

La stéréotypie, un avatar de communication incontournable dans l'enseignement-apprentissage d'une langue-culture étrangère. Essai de mise au point conceptuelle.

Fournier Phi Nga
Maître de Conférences en CNU 07
Gerflint
truyencotich@yahoo.fr

« À s'ignorer soi-même, on ne parvient jamais à connaître les autres ;
Connaître l'autre et soi est une seule et même chose. »

Todorov, *Nous et les autres*, Seuil, 1988



Synergies Pays riverains du Mékong
n°2 - 2010 pp. 47-65

Résumé : *L'approche discursive des stéréotypes permet de contribuer à une meilleure compréhension des interactions en situation de contact entre locuteurs de cultures différentes. A partir d'écrits fondamentaux et de scénarios d'interactions communicatives avec autrui, nous proposons ici de revisiter les principales théories régnantes sur cette question. Notre objectif est donc de mieux analyser et pratiquer les moyens linguistiques et discursifs impliqués dans la communication, mais aussi les comportements sociaux qui en sont la chair, l'esprit et donc la valeur, tant en ce qui concerne le déroulement des échanges quotidiens au sein d'une même communauté que les malentendus qui peuvent surgir dans la confrontation d'interlocuteurs de cultures différentes. Nous verrons ainsi que la notion de stéréotype sert à définir un système d'opinions, de convictions, de jugements et d'attitudes qui guident et structurent la perception. D'où l'obligation incontournable de leur consacrer une attention toute particulière dans l'enseignement-apprentissage d'une langue, qu'elle soit maternelle, seconde ou étrangère.*

Mots-clés : *stéréotypie, acte de communication, approche discursive, interaction.*

Summary: *The discursive approach of stereotypes can contribute to a better understanding of interactions when speakers of different cultures are talking to each other. From basic works and scenarios of communicative interactions with other people, we hereby propose to revisit the main current theories on this topic. Our goal is therefore to better analyