtine, 1977) dans le cadre de l'interaction *conflictuelle*. Nos points d'ancrage théoriques sont articulés à partir des outils de l'analyse conversationnelle (Sacks, Schegloff et Jefferson, 1974 ; Kerbrat-Orecchioni, 1990, 1992, 1994, 1996, 2005), de la théorie de la politesse (Brown et Levinson, 1978,



1987) et de l'argumentation (Amossy, 2010 ; Perelman et Olbrechts-Tyteca, 1988 ; Plantin, 1996) mais aussi du concept de la préservation des faces (Goffman, 1973ab) et de l'analyse des actes de qualification péjorative (Lafortest et Vincent, 2004).

Nous avons remarqué au cours de nos recherches que parler de violence verbale se résumait pour la plupart des interlocuteurs, à parler d'insultes et d'injures, en particulier à partir des gros mots (Lagorgette, 2002 ; Rosier, 2011) renvoyant souvent dans les médias à des situations interpersonnelles, interactionnelles, d'agression à l'égard d'autrui, d'attaque (par exemple sur la scène politique publique ou lors de débats télévisuels).

J'expliquerai d'abord le schéma de montée en tension verbale que nous avons développé puis, j'expliciterai dans un second temps la différence que l'on peut faire entre insulte et injure, en particulier d'un point de vue interactionnel et relationnel, en introduisant une différence entre montée en tension fulgurante et les autres types de montée en tension par rapport à l'injure et l'insulte. Je me fonderai pour cela sur l'entrée « injure » rédigée pour le dictionnaire de la violence (Fracchiolla, in Marzano, 2011).

L'objectif est de comprendre ce que l'injure et l'insulte, considérées ici comme genres brefs, produisent lorsqu'elles sont mises en discours, d'un point de vue pragmatique et de la théorie des actes de langage, dans une perspective dialogique (Bakhtine, 1977), performative (Austin, 1962) et interactionnelle. La question principale revient à questionner la forme des « superstructures » (Teun A. Van Dijk (1984) définitoires de l'insulte/injure dans la mesure où : « les superstructures sont des structures globales qui ressemblent à un schéma. À la différence des macrostructures, elles ne déterminent pas un « contenu » global, mais plutôt la « forme » globale d'un discours. Cette forme est définie, comme en syntaxe, en termes de catégories schématiques » (1980).

## **2. Ce que l'on nomme montée en tension de la violence verbale**

Après avoir été essentiellement le fruit d'une construction sociale, la violence devient dans les années 1990 un objet d'études scientifiques. Elle devient alors aussi, au-delà des simples faits de langue comme les gros mots, objet discursif. C'est alors qu'émerge la notion de violence verbale discursive, qui est beaucoup plus implicite et provient du constat que certains discours *étant* violents, il est important d'en saisir les mécanismes.

À travers nos recherches et notre étude de la violence verbale dans différents contextes de réalisation<sup>132</sup>, nous avons pu mettre en évidence que la violence verbale est le résultat d'un certain type et d'une certaine forme de montée en tension contextualisée, qui se décline à travers une série d'éléments de natures différentes.

## **2.1 Être ou ne pas être insulté**

Dans la mesure où c'est à travers le cadre contextuel de la réalisation de sa montée en tension que la violence verbale se trouve performée, l'indicateur spécifique de sa réalisation est la réaction de l'interactant à la production linguistique (multimodale) de son interlocuteur. Or, si cette réaction est bien constituée d'un « ressenti » de violence verbale (empreint de subjectivité, de représentations associées), elle n'est pas en soi un indicateur de l'intentionnalité du premier interactant, mais reste néanmoins un indicateur d'amorce de montée en tension conflictuelle. À savoir, on peut être blessé par des mots dont l'intention première n'était pas de blesser, et l'on peut ne pas être blessé par des mots dont l'intention première était de blesser.

Nous avons ainsi modélisé la violence verbale en deux grandes catégories. Le premier type de violence verbale serait intentionnel. C'est-à-dire, délibérément voulu et recherché comme tel par le locuteur énonciateur. Le second type de violence verbale serait non intentionnel. Dans ce cas la violence verbale n'apparaît pas dans la visée énonciative, mais elle est néanmoins ressentie par le récepteur destinataire. Le malentendu en est une source répertoriée. Nous allons maintenant nous intéresser aux formes de la violence verbale intentionnelle.

## **2.2 Les formes de la violence verbale intentionnelle**

Elle est constituée de trois types de violence verbale (Moïse, Schultz-Romain, Auger, Fracchiolla 2008 et 2013) que l'on peut définir de manière séparée mais qui, loin d'être hermétiques, s'alimentent la plupart du temps les uns les autres à travers différents usages pragmatiques directs ou indirects d'actes menaçants.

Le premier type est *la violence verbale fulgurante*, définie comme une montée en tension contextualisée qui peut se décliner à travers différentes étapes (incompréhension,

---

<sup>132</sup> Diverses situations de terrain : violence verbale et institution (Auger et Romain, 2013 ; Fracchiolla et Romain, 2013 ; Moïse et Gamet, 2013), violence verbale et communication électronique (Fracchiolla et Romain, 2013 ; Moïse et Romain, 2011), violence verbale et discours politique et médiatique (Fracchiolla, 2008, 2011, 2012), violence verbale et milieu scolaire (Auger et Romain, à paraître ; Romain, à paraître ; Rey, Romain et De Martino, à paraître), violence verbale et espaces publics (Moïse, 2012), violence verbale et interculturel (Auger et Romain, 2010, 2011), violence verbale et éthologie (Fracchiolla, dans ce même ouvrage), violence verbale et genre (Moïse, 2002), violence verbale et

négociation, évitement, renchérissement, renforcement, etc.). Chacune de ces étapes est elle-même marquée par des déclencheurs de conflits (matériels ou symboliques), des marqueurs discursifs de rupture (durcisseurs, mots du discours, effets syntaxiques, prosodie, etc.) et des actes de langage dépréciatifs directs (harcèlement, mépris, provocation, menace, déni, insulte, etc.) à visée principale de domination. Un des genres interactionnels concernés est la dispute.

Le second type est *la violence verbale polémique*. Celle-ci repose sur des actes de langage indirects et implicites, une argumentation et des figures de rhétorique à visée polémique et persuasive. Elle occupe surtout le champ de la politique et de l'humour. Elle repose sur une dimension vexatoire à l'adresse d'un groupe ou d'une personne (ironie, réfutation, arguments *ad hominem*, etc.). Le pamphlet constitue un bon exemple des genres auxquels on pourrait l'associer.

Le troisième type est *la violence verbale détournée* (très présente en milieu scolaire et politique par exemple). Elle s'actualise dans des interactions consensuelles et coopératives feintes et ambiguës (ironie, compliment, éloge, flatterie, hyperpolitesse, implicite, etc.) à valeur illocutoire contraire et enchâssée à des fins de manipulation et de harcèlement. Pour cette raison, il n'y a pas de genre typiquement associé à la violence détournée.

### **2.3 La violence verbale non intentionnelle**

On classe dans cette catégorie essentiellement deux formes de violence verbale. Tout d'abord, les malentendus déclenchés par des éléments extérieurs à l'interaction elle-même sans marque linguistique verbale, paraverbale ou mimogestuelle repérable qui permettrait de dire qu'une intention était présente – au contraire, par exemple, de l'ironie<sup>133</sup>.

On y trouve ensuite les réactions qu'on nomme : « réactions pathogènes auto-déclenchées » (Fracchiolla *et al.*, 2013). Elles proviennent de l'état subjectif dans lequel se trouve le sujet énonciateur à un moment T, sans aucune cause extérieure apparente<sup>134</sup> en lien avec la situation où apparaissent ces formes constitutives de ce que nous avons appelé la violence verbale fulgurante extrême.

---

violence sexuelle (Gamet et Moïse, 2010), etc.

<sup>133</sup> En revanche on peut très bien être dans la situation d'un malentendu a contrario, au bénéfice du destinataire récepteur : par exemple quelqu'un qui tiendrait des propos ironiques sur quelqu'un d'autre qui ne les percevrait pas comme tels et où l'ironie, donc, serait manquée.

<sup>134</sup> A priori seulement, car le harcèlement qui est fondé sur la répétition de faits parfois anodins, peut se trouver classé comme l'un des effets possibles de cette catégorie d'actes de langage.

Pour résumer, la violence verbale résulte en général d'un point de vue contextuel d'une séquence de montée en tension plus ou moins longue, tension à laquelle au moins un des énonciateurs-locuteurs, voire les deux, a été soumis. L'une des caractéristiques de cette situation est que le champ de tension auquel l'un est soumis peut de manière tout simplement éthologique (comportementale) s'étendre à l'autre.

*Les moteurs* de cette montée en tension sont constitués par les différents contextes et territoires – la notion de territoire peut s'entendre au sens spatial, temporel, sensoriel, etc., les intentions et les enjeux de chacun des interactants – c'est-à-dire qui prennent en compte l'histoire interactionnelle partagée et propre à chacun, le thème interactionnel mais aussi le contrat communicationnel et la position hiérarchique des uns par rapport aux autres – les émotions, dont l'agressivité (attaque : domination, protection, peur, etc. ; réaction : frustration, injustice, etc.), la prise en compte ou pas des normes de politesse, normes culturelles et sociales (lois, règlements, rituels conversationnels, etc.).

Les manifestations conversationnelles (linguistiques) de cette montée en tension s'observent à travers les malentendus interactionnels (expression dans laquelle sont inclus les malentendus culturels, les représentations, malentendus sociolinguistiques), mais aussi les effets pragmatiques des actes menaçants (provocation, reproche, mépris, dénigrement, menace, insulte, etc.), ainsi que dans les faits de langue (compétences linguistiques, mots d'adresse : potentiels de violence ; gros mots : vulgarité ; mots du discours : « voilà », « ok », etc. ; implicites : ordre/requête, reproche/conseil ; prosodie : hauteur, rythme, débit, durée, pauses, ruptures, etc. ; procédés argumentatifs et gestualité : gestes, postures, mimiques, proxémique).

### **3. Particularités de l'insulte et de l'injure dans le champ de la violence verbale**

Si l'on observe à présent les insultes standards exclamatives du type : « salop ! » « connard ! » etc., on constate qu'elles sont aisément reconnaissables comme telles et participent généralement de la violence verbale ci-dessus définie comme fulgurante. L'une des principales caractéristiques de l'insulte comme insulte d'un point de vue typologique est donc de se suffire à elle-même, d'être souvent monolexicale (on ne peut pas faire plus bref, comme énoncé) ou constituée en locution (« espèce de » + insulte) et exclamative. Dans cette forme-là, et à travers différentes formes lexicalisées (monosémiques), l'insulte est modélisante et paroxystique du genre bref. Je rejoins ici la position de Stalloni (2007) pour qui l'on pourrait définir les genres « brefs » à partir de

certaines caractéristiques structurelles de base, partagées et pour qui le propre d'un genre bref serait de les réactualiser à sa sauce pragmatique personnelle – ce qui advient avec l'insulte comme avec l'injure.

Par ailleurs, même si on le retrouve de manière développée, par exemple soit sous la forme d'un acte de langage indirect (ironie marquée) soit sous la forme d'un acte de langage plus développé : « espèce de » + x (attestée à partir de 1705 voir Milner, 1978, Rosier 2002a, Larguèche 1993) ou encore « bande de... » + y (attestée à partir de 1718 ), on remarque néanmoins que la force illocutoire de l'insulte porte sur un élément sémantique isolable de manière simple qui peut, ou non, être développé.

L'insulte naît le plus souvent d'une association coordonnée et simultanée entre une situation, une énonciation et au moins deux personnes : comme de dire : « merci mon gros » à un policier maigrichon pendant qu'il verbalise. Une autre des caractéristiques de l'insulte est de prendre le contrepied du sens premier de certains mots qui sont utilisés alors dans un sens axiologique négatif/péjoratif. Par exemple : « une grosse glace » et « une grosse dame » ne donnent pas le même sens axiologique à « grosse ». Aussi, la créativité est centrale dans « l'art de l'injure » (Lagorgette, 2002 : 124).

Insulter comme injurier « ont en fait une fonction métadiscursive, une fonction de commentaire dans la mesure où [ils] décrivent l'emploi d'autres substantifs dans le discours direct ». Ainsi, parler d'une fillette à propos d'une petite fille ne suscite aucune remarque, alors que parler de « fillette » à propos d'un homme est considéré comme une insulte (Lagorgette, 2002 : 123). [Ils] décrivent une prise de parole et la classent dans une catégorie spécifique, tout en portant un jugement sur l'opération effectuée ». Cette remarque conduit Dominique Lagorgette à prendre une option, que je suivrai, qui est de réserver 'insulte' pour les agressions verbales et injure pour toutes les autres (Lagorgette, 2002 : 124). Après les avoir distinguées – voir ci-après, cela nous conduira progressivement à employer de manière indifférenciée l'un et l'autre terme comme désignant, dans la perspective de l'étude des genres brefs qui nous occupe ici, une agression de type d'abord verbal.

Les insultes directes sont structurellement liées à la brièveté ; c'est leur sémantique même qui est considérée comme insultante, s'accompagnant de la dimension d'un sens figé en langue : « connard/connasse » ; « salop/salope », etc. Ces substantifs sont immédiatement repérables par l'allocataire comme une attaque à son encontre et « selon un procédé analogique marqué par l'emploi d'un vocatif » (Perret, 1968 : 11). Comme l'explique E. Edouard dans son *Dictionnaire des injures*, les insultes sont « des

vocables » qui sont « reconnus comme péjoratifs ». Néanmoins, même s'il existe des groupes nominaux « insultes directes usuelles », la liste qui se constitue n'est pas close. Cette liste d'insultes « associe métaphoriquement l'allocutaire (quel qu'il soit) à un élément déprécié, explicitement reconnu comme tel par le groupe social de référence (véritable domaine de définition d'un monde possible) » (Lagorgette, 2002 :125).

Les termes parents, voire synonymes que sont « insulte », « injure », « outrage », « invective » désignent de manière équivalente un certain type de paroles proférées, qui ne renvoient pas exclusivement à des mots reconnus en soi comme grossiers mais sont identifiables comme verbalement violentes dans leur ensemble. On reconnaît l'injure en général comme un phénomène oral, comportemental, spontané et immédiat, qui est associé à la violence physique ou au contraire s'en distingue comme un moindre mal (Larguèche, 2009). Par ailleurs, dans un certain sens (juridique) spécialisé, l'injure rejoint le champ notionnel de l'outrage<sup>135</sup> (Desmons & Paveau, 2008). La plupart des travaux portant sur l'injure s'intéressent dans les faits à des formes lexicales impliquant un jugement de valeur négatif – sous-ensemble de la catégorie des axiologiques (Kerbrat-Orecchioni, 1980) qui désignent les termes impliquant tout jugement de valeur, négatif comme positif. Comprendre l'injure nécessite ainsi de prendre en compte de nombreux facteurs pragmatiques (Rosier et Ernotte, 2001 ; Lagorgette, 2002 ; Laforêt et Vincent, 2004 ; Auger, Moïse, Fracchiolla, Schultz-Romain, 2008a et 2008b, etc.), ce qui mène à y voir avant tout un acte social porteur de conséquences (Laforêt & Vincent, 2004). Ma première réflexion sur l'injure s'intéressait aux effets qu'on lui reconnaît (Fracchiolla 2011). Si le terme « injure » est souvent d'abord reconnu comme une qualification péjorative (Laforêt & Vincent, 2004), l'injure est aussi un projectile verbal (Larguèche, 1983) et désigne en même temps « la nature d'un certain effet et ce qui est la cause de cet effet » (Larguèche, 2009).

### **3.1 Pragmatique de l'injure**

« L'injure possède toujours une force illocutoire *voulue* par celui qui l'énonce (Austin, 1962), qui souhaite produire un effet injurieux sur son interlocuteur, et que l'injure soit perçue ou non comme telle. Une injure est un acte de langage verbal auquel celui qui injurie (l'injuteur) confère certaines vertus réalisantes » (Fracchiolla, 2011). La dimension performative implicite par l'injure renvoie à la notion de foi, de

---

<sup>135</sup> « Espèce de gros pédé ! » crie un automobiliste à un autre automobiliste, et il l'insulte ; à un homosexuel, et il y a injure ; à un agent de police, et il y a outrage. D'une certaine façon, l'injure est

confiance que l'on a – ou non – dans les paroles de qui les a prononcées. L'injure cherche à ce que l'autre se sente être ou devenir ce dont on le traite, parce qu'on l'a formulé ainsi, ce qui lui confère presque des caractéristiques magiques : « parce que je te traite d' "idiot", tu vas te sentir ainsi » (*idem*). Pourtant, l'agresseur n'a pas les moyens de contrôler la réception de son propos qui parfois tombe à plat : « Tu n'es qu'un fonctionnaire de seconde classe ! » : « Eh bien oui, c'est vrai » (Kerbrat-Orecchioni, 1980). Ainsi, l'injure qui a échoué n'est pas une injure, elle n'aboutit que lorsqu'elle est reconnue comme telle par le(s) injurié.e.s. Mais la dimension performative de l'injure est à double tranchant dans ses effets pragmatiques, car en injuriant, l'injuteur s'auto-classe : celui qui traite autrui de « sale arabe » s'auto-classe ainsi lui-même *de facto* comme raciste (Rosier, 2006).

### **3.2 Injure, insulte, outrage : distinctions dialogiques et pragmatiques**

Dans un sens commun et populaire, insulte et injure se valent à peu près l'une l'autre. La plus grande différence reste cependant que l'injure a une étymologie qui renvoie aussi à une blessure physique, faisant couler le sang, et qu'elle a parfois maille à partir avec le droit en fonction des contextes d'énonciation où elle est proférée. Injure vient en effet du substantif latin *jus*, *juris*, n. (droit) droit, justice, avec des dérivés latins qui renvoient au droit, d'où un sens spécialisé et le fait de prononcer une formule rituelle *jurare*, et donc de jurer. Au départ, l'injure était « une formule religieuse à force de loi » (Robert). Les deux verbes *injurio*, *are* et *injuriō*, *ari* (*injuria*) signifient faire du tort à, outrager. Enfin, le substantif dont est directement issu le mot injure, *injuria*, *ae*, f. (*injurius*) a pour signifiés principaux : injustice ; atteinte à l'honneur ; violation du droit, tort, dommage.

Cette distinction comme la dimension dialogique propre à l'injure est compréhensible à travers les deux exemples suivants : le premier est l'échange de 2006 entre Zinedine Zidane et Materazzi ; le second est l'altercation entre Don Diègue et le Comte dans l'Acte I scène 3 du *Cid* de Corneille.

Lors de la coupe du monde de football 2006, alors qu'il lui tirait le maillot, Zidane dit à Materazzi : « *Si tu veux vraiment mon maillot, je te le donne après le match* ». Ce à quoi Materazzi répondit : « *Je préfère ta putain de sœur* ». Zidane riposta à cela en lui donnant un coup de tête dans le thorax pour venger son honneur et celui de sa soeur. Cette faute de Zidane lui valut une expulsion sur carton rouge ce qui, pour un joueur en

---

personnelle alors que l'outrage est fonctionnel (Monfort, 2008).

finale de coupe du monde, équivaut à une mort symbolique.

Dans la scène du *Cid*, qui se déroule suite au choix de Don Diègue et non du Comte pour devenir gouverneur du Prince de Castille, le différent entre les deux hommes se termine par une accusation du Comte : « *ton impudence, téméraire vieillard, aura sa récompense* », accompagnée d'un soufflet, après que Don Diègue lui a dit que, s'il n'a pas obtenu la charge, c'est sans doute qu'il ne la méritait pas. Incapable de se défendre lui-même en raison de son âge (« Ô rage, ô désespoir, ô vieillesse ennemie... ») Don Diègue charge son fils, Don Rodrigue, de venger son honneur en demandant réparation au Comte dans un duel où il le tue.

Dans les deux cas, le coup de tête de Zidane à Materazzi et le soufflet du Comte à Don Diègue arrivent comme des actes physiques à visée réparatrice d'une énonciation ressentie comme injurieuse. Si chaque scène se réalise ici en fonction des conditions socioculturelles et dialogiques qui encadrent chacun de ces événements, on perçoit cependant ce qu'elles ont en commun, tant dans la provocation que dans leurs effets (mort symbolique/physique). L'injure constitue une attaque dont l'objectif est d'anéantir autrui par la parole et le fait même qu'elle constitue un objet de délit pour la loi témoigne de la puissance qu'on lui reconnaît. Jusque dans les années 60, en France, le duel était l'un des moyens de demander réparation d'une injure à l'honneur. Le recours au duel démontre à quel point extrême de non retour on peut évaluer les effets de l'injure – pour la réparation de laquelle l'on se montre prêt à mourir. On retrouve encore cette idée dans l'exemple connu et cité par Lagorgette (2002 : 124) entre une dame qui se positionne comme sa détractrice et Churchill : « si vous étiez mon mari, je mettrais du poison dans votre thé », à quoi Churchill répond : « si vous étiez ma femme, je le boirai ». En revanche, l'injure qui a échoué n'est par définition pas une injure. Elle n'a pas fait souche et a, d'une certaine façon, oublié d'exister dans le psychisme du récipiendaire (Van Hooland, 2005). Elle n'est pas un mot de la langue – c'est-à-dire qui n'aurait qu'un seul sens, univoque et défini dans le dictionnaire, mais un mot du discours – car un mot peut être ou devenir injure en fonction du contexte ou de la situation (Rosier, 2006). Ainsi, dans la jurisprudence : « vous n'êtes qu'un charlatan » n'est reconnue comme une injure que si elle est adressée à un financier.

Comme on le voit dans les nombreux exemples dont fait état la jurisprudence, à part les expressions ordurières, gros mots, etc. qui sont aisément repérables, l'injure est toujours déterminée par le contexte. Ce rôle du contexte, et en particulier les enjeux juridiques, publics et privés de l'injure, ont été amplement étudiés (Larguèche 2009 ;



Lagorgette 2004 ; Desmons & Paveau, 2008, etc.). Auparavant délit du Code pénal, l'injure est définie par rapport à la diffamation dans le cadre de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse (art. 29) : « Toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur et à la considération de la personne est une diffamation. Toute expression outrageante, terme de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait est une injure ». Mais cette formulation tend à confondre les termes d'injure et d'outrage. Comme le remarque Lecomte, aucun texte de loi ne donne de définition précise de l'insulte ni de l'outrage (2008). On ne trouve comme indication que des éléments d'interprétation. Il est ainsi dit, par exemple, que l'insulte devient outrage lorsqu'elle est adressée de manière non publique à l'égard d'une personne chargée d'une mission de service public.

L'étymologie d'insulte renvoie à l'origine au mouvement (assaut, sédition) quand l'injure renvoie au résultat (la blessure, la « navrure »). Les deux termes peuvent désigner un même type d'attaque de la part de l'injuteur, mais ne désignent pas la même chose du point de vue de l'injurié (la personne à qui est destinée l'injure). L'insulte serait plus grossière et maladroite, plus directe aussi, verbale, mais frontale (« connard », « gros », etc.), alors que l'injure renvoie plus facilement à l'essentiel de l'être, blesse, plus insidieusement. Insulte et injure renverraient ainsi à des choses identiques sur la forme linguistique – sémantique et syntaxique, mais distinctes en ce qui concerne les effets. Ces nuances entre les deux termes étant posées, nous emploierons essentiellement le mot « injure » pour désigner les deux, à propos des genres brefs, considérés dans une perspective pragmatique.

### **3.3 De l'injure comme genre bref**

L'énonciation d'une injure s'inscrit dans le cadre d'une interaction verbale dans laquelle sont impliquées au moins deux personnes et un objet : à savoir : l'injuteur, l'injure et l'injurié. L'injure participe par son contenu même et par sa forme (prosodique, intonation, brièveté) à la violence verbale et peut en être une réalisation à part entière. Les formes injurieuses sont la plupart du temps vocatives et brèves – parce qu'elles nécessitent d'être immédiatement saisies comme une atteinte à la personne ; et pour cette raison, elles sont souvent de formes métaphoriques, métonymiques et souvent hyperboliques – ce qui leur permet d'allier efficacité à brièveté. Il n'est pas rare, ainsi, qu'elles associent la personne visée à des animaux connotés négativement ou à des objets ou substances perçus comme dégoûtants (Laforêt & Vincent, 2004), ainsi : « espèce de sale con ! » ; « salopard ! » ; « toi, le fonctionnaire ! ». La nécessité

pragmatique de la brièveté liée à l'injure vient du fait qu'elle est une adresse à autrui et, comme une fléchette sa cible, elle doit atteindre rapidement et sans détour le but qu'elle vise : atteindre l'autre et la ou le blesser. Le ton péremptoire et conclusif est l'un des indices vocaux et prosodiques d'intention insultante. Il va de pair avec la présence à l'écrit d'un point d'exclamation : « Fonctionnaire ! ».

#### **4. Conclusion**

Ainsi, Krazem lie clairement la brièveté avec l'obligation d'être rapidement identifiable (c'est le cas pour l'appel d'urgence, le panneau d'interdiction ; et l'interpellation en général) (2016). Cela crée un lien très fort à la temporalité et, en cela, à la circonstance déclarative, plus qu'au contexte ou à la situation d'énonciation elle-même. Au contraire d'un contexte large (historique), qui peut être ou sembler instable, variable, incertain, le fait que les genres « brefs » soient reconnus comme tel est plus stable (par exemple le panneau d'interdiction). On doit donc pouvoir d'autant plus s'y fier, qu'on a peu de moyens sémantiques pour les identifier. Les exemples suivants permettent de voir que le sens est d'abord sémantique, mais que le sens sémantique de leur interprétation est donné par le sens chronologique d'apparition des énoncés : « Il est entré. Jean s'est assis tout de suite » et « Jean est entré. Il s'est assis tout de suite » (Krazem, 2016 : 2). La notion de scénographie (mise en scène des discours) développée par Maingueneau (2007) nous intéresse ici également – en particulier dans le rapport à la créativité, car l'insulte nécessite aussi sa dose de créativité. Maingueneau développe l'idée que « les paramètres qui constituent les routines résultent en effet de la stabilisation, sous forme de normes, de contraintes, liées à une activité verbale qui s'exerce dans une situation sociale déterminée » (2007 : 30). Cependant, les routines évoluent elles aussi (elles s'inscrivent dans une dimension diachronique qui est sociolinguistique. Par exemple : « ta mère ! » est une insulte, dans sa brièveté. « Ta mère est gentille » n'a plus rien à voir avec une insulte...

Ces analyses m'amènent à formuler une première hypothèse qui est que l'efficacité pragmatique d'une forme brève serait liée précisément à sa brièveté. L'idée est que, plus une formulation linguistique serait brève, plus elle viserait une urgence pragmatique. Dans une dimension interactionnelle et, qui plus est, d'adresse mais aussi d'effet perlocutoire, l'interpellation, le signal d'appel au secours seraient les deux formes les plus concises – et urgentes – « d'appel », de ce type. L'injure viendrait juste après. Soit le schéma interactionnel progressif de montée en tension proposé par Moïse et Laforêt

(2013) : « il y a du bruit ici »; « tu fais du bruit » / « tu es bruyant » (forme essentialisante, potentiellement violente verbalement). On remarque dans ce schéma, comme dans l'insulte/injure, le caractère resserré essentialisant du dire pour adjoindre à autrui une qualification péjorative. Cela me conduit à penser que l'on peut voir dans le processus d'essentialisation l'un des noyaux catégoriels du genre « bref », en particulier en tant qu'il se trouve lié à une pragmatique relationnelle de type négatif à l'égard d'autrui. Autrement dit, le genre bref s'accommode très bien de la forme de réductionnisme impliquée linguistiquement par la péjoration d'autrui. A la suite de cela, et pour pousser plus loin : la forme courte (le genre bref) étant nécessairement ramassée, est hyper-implicitatrice. On peut la constituer de cette manière en une classe spécifique d'actes de langage indirects fondés de manière endogène pour pouvoir rentrer dans cette catégorie sur une obligation d'implicite et une essentialisation structurelle, qui peuvent, ensemble ou de manière ponctuelle, fonctionner de pair avec la comparaison, le sous-entendu, l'association, la catégorisation, la comparaison... On retrouve en effet comme nous l'avons dit précédemment, la brièveté dans les injonctions liées au cri d'urgence pour signaler un danger, la mise en garde ; le cri, l'appel au secours, l'urgence, la douleur aussi. Toutes ces énonciations renvoient à l'expression d'une émotion, d'un ressenti fort, qui déborde. La brièveté correspond à la manifestation/production expressive de soi, vers autrui. C'est pour cela que je pense que le genre bref relève globalement d'une pragmatique relationnelle. Si l'on compare l'insulte (monolexicale) à la catégorie des « messages d'alerte » évoqués, on leur reconnaît aisément la même visée d'efficacité pragmatique (qui se manifeste quand le corps est en mouvement, dans une urgence physiologique/physique et qui se pose comme différent d'un temps comme celui du bavardage, où on prend le temps de développer et qui est plus dans la construction relationnelle). Parallèlement, d'un point de vue syntaxique, la logique admet que plus un acte de langage reçoit de déterminants, plus il serait modalisé (Petit, 2010). Or, plus un énoncé est développé du point de vue de la détermination (c'est-à-dire, plus il y a d'explications, de détails) lors d'une interaction, moins il y a de risques de méprise sur le message, et moins il y a donc de chances pour qu'il s'agisse d'un message verbalement violent. Cela s'observe par exemple en faisant sortir du champ des insultes standards exclamatives des termes du type : « salop ! » « connard ! » etc., normalement aisément reconnaissables comme telles, par l'adjonction du déterminant « mon ». L'expression (« mon salop ! ») devient alors affectueuse, familière, hypocoristique. L'adjonction d'un déterminant possessif la

fait donc sortir du champ de l'insulte. C'est également ce qui est apparu lorsque nous avons ajouté à « ta mère ! » le développement « est gentille ».

D'autre part, du point de vue de l'intersubjectivité et de la pragmatique relationnelle, on remarque également que l'injonction, dont la caractéristique est la brièveté, est généralement offensive – on réagit rarement bien à se faire donner des ordres, en dehors de contextes très marqués. Cela renvoie à la différence de perception entre « Pourriez-vous me passer le sel s'il vous plaît ? » et « le sel ! ». Aussi, le corrélat de ma première hypothèse serait aussi que, plus l'adresse est brève et directe plus elle comporte de risque insultant... A la différence de la position qui vise à modaliser, selon laquelle plus on en rajoute, plus on est poli...

## Références

- Amossy R. (2010). *L'argumentation dans le discours*. Paris : Armand Colin.
- Auger N. Fracchiolla B., Moïse C. & Schultz-Romain C. (dir.), (2008b). De la violence verbale : pour une sociolinguistique des discours et des interactions. In J. Durand, B. Habert & B. Laks (dir.), *Actes du Congrès Mondial de Linguistique Française*. Paris 9-12 juillet.
- Austin J. *Quand dire c'est faire* (1962). trad. fr. Paris, Seuil, 1991. *How to do Things with Words*. Oxford : Oxford University Press.
- Bakhtine M. (1977). *Le Marxisme et la philosophie du langage*. Paris : Minuit.
- Brown P., & Levinson (1978). Universals in language use: Politeness phenomena. In E. Goody (ed.), *Questions and Politeness. Strategies in social interaction*. Cambridge : Cambridge University Press, 56-289.
- Brown P. & Levinson S. (1987). *Politeness. Some universals in language use*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Desmons E. & Paveau M.-A. (dir.). (2008). *Outrages, insultes, blasphèmes et injures : violences du langage et polices du discours*. Paris : L'Harmattan.
- Dijk Teun A. Van (1980). *Macrostructures. An Interdisciplinary Study of Global Structures in Discourse, Interaction, and Cognition*. Hillsdale, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Dijk Teun A. Van. (1984). *Prejudice in discourse: an analysis of ethnic prejudice in cognition and conversation*. J. Benjamins.
- Edouard R. (1979). *Dictionnaire des injures*. Genève : Mont-Blanc.
- Fracchiolla B., Moïse, C., Schultz-Romain C., Auger N. (2013). *Violences verbales*.

- Rennes, PUR.
- Fracchiolla B. (2011). Entrée « Injure ». In Marzano M., *Dictionnaire de la Violence*. Paris : PUF.
- Goffman E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne*, tomes 1 & 2. Paris : éd. De Minuit.
- Kerbrat-Orecchioni C. (1980). *L'Énonciation de la subjectivité dans le langage*. Paris : Armand Colin.
- Kerbrat-Orecchioni C. (1990). *Les interactions verbales*, tome 1. Paris, : Armand Colin.
- Kerbrat-Orecchioni C. (1992). *Les interactions verbales*, tome 2. Paris : Armand Colin.
- Kerbrat-Orecchioni C. (1994). *Les interactions verbales*, tome 3. Paris : Armand Colin.
- Kerbrat-Orecchioni C. (1996). *La conversation*. Paris : Seuil.
- Kerbrat-Orecchioni C. (2005). *Le discours en interaction*. Paris : Armand Colin.
- Krazem M. (2015) Les genres de discours créent-ils une grammaire exceptionnelle ? In *Pratiques. Linguistique, littérature, didactique*, 167-168, 215- mis en ligne le 01 avril 2016. Consulté le 2-30 novembre 2016.
- Lagorgette D. (2004). Les axiologiques négatifs sont-ils une classe lexicale ? *Représentations du sens linguistique*. D. Lagorgette & P. Larrivée (dir.). Munich : Lincom- Europa, 121-136.
- Lagorgette D. (2002). Les insultes : approches sémantiques et pragmatiques. *Langue Française* 144.
- Larguèche E. (1983). *L'Effet injure*. Paris : PUF.
- Larguèche E. (2004). L'injure comme objet anthropologique. *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 103-104, <<http://remmm.revues.org/index1198.html>>
- Lecomte D. (2008). Injures et outrages aux forces de police. In Desmons E. & Paveau M.-A. (dir.), *Outrages, insultes, blasphèmes et injures : violences du langage et polices du discours*. Paris : L'Harmattan.
- Maingueneau D. (2007). *Genre de discours et modes de généricité, Le français aujourd'hui*. 2007/4 (n°159), 29-35. DOI 10.3917/lfa.159.0029
- Monfort J.-Y. (2008). L'injure dans la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse. In Desmons E. & Paveau M.-A. (dir.), *Outrages, insultes, blasphèmes et injures : violences du langage et polices du discours*. Paris : L'Harmattan.
- Moïse C., Auger N., Fracchiolla B., Schultz-Romain C. (éd.). (2008a). *La violence verbale. Espaces politiques et médiatiques*, tome 1. Paris : L'Harmattan (coll. Espaces discursifs), 231.

- Moïse C., Auger N., Fracchiolla B., Schultz-Romain C. (éd.). (2008b). *Des perspectives historiques aux expériences éducatives*, tome 2. Paris : L'Harmattan. (coll. Espaces discursifs).
- Perelman C. et Olbrechts-Tyteca L. (1988). *Traité de l'argumentation* Bruxelles : éd. de l'université de Bruxelles.
- Petit G. (2007). La dénomination des genres discursifs : contraintes linguistiques et pragmatiques. Salah Mejri. *A la croisée des mots. Hommages à Taïeb Baccouche*. Université de Sousse, Université Paris 13, 247-278. <halshs-00410880>
- Plantin C. (1996). *L'argumentation*. Paris : Seuil.
- Rosier L. & Ernotte P. (2001). Le lexique clandestin, la dynamique sociale des insultes et appellatifs à Bruxelles. *Français et société* 12.
- Rosier L. (2006). *Petit traité de l'insulte*. Labor : Lovreval.
- Sacks H., Schegloff E. A., & Jefferson C., (1974). A simplest systematics for the organization of turn-taking in conversation. *Language* 50, 696-735.
- Searle J. R. (1972). *Les actes de langage*. Paris : Hermann.
- Searle J. R. (1982). *Sens et expression*. Paris : Éditions de Minuit.
- Stalloni Y. (2007). *Les genres littéraires*. Paris : Armand Colin.
- Vincent D. & Laforêt M. (2004). La qualification péjorative dans tous ses états. In D. Lagorgette & P. Larrivée (dir.), *Les Insultes : approches sémantiques et pragmatiques*. *Langue française* 144, 59-81.

**La brièveté au quotidien :  
le marqueur d'évitement *tchotto* en japonais  
et l'ellipse de l'énoncé**

**ANZAI Yuki  
(Université de Shimane)**

**Résumé**

*En japonais, on trouve fréquemment des situations interactives où les locuteurs n'osent pas verbaliser les énoncés essentiels par politesse envers l'interlocuteur. Ce phénomène de l'ellipse de l'énoncé, nous le considérons comme une forme de brièveté. Nous entamons une réflexion sur les occurrences du marqueur *tchotto* que le locuteur utilise souvent pour suspendre l'énoncé prédicatif. Dans le cas où le locuteur refuse une invitation ou une proposition, ou encore où le contenu de sa réponse est plutôt négatif, ce marqueur sert à éviter des expressions directes et définitives en mettant en suspens des choses difficiles à énoncer. On peut interpréter cette valeur comme une modalité de retenue. Par ailleurs, on peut observer une modalité différente dans laquelle l'énonciateur demande à son co-énonciateur de ne plus poursuivre sur le sujet. Le plus souvent, l'énonciateur laisse son co-énonciateur interpréter librement le prédicat éliidé. De ce fait, on peut considérer que l'ellipse de l'énoncé contient non seulement une attitude de réserve mais encore une forte contrainte implicite : c'est l'énonciateur qui prend l'initiative de diriger les dialogues vers ce qu'il attend. Il nous apparaît ainsi comme une forme polyphonique de l'interaction verbale.*

*Brevity in conversation: Japanese *tchotto* as a marker of avoiding definite comments and the ellipse of utterance*

*In Japanese, a speaker frequently avoids verbalizing part of an utterance so as to be polite toward the interlocutor. We consider this ellipse of utterance as a linguistic form of brevity and examine the use of the marker *tchotto*, which a speaker often uses to omit comments. In cases where the speaker refuses an invitation or a proposal, or when the content of his/her answer is negative, this marker signals the omission of such negative information. This strategy can be interpreted as a modality of restraint. Furthermore, there exists an additional modality, which indicates to the co-utterer that the current topic should not be explored any further. In the majority of cases, the speaker lets the co-utterer freely interpret the omitted predicate.*

*Therefore we can consider that the ellipse in the utterance displays not only the utterer's reserve but a strong implicit force over the conversation: the speaker takes the initiative in orienting the dialogue in the wanted direction. Such an ellipsis can thus be analyzed as a polyphonic form of a verbal interaction.*

日常会話における簡潔さ：明言の回避を表す談話標識「ちょっと」と発話の省略

日本語の会話では、対話者に配慮して何かを伝える場合に発話を省略することがよくある。本稿では、この発話の省略を言語形式における簡潔さの一つと捉え、発話者が応答の述部を省略するときによく使う談話標識「ちょっと」に注目した。止むを得ず誘いや提案を断る場合や、問いかけに対する答えの内容が否定的な場合、発話者はこの談話標識を使うことで対話者に伝えづらい部分を省略し、明言を避けている。これは対話者を気遣った控えめな発話態度と解釈できるが、同時に、敢えて言わない状況を察してほしいと要求する合図である。発話者によって明かされない述部についての解釈は、対話者の想像力に委ねるという態度も観察される。つまり、発話の省略という簡潔さは丁寧な印象を与えるだけでなく、発話者が自らの意図する状況に対話者を誘導するような積極性を示し、さらに対話に想像性をもたらすと考えられる。

## **Mots clés**

Marqueur discursif, évitement, ellipse, dialogue

Discourse markers, avoiding definite comments, elliptical, dialogue

談話標識, 明言の回避, 省略, 対話

## **1 Introduction**

À travers l'analyse comparative des extraits de dialogues spontanés en français et en japonais, on rencontre, plus fréquemment en japonais qu'en français, la suspension de l'énoncé. Dans certains contextes tel que l'énoncé (1), le locuteur japonais n'ose pas par politesse verbaliser le remerciement vis-à-vis du co-locuteur alors que cette omission est impossible en français.

(1) sukkari      gochisô      ni      natte...

entièrement    bon repas    particule    devenir (gochisôninaru : m'offrir un bon repas)

Merci pour le repas.

Dans cet énoncé, le terme « *arigatô gozaimashita* (merci) » est élidé : le locuteur n'explicite pas son remerciement pour une invitation de repas par le terme qui représente en lui-même un acte de parole. En français, il n'est pas acceptable de



remercier pour une invitation sans avoir recours au terme « merci », alors qu'en japonais le remerciement passe par d'autres modes d'expression qui rendent son usage superflu. Sur ce phénomène elliptique, citons Dhome (2005) :

En fait, l'ajout du terme élidé (*arigatô gozaimashita* : merci ; *sumimasendeshita* : excusez-moi)<sup>136</sup> fait perdre à l'énoncé l'impression de gêne qu'on y sent lorsqu'il est absent. Dans l'énoncé « complet », il ne s'agit plus que d'un acte de politesse banal, attendu par l'usage. Lorsque l'énoncé est suspendu, c'est précisément le caractère suspensif (dépendant du marqueur *te*) qui permet de créer ce sentiment de gêne, d'hésitation, et d'installer comme une dépendance du locuteur vis-à-vis de l'interlocuteur. Cette façon de s'exprimer se veut la manifestation d'un sentiment profond plus vrai. (Dhome, 2005 :199)<sup>137</sup>

Alors qu'en français le locuteur vise à être le plus explicite possible, le japonais accepte d'interrompre l'énoncé pour marquer l'hésitation source de gêne (sentiment d'infériorité) et donc de déférence vis-à-vis de l'interlocuteur. En japonais, le fait pour un locuteur de se positionner à un niveau inférieur à son interlocuteur sans achever sa phrase est une manière d'exprimer la déférence, d'une part en laissant l'interlocuteur participer à la conclusion de l'échange verbal, d'autre part en créant un espace d'indétermination qui prolonge le remerciement au-delà de sa formulation. Ainsi cette structure suspensive, caractéristique du japonais oral, induit un sentiment de dépendance qui ne peut trouver sa résolution dans l'instant.

Ce phénomène d'ellipse de l'énoncé se rencontre dans d'autres situations d'échanges. L'exemple (2) illustre un refus où le locuteur évite d'en préciser la raison.

- (2) A : konban nomi ni ika nai ?  
ce soir boire particule aller négation (nomi-ni-iku : aller boire)  
On va prendre un verre ce soir ?  
B : gomen, konban wa *tchotto*...  
désolé ce soir thème

---

<sup>136</sup> Sur ce phénomène, elle indique également que dans le cas où le locuteur présente ses excuses à son interlocuteur, le terme *sumimasen deshita* (excusez-moi) est souvent omis.

<sup>137</sup> Voir aussi Dhome & Kobayashi (2005 : 97-103). Ils expliquent que c'est le marqueur « *te* » qui permet de repérer la modalité de l'énonciateur. Ce marqueur exprime plusieurs valeurs énonciatives dont les interprétations dépendent des connotations du contexte social.

Désolé, ce soir...

Dans la situation mentionnée ci-dessus, les locuteurs japonais utilisent souvent le marqueur discursif *tchotto* (exemple (2)) pour suspendre l'énoncé. On peut considérer ce type de phénomène langagier comme une forme de brièveté spécifique à l'oral. L'objectif de cet article porte donc sur une question fondamentale : qu'est-ce que la brièveté à l'oral et qu'apporte-t-elle dans la situation d'échange ? Ceci nous amène à nous demander si la fonction de l'ellipse de l'énoncé se limite à exprimer une modalité de retenue de l'énonciateur ? Nous chercherons ainsi à mettre en lumière la particularité de la brièveté à travers l'utilisation du marqueur *tchotto* dans les situations d'échanges oraux.

## 2 Le marqueur *tchotto*

### 2.1 Les emplois adverbiaux et interjectifs

Ce marqueur représente des valeurs variées. Il s'emploie d'une part en tant qu'adverbe quantifieur qui contribue à exprimer de petites quantités, un degré moindre et une brièveté temporelle.

(3) *sio wo tchotto tasou.*

sel accusatif un peu rajoutons

Rajoutons un peu de sel.

(4) *hanashi ga tchotto zureta.*

conversation nominatif légèrement a dévié

La conversation a légèrement dévié.

(5) *tchotto matte kudasai.*

un instant attendre s'il vous plaît

*Un instant, s'il vous plaît.*

Mais, cet adverbe quantifieur s'utilise également pour exprimer des quantités intermédiaires, voire supérieures.

(6) *tchotto na no shireta sakka.*

assez nom nominatif connu écrivain

Un écrivain assez connu.

D'autre part, il est utilisé fréquemment en tant que marqueur interjectif.

(7) *tchotto !*

Pardon ! / Hé

(8) *tchotto, nani yatteru no ?!*

quoi faire particule

Hé, qu'est-ce que tu fais là toi hein ?!

(9) *tchotto* ocha irete morai-tainda kedo.

thé faire se faire + vouloir est-ce que

J'aimerais que tu me fasses du thé.

(10) *tchotto* yamete yo.

arrêter particule

Mais arrête !

Dans les deux exemples (7) et (8), le marqueur *tchotto* en tête de l'énoncé sert à attirer l'attention de l'interlocuteur (occurrence syntaxiquement autonome : exemple (7) ; occurrence suivant un prédicat : exemple (8)). Dans l'exemple (8), on peut observer une légère pause entre le marqueur et le prédicat. Quant aux deux exemples (9) et (10), le marqueur placé devant un prédicat a pour fonction d'amener l'interlocuteur sur une action à faire (une demande tempérée) ou à ne pas faire (un ordre euphémique).

Par ailleurs, on trouve aussi ce marqueur à la fin de l'énoncé lorsque le locuteur répond évasivement à une proposition ou à une question de l'interlocuteur et omet sciemment d'achever sa phrase comme nous voyons à travers l'exemple (2) (*gomen, konban wa tchotto...* : Désolé, ce soir...). Dans cet article nous nous limiterons au dernier type (l'exemple (2)) particulièrement à son occurrence en position finale du tour de parole et qui accompagne la suspension de l'énoncé. Nous nous intéresserons ainsi à la cooccurrence du marqueur et du phénomène de l'ellipse.

## 2.2 Le caractère implicite du prédicat négatif : l'évitement d'énonciation et ses effets

Avant de procéder à l'analyse des énoncés elliptiques, nous nous proposons dans un premier temps d'indiquer la spécificité du prédicat qui suit le marqueur *tchotto* dans l'énoncé sans suspension. Voyons les deux exemples suivants.

(11) ano hi no koto wa *tchotto* omoidasenai.

ce jour-là de chose thème se rappeler + ne pas pouvoir

Je n'arrive pas à me rappeler ce jour-là.

(12) kanojo hodono kashu wa *tchotto* hokani inai.

elle aussi bon que chanteuse thème excepté ne pas exister

Ce n'est pas facile de trouver une chanteuse aussi bonne qu'elle.

Dans les deux exemples ci-dessus, le prédicat à la forme négative s'accompagne du marqueur *tchotto* pour signifier la difficulté ou l'impossibilité de réaliser des choses.

Maintenant, à travers la situation suivante, considérons l'emploi de *tchotto* dans un énoncé suspensif.

(13) (Dans une interview, un écrivain japonais raconte son expérience à l'entrée principale d'un hôtel de luxe.)

Un jour, alors que j'entrais dans un hôtel avec des tongs, un concierge s'est approché de moi en tenant des chaussures de location et m'a dit : « okyaku sama sore wa *tchotto*... ».

okyaku sama            sore        wa        *tchotto*...

client + terme d'adresse    ça            thème                            (ça = des tong)

Monsieur, est-ce que je peux me permettre ...

(KOTONOHA<sup>138</sup> : Makoto Shiina, *Bungei Syunjû interview*, 2005)

Dans la situation, le concierge essaie de signaler implicitement à son client que ce n'est pas une tenue convenable. Ici, c'est le marqueur *tchotto* qui contribue à mettre l'accent sur l'impossibilité de laisser entrer le client avec des tongs sans pour autant être autoritaire et vexant vis-à-vis de lui. De fait, le prédicat qui doit être omis après ce marqueur exprime souvent un contenu négatif.

À travers les exemples ci-dessous (2), (14), (15) et (16) réfléchissons à présent sur le caractère implicite du prédicat négatif de ce marqueur accompagnant la suspension de l'énoncé.

(2) A : konban nomi ni ika nai ?

ce soir boire particule aller négation (nomi-ni-iku : aller boire)

On va prendre un verre ce soir ?

B : gomen, konban wa *tchotto*...

désolé ce soir thème

Désolé, ce soir...

Dans l'exemple (2), le marqueur *tchotto* sert à refuser une invitation sans avoir à utiliser la forme négative (*ikare-nai* : *nai* = la forme négative : je ne peux pas aller boire), ni à préciser une vraie raison (avoir un empêchement ou bien avoir un autre rendez-vous, ou encore n'être pas intéressé, etc.<sup>139</sup>).

<sup>138</sup> KOTONOHA : Balanced Corpus of Contemporary Written Japanese "Shônagon"

<<http://www.kotonoha.gr.jp/shonagon/>>, National Institute for Japanese Language and Linguistics (NINJAL) et Ministère de l'Éducation, de la Culture, des Sports, des Sciences et de la Technologie.

<sup>139</sup> Dans la situation où l'énonciateur refuse une invitation pour la raison qu'il n'est pas intéressé, le marqueur *tchotto* présente une double structure (réponse implicite vis-à-vis du co-énonciateur ; *ikare-nai* : je ne peux pas aller / vraie raison ; *ikitaku-nai* : je ne veux pas aller). Concernant la relation

(14) A : doushite kare wa kyou yasumi nano ?  
pourquoi lui thème aujourd'hui absent particule  
Pourquoi est-il absent aujourd'hui ?

B : watasi ni wa *tchotto*...  
moi particule thème  
Moi, je ne saurais vous répondre...

Ici, il est évident que l'intention du locuteur B est d'exprimer une difficulté ou une impossibilité de répondre à son interlocuteur en son nom, qu'il connaisse ou non la raison pour laquelle leur collègue est absent. C'est le marqueur *tchotto* qui contribue à signaler qu'il y a peut-être quelqu'un d'autre qui pourrait expliquer la raison de l'absence. L'emploi de ce marqueur va non seulement suggérer la négativité du prédicat mais aussi éviter une conclusion trop abrupte de l'interaction verbale. En effet, ainsi formulée, la réponse laisse ouverte la possibilité de s'informer auprès d'une autre personne.

(15) A : kareno hanashi wa kiita ?  
son histoire thème avoir entendu  
Est-ce que tu as entendu ce qu'il a dit ?

B : um... kareno hanashi wa *tchotto*...  
ouais son histoire thème  
Oui, mais franchement...

(16) (Dans une boutique, une vendeuse propose un article à un client.)

A : kochira wa ikaga desu ka ?  
celui-ci thème comment verbe d'auxiliaire particule  
Que pensez-vous de ce modèle ?

B : kore wa *tchotto*...  
ça thème  
C'est un peu trop.../ C'est pas vraiment ...(ce que je cherche)

Dans ces deux exemples (15) et (16), le marqueur s'utilise pour donner implicitement une estimation négative. Si le locuteur saisit parfaitement le contenu négatif de la réponse, il doit pourtant faire un effort d'interprétation pour en déterminer les raisons ; dans l'énoncé (15), il est possible d'interpréter ce que le locuteur B veut dire selon

---

paraphrastique entre les deux énoncés qui n'entretiennent pas d'équivalence sémantique et la structure polyphonique, voir Rossari (1994 : 13-17).

différentes significations, cela dépend de l'imagination de la part du locuteur A. Quant à la situation de l'exemple (16), le locuteur A a la nécessité de deviner la raison pour laquelle son client refuse sa proposition et de choisir ce qu'il doit faire par la suite, soit en proposant de remplacer par un autre article, soit en s'abstenant afin de laisser le client regarder tranquillement d'autres articles après l'avoir informé de ne pas hésiter à l'appeler s'il a besoin de son aide. Ainsi, deux interprétations sont possibles et cela dépend des indices intonatif et gestuel du locuteur et de la situation d'échange : le locuteur B veut signaler, soit « pouvez-vous m'en montrer d'autres ? », soit « laissez-moi regarder tranquillement ». De ce fait, on peut observer une attitude de l'énonciateur qui confie totalement à son co-énonciateur l'interprétation de ce qui va suivre dans la partie suspensive après ce marqueur. Pour autant, il semble évident que la présence de ce marqueur sert avant tout à amener le co-énonciateur à faire l'action attendue par l'énonciateur.

Citons ici une description des dialogues dans un roman. On peut également constater la valeur spécifiquement implicite de ce marqueur et son effet dans la communication d'échange.

(17) (Dans un magasin d'animaux, une femme demande au patron du magasin ce que deviendra un chien.)

A : kono inu dareka ni morawareru no ?  
ce chien quelqu'un particule être adopté particule  
Est-ce que quelqu'un va s'occuper de ce chien ?

B : sore wa *tchotto*...  
cela thème

Je ne suis pas sûr...

Par la réponse évasive du patron, j'ai pu imaginer quel serait le destin cruel qui s'abattra sur ce chien.

(KOTONOHA : Setsuko Shinoda, *Touhikou*, 2007)

Par le biais de cette description narrative, on voit bien que ce marqueur consiste à signifier des choses difficiles à énoncer pour l'interlocuteur. Dans l'exemple ci-dessus, l'énoncé elliptique se veut suffisamment explicite pour ne pas avoir à dire des choses désagréables à entendre. Lorsque le locuteur ne peut faire autrement que de répondre négativement, l'emploi du marqueur *tchotto* suivi d'une suspension de l'énoncé permet de laisser deviner la suite de sa réponse. Ainsi formulé le contenu négatif induit une réaction modérée nécessaire à la préservation d'une situation d'échange consensuelle.

### 2.3 La valeur d'atténuation et de qualification subjective

Comparons à présent les couples de phrases complètes ci-dessous (a : avec marqueur et b : sans marqueur).

(14') a. *watashi ni wa tchotto* wakarimasen.

moi particule thème ne pas savoir

Moi, je ne saurais vous le dire.

b. *watashi ni wa* Ø wakarimasen.

Je ne sais pas.

(15') a. *kareno hanashi wa tchotto* shinjirarenai.

son histoire thème incroyable

J'ai du mal à croire son histoire.

b. *kareno hanashi wa* Ø shinjirarenai.

Son histoire est incroyable.

Grammaticalement, il est acceptable de supprimer le marqueur *tchotto* dans ces exemples sans que le contenu de l'énoncé ne change sémantiquement. Pourtant, l'emploi ou non de ce marqueur induit des modalités différentes chez l'énonciateur. Ainsi, sans marqueur (type b), l'énoncé est une simple affirmation péremptoire qui ne laisse place à aucun doute, c'est une énonciation objective. Ce mode d'expression peut heurter l'interlocuteur qui va trouver l'énoncé trop tranchant. À l'inverse, l'emploi du marqueur (type a) vient moduler l'énoncé pour en atténuer le caractère trop direct. De ce fait, on comprend que la valeur subjective du marqueur *tchotto* vient atténuer le côté péremptoire de l'énoncé.

### 2.4 La cooccurrence de la particule contrastive « *wa* »

Ici, on retiendra la valeur particulière de la particule *wa* pour souligner la différence de deux choses ou de deux états en les comparant. Voyons l'exemple (18).

(18) *watashi wa kôhii wo, kare wa koucha wo tanonda.*

moi café accusatif lui thé accusatif avoir commandé

Moi, j'ai commandé un café et lui, un thé.

La particule *wa* qui apparaît souvent avec le marqueur *tchotto* contribue à signifier que la réponse négative n'est que provisoire : le locuteur suggère à son interlocuteur que la possibilité de différer l'acceptation (« je ne peux pas aller boire avec toi ce soir mais peut-être demain soir ou un autre jour... » ; voir l'exemple (2)), ou de nuancer la réponse en fonction de certaines modalités (« je n'aime pas ce modèle mais vous en avez peut-être d'autres qui me conviennent... » ; voir l'exemple (16)). Ainsi formulé, le

refus apparaît comme temporaire ou conditionné à des éléments qui ne dépendent pas directement de la volonté du locuteur. À partir de la fréquence de cette combinaison de la particule *wa* avec le marqueur *tchotto*, on peut considérer que la cooccurrence de ces deux éléments est typiquement une attitude de retenue qui permet d'éviter une tension entre les deux interlocuteurs en cas de refus trop direct.

## 2.5 La cooccurrence de la particule « *ne* » : la valeur ambivalente énonciative

Nous venons de voir qu'employé de manière syntaxiquement autonome le marqueur *tchotto* exprime généralement un contenu négatif. Nous allons voir que lorsqu'il est associé à la particule *ne*, ce même marqueur peut signifier des contenus positifs comme négatifs. Considérons la situation suivante.

(19) (Le locuteur B a reçu un coup de téléphone et le locuteur A lui demande qui l'a appelé et pour quelle raison.)

A : nani ka you datta no ?  
 quoi particule affaire était particule  
 C'était à quel sujet ?

B : a. um *tchotto* ne.  
 C'est sans importance.

b. um *tchotto* ne.  
 Ça t'intéresse ?

L'exemple (19) autorise deux interprétations opposées de la réponse du locuteur B. Soit il demande implicitement au co-locuteur d'interrompre l'échange et de changer de sujet de conversation (a) ; soit au contraire, il l'invite à poursuivre (b). Dans le premier cas, le marqueur *tchotto* est généralement suivi de la particule *ne* bien que l'interprétation (a) soit acceptable sans. En revanche, dans le second cas, le marqueur s'accompagne nécessairement de la particule *ne*, il n'est donc pas évident d'accepter l'interprétation (b) sans cette particule. On voit que l'interprétation dépend étroitement de l'occurrence de la particule *ne*.

Or, tous les exemples mentionnés dans cet article ne sont pas nécessairement accompagnés de la particule *ne*. On trouve parfois des cas qui ne sont pas naturels avec cette particule, particulièrement dans la situation où l'énonciateur refuse une invitation comme l'exemple (2) : \* *gomen, konban wa tchotto ne...* Par ailleurs, le marqueur *tchotto* peut être suivi de cette particule au cas où l'énonciateur exprime une estimation comme l'exemple (15) : *kareno hanashi wa tchotto ne...* Cependant, dans le dernier cas, les deux interprétations sans ou avec la particule, ne sont pas identiques ; si



l'énonciateur ajoute la particule *ne* après le marqueur *tchotto*, son attitude peut se traduire plutôt par une demande de consensus sur une information concernant le prédicat éliidé. Ou encore, lorsque la particule *ne* apparaît à la fin de l'énoncé (14) : *watashi ni wa tchotto ne...*, elle exprime l'incapacité de répondre de manière définitive à la question. Enfin, cette particule est employée lorsqu'on veut présenter le contenu de l'énoncé à l'interlocuteur en la mettant en concordance avec autre chose. Dans ce cas, le locuteur demande à l'interlocuteur de mettre différents éléments en relation et par un travail de déduction logique d'arriver à la conclusion qu'il est incapable de répondre à la question (l'emploi « un constat par soi-même<sup>140</sup> »). Ainsi, cette particule exprime une position subjective qui manifeste l'attitude du locuteur cherchant à diriger le co-locuteur vers une conclusion où il lui donne son accord.

Pour différencier ces deux interprétations opposées (19a et 19b), il s'agit également des indices intonatifs de la particule finale *ne*. Il faut alors distinguer, soit une intonation plate un peu basse (a) qui se traduit par un évitement d'intervention, soit une intonation un peu montante (b) qui indique une demande de consentement<sup>141</sup>.

Enfin, à travers l'observation des éléments qui émergent dans l'entourage de ce marqueur telles que les valeurs de la particule *ne* et ses indices intonatifs, on peut remarquer que la cooccurrence du marqueur *tchotto* avec cette particule apporte des interprétations variées dans les énoncés suspensifs. Elle contribue également à exprimer les différentes modalités de l'énonciateur : dans les deux cas (19a) et (19b), l'énonciateur laisse ouvertement la possibilité à son co-énonciateur de choisir sa réaction (soit, ne plus poursuivre sur ce sujet, soit continuer à poser des questions sur ce sujet). Par ailleurs, l'énonciateur fait réagir son co-énonciateur pour accepter sa demande comme tous les exemples examinés plus haut. Ainsi, il existe dans le même temps deux modalités opposées de l'énonciateur.

### 3 Le marqueur *tchotto* et l'ellipse de l'énoncé

À partir de l'observation des exemples des énoncés dans lesquels le marqueur *tchotto* s'emploie, on peut constater que la suspension de l'énoncé introduite par ce

---

<sup>140</sup> En ce qui concerne cet emploi, voir Miyazaki et alii (2002 : 279-281).

<sup>141</sup> Sur la fonction des indices intonatifs, voir Morel & Danon-Boileau (1998 :13-15). Ils expliquent que la montée intonative marque iconiquement un appel à l'attention de l'autre et permet de forcer son attention sur un 'thème' ou sur un focus, enjeu d'un possible désaccord. La plage basse indique au contraire un retour sur soi et un désintérêt relatif pour ce que l'autre peut penser de ce qui est dit, une façon de dire les choses 'sans plus'. (*Chapitre 1 : Les indices suprasegmentaux*).

marqueur sert à montrer une attitude de retenue dans la formulation d'une réponse négative. Par contre, elle exhorte l'interlocuteur de ne pas chercher à poursuivre sur le point discuté par l'énonciateur.

Or, les deux situations dans lesquelles les interlocuteurs se comprennent sans avoir à expliquer, le remerciement ou l'excuse (« *sukkari gochisô ni natte...* » ; voir l'exemple (1)), est un trait spécifique de l'intercompréhension dans la culture japonaise<sup>142</sup>. Cependant, le marqueur *tchotto* ne véhicule pas toujours un tel degré de compréhension implicite. Le plus souvent, l'interlocuteur comprend parfaitement le caractère négatif de la réponse évasive mais il doit faire un effort d'interprétation pour en déterminer la raison. Ainsi, le contenu du prédicat absent qui suit le marqueur dépend de la conjecture et de la capacité de compréhension de l'interlocuteur. Dans le cas qui nous intéresse ici, il s'agit donc du choix sur la façon d'adresser la parole, d'argumenter avec les autres, de se positionner par rapport à son interlocuteur et à la situation sociale, enfin toutes les activités langagières dérivant de la relation interpersonnelle et du contexte socioculturel.

#### 4 Conclusion

En utilisant le marqueur *tchotto*, l'énonciateur évite d'énoncer en détail le contenu de sa réponse, c'est-à-dire qu'il formule la suspension d'un prédicat. Par ailleurs, il cherche à montrer une attitude : la demande de compréhension de sa situation en laissant son co-énonciateur deviner la suite de sa phrase. Par l'utilisation de ce marqueur discursif, particulièrement lorsqu'il accompagne l'ellipse de l'énoncé, il semble au premier abord que l'énonciateur affiche une certaine retenue dans son attitude qui se traduit par une tonalité modérée. Pourtant, il apparaît dans le même temps que ce marqueur contribue à imposer implicitement au co-énonciateur de ne plus poursuivre sur ce terrain-là. À travers ce marqueur qui a pour fonction d'introduire l'indétermination, on voit bien que l'ellipse de l'énoncé ouvre sur plusieurs interprétations possibles indépendamment des modalités de l'énonciateur : il nous apparaît comme un élément polyphonique. Cette forme elliptique contient non seulement une attitude de réserve ou de déférence mais encore une forte contrainte

---

<sup>142</sup> Włodarczyk (1996) mentionne un exemple du refus dans la situation rituelle : *sekkaku desuga...* ("c'est très gentil de votre part mais...") (84). Ici, les expressions idiomatiques telles que *kekko desu* ("non merci", mot à mot "c'est bien"), *go-enryo sasete itadakimasu* ("Permettez-moi de me retirer") sont élidées.

implicite : il s'agit bien pour l'énonciateur de diriger son co-énonciateur vers l'acceptation de ce qu'il attend pour développer une nouvelle phase d'échange. De plus, à partir de l'occurrence de ce marqueur, nous pouvons également constater la volonté d'échapper chez l'énonciateur à ses responsabilités sur la conclusion de l'échange. Cette brièveté apporte donc un dynamisme aux actes langagiers qui se traduit par la liberté d'imaginer la suite de l'énoncé, la dépendance dans l'interprétation sous-entendue entre les deux participants, enfin une sorte de stratégie de communication.

### Références

- Anzai Y. (2008). *Quelques considérations sur l'ajustement intersubjectif et informationnel dans les dialogues spontanés. À travers l'analyse de deux marqueurs « tu vois », « tu sais » en français et de quelques marqueurs correspondants en japonais*. Thèse de doctorat, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3 et Université Aoyamagakuin.
- Dhorne F. (2005). *Aspect et temps en japonais*. Paris : Bibliothèque de Faits de langues, Ophrys.
- Dhorne F. & Kobayashi Y. (2005). *Nihongo no mori wo aruite (En parcourant la forêt du japonais)*. Tokyo : Kôdan-gendaishinsho, Kôdansha.
- Miyazaki K., Adachi T., Noda H., Takahashi S. (2002). *Modaliti (La modalité)*. Tokyo : Kuroshio.
- Morel M.-A. & Danon-Boileau L. (1998). *Grammaire de l'intonation. L'exemples du français oral*. Paris : Bibliothèque de Faits de langues, Ophrys.
- Rossari C. (1994). *Les opérations de reformulation*. Peter Langue.
- Wlodarczyk A. (1996). *Politesse et personne. Le japonais face aux langues occidentales*. Paris : L'Harmattan.

### Corpus

KOTONOHA, Balanced Corpus of Contemporary Written Japanese "Shônagon" <<http://www.kotonoha.gr.jp/shonagon/>>, National Institute for Japanese Language and Linguistics (NINJAL) et Ministère de l'Éducation, de la Culture, des Sports, des Sciences et de la Technologie.



CINQUIÈME PARTIE

**LA POSSIBILITÉ DU GENRE BREF**



## **Le français tchaté des souffrants sous l'effet de l'immédiateté d'un genre bref**

**ABLALI Driss**

**(Centre de Recherche sur les Médiations. Université de Lorraine)**

### **Résumé**

*La présente contribution cherche à comprendre, en se basant sur des faits de langues attestés sur corpus, comment et pourquoi des textes sont brefs au-delà de la contrainte scripturale.*

*Le corpus qui sera soumis à l'analyse relève du thème de la souffrance, mis en place par une association de prévention contre le suicide, que nous appelons ici « Association Y ». Il est constitué de plusieurs centaines d'échanges tchatés, allant de 2005 à 2015, et comprend exclusivement des textes intégraux et non des extraits, dont la réunion est justifiée par leur appartenance à la même praxis, le discours des souffrants, et au même genre, le chat.*

*Pour traiter des liens entre temporalité, genre bref et interactions tchatées, nous procéderons en trois temps. Nous présenterons d'abord, dans ses grandes lignes, le corpus ainsi que le cadre théorique et les outils informatisés avant de décrire les caractéristiques propres au tchat, communes aux textes des souffrants, comme genre bref. Dans un second temps, nous mettrons l'accent sur les conditions éthiques, imposées en milieu associatif, pour que les souffrants puissent accéder au chat et mettre en discours leur récit à travers l'analyse de l'ethos des interactants en rapport avec la question de l'anonymat numérique pour montrer comment les conditions externes impactent la matérialité discursive du bref.*

*Nous terminerons sur la façon dont les formes temporelles du « bref » règlent globalement, et de façon plus ou moins contraignante, les différents paliers du texte. Une attention particulière sera accordée, d'un point de vue discursif, à deux cas précis, celui de la ponctuation et celui des procédés de raccourcissement morpo-syntaxique propre à l'échange synchrone en tant que genre bref pour montrer comment la configuration de la temporalité des chats détermine la textualité du bref comme genre.*

*The present contribution aims to understand how and why texts are brief, beyond the necessity of being short. It is based on language facts, all attested in a corpus. The corpus we will subject to analysis, concerns the theme of suffering : it has been set up by a suicide*

prevention association, which we call here "Association Y"; and it consists of several hundred chats, collected between 2005 and 2015, including only full texts whose selection is justified because they belong to the same praxis, we call the "suffering speech", and to the same discursive genre: chats.

As we will deal with the relation between temporality, briefness and chat interactions, we will proceed in three steps. First, we will present the corpus as well as the theoretical framework and the computerised tools we use to describe the characteristics common to the texts of the sufferers, and thus the specificity of the chat, characterised as a brief genre. In a second step, we will focus on the ethical conditions that are specific to the associative environment where the sufferers use (write and send) chats in order to put in a narrative way their story: thus, we will analyse the ethos of the interactants in relation to the question digital anonymity, and then we will show how external conditions impact the discursive materiality of this brief genre.

We will conclude on the way the temporal forms of the "brief" regulate globally the different levels of the text. Special attention will be given, from a discursive point of view, to two specific cases, that of punctuation and that of morpho-syntactic shortening processes, both being specific to synchronous exchanges, and characteristic to this brief genre: thus, we will show how the configuration of the temporality in the chats of our corpus determines the textuality (texture and textualisation) of this discursive genre.

短文のジャンル, 時間性, 相互対話: 悩み相談におけるチャットの場合

本発表の目的は、コーパスによる実例分析に基づき、文字の物理的な長さの制約とは無関係に、どのようにテキストに簡潔さが要求されるのか明らかにすることである。

使用するコーパスは、自殺予防団体(仮に「団体 Y」とする)によって提供されている、チャットでの悩み相談における対話コーパスで、2005年から2015年にわたって収集された数百もの実際の対話(抜粋ではなく、全文)が収められている。

時間性と短文のジャンル、そしてチャットでの相互対話がどのように関連するのかを論じるにあたり、まずコーパス、理論的枠組み、およびコンピュータ機器について説明した後、短文ジャンルとしてのチャットにおける、相談者のテキストに特有の特徴を明らかにする。次に、悩み相談を行う団体に課せられている倫理的条件(聞き手である相談員の匿名性など)がどのように相談者たちのテキストの簡潔さに影響するのかを示す。

最後に、「短い」という時間的形式が、テキストの様々な面にどのような制約を与えるのかを論じる。チャットにおける対話の時間性が、どのようにジャンルとしてのテ



クストの簡潔性にかかわるのか。談話的観点からみれば、リアルタイムで進行するチャット対話にみられる特有の句読法と形態統辞的短縮に注目すべきであろう。

### **Mots clés :**

Genre, praxis, immédiateté, interaction, souffrance

Genre, praxis, immediacy, interaction, pain

ジャンル、プラクシス（実践）、無媒介性、悩み（苦しみ）

### **1 Préambule**

Dans le cadre des théories textuelles et discursives, les concepts de texte, de genre et de discours, quoique souvent confrontés à un effort de définition dans les différents espaces disciplinaires qui les revendiquent, restent polysémiques et instables. On emploie le plus souvent le substantif « discours », de même que l'adjectif « discursif », comme si l'on s'entendait, comme s'il y avait un consensus sur ce qui est discours et ce qui ne l'est pas. Pourtant, il suffit de rappeler que « discours » dans son acception énonciative chez Benveniste, comme un des deux plans d'actualisation de la langue, et sa définition chez Greimas comme synonyme de texte, ou chez Pêcheux dans sa **détermination** par son extérieur, ou comme organisation transphrastique chez les analystes du discours, ou encore comme forme d'action chez Searle, ou interactive pour les interactionnistes (Orecchioni) pour constater que les ponts sont souvent difficiles à établir entre des modèles qui fonctionnent en concurrence, plutôt qu'en synergie. C'est le cas aussi de « genre » qui a donné lieu, depuis Bakhtine, à des prises en charge théoriques variables, voire divergentes, et rares sont aujourd'hui les disciplines des textes et des discours, en linguistique, en didactique et dans le cadre des études littéraires, à n'y avoir pas recours.

Notre propos dans cet article est de rappeler, dans un premier temps, ce qui peut sembler être une question mineure, que l'adjectif « brefs » qui accompagne « genres » dans une appellation comme « genres brefs » pourrait dissimuler des difficultés, ou pour le moins quelques opacités qu'il faudrait tenter de lever ou pour le moins d'élucider. Cependant, cette question mineure, à notre sens, jette une lumière sur nos motivations lorsqu'il s'agit de rattacher les genres dans le sillage de la réflexion de F. Rastier (1989&2011), qu'ils soient brefs ou pas, aux praxis qui les encadrent. Et c'est de cette question mineure que découlera la deuxième partie de cette contribution qui porte sur le tchat comme genre bref appartenant à la praxis des souffrants, en vue de montrer que

cette appartenance a des conséquences repérables sur la matérialité discursive que les interactions en milieu associatif entre des personnes en situation de souffrance et des bénévoles génèrent. Nous terminerons sur la façon dont les formes temporelles du « bref » sous l'effet de l'immédiateté du genre déterminent globalement, et de façon plus ou moins contraignante, les différents paliers du texte. Une attention particulière sera accordée, d'un point de vue discursif, à deux cas précis, celui de la ponctuation et celui des procédés de raccourcissement morpho-syntaxique propre à l'échange synchrone en tant que genre bref.

## **2 L'impureté des genres brefs**

Pour commencer, une première remarque sur le bref s'impose, elle a peut-être quelque apparence de question de constat : le bref, que ce soit dans le cadre des théories textuelles et discursives, ou dans le giron des études narratologiques, a des sens divers et ses réalités sont nombreuses, au point de dire qu'aujourd'hui aucune définition n'existe pour mesurer du bref, et comme le souligne clairement G. Dessons, « il faudrait dire [...] que l'appellation de 'brève' ne dit pas grand-chose des discours qui sont désignés par ce nom. » (2015 : 66). Le bref<sup>143</sup> aura tellement brouillé les pistes en multipliant les supports, les formats, les textes, les discours et les pratiques, que la définition même du bref comme genre s'en est trouvée dissoute.

La deuxième difficulté tient sans doute moins à la définition qu'à l'identification d'un genre bref dans son rapport à la durée : toutes les formes d'écriture arrivent dans le temps, mais comme le bref est censé durer peu, puisqu'il occupe peu de place dans l'espace scriptural, comment mesurer son étendue linguistique dans une matérialité discursive ? Quelle est sa longueur moyenne à ne pas transgresser ? Y a-t-il des unités de mesure à respecter aussi bien pour la temporalité énoncive qu'énonciative pour qu'un texte soit bref ? Quelles sont les conditions liées à ces deux temporalités pour que le bref advienne, et comment les repérer linguistiquement et sémiotiquement ? Certes le bref est développé dans une expression où l'étendue du propos est délimitée, avec un

---

<sup>143</sup> On peut citer à cet égard, entre autres, la journée d'étude (2014) organisée à Dijon par M. Krazem sur les genres brefs : <https://laugautier.wordpress.com/2014/03/12/journee-detudes-dijon-18-mars-genres-brefs-et-grammaire/>. Consulté le 22 février 2018.

énonciateur qui réduit intentionnellement ou pas le nombre de mots et de phrases qu'il transmet, mais lorsqu'on se focalise sur les genres de discours que l'on qualifie de brefs pour les comparer, il est difficile de proposer une réponse globale à ces questions, chaque genre étant différent.

L'enjeu est chaque fois l'hétérogénéité de la praxis qui abrite le ou les genres de discours et que l'on ne peut pas mettre de côté si l'on veut traiter de leur dimension brève ou de leur brièveté. Entre la nouvelle et le conte dans le discours littéraire, entre la brève et la manchette dans la pratique journalistique, les reconfigurations temporelles sont différentes. La durée du récit pour mettre en discours une nouvelle, une chronique ou un slogan par le biais des faits de langue est singulière par la dimension et par les formes de temporalités convoquées.

Ce point, nous y insistons, ne vise rien d'autre qu'à souligner que la frontière entre genres brefs et ceux qui ne le sont pas est encore poreuse, du fait sans doute qu'à l'intérieur même des genres brefs, des discours et des pratiques sont souvent regroupés sans aucun lien entre eux. Il peut cependant sembler utile de lutter contre cette tendance qui relève peut-être trop souvent de la solution de facilité. Les contes et les nouvelles entre lesquels se tisse un réseau complexe de parentés formelles et de similitudes thématiques relèvent d'un découpage empirique qui les place au sein du discours littéraire, alors que les recettes de cuisine et les proverbes, regroupés sous la même appellation, genres brefs aussi, s'inscrivent dans d'autres sphères d'activité. Les deux sont soumis à des logiques narratives, énonciatives et argumentatives, incroyablement hétérogènes. De même que l'ampleur du fossé entre les annonces matrimoniales et l'article de loi, le tweet et les topos de randonnées est encore plus profonde. Des fossés impossibles à combler à cause de la spécificité de la praxis discursive dont relève chacun de ces genres brefs. Le discours littéraire dont est issu le haïku ne réfère pas aux mêmes contraintes d'une annonce matrimoniale publiée dans un journal. La praxis journalistique n'a pas le même mode sémiotique de production et de consommation, ou d'organisation textuelle qu'un haïku. Il n'y a aucun noyau linguistiquement cernable entre un slogan politique et une notice de médicament.

Pour résumer, nous ne savons ce qu'est, aujourd'hui dans le cadre des théories textuelles et discursives, quels que soient les positionnements disciplinaires, un genre bref. Nous ne savons donc pas ce qu'il faut réellement observer, ce qu'il faut considérer comme des « unités de mesure », nous ignorons où commence et où finit un processus de production d'un genre bref. Nous ne savons pas ce qu'il faut nommer « bref ».

Il nous semble que deux conséquences doivent être tirées de ces premières observations. Première conséquence : les genres brefs ne peuvent être dissociés des praxis qui sont les leurs. Ainsi par exemple, une brève, une manchette, une dépêche doivent être étudiées en tenant compte de leur appartenance au discours journalistique, une appartenance qui contraint pour une part variable à la fois leur organisation textuelle, énonciative, argumentative et sémiotique, et leur dimension ou étendue scripturales. Des contraintes qui ne sont pas les mêmes que celles qu'impose le discours littéraire pour les lais, les fabliaux, les exempla, les dits, les fables, les contes et les nouvelles. Les paramètres du « bref » qui les constituent résultent en effet de la stabilisation de contraintes qui s'exercent à l'intérieur d'une praxis discursive, car les variables linguistiques, sémiotiques et graphiques qui permettent à des textes d'être brefs ne sont pas transposables d'une praxis discursive à l'autre. On peut certes décrire ces contraintes en contrastant les praxis entre elles, mais on ne peut pas les considérer comme des textes similaires sous prétexte que leur genre relève du bref. Dans ces conditions, force est de se doter d'une conception des genres brefs qui ne délimite pas leurs régularités sans pour autant les placer dans une praxis à part. Mais les contraintes des genres ne s'imposent jamais sans se heurter fréquemment aux normes de fonctionnement d'autres genres, pas n'importe lesquels. Un genre, pour être en rupture avec d'autres genres, n'a de chance de se pérenniser et de confirmer son autonomie que s'il partage avec des genres voisins des contraintes communes. C'est dans le sillage de ce que Rastier (2011) appelle « discours »<sup>144</sup> que nous utilisons praxis pour désigner un regroupement de genres issus de la même activité langagière. Car dans la praxis il ne peut être question que de différences, isolant les genres, mais aussi d'écarts maintenant en regard et promouvant entre les genres du commun. On peut, par exemple, parler de praxis universitaire, pour des genres comme le chapitre dans un ouvrage collectif, un article de revue, un rapport de thèse ; pour des genres comme le portrait, la chronique, le fait divers et l'éditorial, ils relèvent de la praxis journalistique qui conditionne leur mise en discours d'abord en tant que genres de la presse et ensuite en tant que genres différents les uns des autres. Ces genres ont plusieurs propriétés en commun, mais il n'y en a aucune qui les possède toutes. C'est donc par rapport à leur praxis que les actes de catégorisation générique brefs prennent sens, d'où la nécessité d'une double

---

<sup>144</sup> Nous préférons praxis à discours pour les raisons liées à la définition de « discours » évoquées plus haut.

qualification pour les catégoriser. Pour envisager les genres brefs dans toute leur variation et invariation, on les distinguera, dans ces conditions, en les rattachant aux praxis qui les légitiment. Il est impossible de décrire le tract, par exemple, comme genre bref, sans le rattacher aux différentes praxis politique, publicitaire et religieuse qui peuvent l'abriter. Cette nécessaire recatégorisation ne suffit pas à spécifier les contraintes de chaque praxis, elle présente toutefois l'avantage de rendre plausible leur description linguistique et sémiotique. C'est dans ce sens que l'on propose de parler, par exemple, plutôt de genres littéraires brefs, de genres journalistiques brefs, de genres juridiques brefs, de genres politiques brefs que de genres brefs tout court. Car les textes ne peuvent constituer des genres brefs qu'à l'intérieur d'un ensemble de ressemblances et de différences avec d'autres genres de la même praxis : le conte et la nouvelle sont des genres brefs par rapport au roman et au théâtre ; ils cessent de l'être si on compare leur étendue à celles du proverbe ou des panneaux de signalisation. C'est à cette acception configurative et contrastée du genre bref que nous nous en tiendrons ici pour l'analyse de notre corpus d'étude.

### **3 Le corpus**

Ce travail porte sur un corpus électronique lié au thème de la souffrance, mis en place par une association de prévention contre le suicide, que nous appelons ici « Association Y ». Dans ses dispositifs d'écoute, trois genres de discours ont été mis en place : le téléphone (depuis les années 60), le courrier électronique (depuis 2000) et le webchat (depuis 2006). Si l'écoute par téléphone reste le moyen le plus classique pour faire part de sa détresse, le virage numérique a pour principal objectif de répondre à la souffrance d'écrivains de plus en plus nombreux à se livrer à travers le clavier plutôt qu'au téléphone.

Dans nos travaux sur la question de la souffrance sociale, (Ablali 2015, Ablali & Wiederspiel 2015 & 2017a), nous avons travaillé exclusivement sur le courrier électronique comme genre pour montrer comment la souffrance se met en discours sous l'impact des contraintes génériques liées au dispositif du courriel. Dans cette contribution, nous soumettons à l'analyse un nouveau corpus inédit relevant d'un autre genre, à savoir le tchat<sup>145</sup>. Depuis 2006, l'« Association Y » a mis en place une

---

<sup>145</sup> L'analyse de ce corpus s'inscrit dans le cadre du projet de recherche, METICS, dans un partenariat entre les universités de Rennes 2, Montpellier Paul Valéry, Montréal, Paris Sud 11 et l'université de

plateforme interactive pour répondre au mal-être, à la détresse d'une séparation, à la douleur d'une maladie ou encore à l'angoisse de la solitude. Ce service est ouvert tous les jours de 17h à 1h du matin, et régi, comme les deux autres supports de communication, par un « pacte d'anonymat » à respecter, aussi bien du côté du souffrant que de l'écouter, afin de faciliter l'échange et protéger le souffrant. Ce sont donc des anonymes souffrants qui ont fait le choix de raconter leur vie, de dire leur mal-être via un dispositif de tchat, et non d'appeler ou d'écrire des courriels.

Le corpus est constitué de plusieurs centaines d'échanges tchatés, allant de 2005 à 2015, soit l'équivalent de 80 000 pages word. Il comprend exclusivement des textes intégraux et non des extraits, dont la réunion est justifiée par leur appartenance à la même praxis, le discours des souffrants. Pour clarifier cette question de la praxis, rappelons que nous la concevons comme une configuration textuelle qui s'organise par rapport à des genres différents, un îlot de genres, qui la constituent comme une pratique porteuse d'un ensemble de régularités et de différences. Et si l'on regarde la praxis des souffrants de très près, on y voit cohabiter plusieurs genres, attachés à des dispositifs spécifiques et à des modes de communication différents, mais qui offrent tous un espace d'écoute afin que les souffrances puissent trouver un lieu d'expression, et que l'on peut répartir en deux sphères, plus ou moins institutionnalisées dans notre société : une sphère qui regroupe des genres oraux, soit à distance, comme le téléphone, soit en face à face, comme la consultation d'un psychanalyste, d'un psychologue libéral ou d'entreprise, d'un médecin du travail, d'une assistante sociale ; une sphère qui privilégie l'écrit, comme le courriel que l'on peut adresser à une association dédiée à l'entraide, ou comme d'autres modes de communication médiée, à l'instar du webchat, des blogs ou des forums.

Pour revenir à notre corpus, on peut rappeler que le tchat entre dans la catégorie des énonciations interactionnelles, organisées en temps réel, autour de ressources écrites. Il peut avoir plusieurs visées en fonction de la spécificité de la praxis qui l'abrite. Sur un site de rencontre ou sur plateforme e-commerce, les visées ne sont pas les mêmes. En tant que discours produit au sein d'une praxis liée au mal-être, la visée du tchat dans un contexte interactif est à la fois d'améliorer la vie des personnes en situation de souffrance et de les inciter à libérer la parole. Dans de tels cas, les interactions entre le souffrant et l'écouter ont pour principale caractéristique d'être construites

collectivement, ce qui implique que les deux instances doivent s'accorder sur les contraintes du genre qu'elles ont choisi pour communiquer en milieu associatif, et dans lequel elles se trouvent conjointement engagées. Et dès les premières séquences d'ouverture du tchat, les principales normes génériques sont mises en place et codifiées. Les écoutants, on le lit dans les échanges, lui allouent un environnement – qui repose sur un mode de communication écrit dans une dynamique conversationnelle (Maccoccia 2000) –, une sphère énonciative bien définie – celle en temps réel, à distance et dans l'anonymat total –, une visée – celle de l'écoute dans un format d'interaction dialogale –, un support commun – l'écran de l'ordinateur, l'architecture interactive de l'interface du site dans les cadres délimités par l'écran où la lecture et l'écriture des messages s'élaborent sur le même support électronique et interactif permettant de communiquer par écrit de façon quasi instantanée –, un public ancré dans une communauté de communication spécifique – des personnes en situation de souffrance –, une temporalité de l'instantanéité – deux personnes connectées simultanément sur un dispositif numérique où les interactions se déroulent plus ou moins rapidement sous la contrainte du temps que nécessite la saisie du texte et son envoi sur le serveur de l'association –, et peut-être une langue comme on va le voir tout de suite.

#### **4 La langue brève des souffrants**

Nous l'avons rappelé plusieurs fois ci-dessus, le tchat est un mode conversationnel écrit en temps réel, entre deux interactants distants. Les deux sont connectés simultanément et sont sous la pression du temps pour échanger tour après tour. Car l'organisation temporelle de l'activité conversationnelle médiée par un support numérique est déterminante dans la mise en forme de la dynamique conversationnelle : il y a le temps de la saisie du message et le temps de sa lecture qui indiquent l'engagement dans la conversation médiatisée ; comme il y a le temps d'accès au tchat lui-même, souvent saturé et lent, et le temps de l'échange, un écoutant ne peut pas consacrer toute la soirée à converser avec un seul souffrant. Le temps est donc compté, les tours de parole sont rédigés dans l'urgence qu'impose le maintien du rythme de la conversation. Les interactions se font en temps réel, et les temps de la lecture et de l'écriture sont très proches. Cette proximité temporelle brève fait que les deux activités s'enchaînent l'une après l'autre dans un rythme quasi-immédiat, car pendant que le souffrant raconte en écrivant, l'autre l'écoute en le lisant, et inversement. Alors que le courriel est un mode de communication sans coprésence, écriture et lecture sont sur

deux registres temporels disjoints (voir Ablali & Widerspiel 2017b), dans le tchat, l'écriture prend le relais immédiat de la lecture, puisque tout écrit attend en retour un autre écrit, et toute absence de réaction ou de silence momentané ou prolongé provoque une relance immédiate, comme en témoignent ces exemples :

« car déjà une thérapie et une hospitalisation il y a 10 ans pour TS: **vous êtes là?**  
**oui oui; je réfléchis à ce que vs me dites** »  
« pourquoi me ment il: **vous êtes là.** oui bien sur, **je voyais que vous étiez en train d'écrire un message**, donc je l'attendais »  
« **vous êtes là?** j'ai l'impression de faire un monologue »  
« **vous êtes là** pour écouter, non?. ben oui... si vous écrivez qqch, oui !!! »  
« **vous êtes là?**  
sans signe de vous , je vais devoir déconnecter... »  
« si vous taper un message, il faut taper sur la touche "entrée" pour que votre message arrive jusqu'à moi  
il y a quelqu'un?????????????. oui, je lisais attentivement »

Ces extraits attestent sans ambages de l'effet des contraintes du bref sur la fluidité des tours de parole ; on y voit comment la brièveté du temps et la rapidité de l'échange servent de canevas pour configurer le lien entre le souffrant et l'écouter, à partir d'un dispositif standardisé – l'interface du tchat mise en place par l'association « Y ». L'immédiateté du tchat retentit ainsi dans la linéarité des échanges. C'est ici que surgit, à travers l'exigence d'interagir en continu et l'envoi rythmé de messages, l'impact du genre sur les faits de langue. La valeur sémiotique de la brièveté du tchat, intimement liée à la contrainte textuelle du genre, est d'ordre temporel : le message du souffrant est improvisé devant un écoutant qui le suscite dans l'empiricité de l'instant, dans le cours d'un échange, sans recul ni préparation. Plaçant la spécificité du tchat comme genre bref, et non comme forme brève, du point de vue de la temporalité et non du côté de la réduction de la longueur textuelle, car les interactions peuvent parfois s'étendre sur plusieurs lignes, le tchat joue sa légitimité et sa singularité comme genre en faisant dialoguer des corrélats génériques multi-niveaux qui rendent possible un texte et que ce texte rend possible. Cette contrainte rythmique, susceptible de se défaire à chaque instant, explique sans doute pourquoi le recours à des formes linguistiques brèves est indispensable pour marquer la co-présence et la performativité de l'échange. Les



souffrants plus que les écoutants, comme on le verra plus bas, adoptent des formes linguistiques adaptées aux lieux dans lesquels ils se situent, car si les interactants dans le tchat sont confinés dans une temporalité quasi simultanée, la synchronicité de l'échange confère au texte un rythme soutenu et une dynamique d'expression qui influent sur plusieurs plans du texte. Pour résumer, y a-t-il des traits déclarés spécifiques de cette volonté d'échanger en temps réel, que les participants mobilisent dans le cours de leurs échanges, dans une temporalité brève et un rythme soutenu ?

Au point de vue de la forme, la majorité des interactants utilisent au niveau de la ponctuation, un des axes où se manifeste le plus la singularité d'un genre, un éventail de marques de ponctuation très limitées, dans un souci de rapidité et d'efficacité. C'est la virgule qui est employée en abondance dans les tchats. Et parmi les ponctuations les plus absentes du corpus, mentionnons d'abord la très faible occurrence du point. De manière non surprenante, les échanges se caractérisent également par une représentation significative du point d'interrogation – dont l'usage est lié à l'aspect dialogique du tchat –, des points d'exclamation et des points de suspension – marqueurs d'une ponctuation expressive.

Cette sous-représentation du point au profit de la virgule demeure remarquable dans tous les échanges :

« je n'ai pas vraiment d'amis sur qui compter quand je veux parler, juste mes parents. et je n'ai pas eu de relation amoureuse depuis 1997, ce qui me manque le plus »

« la fin de l'année correspond à une période que j'adorais quand j'avais 20 ans (j'ai 35 ans) mais j'ai été très malade à 22 ans et tout c'est finit brutalement, je ne sais pas justement, je suis très timid, j'ai un job, je suis pas moche (je suis un homme), je suis intelligent, mais je manque de confiance, je ne sais pas si je suis resté bloqué sur ma dernière histoire d'amour, après 13 ans cela devrait être du passé ? »

L'absence du point est à souligner aussi au niveau de la clôture des tours, les échanges se terminent sans ponctuation clôturante :

« que puis-je pour vous ce soir?  
J'ai 16 ans je viens d'entrer au lycée  
Et je suis tombé très bas

Je vais en cours irrégulièrement  
je déprime  
Je me renferme chez moi  
Je n'en peux plus  
J'ai essayé d'aller en cours hier  
Et je me suis fait insulté de "tapette pédé etc" par mes camarades  
Pourtant je me suis réellement forcé à aller en cours  
En me disant que ça allait changer mes idées  
Je suis si fragile  
Mais quand je déprime je deviens très agressif  
Je ne veux pas que les gens aient une mauvaise image de moi  
Tout le monde m'évite m'insulte se moque de moi »

« d accord, je comprend, à vrai dire si je viens ici c est que j ai absolument besoin de parler sinon je sens que je vais flancher, je n ai plus personne à qui parler dans la vie, à part mes parents mais je les sens attristés de me voir dans cet état, il y a 3 jours j ai subi une separation, pas amoureuse mais amicale, c etait ma meilleure amie, ma soeur, et elle etait un peu la seule à qui je parlais , mes sorties je les faisais avec elle, mes relations c etait ses amis à elle, aujourd'hui je suis seule »

« je vais perdre mon travail très bientôt cela me rend folle je ne sais pas comment je vais gérer cette solitude, sans argent je vais devoir arrêter de voir ma psy que je ne pourrai plus payer, j aurais bien besoin d une thérapie mais recommencer avec quelqu'un d autre me met très mal à l aise, cette psy me connaît et m a suivi plusieurs mois, je l ai recontactée il y a 3 semaines pour recommencer des séances et là je ne pourrai même plus me payer le "prix" d un soutien psychologique, j ai peur et je suis à 2 doigts de la depression »

Comme le montrent ces exemples, les souffrants utilisent les signes de ponctuation qui divisent la phrase mais pas ceux qui la clôturent. Signe de pause forte, le point est rarement utilisé, car dans le tchat plusieurs parties du corps sont sollicitées, l'œil qui lit, les doigts qui saisissent et le cerveau qui réfléchit pour répondre. Ceci conduit à revenir encore sur les effets cognitifs de l'immédiateté sur la textualité des interactions médiatisées en messagerie instantanée. Le point est d'un usage technique parfois

coûteux, nécessitant souvent le déclenchement de deux touches du clavier pour être activé, ainsi que la mise en place de la majuscule une fois employé. Mais comme les souffrants sont sous l'effet d'une temporalité oppressante brève, exigeant une réactivité soutenue, le recours à toute forme permettant une économie de signes dans la transmission d'un message sur le dispositif du tchat est un procédé précieux pour marquer la co-présence des interactants.

Quant à la coupe de la phrase, représentée dans notre corpus par la fréquence écrasante de la virgule sur les autres ponctèmes, nous retrouvons ici l'idée d'un signe de ponctuation étroitement lié aux prérogatives de la vitesse du temps de l'échange et à l'aspect explicatif des séquences du récit de souffrance, plus proche d'une pratique oralisée de la ponctuation que des normes grammaticales généralisées, avec une surponctuation faible séparatrice, où la virgule demeure le signe le plus emblématique du tchat. C'est dans ce sens que J. Drillon rappelle que « la langue, dès lors qu'on l'écrit telle qu'on la parle, se trouve envahie par les virgules » (1991 : 73). La virgule répond ainsi à la continuité et au rythme du tchat comme genre bref, en tant que vecteur de séparation qui contribue à saccader le tempo des interactions sous forme de pauses courtes récurrentes, multipliées souvent au grand dam des normes de la ponctuation.

Cette surreprésentation de la virgule, qui pourrait parfaitement dans bien des configurations être remplacée sans dommage par le point ou le point-virgule, permet également le déploiement de la narrativité de la souffrance sur plusieurs plans temporels, le discours du souffrant passant de son état d'âme présent aux douleurs du passé, non sans l'anticipation d'actions à venir. En effet, dans ces récits de souffrance envoyés sur le serveur de l'association « Y », sous forme de messages tchatés, la virgule est souvent corrélée à la volonté explicative de l'énonciateur souffrant cherchant à mettre les mots justes sur l'indicible : elle permet ainsi de marquer la division, la juxtaposition et l'explication des causes de la souffrance qui se suivent dans le temps. Ce foisonnement des virgules est destiné donc à porter la clarté dans le discours du souffrant et montre les rapports qui existent entre les parties du récit. En donnant des noms, des dates, en rappelant des événements et des faits vécus, dans des messages sans point, on voit clairement le souffrant se débattre entre un passé qu'il éprouve le besoin de convoquer pour se présenter à l'écouter, et un présent visiblement dépourvu de véritable avenir :

« Bon et bien d'accord, je souffre horriblementt, quand j'étais très jeune, mes parents m'enfermaient dans le noir quand je pleurais ou que je n'étais pas très calme, ils éteignait tout

ce qui était source de lumière dans ma chambre et j'hurlais jusqu'à ce qu'on m'cherche dans ma chambre, je me suis prise de vrais coups, mamère qui avait toujours quelque chose contre moi, c'était coups de pieds et dans ma chambre, elle se défoulait »

« j'ai 23 ans, je suis un homme, et j'accorde une importance primordiale à l'amour dans ma vie, pour moi, l'amour est au-delà de toutes les priorités, c'est l'un de mes buts dans la vie, d'être heureux en amour, et ce but, pour moi, c'est être avec quelqu'un qui m'aime, que j'aime, avec qui je partage tout ce que j'aime, et vice versa. C'est cette personne que j'ai rencontrée en Novembre de l'année dernière, on s'est rencontrés, on a discuté, et tout de suite nous avons accroché, ce que j'ai vécu à ce moment-là, jamais je ne l'avais vécu ailleurs, elle était parfaite, on aimait les mêmes choses, on développait une complicité sans pareil...

On n'est jamais rentré en conflit l'un vers l'autre, on discutait pour éviter le conflit, on a fait tant de choses ensemble, pour moi c'est une première d'arriver à un si haut point d'amour pour quelqu'un. J'entretenais d'excellentes relations avec sa famille, ils m'apprécient et j'y suis accepté. La semaine dernière, nous avons été en week-end autour de Paris, tout s'est très bien passé, elle était bien, souriante... Comme à son habitude

Après ce séjour, dimanche de la semaine dernière, je la ramène à son appartement, et là elle m'avoue que sa nuit a été un certain moment, quelques semaines, qu'à l'intérieur d'elle, c'est vide, c'est mort. Qu'elle n'arrive plus à ressentir des sentiments que ce soit pour moi, pour ces parents, pour ces amis etc... Le choc est de taille, elle ne sait pas où elle va dans sa vie, elle se sent perdue, et elle veut reprendre sa vie en main, et c'est donc sur ces motifs qu'elle ne veut plus qu'on se fréquente, qu'entre nous, c'est fini ».

« C'est à cause de ce dossier que vous vous laissez glisser ?

entre autres choses, mon divorce, l'incarcération de mon père, le rejet de mes parents, la déception de la franc-maçonnerie

je ne crois plus en l'avenir, je ne suis qu'une plaie

et pourtant j'ai tout fait, j'ai été honnête, droite, volontaire et au résultat je suis un travailleur pauvre, harcelée au boulot »

Comme on le lit dans ces trois extraits, les virgules sont employées dans des énoncés mal coupés syntaxiquement, mais bien cousus sémantiquement, car si cette pléthore de virgules s'accélère souvent en une précession qui donne le tournis, elle contribue aussi à ordonner les causes du mal-être : les souffrants reviennent sur les

épisodes de leur vie jusqu'au moment du tchat avec « l'association Y » (« je souffre horriblement », « qu'entre nous, c'est fini », « je suis un travailleur pauvre, harcelée au boulot ), sans opter pour le point pour baliser les séquences du récit ou pour clôturer la fin des messages. L'usage abondant de la virgule devient une marque du genre qui sert à relier des phrases en asyndète, avec des séquences qui correspondent à des moments successifs du récit, et qui montrent parfois le caractère disparate des causes de la souffrance et leur absence d'articulation logique, d'où le désir d'entrer en contact avec les bénévoles de l'association pour comprendre ce dont souffre le tcheteur.

D'autres formes linguistiques brèves, répondant également à des impératifs rythmiques, contribuent à donner aux récits des souffrants une dynamique interactive, en faisant assujettir la syntaxe à l'immédiateté du tchat.

Dans le but de raccourcir leurs messages, les souffrants plus que les écoutants, contraints à la rapidité dans la rédaction et la lecture, sont amenés à la concision aussi bien thématique que formelle. Dans les premières séquences de chaque échange, on voit, de façon récurrente, le souffrant éprouvant le besoin d'être bref et précis. L'attestent clairement des formules de ce genre :

« Disons que si je peux vous **résumer** ma vie , je suis un homme de 19 ans »

« si je devais **résumer** l'expression clinique de ma maladie : c'est 90% du temps en dépression et à peine 10% de "mieux" »

« en fait mes problèmes peuvent se **résumer en 1 phrase** :: dès qu'il s'agit de moi, personnellement, moi tout va de travers et il n'y a + rien de logique

« **en gros** pour **résumer** ma copine s'enfonce dans le trou depuis la perte de la jument de sa vie »

« qu'est-ce qui est à l'origine de votre dépression? le savez-vous

il y a plusieurs chose: mais on peut le **résumer** ainsi : ma vie est pourrie: **résumé** facile, je sais »

« je vous expose **brièvement** la situation: je suis une thérapie suite à de nombreux épisodes dépressifs que j'ai eu ces dernières années »

Ces extraits montrent clairement que faire bref, c'est choisir plutôt qu'étaler. Il s'agit ainsi avant tout pour les bénévoles de ramener le souffrant à formuler un condensé écrit des causes de sa souffrance. Et c'est ce condensé, comme molécule générique des tchats, qui assure l'unité du genre, avec des messages pilotés par la même

visée pragmatique, tous traduisant une intention de raconter son mal être dans une même stratégie discursive, observable à travers des régularités qui témoignent du caractère relativement stable et normé du genre dans lequel tous les souffrants, dans leur diversité, racontent leur souffrance dans des textes individués :

- « car ce soir je suis tres mal angoisseetcje sais pas quoi faire »
- « je me sens mal , tres mal , seule , avec un profond sentimen »
- « j'ai tellement mal que j'ai envie d' en finir »
- « mais je me sens extremement mal , du matin au soir »
- « je suis tres mal , perdue , seule extremement seule »
- « en ce moment je me sens tres mal : j' ai découvrir mon homosexualité »
- « j' ai pas le moral : me sens mal dans ma peau : comme une merde »
- « je me sens salis , mal dans mon coeur dans ma tete »

Ainsi se rencontrent dès l'ouverture des tchats et avec une forte fréquence des phrases posant clairement la visée de l'échange, que nous avons appelée plus haut une « molécule générique », qui est un regroupement de plusieurs variables différentes accomplissant une fonction textuelle bien déterminée, mais jamais formulée explicitement en tant que tel dans le texte, et qui émane d'un groupe d'énonciateurs, tous souffrants et éprouvant le besoin d'en parler. Le tchat mène ainsi le sujet-écrivain vers une survie, qui rapproche des textes par ailleurs tous différents. En s'ouvrant à l'altérité, les souffrants trouvent une forme d'accomplissement dans les interactions qui montre la dimension cathartique de l'échange. À cet égard, le tchat est appréhendé comme une fin en soi et non comme un moyen pour acquérir un remède ou une solution médicale, comme le montrent ces extraits :

- « en fait, ce soir si je suis venu vous parler, c'est pour parler, quand je vois mon psy, je lui rappelle que mon médicament, c'est la parole »
- « ça m a soulagée de pouvoir vous parler et lacher un peu de mon fardeau (il est tellement lourd, du moins, j en ai l impression ) »
- « je me sens mieux: ça fait du bien c'est libérateur »
- « vous savez c'est bien le chat parce qu'une fois écrit, en relisant, ça semble moins dramatique ».
- « c'est pourquoi j'ai utilisé le chat car je me soulage en parlant »

« le chat est un moyen plus facile de vider un peu son sac en espérant l'alléger au téléphone, pour ma part, les mots restent bêtement bloqués »

Dans ces extraits on voit clairement que malgré les diverses causes de la souffrance, les souffrants forment ce que nous appelons une « communauté générique », et non une communauté discursive (Ablali 2018), terme qui désigne un collectif écrivant dans le même genre, où les individus et ce qui leur est propre s'effacent devant une figure globale, pour désigner une communauté langagière génériquement structurée, où les membres ne se rencontrent pas forcément, n'échangent pas, mais partagent le même genre en écrivant ou en parlant. Un partage qui dicte aux membres de la communauté les instructions langagières à suivre pour l'organisation de leur texte, la façon de se rapporter à soi et aux autres, la posture énonciative à adopter, la façon de convoquer telle ou telle structure syntaxique, argumentative ou rhétorique. Autrement dit, la souffrance dans sa diversité constitue un fonds commun pour les souffrants sans être reconnue en tant que telle. Mais lorsqu'on se penche sur la façon dont ils s'inscrivent en tant qu'énonciateurs dans la matérialité textuelle pour mettre en place l'expérience vécue, ils forment, sous l'effet de la brièveté du genre qu'ils ont choisi comme mode de communication, une communauté de tchateurs souffrants marquée par des variables linguistiques communes.

Certes ces micro-récits consistent en des interactions écrites, mais les faits de langue que l'on y observe de façon fréquente s'apparentent à de l'« oral spontané ordinaire ». D'ailleurs le verbe « parler » est fréquent dans les échanges quand l'un des interactants veut signifier sa participation à la conversation :

« bonsoir besoin de **parler** à quelqu'un ».

« ca fait longtemp que j'essaye de **vousparler**, enfin j'ai réussi »

« Voulez vous **parler** , mettre des mots sur votre mal-être, je reste à votre écoute. »

« c'¥"est la première fois que je découvre votre site, très intéressant, oui je m'ennuie, et je ressens ce besoin de **parler** ce soir ».

« j'ai un probleme: et j'aimerai en **parler** »

« Merci je suis un homme de 57 ans et je suis ici pour **parler** un peu de ma situation »

« il me semble que ce lieu est fait pour **parler** de ¥"vos pépins¥"

Le niveau morpho-syntaxique témoigne également de cet effet de la brièveté des

tours de parole sur la langue des souffrants, dans une forte unification configurationnelle, où convergent plusieurs procédés de raccourcissement traditionnels propres aux échanges synchrones et dont le but est de raccourcir l'aspect graphique du message de manière que le message soit transmis plus rapidement à l'interlocuteur. Ces procédés qui sont directement déterminés par la spécificité temporelle des interactions, permettent d'écrire plus vite ; ils vont de l'abréviation par apocope – qui consiste en l'amputation d'un ou plusieurs phonèmes en fin d'un mot–, par exemple h. (homme), f (femme), « q » (quelque), « pe » (peux), « pa » (pas), « paniq » (panique), jusqu'à la syncope (s'effectue par la suppression de quelques lettres à l'intérieur du mot) exemple bsr (bonsoir), « dsl »(désolé), grd (grand), « ns » (nous), « ds » (dans) , en passant par des phénomènes graphiques comme l'usage très fréquents des syllabogrammes, remplaçant plusieurs lettres voire un ou plusieurs mots ayant la même sonorité « c » (c'est), « g » (j'ai).

Ici une petite parenthèse s'impose pour souligner que ces phénomènes graphiques et linguistiques qui offrent l'avantage de la brièveté et de la concision ne sont pas la conséquence du médium numérique, mais du rapport spécifique au temps qu'impose la temporalité du dispositif du tchat. De façon opposée, nous avons montré dans une autre étude que les courriels (voir Ablali & Wiederspiel 2017a et 2017b), comme genre de discours, utilisés par des souffrants démontrent à l'évidence, parce qu'ils sont libres des contraintes du temps, que ces textes numériques relèvent bien d'une culture de l'écrit (Goody), où la réduction des marques morphologiques est très peu utilisée.

## **5 Remarques conclusives**

Ce n'est pas le support ou le médium qui dicte ses normes, mais le genre et sa temporalité propre dans lequel le texte s'insère. Le courriel et le tchat, comme supports de communication que l'association « Y » met à la disposition des personnes en situation de souffrance, empruntent le même canal, les deux sont des écrits d'écran (Souchier), mais les manifestations discursives de l'ethos souffrant, prennent sous la contrainte du genre, la forme de deux mimésis différentes. Celle du tchat que nous avons observée ici, en tant que genre bref, non au niveau de l'étendue et de la dimension discursives, mais au niveau de la temporalité immédiate, est indissociable de l'expérience du temps vécu par le sujet souffrant. C'est parce qu'il y a du temps qui passe vite que le tchat ne peut donc se penser en dehors de son inscription dans le temps. Une inscription prise dans un flux temporel fondamentalement lié à l'acte de raconter sa



souffrance. Ainsi se met en discours, à travers des corrélats génériques appartenant à plusieurs composantes du texte, la manière dont l'expérience temporelle de la brièveté, dans son caractère non observable directement, se donne à entendre à travers, dans, le genre.

De ce point de vue, c'est à travers la temporalité quasi-simultanée de l'échange que la brièveté du genre prend sens, lorsqu'elle est prise dans le tout de la molécule générique, qui ne se révèle pleinement que dans l'après-coup. Parce que les différents corrélats génériques saillants que nous avons décrits plus haut ne peuvent se manifester autrement que comme des indices d'un genre bref, dans lequel ils sont intriqués comme les pôles d'un aimant.

## Références

- Ablali D. (2015). Sémiotique de l'épistolarité numérique d'un public en situation de souffrance. In Ablali D., Badir, S., Ducard, D. (dir.), *En tous genres. Normes, textes, médiations*. Louvain-la-Neuve : L'Harmattan-Academia, 11-24.
- Ablali, D. & Wiederspiel B. (2015). Quand le lien numérique maintient le fil narratif des personnes en souffrance. *Communication & Langages n°186. La souffrance à proximité : écrits du mal-être d'un public en ligne*. Paris : Ed. Necplus, 77-98.
- Ablali D. & Wiederspiel B. (2017a). La médiation du monde numérique en situation de souffrance. In Badir, S. & Provenzano, F. (dir.), *Pratiques émergentes et pensée du médium*. Louvain-la-Neuve : L'Harmattan-Academia, 177-199.
- Ablali D. & Wiederspiel B. (2017b). *Ethos et mode de circulation des affects dans deux genres d'écrits numériques*. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*.  
<http://journals.openedition.org/rfsic/2921> ; DOI : 10.4000/rfsic.2921
- Ablali D. (2018). Quelques pistes théoriques et descriptives pour (dé)masquer les genres. In Ablali, D & Oztin Passerat, D (éds), *Les masques du discours*. Istanbul : Yılma Anka, 164-182.
- Dessons G. (2015). *La voix juste. Essai sur le bref*. Paris : Éditions Manucius.
- Drillon J. (1991). *Traité de la ponctuation française*. Paris : Gallimard.
- Goody J. (2007). *Pouvoirs et savoirs de l'écrit*. Paris : La Dispute.

- Latour B. (2012). *Enquête sur les modes d'existence. Une anthropologie des Modernes*. Paris : La Découverte.
- Marcoccia M. (2000). La représentation du non verbal dans la communication écrite médiatisée par ordinateur. In *Communication et organisation* 18, 265-274.
- Rastier F. (1989). *Sens et textualité*. Paris : Hachette.
- Rastier F. (2011). *La mesure et le grain*. Paris : Champion.
- Souchier E. (1996). L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique. In *Communication et langages* 107, 105-119.

## Brièveté des titres & signalétique

**BOSREDON Bernard**

**(Sorbonne nouvelle – Paris3, unité de recherche CLESTHIA)**

### Résumé

*Un bref rappel historique du développement de l'imprimerie et de l'édition permet de conclure à un abrègement continu du titre conduisant à un nouvel objet sémiotique. La page de résumé qu'était le « colophon » des livres anciens est devenu un outil permettant d'identifier chaque livre, à la façon dont un nom propre identifie de façon unique et pérenne un objet singulier. Les titres-résumés primitifs n'avaient pas la capacité de désigner des objets singuliers. Mais les nouveaux titres, en identifiant leur objet tout en les décrivant sommairement, sont devenus disponibles pour identifier les tableaux ou d'autres types d'artefacts esthétiques. Parallèlement, les titres ont présenté progressivement des traits linguistiques spécifiques propres à leur domaine d'utilisation (livres, peintures, etc.). J'appelle « Signalétique » cette structuration spécifique des titres relativement à leur domaine d'usage. Elle offre une perspective intéressante pour expliquer, d'un point de vue pragmatique, la « fabrique » des titres.*

### *Briefness and Signaletics*

*A brief historical survey of printing and publishing activities shows a continuous shortening of the title so that it turned into a new semiotic object. The primitive « colophon » in ancient books — a résumé-title page — became, around the 17th century, a linguistic device for identifying books, just like proper names, uniquely referring expressions, identify individual objects. Primitive résumé-titles could not refer to particulars but, as they became a mix of an identifying expression and a brief description, modern titles became available for the identification of paintings and of other works of art. Moreover, titles progressively acquired specific linguistic features according to their domain of application (books, paintings, etc.). I call « Signaletics » this specific structuring of titles according to their usage domain. This semantico-lexical model can be considered as a productive way of describing the « making of titles » from a pragmatic point of view.*

簡潔表現と指標論

印刷と出版の歴史を概観すると、書名が絶えずより短くされていったこと、そしてここから新しい記号学的対象の生成にいたることが理解できる。昔の本の奥付（コロフォン）は内容の概要を記したもので、固有名詞が唯一物を単一のものとして永続的に同定するのと同様に、奥付がそれぞれの書籍を同定する指標となった。要約として機能していた元来の書名は唯一物を同定することができなかつたのである。しかし、新たに出現した書名は唯一物を簡潔に記述すると同時にそれを同定するという機能を得たことで、絵画や他の芸術作品を同定する作品名（タイトル）への適用範囲の拡大が可能になった。並行して、作品名は書籍や絵画などその使用域ごとに特有の言語特性を示すようになっていった。私は諸使用域に対して作品名が持つ特有な構造を「指標論」*signalétique*と呼んでいる。指標論は語用論から見て、作品名の「制作」プロセスを説明するにあたって興味深い視点を提供してくれる。

## 1 Introduction

Peut-on dire que les titres sont brefs ? Un simple comptage des mots qui les composent donne déjà une indication empirique sur leur longueur. Et pourtant la question résonne bizarrement car la brièveté ne peut s'apprécier que de façon relative. Or nous n'avons pas de point de repère pour estimer cette supposée brièveté à moins de rappeler une évidence : les titres sont plus courts que ce qu'ils intitulent ! On conviendra que cette remarque banale a quelque chose d'absurde si l'on tient compte des titres picturaux puisque leur longueur ne peut pas être comparée aux dimensions d'une toile... Ainsi, entre incohérence et truisme, nous nous trouvons devant une énigme restée jusqu'ici sans solution.

Pour élucider cette énigme, nous commencerons par retracer la genèse des titres et pour éviter tout réductionnisme ou toute généralisation abusive, nous choisirons d'analyser deux domaines apparemment disjoints, les livres et les tableaux. Nous montrerons ensuite comment est née la forme moderne de l'intitulation des livres en abandonnant leur fonction initiale de résumé au profit de celle d'identifiant d'une œuvre unique.

Enfin nous verrons comment cette innovation a fait du titre une formule sémiotique exportable à d'autres domaines en examinant l'ensemble des facteurs, pragmatiques et sémiotiques, qui contribuent à engendrer la *signalétique de titres*.<sup>146</sup>

---

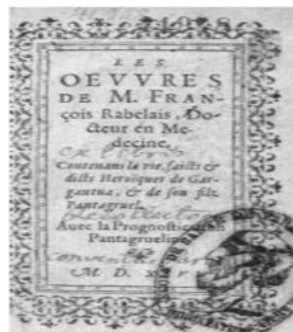
<sup>146</sup> Pour le titre de presse qui n'est pas concerné par la question de l'identification on se reportera au livre de Françoise Sullet-Nylander (Sullet-Nylander, 1998).

## 2 Emergence des titres de livres

### 2.1 Des proto-titres à la page de titre

Les proto-titres appelés *colophons* concernent aussi bien les manuscrits que les premiers livres imprimés. Placé à la fin du texte, le colophon tient lieu de note finale comportant certaines informations comme le nom du copiste ou la date à laquelle la copie a été faite (Genette, 1987 : 62). Mais il peut aussi indiquer le commencement du livre avec l'expression latine *Incipit* (« ici est le début du livre »). On constate que ces proto-titres ne sont pas clairement autonomes par rapport au texte intitulé et rien ne semble enfin contraindre la longueur des proto-titres sinon les limites qu'impose leur place, au début ou à la fin du livre.

Genette (*ibid.* : 63) date l'apparition de la page de titre à partir de la période 1475 – 1481. Mais c'est à la Renaissance française au XVI<sup>e</sup> siècle que le titre acquiert une grande importance. Comme le rappelle Robert Brun, « On y voit apparaître peu à peu les renseignements bibliographiques qui, dans les incunables<sup>147</sup> étaient reléguées au colophon, c'est à dire à la fin » (Brun, 1948 : 45). Avec quelques variantes observables dans les figures ci-dessous, on trouve d'abord le sujet du livre avec des indications diverses ; elle contient le titre proprement dit ou plus exactement cette partie de la page-titre qui peut être retenue dans un titre contemporain (nom du personnage central, par exemple, comme ici). Cet élément est plus ou moins distingué du reste du texte par une typographie différente. On y lit aussi le nom de l'auteur avec ses titres, ses fonctions et ses qualités, le tout étant complété par un résumé du livre. Nous sommes avec Rabelais à une époque charnière où la présentation des différents modules n'est pas encore parfaitement stabilisée.



Les œuvres de M. François Rabelais, docteur en médecine, contenant (*contenans*) la vie, faits (*faits*) et dits (*dits*) héroïques de Gargantua, et de son fils Pantagruel. Avec le pronostic pantagruelin (*la Pronostication Pantagrueliné*). M.D.XCVI. (1596)

figure 1

<sup>147</sup> Livres qui datent des premiers temps de l'imprimerie en 1500, tirés à peu d'exemplaires

## 2.2 Troisième temps : le titre moderne, la simplification

La page de titre ci-dessous (figure 2) se simplifie et affiche trois indications majeures désormais bien établies : le nom de l'auteur, le titre du livre, la source éditrice (éditeur, collection, etc.). On élimine les autres informations comme l'argument-résumé du livre. On mesure rétrospectivement le chemin parcouru au cours d'environ trois siècles d'imprimerie en comparant la page de couverture de la figure 2 et celle de la figure 3 :

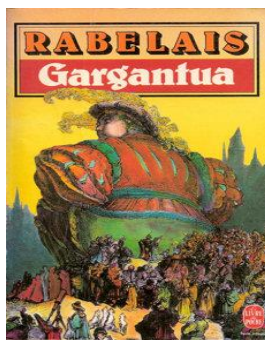


figure 2 (XXe)

nom de  
l'auteur  
titre du livre  
collection  
du  
Livre de  
Poche

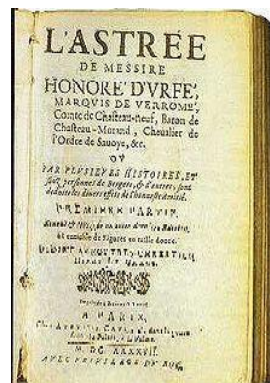


figure 3 (XVIIe)

L'ASTREE  
DE MESSIRE  
HONORE D'URFE  
MARQUIS DE VERRONE  
Comte de Château-neuf, Baron de  
Château-Murand, Chevalier de  
l'Ordre de Savoie, etc.  
Où  
*PAR PLUSIEURS HISTOIRES ET sous  
personnes de Bergers et d'autres, sont  
dédiés les divers effets de l'honneste  
amitié*  
(...)

## 3 L'usage du titre dans la peinture, rappels (Bosredon, 1997)

Lorsque la peinture commence à produire des œuvres intitulées, l'abrègement des titres de livres est déjà bien avancé et a dégagé les modules majeurs : le nom d'auteur, le contenu, la source (voir *supra* figures 2 et 3). La peinture hérite donc d'une pratique moderne de l'intitulation dont nous précisons la spécificité dans cette section.

### 3.1 Transfert de la forme moderne du titre de livre à la peinture

Parallèlement aux livres mais plus tardivement, les peintures sont à leur tour identifiées par leur titre. Contrairement aux textes, les peintures ne « portent » pas le titre dans la toile, ce qui n'interdit pas la présence d'inscriptions dans la peinture même. Cet usage s'étend à toutes les œuvres avec le développement des collections. Pas de résumés, pas d'indications longues comme dans les titres des premiers livres. Avec le développement du musée au XIXe, les titres renforcent leur autonomie ; le cartel sur le cadre du tableau dans lequel ils s'insèrent comporte d'abord le nom du peintre<sup>148</sup> et,

---

(*Encyclopedia Universalis*, Livre 11, page 152, a).

<sup>148</sup> Nouant ainsi une relation forte entre l'identité de l'œuvre par son titre et l'identité de l'auteur par sa

plus rarement, le nom du propriétaire ou du donateur. Ce dispositif, qui s'est maintenu jusqu'à aujourd'hui, se met en place progressivement en trois étapes principales.

### 3.2 Les trois périodes de l'intitulation picturale

Les titres n'ont pas de véritable existence avant la Renaissance et se limitent à des désignations ou des dénominations relevant d'un répertoire connu. Ainsi, dans la correspondance de l'artiste à son commanditaire ou, réciproquement, dans celle du futur acheteur à l'artiste, le tableau est désigné par le biais du « sujet à peindre ». Par exemple, le peintre Dürer parle principalement de *Vierge* ou de *Notre Dame*, d'un mythe chrétien l'*Apocalypse*, de la *Crucifixion*. En français, c'est par une indication minimale — la détermination par l'article indéfini ou par une détermination adjectivale (une *Vierge*, une petite *Passion*) — que l'on comprend qu'il s'agit de la représentation picturale d'un « sujet de peinture » :

« M. Georges Thurzo m'a prié de lui faire une image de la Vierge dans un paysage... » (Dürer, 1964 : 88) ; « De là, je suis allé jusqu'à Bamberg et j'ai offert à l'évêque une image peinte de Marie, la *vie de Notre-Dame*, une *Apocalypse*... » (*ibid.* : 111) ; « Sebald Fisher m'a acheté à Anvers 16 Petites Passions pour 4 florins. » (*ibid.* : 114).

Ces désignations ne peuvent être comprises comme des titres identifiant des peintures de façon singulière. Au cours de la Renaissance également les peintres puisent les titres dans un répertoire de personnages ou de situations emprunté à la religion ou à la mythologie gréco-latine. Ils sont par conséquent parfaitement connus avant que la représentation picturale n'ait été réalisée comme, par exemple, ce tableau du Titien ou cet autre de Raphaël que nous connaissons aujourd'hui respectivement par les titres de *La Vierge et l'enfant* (Titien), et *Galatée* (Raphaël). C'est à partir du XVIIe que commencent à apparaître des choix plus personnels avec cette nativité de Georges de la Tour de 1648 présentée ci-dessous (figure 4) et dont le titre, *Le Nouveau-né*, est un titre profane qui rompt clairement avec les titres convenus (*Nativité*, *La Vierge et l'enfant*, etc.).

---

signature. On notera que parallèlement au livre la peinture exige d'être rattachée explicitement à un auteur sous la forme de la signature. Celle-ci cumule à la fois les indications de la source émettrice (éditeur) et celle de l'auteur, présentes chacune séparément sur la couverture d'un livre.



Le Nouveau-né (Georges de la Tour, 1648)

**figure 4**

On observe dans la période suivante une plus grande diversité des titres qui finissent par déborder du cadre étroit de la tradition. On constate également un « décollement » progressif du titre par rapport à la peinture ou, plus exactement, par rapport au « sujet » dont la peinture est l'expression picturale. Ainsi dans le tableau de Paul Gauguin ci-dessous, l'étonnant titre *Le Christ jaune* non seulement identifie une peinture singulière, mais encore constitue une innovation radicale par rapport au titre classique *Le Christ en croix* traditionnellement usité dans ce genre de peinture religieuse. Le simple remplacement de *en croix* par l'adjectif de couleur *jaune* décroche le titre du sujet religieux (la « crucifixion du Christ ») et met visuellement au premier plan la peinture elle-même. On fera le même commentaire sur le titre de la peinture de Cézanne qui promeut la visualisation, *i.e.* ce qui est montré, par rapport au sujet<sup>149</sup>.



*Le Christ jaune* (Paul Gauguin, 1889)

**figure 5**



*l'homme à la pipe* (Paul Cézanne, 1890-1893)

**figure 6**

---

<sup>149</sup> J'appelle *visualisation* d'un référent pictural (par exemple, le Christ crucifié dans le tableau de Gauguin) le fait que le référent est désigné comme étant vu. Expression linguistique de la visibilité du référent, la « [...] visualisation est donc une propriété linguistique et l'on ne doit pas confondre la capacité d'être vu avec celle qui consiste à être désigné comme étant vu. » (Bosredon, 1998 : 450-451)



#### 4 Du proto-titre à la miniaturisation d'un titre identifiant une œuvre

Après ce rappel historique, nous pouvons tirer un premier bilan. Les proto-titres concernent les textes et se présentent comme des « modèles réduits » de l'ouvrage. Ils résument son contenu, donnent notamment quelques indications sur l'auteur, précisent les conditions de leur édition, le tout dans l'espace manuscrit ou typographique techniquement contraint d'une page-titre. Sous l'effet d'un abrègement continu au cours de l'histoire, ce modèle réduit du livre qu'est le proto-titre finit par changer de nature en se miniaturisant. Il devient une forme symbolique complexe capable d'identifier linguistiquement un ouvrage de façon pérenne. Le titre perd ainsi sa fonction de résumé et acquiert un nouveau statut, celui de substitut symbolique permanent d'un référent unique — de façon analogue à un nom propre dénommant de façon unique un particulier unique. De résumé d'une œuvre il est devenu l'*identifiant linguistique monoréférentiel* d'une œuvre singulière<sup>150</sup>.

Ainsi constitué au cours de l'histoire en *identifiant* permanent, le titre, qui ne résume désormais plus un texte, peut être l'objet d'un transfert dans d'autres domaines sémiologiques et esthétiques que le livre, la peinture, la musique, et plus tard les films, etc. qui exigent à leur tour un procédé linguistique pratique d'identification, à la fois économique et adapté aux nouveaux usages sociaux. Les titres de peinture (et des œuvres d'art en général) sont donc, dès leur naissance, des désignations fixes et pérennes, servant à identifier une toile unique, d'après ce qu'une peinture (ou tout autre espèce d'œuvre d'art) peut montrer ou signifier à un observateur. Ainsi les deux modes spécifiques d'intitulation des livres et de la peinture se rapprochent-ils progressivement au cours de l'histoire. Il y a bien eu une forme d'interdépendance entre ces deux domaines et finalement, nous le verrons dans les sections 5. et 6. une certaine convergence.

Reste à expliciter les raisons pour lesquelles la fonction d'identification des nouveaux titres est à l'origine de leur brièveté formelle. C'est ce que nous allons examiner dans la section suivante.

---

<sup>150</sup> Cependant contrairement à la genèse du nom propre, il hérite du processus de miniaturisation une dimension sémantique et descriptive qui transparait dans sa forme. Pour faire écho au titre de la première étude linguistique d'envergure concernant les titres littéraires en français (*La marque du titre*, Hoek 1981), je dirai que cette dimension sémantico-descriptive est la première « marque du titre » !

## 5 L'intitulation moderne : un dispositif sémiotique spécifique

Soulignons d'abord que la dimension des titres est l'effet conjoint de deux types de contraintes. Le premier type est une contrainte sémiotique conférant six propriétés spécifiques aux titres. On l'appellera *fonction-titre*. La deuxième contrainte, externe à la langue, est de nature pragmatique car la forme des titres dépend des domaines (livres, peintures, etc.) auxquels s'applique la fonction-titre. L'analyse de ces deux types de contraintes permet d'éclairer la question de la brièveté des titres par rapport à d'autres configurations linguistiques. Nous commencerons par présenter les six propriétés de la fonction-titre et examinerons dans la section 6 suivante les contraintes extérieures à la langue.

### 5.1 Propriété 1 : les formes-titres sont des productions écrites autonomes<sup>151</sup>

La forme titre peut remplir de façon autonome, *i.e.* sans intégration à un contexte linguistique et/ou sans nécessairement être connexe avec son référent (ouvrage ou peinture), la fonction d'un identifiant linguistique monoréférentiel permanent comme un nom propre. Cette autonomie exige une limite maximale qui est celle de la phrase. Au-delà, nous aurions du discours suivi comportant des relations sémantiques et référentielles interphrastiques qui interfèreraient nécessairement avec la fonction référentielle autonome du *bloc titre* (*ibid.* : 47).

### 5.2 Propriété 2 : les formes-titres présentent une grande diversité morphosyntaxique

Les formes-titres peuvent être formées d'un simple graphème, d'un assemblage de symboles, de mots, de syntagmes, d'une phrase, voire de la juxtaposition de groupes syntaxiques :

- (1) *O Voznessenski, HA ah!...* Ducharme, "*HO...*" Djian, Z Vassilikos,
- (2) *La Cixous, Mélange Valéry, Amers Saint-John Perse, Malice Mac Orlan*
- (3) *La Curée Zola, Au bonheur des dames Zola*
- (4) *L'Œuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen Age et sous la Renaissance Bakhtine*
- (5) *Si tu t'imagines...* Queneau, *Qu'est-ce que la littérature ?* Sartre, *Au-delà de cette limite votre ticket n'est plus valable* Gary

On trouve également des fabrications mixtes comme les suites alphanumériques, par exemple *R.N. 214* de Lemarchand ou *G7* de Simenon. Les titres prennent ainsi les

---

<sup>151</sup> Bosredon, Tamba, 2015 : 46-47

formes les plus diverses, ont des longueurs variables en restant cependant<sup>152</sup> dans la dimension maximale de la phrase.

### **5.3 Propriété 3 : les formes-titres sont produites dans un *dispositif d'étiquetage***

On ne peut pas dissocier les formes-titres des conditions de leur emploi. Attachée à l'objet intitulé comme une étiquette est collée à son support, la forme-titre est initialement attachée, rivée à son objet ou placée sur un support physiquement rattaché à cet objet (couverture du livre, cadre ou à proximité du tableau, support d'une sculpture, etc.). Ce support constitue un espace limité qui lui est dédié graphiquement et typographiquement (page de couverture du livre, cartel sur le cadre du tableau). Dans ce dispositif de présentation connexe de l'objet et de son titre, la lecture s'effectue par conséquent dans une seule captation visuelle dont l'empan linguistique est nécessairement restreint.

### **5.4 Propriété 4 : le titre identifie son objet *in praesentia* dans cet emploi indexical**

Dans ce site d'étiquetage, les titres désignent de façon connexe leur référent et sont par conséquent en emploi déictique. La coprésence du titre désignatif et de son objet suffit donc à constituer l'embranchement linguistique et à assurer la référence *in situ*. Cette connexité techniquement préinstallée explique la bizarrerie de marqueurs déictiques comme *c'est* ou *voici* dans ce dispositif sémiotique :

(6) *La dame en vert* / \* *C'est la dame en vert* Matisse, 1909

(7) *Le roi des aulnes* / \* *Voici le roi des aulnes* Tournier, 1970<sup>153</sup>

### **5.5 Propriété 5 : le titre réfère à un élément de l'œuvre valant pour sa totalité**

La miniaturisation du proto-titre est à l'origine de cette propriété. Ce processus est double : il sélectionne et il rejette. Ce double mouvement donne à penser que l'auteur d'un titre moderne retient une indication jugée essentielle pour singulariser un ouvrage et, qu'en même temps, il passe sous silence *ipso facto* d'autres éléments jugés moins

---

<sup>152</sup> Un travail statistique mériterait cependant d'être entrepris dans une étude ultérieure pour affiner ces observations.

<sup>153</sup> Notons cependant que l'intitulation d'un livre est moins strictement désignative que l'intitulation picturale standard, cette dernière consistant à référer à une image co-présente. Toutefois l'intitulation picturale peut réintroduire des relations intersubjectives dans une sorte de simulation dialogique : Cf. *supra* *Qu'est-ce que la littérature ?* (Sartre) ou *Tu ne t'aimes pas ?* (Sarraute). Rappelons enfin que beaucoup de peintres modernes depuis le XIXe ont fait ce choix quelque peu transgressif, tenant ainsi à distance la fonction classiquement désignative *in praesentia* de l'intitulation picturale (Cf. *Bonjour Monsieur Courbet* de Courbet auquel répond un peu plus tard le *Bonjour M. Gauguin* de Gauguin ; Cf. *Voilà la femme !* de Picabia ou encore le *Ceci n'est pas une pipe* de Magritte (dont le titre donné initialement par le peintre, *Les deux mystères*, était lui, comme tous les autres titres du peintre classiquement « désignatifs », Cf. Bosredon 2014 : 133-141).

intéressants (éléments qu'un proto-titre de la période médiévale ou de la Renaissance aurait pu contenir, sans que cela nuise à sa fonction de résumé). Les titres de peintures présentent une propriété analogue. Comme des légendes, ils présentent au moyen d'une désignation descriptive concise un élément, un motif, etc. jugé significatif et passent sous silence d'autres éléments de l'image.<sup>154</sup>

Par ailleurs, à partir du moment où le titre est le substitut linguistique de ce qu'il intitule et qu'il doit jouer le rôle d'un identifiant, sa forme ne peut se développer selon le schéma d'une description sémantique en forme de résumé mais selon une logique dénominative. De plus, l'indication permettant de singulariser le texte ou le tableau est une donnée pragmatique qui motive *a minima* un identifiant toujours calibré par l'espace typographique qui lui est dédié (Cf. propriété 3). Il suit que, grâce au titre, le lecteur capte l'essentiel de ce qu'il faut voir, lire, comprendre ou analyser dans l'objet intitulé, qu'il s'agisse d'un texte ou d'une image :

(8) *La Religieuse* (Diderot), *Le déjeuner sur l'herbe* (Manet)

Ce sémantisme de l'« essentiel » renforce mécaniquement la concision de la forme du titre. C'est à ces conditions que la condensation sémantique ainsi réalisée s'accorde alors avec la nécessité sémiotique d'un titre bref dont nous allons préciser au point suivant son rôle spécifique d'identifiant linguistique.

### **5.6 Propriété 6 : le titre d'une œuvre est un *identifiant monoréférentiel rigide***

Les titres de livres, de peinture, de pièces musicales, d'opéra et d'une façon plus générale les titres d'œuvres uniques partagent avec les noms propres la propriété d'être des *designateurs rigides* (Kripke, 1970). Cela signifie pratiquement qu'ils sont capables d'identifier *in absentia* de façon permanente leur objet, c'est-à-dire en dehors du site initial de la relation d'étiquetage où ils sont collés (page de couverture du livre, cadre de toile). On peut donc les utiliser en discours pour identifier les œuvres de façon univoque. Par conséquent, si les titres de livres et de tableaux ne sont pas des noms propres ils constituent cependant des identifiants proches des dénominations monoréférentielles<sup>155</sup>

---

<sup>154</sup> Bosredon B. 1997 : 93-125.

<sup>155</sup> On considère communément que les titres sont des *noms propres d'œuvres*. C'est une position fragile. Si en effet, les noms propres et les titres partagent bien une propriété commune, celle d'être des identifiants linguistiques, une différence radicale oppose les titres aux noms propres : leur construction sémantique. Cependant, il est possible de monter d'un degré dans la catégorie des identifiants en incluant l'ensemble des identifiants linguistiques dans une classe plus large, celle des identifiants monoréférentiels. Dans le cadre de cet article, nous ne pouvons pas approfondir la *notion d'identifiant monoréférentiel* (esquissée dans Bosredon 2012). Deux dispositifs, parmi d'autres, peuvent donner cependant une idée simple de l'identification monoréférentielle de « singularités » : des suites numériques

par cette propriété de rigidité (Bosredon 1997 : 96-98 ; Bosredon, 2012 : 329). Nous allons dans la suite voir pourquoi ce statut d'identifiant monoréférentiel rigide contribue comme les propriétés 1, 3 et 5 à la concision des titres<sup>156</sup>

## 6. Contraintes externes de nature pragmatique

Nous devons garder en tête que fabriquer des titres est une nécessité pratique qui s'est imposée au fil du temps pour aider la circulation des livres, leur dépôt et leur conservation dans des bibliothèques, leur commerce, etc. Cette même nécessité s'imposa plus tard aux œuvres en général (peintures, sculptures...) et a généralisé comme nous l'avons vu la miniaturisation du titre moderne. Un façonnage spécifique dû à des nécessités pragmatiques<sup>157</sup> a par conséquent conduit à la création d'un outil, le titre moderne qui, comme *identifiant linguistique unique*, i.e. substitut symbolique, ne pouvait être ni la description du tableau, ni le résumé d'une œuvre écrite mais une désignation de longueur limitée. Par ailleurs, en se miniaturisant ainsi à l'échelle d'un identifiant linguistique, les titres ont été l'objet d'une fabrication contrainte par la spécificité de leur domaine d'usages (livres, peintures, etc.). Ces contraintes liées à la nature des objets intitulés ont motivé la forme des titres de façon spécifique selon chaque domaine en générant des lignées de formes de titres possédant un « air de famille » et qui correspondent à des domaines d'intitulation distincts. La diversité des titres a donc été « contenue » en quelque sorte par un mode de construction du titre tout à fait original et économique, la « signalétique », permettant d'identifier de façon suffisamment précise les œuvres et leur champ d'appartenance tout en limitant leur dimension.

### 6.1 Signalétique de domaines

L'hypothèse signalétique s'appuie sur deux nécessités sémantiques : 1) la capacité d'identifier un référent unique 2) la capacité de signaler l'appartenance de ce référent à un domaine spécifique (tableaux, textes). Ce double système de repérage linguistique qui est ainsi mis en place doit pouvoir identifier à la fois un référent singulier et

---

ou des images symboliques comme les blasons ou les logos. Les titres et les noms propres n'en constituent qu'une espèce, celle des *identifiants monoréférentiels linguistiques*.

<sup>156</sup> On notera que les titres de presse sont d'une tout autre nature que celles des titres de livres et de peintures. Ils peuvent résumer un article ou en pointer un contenu majeur mais ils n'identifient pas un article comme un titre identifie un texte ou une peinture. Seules les 5 premières propriétés de la fonction-titre peuvent donc lui être attribuées. Leur nature est donc différente de celle des titres d'œuvres uniques.

son domaine d'appartenance spécifique. D'un côté, le titre identifie un référent unique<sup>158</sup>, ce qui signifie que chaque forme-titre possède linguistiquement une capacité singularisante. D'un autre côté, chaque titre « signale », en raison de sa forme, l'appartenance de son référent à un domaine spécifique. Cette similarité des titres relatifs à un domaine référentiel spécifique constitue une signalétique<sup>159</sup>. Nous proposerons ensuite quelques pistes en lien avec la cognition à l'appui de cette thèse.

### 6.1.1 Signalétique et forme-titre

L'analyse des titres permet de déceler un système d'organisation spécifique des titres au plan de la construction, du choix des vocables, etc. qui varie selon les domaines d'intitulation et au fil des époques. Les exemples ci-dessous montrent que les noms ou les groupes nominaux qui désignent une représentation visuelle dans la peinture ou ceux qui identifient un livre par des éléments en lien avec son contenu sémantique présentent des schèmes spécifiques récurrents qui privilégient tendanciellement certains choix lexicaux selon le domaine d'appartenance (la peinture ou le livre). La forme des titres est donc pragmatiquement « impactée » par la nature de leurs référents comme nous pouvons le vérifier aisément dans les exemples (9) et (10) ci-dessous. Chacun de ces titres contient des éléments qui sont autant d'index d'un impact visuel sur la forme des titres (couleur, lexique pictural, emploi de la préposition d'appartenance *au* (« à + le »))<sup>160</sup> Nous indiquons ci-dessous en caractères gras ces éléments propres à la signalétique picturale :

(9) *Le Christ **jaune**, **Nu**, **Buste de trois quart**, **Autoportrait**, **Impression au soleil levant**, **Madame Matisse au chapeau** (peintures)*

On notera le rôle intéressant de l'article zéro :

(10) **Ø** *Impression*, **Ø** *Jeune paysanne au bord de la mère* (Bouguereau)

Sur une collecte de près de 3000 titres de peintures nous avons pu constater le caractère massif d'un choix entre Ø et LE (*le, la, les*) et, dans cette alternative, Ø apparaissait deux fois plus souvent que LE. La préférence pour Ø correspond à un choix contraint pas la connexité de la représentation picturale et de sa désignation sur le modèle de

<sup>157</sup> Nécessités, à la fois techniques et sociales, visant à diffuser les livres et les œuvres d'art.

<sup>158</sup> Comme indiqué dans la propriété 6 de la fonction-titre

<sup>159</sup> Bosredon, 1997 : 231-265. Le terme *signalétique* doit être entendu à la fois comme un mécanisme de fabrication et un produit de ce mécanisme. Une signalétique peut donc dénommer une famille spécifique de titres. Ce double sens (mécanisme/produit) se retrouve dans le terme *système* dont le sens est très proche, quoique plus large, de celui de *signalétique*.

<sup>160</sup> Cf. la *visualisation* qui concerne la représentation d'un sujet dans et par une langue (Bosredon 1997 :

l'étiquette « lait entier » sur une bouteille de lait<sup>161</sup>. Les titres de livres ci-dessous témoignent d'un autre choix qui atteste l'appartenance de ces titres à une autre signalétique, celle des livres :

(11) *Penser/Classer* (Pérec), *Foucault. Sa pensée, sa personne* (Veyne), *Qu'est-ce que la philosophie antique ?* (Hadot)

En revanche, certains choix peuvent être les mêmes dans deux signalétiques distinctes comme le montrent les exemples ci-dessous :

(12) *Le Père Goriot* (Balzac) / *la Bergère* (Van Gogh)

Ces titres signifient leur sujet autrement en évoquant un contenu et non une figuration. C'est pourquoi ils se rejoignent.

On retiendra que dans le dispositif d'identification chaque titre doit marquer sa singularité par rapport aux autres titres. C'est pourquoi des configurations récurrentes GN1 + préposition + GN2 associent un terme de genre pictural à un détail propre à une toile particulière comme dans *Nature morte au violon* (Braque) ou *Autoportrait à la palette* (Picasso). C'est pourquoi également de nombreux romans policiers forment des titres en couplant deux GN comme dans *Mort à Jéricho* (Coli Dexter), *Mystère rue des Saints Pères* (Claude Izner) où, par exemple, une ville ou une rue sert à donner un cadre réaliste au roman, ou encore comme dans *Mort d'une duchesse* (Elisabeth Eyre), *L'énigme de Catilina* (Anne de Leseleuc) où la mention d'un personnage est un élément distinctif permettant l'identification du livre (Bosredon, Tamba 2006 : 724-725). Enfin, la réutilisation d'un titre est très rare dans la peinture et même interdite ou soumise à des restrictions importantes en ce qui concerne les œuvres littéraires (Chamagne 2001 : 51-63).

Pour résumer, il apparaît que le dispositif signalétique offre un compromis particulièrement intéressant au plan sémiotique pour fabriquer de nouveaux identifiants en liant deux informations linguistiques. C'est pourquoi se sont imposés dans les deux signalétiques que nous avons explorées des systèmes de construction binaires et d'autres formes de régularités syntaxiques récurrentes qui offrent 1) l'avantage de multiplier les possibilités combinatoires et de fabriquer les titres selon un schéma simple 2) d'identifier le domaine d'intitulation par la spécificité de certaines constructions ou de choix lexicaux. Dans les deux signalétiques une place est ménagée

---

162-187).

<sup>161</sup> Le déterminant zéro marque cette connexité du référent et de sa désignation (Cf. Bosredon, 1996 :

pour certains termes de catégories ou de genres dans chaque domaine : *Essais, Satires, Fables, Poèmes, Nouvelles...* dans la littérature par exemple, *Nu, Etudes, Nature morte, etc.* dans la peinture. Ils identifient faiblement mais complètent efficacement un titre plus précis en rattachant ce qui est intitulé à un domaine spécifique clairement signalé par le terme technique de catégorie.

### 6.1.2 Fabrication des titres et propriétés cognitives

Symbole hybride, formellement fixe et référentiellement rigide, le titre a un contenu sémantique pragmatiquement motivé par sa relation à un domaine spécifique de référents. Il exprime deux opérations distinctes : (1) une *désignation in situ* et une *dénomination pérenne* d'une figuration ou d'un texte (2) une *indication de nature sémantique* qui exprime une motivation de nature pragmatique. On peut considérer que la longueur est un obstacle à la mémorisation du titre. Inversement la brièveté s'accommode parfaitement de la répétition. C'est pourquoi le style formulaire des titres généré par la signalétique de domaines est particulièrement adapté à l'acquisition et au stockage de l'information. Les autres systèmes de type numérique ou mécanique comme la méthode de la cote (*i.e.* la codification utilisée par les bibliothécaires) ou encore par celle de l'identifiant numérique comme le numéro attaché à chaque individu en France<sup>162</sup> ne sont pas gérables pratiquement par des humains contrairement aux machines. Notons enfin que les titres ne sont pas créés automatiquement mais inventés par des auteurs dans le sentiment d'une liberté créatrice et personnelle. Pour résumer, il faut donc que le dispositif offre une certaine liberté de fabrication, limite la longueur des formes de titres produites et utilise une symbolisation formulaire pour faciliter la mémoire.

Nous devons cependant prendre garde à ne pas lisser en quelque sorte les différences entre l'intitulation des livres et celle des ouvrages. Les analyses qui précèdent pourraient laisser penser que la brièveté des titres est un effet mécanique et automatique d'une fonction-titre unique et transférable avec les mêmes effets dans tous les domaines d'intitulation. Mais ce serait encore minorer les effets induits par le contexte pragmatique. Par exemple, les titres de peinture sont sensiblement plus courts que les titres d'œuvres littéraires qui sont munis souvent de sous-titres, comme si l'image suppléait par ce qu'elle montre un manque possible dans le titre pictural ; ou

---

349-367).

<sup>162</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Numéro\\_de\\_sécurité\\_sociale\\_en\\_France](https://fr.wikipedia.org/wiki/Numéro_de_sécurité_sociale_en_France), 2017.



bien, inversement, les titres de livres sont sensiblement plus longs que les titres de peinture comme si le titre de livre devait expliciter davantage le contenu de l'ouvrage, faute d'un accès direct au contenu par le lecteur. Dans ce cas en effet, le lecteur lit et se forme l'idée d'un contenu plus ou moins clair alors que, dans le cas du tableau, le lecteur de titre est aussi et simultanément l'observateur de l'image ; cette position l'oblige à construire de façon biaisée à la fois ce qu'il lit et ce qu'il voit. Lire un titre de livre ou lire un titre de peinture mobilise des compétences spécifiques qui peuvent expliquer la différence tendancielle de la brièveté entre chaque type de titre.

### **Conclusion**

Nous pouvons maintenant répondre à la question de la brièveté des titres. On peut d'abord conclure que la brièveté ne fait pas le titre. En revanche, c'est bien la fonction-titre qui contraint le titre à la compacité d'un identifiant linguistique dont la forme en français est généralement celle d'une désignation nominale complexe. Le passage du titre-résumé au titre identifiant constitue donc un pas décisif, non seulement en ce qui concerne la forme mais surtout par rapport à sa fonction. Nous avons vu en effet que la forme forgée par abrègements successifs dans un contexte de développements techniques révolutionnaires était nécessaire à la diffusion massive de l'imprimé. Des forces puissantes, religieuses, techniques, économiques, politiques, etc. poussaient à cette identification des œuvres. Lorsque d'autres types d'œuvres, en l'occurrence la peinture, ont connu avec la même force quelque deux siècles plus tard cette nécessité de l'identification, le dispositif d'abord mis en place dans l'imprimé a pu être transféré à d'autres champs. Nous pensons que le processus a fait naître à son tour un régime d'identification linguistique des œuvres en général, la signalétique, utilisant un système très économique de schèmes sous forme d'éléments lexicaux et morphosyntaxiques récurrents, aussi productif que l'onomastique mais peut-être plus manipulable en production et réception par les locuteurs en raison de sa structuration transparente. On reconnaît plus facilement dans la forme des titres que dans celle des noms propres, par exemple, le domaine référentiel de l'objet intitulé. Et cette reconnaissance est peu coûteuse au plan des moyens linguistiques mobilisés de sorte que la mémorisation et la compréhension s'en trouvent toutes les deux facilitées.

### **Références**

Armengaud F. (1988). *Titres*. Paris : Méridiens, Klincksieck.

- Biasi (de) P.-M. Jakobi M., Le Men S. (2012). *La fabrique du titre. Nommer les œuvres d'art*. Paris : CNRS Editions.
- Bosredon B. (1996), Titres et légendes : absence de marque et marque d'absence. *Travaux linguistiques du CERLICO 9*. Rennes : PUR, 349-367.
- Bosredon B. (1997). *Les titres de tableaux, Une pragmatique de l'identification*. Paris : PUF.
- Bosredon B. (1998) Visualisation et référence, une approche linguistique de l'intitulation picturale. In Paul Joret et Aline Remael, *Language and beyond / Le langage et ses au-delà*. Amsterdam, Atlanta : GA, Rodopi, 449-465.
- Bosredon B. (2012). La nomination monoréférentielle. In L. de Saussure, A. Borillo, Vuillaume (éds) : *Grammaire, lexique, référence. Regards sur le sens (Mélanges G. Kleiber)*. Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New-York, Oxford, Wien : Peter Lang, 327-340.
- Bosredon B. (2014). L'intitulation de la peinture chez Magritte : une transgression paradoxale. In L. Brogniez, M. Jakobi, C. Loire (éds) : *Ceci n'est pas un titre. Les artistes et l'intitulation*. Lyon : Fages éditions, 133-141.
- Bosredon B., Tamba I. (2006) Entre tout et partie : l'ambiguïté des relations liant un titre à une œuvre littéraire ou picturale. In G. Kleiber, C. Schnedecker & A. Theissen (éds) : *La relation partie-tout*. Louvain, Paris : Peeters, 719-735.
- Bosredon B., Tamba I. (2015). Titres et phrases autonomes ou d'une autonomie à l'autre. In J.-L. Anscombre, Darbord B., Oddo A., Garcia de Lucas C. (éds) : *La phrase autonome*. Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New-York, Oxford, Wien : Peter Lang, 45-58.
- Brun R. (1948) *Le livre français*. Paris : Larousse.
- Chamagne C. (2001). La protection des titres d'ouvrages. *LEGICOM* 2001/1 (N°24). L'édition littéraire éditeur, Victoires éditions, 51-63.
- Dürer A. (1964). *Lettres et écrits théoriques, le traité des proportions*, textes traduits et présentés par P. Vaisse. Paris : Hermann.
- Genette G. (1987). *Seuils*, coll. Points. Paris : Minuit, 59-106.
- Hoek L. (1981). *La marque du titre*. La Haye, Paris, New-York : Mouton.
- Kripke S. (1982). *La logique des noms propres*. Paris : Minuit (édition anglaise : 1980, *Naming and Necessity*, Oxford, Blackwell).
- Sullet-Nylander F. (1998). *Le titre de presse*. Stockholm : Université de Stockholm.
- Encyclopædia Universalis* (1984). France.

## Brièveté et énonciation nominale au regard de la grammaire japonaise

KURIHARA Yui

(Université Aoyama Gakuin)

(Université de la Sorbonne nouvelle – Paris 3)

### Résumé

*Par sa forme courte et minimale, l'énonciation nominale n'est pas sans lien avec la notion de brièveté. Or dans les analyses occidentales qui fondent les énoncés nominaux sur la notion de relation prédicative entre deux termes, la brièveté des énoncés nominaux reste relative. Ils sont plus brefs par comparaison aux énoncés verbaux. Dans la grammaire japonaise, en revanche, où les énoncés nominaux s'analysent sans référence à une structure binaire, le fonctionnement même des énoncés nominaux peut être qualifié de bref. Cette perspective permet de qualifier de brefs même les énoncés nominaux dont la forme n'est ni courte ni minimale et d'expliquer le choix des énoncés nominaux dans des sites où la brièveté du dire n'est pas nécessaire.*

*By its short and minimal form, the nominal enunciation is easily linked up to the notion of brevity. In the Western analysis, nominal utterances are based upon a two terms predicative relation and their brevity remains relative. They just say things more briefly, in comparison to verbal utterances. In Japanese grammar, on the other hand, where nominal utterances are analyzed without reference to a binary structure, the very functioning of nominal utterances can be described as short. This vision makes it possible to classify nominal forms of utterances as neither short nor minimal and to explain the choice of nominal utterances in sites where there is no need for briefness.*

簡潔さと名詞発話文 日本語の理論に照らして

短く最小限の要素で構成され得る名詞発話行為は簡潔さと結びつけ易いものである。しかし西洋における二項の叙述関係から名詞発話文を分析する従来の分析では、この簡潔さは動詞発話文と相対化したものとしてしか捉えられない。名詞発話文を二項構造から分析しない日本語文法の視点を採用することで名詞発話文の簡潔さは単に形式ではなく、その機能構造に及ぶものであると捉えることができるようになる。

## Mots clés

Énonciation nominale, désignation, grammaire japonaise, *kan-tai*

Nominal enunciation, designation, Japanese grammar, *kan-tai*

名詞発話行為、指示、日本語文法、喚体

## 1 Introduction

L'énonciation peut être parfois réalisée sous forme d'une seule séquence nominale comme en (1) - (3) ci-dessous :

(1) [...] pendant que le père sert dans les blancs, le fils sert dans les bleus.

*Rencontre. Bataille.* (Hugo, *Quatre-vingt-treize*, 1960 [1874] : 57)

(2) Un loup !

(3) *Traversée interdite* (Panneau routier)

À l'énonciation nominale comme en (1) - (3), nous pouvons *a priori* lier la notion de brièveté. En effet, en (1) - (3), les énoncés sont de forme courte et de composition minimale. En (1), nous n'avons qu'un nom nu « Rencontre / Bataille », en (2) un nom avec seulement son déterminant « Un loup » et en (3) un nom suivi d'un participe présent « Traversée interdite ». Dans ces cas, l'énonciateur emploie une séquence nominale courte à composition minimale (un nom sans ou avec un seul modificateur). Ce constat permet-il cependant de parler d'énonciation brève ? La brièveté de l'énonciation nominale se résume-t-elle à la longueur courte et à la composition minimale de la forme de l'énoncé ? Nous nous proposons d'examiner l'énonciation nominale au regard de la grammaire japonaise pour déceler ce que peut signifier la brièveté de l'énonciation nominale.

## 2 Objet d'étude : énoncés nominaux

Définissons rapidement les énoncés nominaux, notre objet d'étude. Ce sont des séquences nominales employées comme énoncés telles que « Rencontre / Bataille », « Un loup » et « Traversée interdite » en (1) - (3). Ces séquences nominales peuvent être qualifiées en effet d'unités syntaxiquement autonomes et dotées d'une référence au monde. Elles n'ont aucune marque explicite indiquant leur intégration syntaxique à une unité plus grande, portent un message dans une situation d'énonciation et ne sont pas de simples désignations conceptuelles : la séquence nominale en (1) exprime un événement, en (2) une surprise et en (3) une sorte de qualité de la situation où se trouve le panneau.

Ces séquences nominales fonctionnent en autonomie et se réfèrent toutes dans leur site d'emploi à une situation particulière. Syntaxiquement autonomes et énonciativement complètes, ces séquences nominales constituent chacune un énoncé.

### 3 Énoncés nominaux : énoncé à forme courte et à composition minimale ?

Il est vrai que, à la différence de l'énoncé verbal composé de deux termes<sup>163</sup>, l'énonciation nominale pour laquelle un terme (une séquence nominale) suffit, peut prendre facilement une forme courte et minimale comme on le voit en (1) - (3). Or le caractère court et minimal ne définit pas nécessairement l'énoncé nominal. En (4), l'énoncé nominal est composé d'un nom modifié par une relative assez longue et en (5), d'un nom à trois modificateurs (« suisses », « aux plantes » et « pour la gorge »).

- (4) Dans cette période où les affaires sont difficiles, les galeries les plus puissantes se permettent de montrer des œuvres qui ne sont, pour la plupart, pas à vendre.  
*Une stratégie qui sert à renforcer leur image. [...] (Le Point, 19/03/2009, n°1905 : 95)*

- (5) Bonbons suisses aux plantes pour la gorge (Sur une boîte)

De plus, l'emploi des énoncés nominaux ne répond pas toujours à la nécessité de la forme courte et simple. Il existe effectivement bien des cas où l'énoncé ne peut être que court et minimal comme « Un loup » en (2). Expression d'une surprise forte et soudaine pouvant équivaloir au cri, la forme courte et minimale de l'énoncé « Un loup » est presque obligatoire. Il est difficile d'y avoir d'autres formes, surtout avec un verbe, tout en gardant le caractère spontané et immédiat de l'expression. Mais ce n'est pas toujours le cas. En (1), les énoncés nominaux « Rencontre / Bataille » peuvent être remplacés par un énoncé plus long avec un verbe régissant comme « Un jour, ils se rencontrent. » et/ou « Et ils se battent ». La forme courte et minimale n'y est donc pas indispensable pour l'énonciation. Dans (5) déjà cité, c'est la forme nominale qui est exigée mais ni une longueur courte, ni une composition minimale. En (5), en tant qu'étiquette collée sur un objet (ici une brique de lait), l'énoncé verbal comme « ce sont des bonbons suisses » ou « il y a des bonbons suisses » n'est pas acceptable. Par contre, la forme de l'énoncé est dans ce cas, comme nous l'avons déjà dit, relativement longue et non minimale avec trois modificateurs. Les énoncés nominaux ne sont donc pas nécessairement des énoncés à forme courte et à composition minimale.

---

<sup>163</sup> Sauf l'énoncé verbal à l'impératif.

Tout cela revient-il à dire que l'énonciation nominale n'est pas une énonciation brève ou que seule l'énonciation sous forme courte et minimale, qu'elle soit verbale ou nominale, est une énonciation brève ? En décrivant la particularité de l'énonciation nominale, nous examinons ce que signifie la brièveté dans l'énonciation.

### **3 Particularité de l'énonciation nominale et de sa relation avec la notion de brièveté**

#### **3.1 Énonciation nominale au regard de la linguistique française traditionnelle**

Les séquences nominales en fonction d'énoncés sont traditionnellement traitées dans le cadre théorique de la phrase au nom de « phrases nominales » (Benveniste, 1969 ; Hjelmslev, 1971, plus récemment « phrases sans verbe » (Le Goffic, 1994), et même « phrases averbales » (Lefevre, 1999). Les phrases nominales se définissent en général en tant qu'unités de dire nominales analysables sur le plan sémantico-syntaxique en termes de relation prédicative entre deux termes : thème-rhème en sémantique et sujet-prédicat en syntaxe. L'énoncé nominal et l'énoncé verbal constituent ainsi tous les deux une prédication entre deux termes. De ce point de vue, l'énonciation nominale (prédication nominale se définit comme énonciation de forme (explicite) plus courte et minimale que l'énonciation verbale. La brièveté n'y signifie que la forme courte et minimale. Et cela de manière relative.

#### **3.2 Énonciation nominale en dehors du cadre phrastique traditionnel en occident et brièveté**

Les énoncés nominaux peuvent être analysés aussi en dehors du cadre phrastique binaire. Nous pouvons citer l'étude de Bühler (2009 [1934] : 268 - 272) sur l'emploi d'un nom sans contexte ou avec peu de contexte, nommé respectivement emploi *symphysique* et emploi *sympratique*.

Dans ces emplois, les signes linguistiques sont soit « matériellement fixés à l'objet » comme des noms de lieux sur les poteaux indicateurs, des noms de marques sur les produits, etc. (emploi *symphysique*), soit dépendant de la situation de communication comme « Un noir » dit par un client au café (emploi *sympratique*). Dans ces cas, la communication s'appuie sur les informations données par les matériaux coprésents et les signes qu'ils contiennent ou de manière pragmatique par la situation de communication. Ainsi, un seul mot suffit pour former un énoncé. Cette étude nous fait entrevoir le poids de l'aspect énonciatif/pragmatique dans le choix d'une énonciation courte et minimale, qui est en fait réalisée sous forme nominale. La notion de brièveté

peut y être vue en rapport avec le fonctionnement de l'énoncé plutôt que sa forme. Mais quel est précisément le fonctionnement de l'énoncé nominal ? Sur ce point, nous nous référons à la grammaire japonaise où l'on analyse le fonctionnement propre de l'énonciation nominale.

### **3.3 Énonciation nominale dans la grammaire japonaise et brièveté**

#### **3.3.1 Énonciation dans la grammaire japonaise et ses deux formes**

Dans la grammaire japonaise, malgré l'influence de la linguistique occidentale dans laquelle l'unité de dire est traditionnellement appelée phrase et reconnue comme verbale, binaire et prédicative, l'unité de dire est définie surtout par sa complétude sémantico-cognitive et énonciative. Tokieda (1950), l'un des précurseurs de la linguistique japonaise définit la phrase de la façon suivante :

S'il y a une certaine suite de mots, on ne peut pas la qualifier de phrase sans que cette suite de mots se présente comme un ensemble. [...] Ce qui fait d'une suite de mots un ensemble, c'est l'expression d'une certaine subjectivité du sujet comme jugement [rationnel], souhait, besoin, ordre, interdiction, etc. [...] Traditionnellement, la phrase se définit souvent par ses éléments, par exemple par la présence d'un sujet et d'un prédicat, mais le plus important est que c'est une opération subjective qui synthétise en un tout unique les éléments de l'énoncé. (Tokieda, 1950 : 234 - 235)

L'énoncé est, dans la grammaire japonaise, surtout un produit de l'acte énonciatif. Il ne se résume pas à une structure particulière définissable sur le plan syntaxique et/ou logico-sémantique. L'énoncé verbal à jugement thétique « Il y a un oiseau qui vole ! », l'énoncé verbal à jugement catégorique « L'homme est mortel. » ainsi que les énoncés nominaux « Un cafard ! » et « La clé ! » possèdent identiquement le statut d'énoncé. Vu du côté de l'énonciateur-émetteur, énoncer, c'est dire ou écrire une séquence linguistique selon le mode « Cela est » (Ishigami, 1999 : 267)<sup>164</sup>, et du côté du récepteur, l'énonciation signifie justement la transmission (réussie) de ce message.

L'énoncé ainsi défini connaît deux sous-types : verbal et nominal. Cette dichotomie consiste dans la différence entre l'énoncé verbal et l'énoncé nominal sur la manière de marquer l'attitude d'un sujet qui dit « Cela est ». Yamada (1936), un autre précurseur de la grammaire japonaise, mentionne ainsi que « la langue japonaise possède en tant

---

<sup>164</sup> C'est ce que dit Benveniste pour sa « phrase nominale » (1966 : 154).

qu'énoncé deux types de forme d'expression fondamentalement différents ». Et il les nomme respectivement : *Jutsu-tai* 述体 (énoncé verbal) et *Kan-tai* 喚体 (énoncé nominal).

### 3.3.2 Théorie de Yamada (1936) : *jutsu-tai* 述体 (énoncé verbal) et *kan-tai* 喚体 (énoncé nominal)

*Jutsu-tai* 述体 est un énoncé composé avec un verbe comme en (6), donc un énoncé verbal, et *kan-tai* 喚体 est un énoncé composé d'un nom (ou d'une séquence nominale) comme en (7), donc un énoncé nominal.

(6) Matsu-wa midori nari.

pin-sujet vert-attribut être-copule au présent de l'indicatif

“Le pin est vert.”

(7) *Inu* ! (Lorsqu'un sujet qui voit un chien s'attaquer à lui)

chien

“Un chien !”

(Exemples tirés de Yamada, 1936 : 964)

*Jutsu-tai* 述体 est un énoncé répondant au schéma phrastique traditionnellement connu. Nous avons ici une relation prédicative entre le sujet « matsu (pin) » et l'attribut « midori (vert) » et une assertion sur cette relation, marquée par la forme conclusive du verbe, ici la copule, « nari (est) ». Son statut d'énoncé est assuré par le verbe conjugué sur le plan morpho-syntaxique. Le fonctionnement de *Jutsu-tai*, énoncé verbal, s'explique par la nature du verbe qui attend que sa valence soit saturée et qu'il soit conjugué. Centre de l'énoncé, le verbe a ici une fonction à la fois prédicative et assertive que Yamada nomme *Jutsu-kaku* 述格.

*Kan-tai* 喚体, en revanche, est un énoncé composé d'une séquence nominale. Puisqu'il n'y a qu'un terme, c'est la séquence nominale qui est le centre de l'énoncé et qui assume la fonction marquant l'attitude qui dit « Cela est », essentielle pour l'énoncé. Or la séquence nominale à elle seule n'a pas de fonction particulière définissable sur le plan morpho-syntaxique comme le verbe. Yamada (1936) cherche à expliquer l'énonçabilité de *Kan-tai* 喚体 (comment une séquence nominale assume-t-elle la fonction essentielle de « Cela dit ») à un autre niveau qu'au niveau syntaxique. Selon Yamada, c'est le mode même d'énonciation, à savoir l'emploi de séquences nominales, qui les fait fonctionner en tant qu'énoncé. Il s'agit d'un mode qui consiste à désigner quelque chose *in situ* par un nom. Pour insister sur la distinction d'avec la fonction *jutsu-kaku* assumée par le verbe, Yamada nomme la fonction qui est



ici en jeu *ko-kaku* et nous la traduisons par fonction désignative *in situ*<sup>165</sup>. Selon Yamada (1936 : 673-674), cette fonction est une fonction propre aux noms. Elle « peut fonctionner sans aucune relation syntaxique avec les autres mots du texte » (Yamada, 1936 : 671) et seul le nom, partie du discours neutre, peut l'assumer. L'énonciation nominale peut être ainsi caractérisée par sa fonction désignative contrairement à l'énonciation verbale caractérisée par sa fonction prédicative et assertive.

### 3.3.3 Désignation *in situ*

La désignation *in situ* peut être appliquée à d'autres cas que le cas « Inu ! (Un chien ! ) » de Yamada en (7). Nous pouvons remarquer que la désignation *in situ* n'est pas autre chose que le repérage d'une entité *in situ*, et que « *in situ* » ne se résume pas à la situation d'énonciation perceptiblement saisie comme dans le cas de « Un chien ! », mais il peut s'agir aussi de la situation discursive (« Mensonge ! ») ou fictive (« Rencontre. » en (1) dans un récit). Ainsi, nous pouvons inclure dans la désignation *in situ* tous les cas où le repérage de l'entité désignée par le nom est guidé par le co / contexte ou par certaines expressions appartenant à l'énoncé nominal comme en (1) (3) (4) et (8).

(8) *Un noir.* (Au café)

En (1), le repérage est guidé par la nature de la nominalisation qui se réfère au cotexte gauche pour compléter ses arguments ; l'entité désignée est repérée *in situ* dans le monde imaginaire précédemment décrit. En (3), Le repérage est guidé par le contexte physique, autrement dit la coprésence physique entre la séquence et l'entité désignée. En (4), Le repérage est guidé par le nom même « stratégie » et/ou la relative qui marquent une qualification subjective de l'énonciateur ; l'évaluation subjective présuppose la présence de l'objet évalué *in situ* par rapport au sujet qui juge ; l'entité désignée est ici repérée *in situ* discursive. Et en (8), le repérage est guidé par le contexte pragmatique.

### 3.3.4 Brièveté dans l'énonciation nominale définie au regard de la grammaire japonaise

L'énonciation nominale ainsi définie se distingue radicalement de l'énonciation verbale tant au plan de la structure que du fonctionnement. Les énoncés verbaux se composent de deux constituants, thème-rhème sur le plan logico-sémantique et sujet-prédicat sur le plan syntaxique, et ils connaissent deux étapes : 1) une construction

---

<sup>165</sup> Pour le détail sur la « désignation *in situ* », voir Kurihara (2017).

prédicative munie d'un sens où une liaison linguistique, *i.e.* une relation sémantico-syntaxique, noue deux informations distinctes, l'une thématique, l'autre rhématique ; 2) un repérage énonciatif qui s'effectue notamment par le temps et le mode marqués dans le verbe. Ainsi dans l'énoncé verbal, c'est par l'intermédiaire de la relation prédicative que la représentation est embrayée sur la situation d'énonciation. Les énoncés nominaux se composent en revanche d'un seul constituant, une séquence nominale, sans passer par l'intermédiaire de la composition sémantico-syntaxique de deux composants. Il n'y a donc pas de composition linguistique préalable avant l'étape de la référence. Ce qui implique que la forme linguistique réfère directement à son objet. Ce n'est donc pas la longueur qui suffit à parler de brièveté de l'énoncé mais son fonctionnement en référence directe à un objet de discours.

#### **4 Apport du fonctionnement *bref* de l'énonciation nominale**

La brièveté au niveau du fonctionnement de l'énonciation nominale est la source de deux particularités des énoncés nominaux : l'une sur le contenu représentationnel et l'autre sur le fonctionnement de l'énonciation nominale auprès du récepteur.

##### **4.1 Apport du fonctionnement *bref* de l'énonciation nominale sur le contenu représentationnel**

Le fonctionnement *bref* de l'énonciation nominale permet à la séquence nominale qui compose l'énoncé a) d'exprimer plus que ne le permet normalement son lexique en (1) et (9) ou b) de renvoyer à des choses indicibles auxquelles on ne peut accéder que via la référence à la situation en (10) et (11).

(9) Mais Mike connaissait le quartier. Brusque virage à droite. Sens interdit en slalom. Une venelle cachée entre deux immeubles squattés. [...] (Embareck, Sur la ligne blanche, 1984 : 152)

(10) Et son (=Marguerite) sourire faisait penser à celui de jolies filles sur les calendriers-réclame. *Lèvres étirées en une moue, regard voilé, visage un peu penché...* (Exemple tiré de Combettes & Kuyumcuyan, 2010 : 6)

(11) *Prise d'incendie* (Panneau accroché au mur, à côté d'une prise d'incendie)

En (2), la séquence nominale en « Un loup ! » exprime ici une surprise. Ce n'est pas une énonciation seulement sur l'entité nommée *loup*. Les séquences nominales en (9) expriment un procès correspondant à « Mike marque un brusque virage à droite », « il roule en slalom dans le sens interdit de la voie », « il passe dans une

venelle cachée ». <sup>166</sup>

Ce qui est décrit en (10) est à la fois le sourire de Marguerite et celui des jolies filles sur les calendriers. Il y a ici une « ambiguïté sémantique » « qui oscille entre interprétation générique et interprétation spécifique » (Combettes & Kuyumcuyan, 2010 : 6). Les auteurs remarquent que cette ambiguïté est levée dans les paraphrases avec les verbes et les déterminants. En (11), il s'agit à la fois de « prise d'incendie », l'objet ainsi dénommé étant perçu tel quel (sens proche de « c'est un N ») et de l'endroit où se trouve le référent de « prise d'incendie » (sens proche de « il y a ici LE N » ou « LA N est ici »). Cette ambivalence du sens n'est pas possible avec l'énoncé verbal.

#### **4.2 Apport du fonctionnement bref de l'énonciation nominale sur le fonctionnement de l'énonciation auprès du lecteur**

La brièveté au niveau du fonctionnement de l'énonciation nominale signifie que la reconstruction de la représentation et la réactualisation de l'énoncé du côté du récepteur s'effectuent elles aussi de manière brève. L'énonciation nominale qui est une désignation *in situ* n'a pas de marqueur permettant le repérage de l'entité désignée à distance du site d'emploi de l'énoncé. L'absence d'un tel marqueur signifie que le récepteur de l'énoncé nominal effectue de son côté le repérage de l'entité désignée *in situ* ; le récepteur de l'énoncé nominal est invité à participer à l'énonciation de manière active. Ce mode d'énonciation nominale *in situ* est exploité largement par les énoncés nominaux utilisés comme étiquettes attachées à leur référent ; la désignation *in situ* sous forme d'étiquette oriente le lecteur et le pousse par la lecture de l'énoncé en question à repérer, par lui-même, l'entité désignée *in situ*.

Nous pouvons mentionner enfin que la brièveté du fonctionnement de l'énonciation nominale revient à la dissolution de l'altérité entre l'énonciateur et le récepteur. Le récepteur des énoncés nominaux n'a pas à s'opposer à l'émetteur-énonciateur. S'il repère l'entité, son point de vue rejoint celui de l'émetteur-énonciateur. S'il n'arrive pas la repérer, cela signifie simplement que l'énoncé échoue. Le récepteur peut certes réagir à l'énoncé nominal « Un cafard ! » en disant « Non, un lucane. » Ce qui est en question cependant reste le choix du nom, et cette objection sur la nomination a pour base la

---

<sup>166</sup> La succession d'une même forme nominale encadre en fait l'interprétation de chaque séquence pour qu'elle renvoie à une entité de manière cohérente au regard des autres séquences énumérées. Ainsi, en (11), le nom « virage », et le nom « venelle », la séquence nominale « sens interdit » renvoient par leur lexique respectivement à un procès, à un objet (plus précisément un endroit) et à un état. Ils renvoient tous dans ce contexte de l'énumération à l'action d'une voiture.

réussite du repérage de l'entité que vise le premier locuteur chez son interlocuteur.

## 5 En guise de conclusion

En recourant à la grammaire japonaise et en définissant l'énonciation nominale sous un autre angle, nous pouvons dire que la brièveté se trouve dans le fonctionnement même des énoncés nominaux et qu'elle est la source de deux particularités des énoncés nominaux, sur le contenu représentationnel et sur le fonctionnement de l'énonciation nominale auprès du récepteur. Ceci permet de qualifier de *brefs* mêmes les énoncés nominaux dont la forme est plus longue que les énoncés verbaux, et d'expliquer le choix nécessaire ou obligatoire des énoncés nominaux dans des sites où il n'y a pas nécessairement l'exigence d'une forme courte et minimale.

## Références

- Benveniste E. (1966). *Problèmes de linguistique générale*. I. Paris : Gallimard.
- Bühler K. (2009). *Théorie du langage*, traduit par Didier Samain. Marseille : Agone.  
[Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache, Verlag von Gustav Fischer in Jena, 1934].
- Combette B. et Kuyumcuyan A. (2010). Les enjeux interprétatifs de la prédication averbale dans un corpus narratif : énoncés nominaux et représentation fictionnelle de processus énonciatif et cognitifs. *Discours* [En ligne], 6 : <<http://discours.revues.org/7703>>, consulté le 12 janvier 2017.
- Embareck M. (1984). *Sur La Ligne blanche*. Paris : Autrement.
- Hjelmslev L. (1948). *Le verbe et la phrase nominale*. Paris : Les Belles Lettres.
- Hugo V. (1960). *Quatre-vingt-treize* [1874]. Lausanne : Éditions Rencontre.
- Ishigami T. 石神照雄 (1999). 「文に於ける呼格と述各」, 『人文科学論集文化コミュニケーション学科編』 . 33. Nagano, 259-272.
- Kurihara Y. (2017). *Les énoncés nominaux en français écrit au regard du japonais*. Thèse de doctorat, Université Sorbonne nouvelle Paris 3/Université Aoyama Gakuin.
- Lefeuvre F. (1999). *La Phrase averbale en français*. Paris : l'Harmattan.
- Le Goffic, P. (1994). *Grammaire de la phrase française – Livre de l'élève*. Paris : Hachette.
- Tokieda M. 時枝誠記 (1950). 『日本文法口語篇』 . Tokyo : 岩波書店.
- Yamada Y. 山田孝雄 (1936). 『日本文法學概論』 . Tokyo : 寶文館.

## Des genres brefs au genre bref

DHORNE France  
(Université Aoyama Gakuin)

### Résumé

*Cette étude s'intéresse aux traits saillants des textes brefs en général, tous genres discursifs confondus, et cherche à montrer que si la propriété qui leur est commune, la brièveté au sens d'une dimension courte, ne peut pas à elle seule définir un nouveau genre, elle induit d'autres caractères, récurrents : le manque, la surabondance sémiotique, une prédilection pour les énoncés construits sur deux ou trois segments asymétriques, le rythme. Et enfin, crucial et présent dans tous les cas, un rôle prépondérant accordé à l'interlocuteur, le plus souvent lecteur, dans la reconstruction du sens et le comblement du manque. Cet ensemble de caractères montre que la brièveté ne se réduit pas à une question de longueur de texte et rend légitime la possibilité d'en faire la clef de voûte d'un genre de discours.*

### *From short/brief discourses to brevity as a genre*

*This study deals with the salient features of short/brief texts in general, whatever the genre of discourse they belong to. We claim that if shortness, which is their common characteristics, cannot by itself create a new genre, brevity infers other recurrent features : lack or gap to be filled up, semiotic profusion, rhythm, two or three asymmetrical syntactic structures and, above all, the leading role of the interlocutor, very often the reader, who reorganizes the meaning of the text and fills up the lacking elements. These characteristics show that brevity must not be reduced to a matter of shortness and can thus be considered as the keystone of a discursive genre.*

### 短い文からジャンルとしての短文まで

この研究は、ディスコースのジャンルを問わず、短文の特徴を調べた結果、そういうテキストの共通点、いわゆる「短さ」そのものが、ジャンルを規定するまで行かなくても、いくつかの特徴をかならず伴うことを明らかにしようとする。もっとも重要な特徴は、ギャップ（欠如）であるが、それとともに、そのギャップを充填するために過剰に意味が求められもする。短文のダイナミズムは、それらの相反する特徴の結果である。もう一つの特徴は、シンタックスにおいて、非対称なふたつのセグメントに分断される

ことが頻出することである。最後に、主体性の次元において、共発話者（読者）が、ギャップを埋めて意味を再構築するために積極的に関与することが常に要求されることである。そういった特徴を考慮すれば、「短さ」が独特の特徴をもったひとつのディスコースを創造しうることが示めされよう。

## **Mots clés**

Brièveté, généricité, intersubjectivité, énonciation

Brevity, genericity, intersubjectivity, enunciation

日本語. 短文、ジャンル、発話

## **1 Introduction<sup>167</sup>**

Avec ce titre un peu provocateur, nous voudrions nous interroger sur la brièveté d'un énoncé ou d'un texte à la lumière de la notion de genre. Les études qui ont pu être publiées sur la brièveté dans la langue et qui sont essentiellement littéraires, opteront en général pour l'appellation de « formes brèves », terminologie tout à fait sobre et uniquement descriptive. En tant que dénomination, cela ne pose a priori aucun problème, mais c'est pourtant ce point précis qui nous interpelle. Une forme peut être brève uniquement parce qu'elle n'est pas longue, et n'offrir alors aucune prise à la réflexion. C'est sa nécessité ou ce choix énonciatif qui suggèrent une tout autre problématique. Ce sont donc les particularités des genres de discours brefs que nous chercherons à mettre au jour pour justifier la colligation du genre et de la brièveté.

## **2 Essai de définition**

Qu'elle soit au singulier ou au pluriel, la collocation du substantif « genre » et de l'adjectif « bref », même si elle n'a rien d'un oxymore, ne jouit pas le plus souvent d'une compréhension immédiate. Les deux termes répondent chacun à une définition extrêmement floue et présentent l'un comme l'autre une tendance à se reposer sur le terme auquel ils s'associent pour faire sens. Nous reviendrons donc de façon succincte sur la définition de ces deux termes.

### **2.1 Le genre**

Le genre, qui relevait naguère des études littéraires, connaît ces temps-ci un regain

---

<sup>167</sup> Nous remercions A. Seoane et B. Fracchiolla pour leur relecture de cet article et les conseils éclairés qu'elles nous ont donnés.

de notoriété en tant qu'équivalent du *gender* anglais d'un côté et, de l'autre, comme catégorie dans l'analyse de discours, où il pourrait se confondre avec une typologie des discours. Certains privilégient l'un des termes soit « type » soit « genre » (Maingueneau, 2007) sans vraiment les distinguer, d'autres utilisent les deux en spécifiant une différence (Husianyia, 2013 : « genre professionnel de discours » dont « type de discours », par exemple « langage expositif »). Dans ce dernier cas, le type est assez souvent une sous-catégorie du genre ; il est mieux spécifié car il se définit par un ensemble de traits ou de caractères, alors que le genre ne répond pas à des marques bien définies. Si Adam (2001) distingue clairement les types textuels des genres discursifs, il place cette dernière catégorie lui aussi à « un plus haut niveau » (2001 : 14), les deux catégories (type et discours) partageant cependant une caractéristique commune à ses yeux : les nombreux problèmes de classification qu'elles posent l'une comme l'autre. Ainsi évoquera-t-on le genre journalistique, ou le genre littéraire, qui regrouperont pourtant des formes de textes ayant peu à voir entre elles. Comment établir un lien générique entre théâtre, poésie, roman ou autobiographie, catégories qui par ailleurs constitueront chacune un genre en littérature, même si dans le langage courant on parle effectivement de « français littéraire » ou de « langue journalistique »<sup>168</sup>?

Le langage courant justement retient ce caractère imprécis du terme dans certains de ses usages : *Ce genre d'appareil est démodé. C'est le genre de personne que nous recherchons. Elle est du genre mère-poule.* Une propriété ou une occurrence particulière sert de prototype pour évoquer le genre en question. Et c'est toujours ce mécanisme qui régit l'emploi plus récent du terme : *ah mais j'oublie ! « machin a fait un infractus » ...beh derrière, je reprends toujours par « ah ? un infARctus ? »... et là, on me répond, « non, un infractus ».....genre machin a eu une fracture du cœur*<sup>169</sup>. Ou encore : *On ne monte pas une côte « en vélo » mais « à vélo » (genre on monte pas dedans pour avancer, ...)*<sup>170</sup>. Le qualifiant de *genre* est alors une expression ou un énoncé représentant de tous les énoncés ou de tous les sens permettant de déterminer ce genre particulier.

Une étude lexico-sémantique comme celle qu'ont réalisée J.J. Franckel et D.

---

<sup>168</sup> Nous renvoyons le lecteur à l'article de N. Konstantopoulos et V. Kella (2001) sur la difficulté de définir le genre et les critères à adopter pour les tenants d'une analyse du discours.

<sup>169</sup><http://www.leschroniquesdesonia.com/archive/2012/09/25/les-expressions-francaises-a-ne-pas-dire-si-possible-hein.html>, consulté le 22 septembre.

<sup>170</sup> *Idem.* note 169

Lebaud (1992) sur le substantif « lit » serait nécessaire, mais faute de place, nous nous contenterons de la définition suivante. Dans tous les cas, le genre est un terme qui désigne un ensemble de qualités communes à un ensemble d'individus ou d'objets non pas sous forme de traits mais sous forme de comportements et qui ne peut être appréhendé qu'à travers soit un comportement typique soit un individu/objet représentant (prototype) l'ensemble des individus/objets entrant sous cette appellation. Il a surtout pour fonction de regrouper, dans un mouvement centripète<sup>171</sup>, cet ensemble d'individus/objets et, ce faisant, d'opérer une distinction avec les objets/individus non-concernés. C'est cette dernière fonction qui permet d'établir des classifications en termes de genres (littéraires, discursifs, etc.), mais sa définition ne se réduit pas à cette fonction.

## 2.2 La brièveté

On a souvent tendance à résumer la brièveté à l'aspect court de quelque chose, d'autant que ce dernier adjectif n'a pas de substantif approprié et que les deux adjectifs *court* et *bref* partagent le même antonyme : *long*. Dans une langue comme le japonais, il n'existe d'ailleurs qu'un adjectif (*mijikai*) pour traduire les deux. L'un et l'autre, outre qu'ils s'opposent effectivement à l'idée de longueur, partagent une certaine relativité de la propriété en fonction de l'objet qu'ils désignent : *un bref instant / un court instant ; une vie brève / une vie courte*. Mais la similarité s'arrête là. On peut qualifier une jupe de courte (*une jupe courte*) mais pas de brève (*\*une jupe brève*), et inversement on préférera *une voyelle brève* à *\*une voyelle courte*. La brièveté inclut dans son sémantisme une temporalité vis-à-vis de laquelle l'adjectif *court*, qui relève davantage du domaine spatial, est neutre. S'il peut s'employer avec des termes d'ordre temporel, c'est par une métaphore fondée sur une représentation spatiale du temps. Il en est de même pour sa valeur subjective d'évaluation : *Il a les idées courtes*. Cette valeur temporelle de *bref* nous semble essentielle et c'est pour cette raison que le terme de *forme* (*formes brèves*) qui est de nature spatiale ne nous paraît pas adéquat au propos. En tout état de cause, une revue rapide des emplois de *bref* montre qu'il qualifie le plus souvent un discours ou un texte, c'est donc le processus de production du texte/discours

---

<sup>171</sup> Nous rejoignons sans doute en partie Adam (2001 : 16) sur l'aspect centripète du genre. Cependant la régulation que l'on perçoit dans le complémentarisme centripète/centrifuge qu'il met en avant et qu'il associe à l'idée de « telle ou telle catégorie générique disponible », totalement étrangère à notre démarche, laisse supposer quelque divergence dans l'idée que nous nous faisons l'un et l'autre de ce concept. Nous retenons cependant son idée de « jouer tant avec la langue qu'intertextuellement et interdiscursivement ».



ou sa lecture qui seraient privilégiés.

En reprenant l'essai de définition du mot *genre* analysé plus haut, l'idée de *genre bref* supposerait que l'adjectif *bref* renvoie à une propriété typique, représentative d'un ensemble d'éléments qui partageraient des caractères communs permettant de les réunir à travers leur comportement. Ce sont ces caractères que nous nous proposons de cerner.

### **3 Le manque, l'absence**

Si on limite les énoncés brefs à ceux qui le sont par nature ou par nécessité (indications routières, textes publicitaires, par exemple), on est tenté de penser que le support est déterminant. En réalité, qu'il joue un rôle important ne fait aucun doute, mais qu'il constitue la raison unique de la brièveté du texte est moins sûr. À côté des affiches ou des panneaux, qui sont restreints à une surface unique, les genres brefs littéraires comme les essais, les journaux intimes ou les nouvelles entre autres ne sont pas tenus à des règles d'espace aussi exigeantes. Il serait plus juste de dire que dans les cas de supports réduits à une surface unique, la taille de la surface comme la brièveté du texte ont l'une et l'autre la même valeur de condition du type de discours. Un panneau de signalisation par exemple doit être vu et lu dans l'instant, surtout s'il est destiné aux conducteurs de voitures. De même une affiche publicitaire doit rapidement attirer l'attention. C'est la situation de réception plus que le support qui est contraignante. Dans les deux cas, la captation en un seul regard du support et du texte est primordiale, et les deux conditions (support restreint et brièveté du texte) servent le même but.

Ce premier caractère récurrent et qu'on jugera sans doute évident est le manque ou l'absence sous diverses formes que nous allons étudier ci-après, mais qui suppose toujours la mise en relation de deux éléments.

#### **3.1 L'ellipse**

Il s'agit essentiellement des termes qui sont absents de l'énoncé mais aisément restituables d'un point de vue sémantique. En ce sens ce sont des abréviations, qui laissent néanmoins une certaine labilité dans cette restitution. Elle apparaît le plus souvent sur les supports mono-surface : mémo (1), panneau de signalisation (2) ou affiche publicitaire (3), (4).

(1) RV Charlotte

(2) Tunnel à 700m

On notera cependant qu'il ne s'agit pas d'une simple abréviation qui garderait telle quelle la totalité du message. Si en (1) RV est bien l'abréviation de *rendez-vous*, le

message lui-même est : *(Moi, Pierre) j'ai un rendez-vous avec Charlotte*, ou bien *je dois prendre rendez-vous avec Charlotte*, ou encore *je dois prendre rendez-vous pour Charlotte*, le texte en tant que tel ne permet pas de restituer le sujet ni le verbe. Il faut nécessairement tenir compte ici des conditions de sa production (agenda personnel). On comprend que l'ellipse fait intervenir divers paramètres que nous reverrons au chapitre 4 pour le support et au chapitre 6 pour la subjectivité.

Dans un autre ordre d'idée, l'énoncé (2) pourrait constituer l'abréviation de : *Il y a un tunnel à 700 mètres*. Si l'on peut probablement justifier l'étrangeté d'*il y a* sur le panneau par une raison pragmatique (*il y a* supposerait la présence de deux individus en conversation), l'article *un* pour sa part ne présente pas ce problème et pourtant il n'est pas non plus acceptable (\* *Un tunnel à 700 m*). Il est impossible d'invoquer ici le manque d'espace. En réalité, le panneau n'a pas tant pour but de signaler la présence de l'objet particulier tunnel que d'attirer l'attention des conducteurs sur sa dangerosité, la propriété « être tunnel » dans les circonstances présentes, ce qui explique l'absence d'article, qui, lui, relève de la quantité. Ceci n'empêche pas le conducteur de déduire la présence de ce tunnel.

(3) *Kisetsu no kajitsu wo Wagashi ni* (saison/de/fruit/P.cod/gâteau/P.lieu)

Des fruits de saison dans nos gâteaux (publicité de Minamoto Kitchoan)

(4) Parce que je le vau**x** bien. (slogan de L'Oréal)

Certaines ellipses contreviennent à des règles de syntaxe. C'est le cas des énoncés (3) en japonais et (4) en français. En japonais, les particules casuelles (ici *WO* pour l'objet ou accusatif et *NI* pour le lieu ou point d'arrivée) qui suivent un substantif sont en corrélation avec un verbe, ici absent. Une certaine liberté est laissée pour imaginer le prédicat manquant (*ireru* (introduire) par exemple : *Kisetsu no kajitsu wo wagashi ni ireta* : Nous mettons (avons mis) des fruits de saison dans les gâteaux), mais il est clair que l'essentiel du message, ce sont les fruits de saison (en position de 1<sup>er</sup> terme). Si l'on ajoutait un prédicat à la fin de l'énoncé, le focus se déplacerait sur le verbe. De même dans l'exemple (4), la proposition subordonnée *Parce que je le vau**x** bien* ne fait pas sens telle quelle. Et c'est bien là son intérêt. Si elle est devenue le slogan de la marque L'Oréal, elle a d'abord été une accroche présentée par le mannequin (top-model) Claudia Schiffer, le *je* mannequin le mieux payé du monde à l'époque. On infère de cette subordonnée une principale guidée par le nom de la marque (*je choisis L'Oréal*) qui allie cette marque à l'idée de luxe.

On tirera comme conclusion de ce petit aperçu que l'ellipse a moins pour objectif

principal de réduire la taille des énoncés que celui d'attirer l'attention sur l'élément qui subsiste.

### 3.2 La discontinuité

Elle se définit par l'absence de marque de relation entre deux segments. Elle est fréquente sur les panneaux de signalisation ou les publicités, mais aussi en poésie.

(5) Propriété privée Entrée interdite

Dans le premier cas (les panneaux), il s'agit le plus souvent d'une relation de cause à effet s'appuyant sur des règlements de société, qui sont des connaissances partagées. La seule évocation de la prémisse *Propriété privée* suffirait à déduire la conclusion *Entrée interdite* et, inversement, l'emplacement du panneau *Entrée interdite* devant une maison permet de comprendre la raison de l'interdiction d'entrer. La raison de cette discontinuité ici tient dans ce que les éléments essentiels pour le sens ont plus d'impact ou sont plus lisibles si on supprime leur relation facilement reconstituable. Dans les deux autres cas (publicité et poésie), elle a pour but d'interpeller le lecteur, mais suivant deux modes contraires.

(6) Dior J'adore

(7) Jimmy Choo Illicit

On aime... son esprit sexy et audacieux

D'un côté, avec un exemple comme *Dior J'adore* où dans la première version le nom de marque *Dior* figurait en haut à droite et le nom du parfum *J'adore* au centre de l'affiche à côté du flacon, l'apparence est celle d'une dislocation (deux noms chacun à un endroit différent de l'affiche). Mais plusieurs procédés invitent le lecteur à lire l'ensemble comme un énoncé : la rime d'un côté, et de l'autre, le fait que le nom du parfum ait la forme d'un verbe conjugué, qui permet de reconstruire le nom de la marque Dior comme un complément d'objet direct. De la même façon en (7), le texte apparaît en deux segments mais le mouvement suivi de la lecture permet deux lectures imbriquées : *Jimmy Choo Illicit, on aime / On aime...son esprit audacieux*.

(8) Nous supprimons

**le questionnaire médical**

est discriminant (pub. de Swiss Life)

À l'opposé, bien que plus rare, le texte fait apparaître, comme dans l'exemple (8), deux segments imbriqués autour d'un même élément et qu'il faudra désolidariser (*Nous supprimons le questionnaire médical / Le questionnaire médical est discriminant*). Le procédé sollicite l'intelligence du lecteur.

La discontinuité interpelle. Elle oblige le lecteur à s'arrêter sur l'énoncé et à en reconstruire le sens.

### **3.3 L'absence de sujet : nominalisation, infinitif, impératif, vérités générales**

L'absence de sujet entretient un lien particulier avec le genre bref dans la mesure où il est très difficile de poursuivre longtemps une énonciation sans référence à un sujet (de l'énoncé). Il s'agit le plus souvent de mémos, de maximes pour la littérature, de slogans publicitaires ou de signalisation routière.

(9) Visionner la vidéo.

(10) Il est plus facile de légaliser certaines choses que de les légitimer. (Chamfort, 1923, CXXXIV)

(11) Propriété privée. Roulez au pas.

(12) Pour récolter le meilleur café, il faut planter des milliers d'autres arbres  
(Nespresso)

Le texte prend alors sa force et sa vérité de lui-même, s'affranchissant du truchement apparent d'un énonciateur qui s'en porterait garant (excepté dans le cas du mémo). On s'attendrait à des énoncés d'une grande neutralité modale, par absence de personne et de relation personnelle, or il n'en est rien. L'énoncé s'en trouve en réalité modalisé, prenant le plus souvent valeur de déontique, mais ce peut être aussi une injonction comme en (9) ou en (11). Comme le fait remarquer ici-même B. Fracchiolla (p.173~189) pour l'insulte, les formes d'adresse directes sont nécessairement brèves. Poser un sujet d'énoncé, c'est construire une distance entre l'énonciateur et l'agent (fût-ce la première personne) et entre ces deux instances et le procès ou la propriété. Élider le sujet, c'est supprimer cette distance. Le procès devient alors une nécessité pour l'énonciateur (déontique, injonction), et la rationalité qu'entraînait la distance se transforme en explosion d'émotion (insulte). Le plus étonnant est que la brièveté semble appeler un rapport intersubjectif.

### **3.4 Le fragment**

Le fragment est reconnu comme forme littéraire et évoque bien sûr le mathématicien B. Pascal. Il est difficile de ne pas le mentionner dans un propos sur la brièveté. C'est en fait un autre versant du manque : ce qui reste d'un tout qui a disparu. Mais ce qui fait la particularité des fragments langagiers, c'est, comme l'a signalé P. Quignard (2005), qu'au contraire d'un objet brisé, il est voulu dès l'origine comme fragment. Il s'agit d'un texte bref, intégré dans une liste ou un ensemble. Relèvent du fragment le journal intime, les brèves de journaux, les maximes, les aphorismes, les

essais et fragments en littérature, mais aussi les chats sur la souffrance par exemple, dont traite D. Ablali ici (p.205-225), qui sont des fragments de vie. S'ils figurent une globalité en eux-mêmes, ils laissent deviner une totalité qui ne se laisse pas saisir.

Dans le cas des énoncés brefs, le manque est voulu. Il peut même avoir une dimension stratégique, comme le montre de façon très intéressante S. Masumura (p.89~101) à travers l'analyse de diverses campagnes publicitaires de l'université Kinki. Il devient clair que le succès est au rendez-vous à partir du moment où le concepteur change la structure du texte de telle sorte que c'est le manque d'information de l'accroche qui oblige le lecteur à chercher plus loin et à lire jusqu'au bout pour découvrir les informations qu'on veut lui communiquer.

#### **4 La surabondance sémantico-sémiotique**

Tout paradoxal qu'il paraisse, ce caractère est un corollaire du précédent, le manque. I. Behr s'est déjà interrogée, ici même, dans son article sur la surindexicalité (p.63~75), sur les raisons qui poussent à donner la même information de diverses façons alors que le cadre (panneau) est restreint. Le manque d'éléments syntaxiques génère naturellement de l'incompréhension, et tous les éléments sémantiques et sémiotiques de l'entourage vont devoir prendre une valeur accrue.

##### **4.1 Polysémie et paronymie**

L'une des techniques est de tirer parti de la possibilité qu'ont les mots d'être investis de plusieurs sens (polysémie) ou d'évoquer un autre mot proche phonétiquement (paronyme). Ce travail sur le sens, souvent inattendu, fait en général sourire. La polysémie et la paronymie sont plutôt l'apanage des textes humoristiques, comme les brèves des journaux, qu'a étudiées A. Seoane (p.121~137), les histoires comiques (13) ou la publicité (14).

(13) Je connais un critique qui est en même temps auteur...ce qui le met dans une situation critique. (R. Devos)

(14) Livret €. Votre épargne va sortir de sa réserve. (Publicité pour Cortal Consors)

En (13), la reprise du terme *critique* laisse douter d'un effet de la brièveté, mais c'est pourtant cette répétition du même terme avec un sens différent qui crée la chute et permet de clore ainsi brièvement ce morceau humoristique.

Le slogan (14) en revanche joue parfaitement sur trois sens du mot *réserve* en une seule occurrence, la réserve d'argent (l'épargne), la réserve au sens de timidité, discrétion et enfin, appelé par la tournure *sortir de sa réserve* celui de réserve animale

qui est évoqué sur l'affiche par l'image d'une savane et d'une tête de rhinocéros en ombre chinoise.

L'humour entretient une relation particulière avec la brièveté, car il est en grande partie conditionné par ce caractère bref, comme le montre J. Kawaguchi ici-même (p.105~120). Sans la fulgurance du trait d'esprit, la plaisanterie tomberait à plat. Le trait d'humour est le plus souvent voulu, bien qu'il puisse être parfois fortuit, mais devra toujours être perçu comme tel, dans une réception elle aussi instantanée. Il suppose une relation intersubjective à même de supporter cette création-recréation plaisante.

#### **4.2 Intertextualité**

Tout échange langagier repose sur un substrat de monde commun ou de connaissances partagées entre les interlocuteurs, mais avec les énoncés brefs, l'intertextualité prend le plus souvent une autre dimension. Dans le domaine de la signalisation routière, il s'agit d'un code appris et partagé qui fonde la communauté des personnes utilisant l'espace commun, mais dans les autres cas il s'agira le plus souvent de distinguer les individus cultivés capables de reconstruire le texte sous-jacent, et qui reformeront une communauté de savoir. Pour la littérature, on citera Montaigne réputé comme le premier adepte du genre bref avec ses essais pétris de références aux époques grecques et latines, mais les textes littéraires regorgent de références voilées à d'autres textes, raccourcis dont le but est clairement de créer un cercle d'élus. La poésie japonaise, elle, dans ses fondements-mêmes se construit dans le présent sur les références au passé. En ce qui concerne les textes autres que littéraires, ce clin d'œil a souvent un effet humoristique. Les *Minimares* du *Canard Enchaîné* comme les analysées A. Seoane (p.121~137) sont largement fondées sur cette intertextualité ou plus exactement cette interdiscursivité référant à des nouvelles, partagées par tous les lecteurs, du monde politique. La publicité enfin en use et en abuse, prenant soin cependant de viser un public relativement large, comme dans le slogan suivant :

(15) Je pense donc j'éteins !

Cette publicité anti-tabac comporte même une double référence puisqu'au *Je pense donc je suis* de Descartes s'ajoute l'image représentant une statue du penseur de Rodin éteignant une cigarette.

L'intertextualité est un procédé qui permet bien sûr de gagner de l'espace et du temps en ne citant pas en général le texte de référence, mais il donne surtout une densité au slogan ou au texte en question en l'investissant d'une charge cognitive, qui donne sa saveur au texte littéraire et qui capte l'intérêt dans le cas de la publicité, créant ainsi un

sentiment de connivence entre l'énonciateur (même anonyme) et le lecteur.

### 4.3 La sonorité, le rythme

De même qu'en inscrivant un mot, on transmet nécessairement un sens, ce qui permet de jouer sur ses diverses significations, de même le mot apparaît obligatoirement muni d'un son, ce qui autorise à en jouer. C'est l'un des fondements de la poésie en Occident, avec les rimes, les assonances, les allitérations. Ces jeux sonores liés à un rythme régulier et symétrique (alexandrins) favorisent la mémorisation. Ils sont repris fréquemment par la publicité pour ancrer les slogans dans les esprits, et en général couplés à d'autres techniques rhétoriques. Dans l'exemple suivant, on reconnaîtra le fameux *Veni, vidi, vici* de César franchissant le Rubicon.

(16) J'ai osé  
J'ai goûté  
J'ai aimé

Suze

Ces procédés de répétition, en particulier la rime, sont relativement étrangers à la poésie japonaise, qui repose de surcroît sur des rythmes asymétriques (5/7/5 pour le haïku ; 5/7/5/7/7 pour le tanka), mais qui étaient chantés (hormis le haïku). Les effets sonores sont vraisemblablement présents, mais nous n'avons pas les compétences pour les analyser. On retrouvera les jeux sonores dans la publicité japonaise qui, elle, reprend à son compte les répétitions et les variations de rythme telles qu'on les trouve en français, mais aussi les onomatopées qui jouent un rôle plus important dans la langue japonaise qu'en Occident. Ces dernières partagent d'ailleurs avec le haïku la force de l'instant présent, toujours bref.

Si les éléments en « surabondance » que nous avons relevés dans les sous-chapitres précédents sont enfouis dans la profondeur des mots et des énoncés, ne se donnant qu'à ceux qui font l'effort de les chercher, les sonorités, elles, ont plutôt les qualités inverses. Il est impossible de les ignorer, d'où l'usage qui en est fait dans les publicités, car ce sont elles qui colorent les énoncés brefs.

### 4.4 Les images

Les textes brefs eux-mêmes, en raison de leur nature, ont davantage tendance à évoquer des images qu'à raconter des histoires. On leur reconnaîtra donc un pouvoir évocateur plutôt que narratif, encore qu'ils puissent évoquer des histoires. Mais ce que nous cherchons à mettre en relief ici est l'accord fructueux entre les textes brefs d'un côté et le visuel de l'autre. Dans le monde gorgé d'images dans lequel nous vivons,

celles-ci ont un impact massif. Le regard s'est habitué à capter très rapidement le contenu d'une photo ou d'un dessin, qu'on voit sans souvent les regarder mais qui s'impriment sur le cerveau. L'intérêt des images est qu'elles peuvent se superposer au texte et être lues sensiblement dans le même temps. Il arrive même qu'elles fassent corps avec le texte, si l'on pense à certains poèmes calligrammes de G. Apollinaire par exemple. On les trouvera dans des textes explicatifs (utilisation d'appareils, recettes de cuisine) mais surtout bien entendu sur les panneaux et les affiches où, soit elles véhiculent exactement le même message à travers un média différent (*extincteur* écrit en toutes lettres et sous forme de dessin sur un panneau par exemple), soit les deux messages se complètent (*Entrée* suivi d'une main et d'un doigt pointé).

On retrouve les questions que se pose I. Behr (p.63~75) à propos de la surindexicalité : pourquoi cumuler les signes dans un message bref ? Parce qu'en choisissant l'effet percutant du style bref, on sait que des informations risquent de manquer pour l'interpréter. Le mot *extincteur* suffit-il pour comprendre qu'il s'agit d'un extincteur d'incendie placé à cet endroit précis et le dessin à lui seul permet-il de comprendre à la fois ce qu'il représente et le message ? Cette cumulation de médias pour un même message est systématisée dans les textes où la compréhension du message par le lecteur est capitale : les panneaux routiers et les affiches publicitaires.

Mais l'image peut être aussi l'élément dominant, dans le cas des tableaux en particulier. Dans ce cas, l'élément langagier qu'est le titre, par sa fonction d'identifiant, dirige le regard en retenant des éléments jugés importants et en écartant d'autres, comme l'explique B. Bosredon. On notera qu'il est en général extérieur à l'image. Pour reprendre la terminologie de B. Bosredon, il la sert par sa fonction signalétique, qui, outre l'identification permet de « signaler l'appartenance de ce référent à un domaine spécifique. » (p.235 (6-1) On se situe donc dans une autre perspective que celle du manque à combler. Il s'agirait d'un autre mode du dire, si l'on suit Y. Yamada, présenté ici (p.241-250) par Y. Kurihara, qui « consiste à désigner quelque chose *in situ* par un nom ». Cette perspective énonciative nous semble effectivement intimement liée à la notion de brièveté.

#### **4.5 Le support**

Enfin le dernier élément doté d'une charge sémiotique et sémantique est le support, qui représente bien plus qu'une simple surface dont le but serait d'accueillir le texte. Il joue en réalité à plusieurs niveaux. Avant même de lire le texte, l'esprit analyse le support et circonscrit déjà les possibilités. On ne lira pas de la même façon *La vie est*



*belle* suivant qu'il est inscrit sur un parfum (Lancôme), sur une affiche de cinéma ou sur une couverture de livre, et là encore une différence apparaîtra suivant la collection présentée (roman ou livre scientifique).

Le support joue aussi un rôle fondamental dans la structure du texte, au sens où il lui donne une unité. De la même façon que si on lit une suite de mots entre deux points, on est tenté de chercher une relation entre les termes de façon à constituer un énoncé, même si cette séquence ne fait pas sens a priori (cf. ex.(8) : *Nous supprimons le questionnaire médical est discriminant.*), de même on tendra à voir un lien entre des énoncés inscrits sur une même surface. L'unicité de la surface engendre en quelque sorte la congruence des unités du discours. C'est en se fondant sur cette souplesse de la faculté interprétative que les concepteurs de publicités se permettent de prendre des risques. Ainsi, malgré une composition classique de l'affiche, nom de marque en haut et nom du parfum au centre de l'affiche, les concepteurs de la publicité de *J'adore* de Dior pouvaient prévoir une lecture suivie sous forme d'énoncé : COD + pronom personnel + verbe : *Dior, J'adore s'interprétant J'adore Dior*, qu'ils ont pris soin de renforcer par le jeu de la rime.

Le support de tout énoncé étant une condition pragmatique de son énonciation, on peut supposer qu'il affectera d'une manière ou d'une autre sa production et sa réception. S'il intervient de façon plus marquée avec les énoncés brefs, c'est que certains supports restreints dans leurs dimensions requièrent la brièveté et qu'il s'est développé une forme d'échange entre le contenu et le contenant.

## **5 Segments asymétriques**

Tous les caractères que nous avons relevés jusqu'à présent présentaient une certaine logique de bon sens, et pouvaient trouver une explication relativement aisée. Il n'en va pas de même pour le caractère asymétrique qui fait l'objet de cette section. Sa relation avec le genre bref ne va pas de soi, mais il revient si souvent dans notre corpus qu'il nous a fallu le prendre en considération.

### **5.1 Repère constitutif / prédication**

On retrouve souvent cette bipartition dans les énoncés d'un corpus constitué à partir de panneaux urbains, écriteaux ou publicités. Elle a la forme d'un postulat, que nous nommerons à la suite d'A. Culioli *repère constitutif*, terme (au sens large) stable, à partir duquel se construisent la prédication ou les diverses relations qui formeront l'ensemble de l'énoncé. Cette bipartition recouvre celle communément appelée

thème/rhème mais dans une acception un peu plus large. Nous prendrons, pour fixer les idées, l'énoncé suivant qui apparaît, clignotant, au fronton des bus à Paris<sup>172</sup>.

(17) Je monte Je valide

Les deux segments présentent à première vue une certaine symétrie de structure (pronom personnel *je* + verbe au présent), mais il est pourtant impossible de les interpréter avec le même statut, c'est-à-dire deux actions qui se suivraient. Le premier segment (*Je monte*) est un postulat qui pose la situation dans laquelle se construit la prédication qui suit (*Je valide*). L'une des acceptions possibles serait *si je monte, je valide*. Ce postulat permet de distinguer une catégorie de personnes (parmi les destinataires-lecteurs) qui s'y reconnaissent (celles qui utilisent le bus) et peuvent ainsi s'identifier à ce *je*. La juxtaposition des deux propositions les pose dans une relation de nécessité naturelle, qui engendre pour le second une modalité déontique. Il s'agit ici d'écriteaux de la RATP, et on constate que les organismes publics en France ont de plus en plus souvent recours à cette technique de communication. Mais la publicité n'est pas en reste, qui adopte souvent ce modèle.

(18) Je suis dépensière, possessive et impatiente.

Heureusement ma voiture compense. (pub. voiture SKODA Fabia E-clim, 2011)

La première proposition définit le prospect et la seconde lui propose l'objet à vendre. Dans la publicité, cette bipartition peut être prise en charge en partie par l'image. Ainsi cette publicité pour la Citroën Berlingo (année 2000), qui présente une voiture encerclée d'une ribambelle de bambins montant dans la voiture et en descendant, sur le mode d'une ronde, et comme texte : *Citroën Berlingo* en haut de l'affiche, suivi à la ligne du dessous, à la manière d'un slogan, de : *2 portes coulissantes*. La photo ici remplace le repère constitutif : *Vous êtes parents de nombreux enfants et vous désirez une voiture*, et l'accroche suggère la réponse : *Choisissez la Citroën Berlingo, 2 portes coulissantes*.

## 5.2 La chute

La bipartition se retrouve aussi sous une autre forme dans des textes brefs mais néanmoins plus longs qu'un slogan. Il s'agit des genres qui comprennent une chute. L'asymétrie apparaît déjà dans la différence de longueur entre les deux parties. Les textes qui aboutissent à une chute sont rarement longs mais la chute en elle-même, plus particulièrement, doit être brève, comme l'explique J. Kawaguchi (p.106 et 116~118)

---

<sup>172</sup> Pour une étude détaillée de cet énoncé, voir (DHORNE, 2015) et (DHORNE, 2016).

pour le *rakugo*. En poésie, on pense aux sonnets, mais le genre discursif le plus concerné par la chute est le genre comique : les histoires drôles, les brèves du *Canard enchaîné* risqueraient de lasser si elles étaient trop longues. Il en est de même pour l'art du *rakugo*. La chute dans tous les cas se manifeste comme un saisissement, qui met un point final à l'histoire.

En effet, outre la différence de longueur, le corps du texte et la chute sont nécessairement de natures différentes. Le premier est en quelque sorte une préparation des conditions pour que la chute, moment attendu, soit efficace.

(19) Aujourd'hui, je me suis levée avec l'envie de tout changer. Alors j'ai commencé par changer d'avis, et je me suis rendormie.

(20) D'après une étude Haris Interactive, 82% des sondés approuvent la décision de François Hollande de ne pas se représenter. Ça doit lui faire tout drôle d'avoir de bons chiffres ! (Brève du CE 7/12/2016)

La première partie est une anecdote, une fiction, des faits connus (brève du CE) ; elle est exposée à l'interlocuteur sans que ce dernier ait à intervenir sur le contenu. C'est une mise en attente. Et la seconde partie qu'on attend est pourtant du point de vue du contenu tout à fait inattendue. Elle casse le tempo et la logique narrative du premier. Elle joue sur l'effet de surprise, qui ne peut être que bref.

À ce stade, on peut mettre en parallèle les deux cas de bipartition que nous avons vus. Car dans la relation repère constitutif/prédication (ou dans la relation thème/rhème), le repère constitutif est associé à une mise en attente, qui sera comblée par la prédication, à la différence près (mais importante) que les deux segments sont intimement liés. Il n'en reste pas moins que dans les deux cas, les deux membres sont nécessaires l'un à l'autre et se complètent.

### **5.3 Rythme binaire ou ternaire**

La bipartition que nous venons d'évoquer appelle en effet un rythme binaire. On le retrouve souvent, même avec des structures différentes. A priori, un terme unique ou une séquence simple devrait suffire pour un texte bref, et c'est souvent le cas pour les mémos ou les panneaux de signalisation, mais un énoncé en deux segments semble souvent préféré.

(21) Douchons-nous différents Respectons l'eau (pub. Nature Moi)

(22) Pile, je prends les deux Face, je prends les deux (pub. Le Manège à bijoux)

(23) Stationnement interdit Sortie de voitures

Si les maximes, les proverbes et les aphorismes reposent grandement sur la chute et

donc la bipartition, le rythme y est particulièrement travaillé.

(24) Il y a des reproches qui louent, et des louanges qui médisent.

(La Rochefoucault, 1664, 148)

Un texte bref, quel qu'il soit, doit marquer les esprits ; le rythme facilite la captation du message ou sa mémorisation. Il est prévisible que des différences culturelles s'y inscrivent, car les rythmes varient suivant les cultures. La symétrie sera sans doute plus appréciée en France, où l'alexandrin et sa coupure à l'hémistiche sont à la base de la poésie classique, qu'au Japon, où le vers repose sur un nombre impair de mores (7 ou 5) et un nombre impair de vers (5/7/5 pour le *haïku* et 5/7/5/7/7 pour le *tanka*) et où la symétrie, même dans la vie quotidienne, est peu prisée. Dans les publicités, qui puisent partout et qui mélangent un peu les genres, on rencontre les deux types de rythme, mais le rythme ternaire y est plus fréquent que dans les publicités françaises. Ainsi, si l'on compare les publicités pour les montres Patek Philippe, le slogan français est composé de deux phrases, alors que l'accroche japonaise a le rythme ternaire d'un *haïku* mais sur des vers à nombre pair de mores (6/6/8) :

(25) Jamais vous ne posséderez complètement une Patek Philippe.

Vous en serez juste le gardien pour les générations futures.

(26) Haha to musume —— (Mère et fille——)

Uketsugareru (Il se transmettra)

« Toki » no monogatari (Le dit du « temps »)

Le temps, le tempo, le rythme sont vraisemblablement des données intrinsèques au genre bref. On le voit avec les slogans des manifestations qu'a étudiés K. Nakao (p.167). Le texte quasiment scandé doit retenir l'oreille intérieure, et peut-être même l'oreille interne pour l'équilibre, ajouté au regard.

## 6 Pondération sur le co-énonciateur

Nous avons vu à plusieurs reprises que le genre bref sollicitait fréquemment l'interlocuteur. Comme nous l'avons dit précédemment, tout énoncé suppose un co-énonciateur qui le re-construit, mais cette instance a, pour les énoncés de genre bref, un poids particulier à plusieurs niveaux. Il faut sans doute distinguer les cas où l'interlocuteur est présent dans la situation d'énonciation de celui où il ne l'est pas, puis dans le premier cas distinguer le mode d'énonciation oral (dans cet ouvrage-même : l'insulte (p.173~188) ou l'évitement (p.189~201), du mode écrit où l'interlocuteur est anonyme ou au moins invisible (le tchat de personnes en souffrance, p.205~224). Les

trois cas qui ont été étudiés ici reflètent nettement des difficultés communicationnelles, qui ne sont sûrement pas sans rapport avec la brièveté. On serait enclin à penser que dans une situation de coprésence des interlocuteurs, la non-restriction temporelle est la norme, et que la brièveté devient nécessaire soit par désir de couper toute communication (insulte, évitement), soit à cause de règles ou d'un règlement de communication très contraignants (tchat d'assistance) alors que le désir de communiquer est présent de part et d'autre. Dans tous les cas cependant, la relation intersubjective est fortement en cause. Mais tout ceci reste à étudier.

Le second cas (indétermination de l'interlocuteur), à l'opposé, introduit paradoxalement une très forte pondération positive sur le co-énonciateur. En pensant aux panneaux de signalisation, aux maximes ou même aux affiches publicitaires, on pourrait croire que le genre bref annihile toute subjectivité, renvoyant tous ces discours à leur anonymat. C'est refuser de voir la complexité sous-jacente aux relations intersubjectives. Le manque d'éléments signifiants par exemple exige de l'interlocuteur un effort de reconstruction du sens, mais cet effort est programmé dans la production originelle. Cette dernière tend à instaurer un lien étroit entre l'énonciateur et l'interlocuteur, fussent-ils indéterminés. Le but d'un énoncé bref n'est pas de s'adresser à tous ceux qui le liront, mais de sélectionner, à travers le texte, le public visé, et donc un type de récepteur capable de saisir le sens, le non-dit du texte, d'y réagir, et qui puisse ainsi remplir l'instance du co-énonciateur. C'est surtout à ce second cas que nous nous sommes intéressée.

### **6.1 Le monde partagé et la connivence**

Comme nous l'avons mentionné au début de cet article, même des énoncés aussi arides que les formules des panneaux de signalisation supposent l'appartenance de l'origine énonciative de l'énoncé (origine plurielle) et de son interprétant comme appartenant à une même communauté, qui possèdent l'un et l'autre les codes propres à cette communauté. Mais plus encore, les textes brefs se nourrissent de cette culture partagée et la façonnent à leur tour, créant une connivence entre des sujets et par là une forme de dialogue ludique. On la trouve sous diverses apparences.

Prenons la poésie. Une des civilisations dans laquelle la brièveté est la norme en poésie est le Japon. Or la poésie japonaise est un art éminemment social, qui se pratique lors de rencontres poétiques. La forme la plus ancienne est le *renga*, où l'invité principal lance un *hokku* (5/7/5) sur lequel devra réagir un autre invité par un *waki* (7/7), l'exercice se poursuivant sur ces rythmes avec les autres invités. Le *renga* a été pendant

longtemps le genre poétique le plus courant au Japon. L'idée qu'on peut se faire en Occident du poète rêvassant dans sa solitude est très éloignée de la conception qu'en ont les Japonais. Et même le *haïku*, qui est un *hokku* sans *waki*, et qui peut donc être réalisé seul, se pratique souvent à l'intérieur de cercles de haïkistes, sous forme de joute poétique. On conserve en général l'idée d'appartenance à un cercle d'initiés.

Une autre forme de connivence est celle de l'intertextualité que nous avons évoquée plus haut. Lorsque les références ne sont pas citées et qu'un second texte est dissimulé dans le texte-même, le lecteur qui le repère réagit souvent par un sourire (de connivence), co-énonciateur se sentant en adéquation avec l'énonciateur.

Enfin, la connivence peut venir de l'humour. L'humour n'a de sens que dans l'échange. C'est un moyen efficace de créer de la sociabilité. Il est voulu par l'énonciateur pour susciter une réaction de la part de l'interlocuteur, le rire ou le sourire, et cette réaction aura pour conséquence de créer un lien positif entre les deux sujets. Ici c'est la compréhension du trait humoristique qui inclura le lecteur (ou l'auditeur) dans le clan des initiés, ou l'exclura en cas d'incompréhension. C'est là encore l'énoncé qui crée le destinataire. On notera à cet égard que le *haïku*, qui est à l'origine une forme non finie de poésie (la première strophe du poème en attente d'une suite) a par là-même une essence de légèreté qui le rattache à l'humour, non pas au sens comique, mais au sens d'un détachement enjoué vis-à-vis du monde.

## **6.2 Implication du lecteur**

Comme nous l'avons mentionné plus haut, le co-énonciateur occupe une place particulière dans les énoncés de genre bref, mais les discours qui relèvent de ce genre sont pour la majeure partie de l'ordre de l'écrit. Nous venons de voir que le lecteur d'un énoncé de genre bref n'en est pas nécessairement le destinataire. Lorsqu'il n'y a pas coprésence des interlocuteurs, la construction des relations intersubjectives s'avère complexe. L'emploi en particulier des pronoms personnels est spécifique à ce type de texte. Il est apparu (ch.3.3) d'une part que l'absence de sujet d'énoncé est fréquente (infinitif, impératif, formes impersonnelles) avec les valeurs modales qui en découlent et qui introduisent paradoxalement une relation intersubjective, mais surtout que les pronoms *je* et *tu/vous* deviennent polyvalents et permutable. Le *Je monte Je valide* de l'exemple (17) est quasiment équivalent à *Vous montez Vous validez* du point de vue du sens. *Je*, pronom neutre en français, permet de construire le prospect (le lecteur concerné) comme énonciateur (DHORNE, 2015a : 81). Et quand, dans cette publicité pour Nivéa, le slogan dit : *Maintenant, on ne voit plus que vous*, en réalité on ne voit

plus qu'elle : jeune femme blonde vêtue d'un T-shirt bleu royal en gros plan devant une foule un peu floue en arrière-plan. Cette ambivalence des pronoms se rencontre essentiellement dans les panneaux urbains et les affiches publicitaires. On serait tenté de rattacher ce caractère ambivalent au genre discursif publicitaire en général, mais outre que ce genre se conçoit difficilement sans la brièveté, on constate que dans les parties du texte publicitaire un peu plus longues (explication des qualités du produit), cette ambivalence des pronoms n'a pas cours. Elle ne figure que dans les attaches, les slogans qui, eux, sont brefs.

La brièveté n'est pas juste une question de concision du texte, c'est une forme particulière de relation à l'autre en ce qu'elle construit l'interlocuteur dans une relation privilégiée.

## **7 Conclusion**

Notre questionnement concernait la possibilité de définir un genre par la brièveté. Cela correspondait à l'intuition qu'en dehors de l'aspect court du texte, qui pourrait n'être que contingent, le choix de la brièveté avait une incidence sur la langue elle-même. S'il existe un certain nombre de termes pour dénommer les formes de catégories, celui de genre répond sans doute à la nécessité d'une discrimination, mais pas, dans son essence, à celui d'une nomenclature. C'est même ce qui le rend différent des autres dénominations de catégories. Nous reprenons ici la définition que nous avons donnée au tout début. Un genre se définit par un ensemble de qualités communes à un ensemble d'individus ou d'objets non pas sous forme de traits mais sous forme de comportements et qui ne peut être appréhendé qu'à travers soit un comportement typique soit un individu/objet (une occurrence) représentant (prototype) l'ensemble des individus/objets entrant sous cette appellation. Cette définition vaut pour toutes les acceptions du mot *genre*, même dans son sens de *gender* où le comportement typique s'appréhende à travers deux pôles (féminin, masculin) et non deux sous-catégories. Pour vérifier que la brièveté peut bien constituer un genre et non être juste un trait dans la constitution d'autres genres, il nous fallait montrer qu'on pouvait relever des comportements récurrents, ce qui ne signifie pas, bien entendu, que chaque comportement doit se retrouver systématiquement dans tout énoncé de type bref. Nous avons relevé le manque, la surabondance qui est son corollaire, la dissymétrie de la construction syntaxique et rythmique et la connivence intersubjective. De même que la dissymétrie, le manque crée un dynamisme, car il devra être contrebalancé par d'autres

facteurs et c'est dans la recherche de cet équilibre qu'intervient le rapport de complicité (pouvant être réduit à son versant négatif, le refus de complicité, qu'est l'insulte ou l'évitement) non pas préexistant mais créé par l'énoncé et l'énonciation, qui lie, met en relation les sujets d'énonciation.

## Références

- Ablali D. (2013). Types, genres et généricité en débat avec Jean-Michel Adam. *Pratiques* 157-158, 216-232.
- Adam J-M (2001). Types de textes ou genres de discours ? Comment classer les textes qui disent de et comment faire ? *Langage* 141, 10-27.
- Adam J-M. & Bonhomme M. (2007). *L'argumentation publicitaire, rhétorique de l'éloge et de la persuasion*. Paris : Armand Colin.
- Bosredon B. (1997). *Les titres de tableaux*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Bouquet S. (2004). Linguistique générale et linguistique des genres. *Les genres de la parole. Langages* 153, 3-14.
- Chamfort (1923). *Maximes et pensées*. Éditions Bever, repris dans fr.wikipedia.org.
- Charaudeau P. (2009). Identités sociales et identités discursives. Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière. *Identités sociales et discursives du sujet parlant*. Paris : L'Harmattan.
- Culioli A. (1990). *Pour une linguistique de l'énonciation*, T1. Gap : Ophrys.
- Culioli A. (1999). *Pour une linguistique de l'énonciation*, T2. Gap : Ophrys.
- Dhorne F. (2015a). « Je monte, je valide » ou l'énonciateur-fantôme. *Bulletin d'Études de Linguistique Française* N°49, 65-85. Tokyo : Société de Linguistique Française du Japon.
- Dhorne F. (2015b). Les marques de la personne sur les affiches publicitaires et les panneaux urbains. *Études françaises* N°24, 87-106. Tokyo : Université Aoyama Gakuin.
- Dufaye L. (2014). GENRE ou le scénario d'une grammaticalisation. *Variations sémantiques et syntaxiques : aspects d'une théorie de l'invariance. Linx* 70-71, 51-65.
- Franckel J-J & Lebaud D. (1992). Lexique et opérations « Le lit de l'arbitraire ». *La théorie d'Antoine Culioli*. Gap : Ophrys, 89-106.
- Husianyia M. (2013). « Genre » ou « type » de discours ? *Pratiques* 157-158, 133-152.
- Konstantopoulos N. & Kella V. (2001). Le concept de genre dans l'analyse des discours



- médiatiques. *Communication* vol.20/2, 87-97.
- La Rochefoucauld F. (1664). *Maximes et réflexions morales*, repris dans fr.wikisource.org
- Mainueneau D. (2007). Genres de discours et modes de généricité. *Le français aujourd'hui – Les genres : corpus, usages, pratiques*, 159(4), 29-35.
- Périneau S. (eds). (2013) *Les formes brèves audiovisuelles*. Paris : CNRS Éditions.
- Quignard P. (2005). *Une gêne technique à l'égard des fragments*. Paris : Galilée.
- Roukhomovsky B. (2001). *Lire les formes brèves*. Paris : Armand Colin.
- Seoane A. (2014). Quand la contextualisation de figures de discours devient une stratégie de persuasion : le discours publicitaire dans le métro parisien. *Actes du colloque : Figures du discours et contextualisation*.  
<<http://revel.unice.fr/symposia/figuresetcontextualisation/index.html?id=1542>>
- Seoane A. (2017). Observabilité des contenus implicites en publicité : les décrochages énonciatifs. Typologies et finalités pragmatiques. Actes du colloque de l'université de Limoges : *Autour des formes implicites*. Coord. par S. Anquetil, J. Elle-Deschamps. 12-14 novembre 2014. Presses Universitaires de Rennes, coll. Rivages Linguistiques, 23-36.
- Soulages J-C. (2004). Le tiers interdiscursif dans le discours publicitaire. In Charaudeau P. et Montes R. *La voix cachée du tiers. Des non-dits du discours*. Paris : L'Harmattan, 165-179.
- Soulages J-C. (2009). Identités discursives et identités sociales dans le discours publicitaire. In Charaudeau P. *Identités sociales et discursives du sujet parlant*. Paris : L'Harmattan, 167-180.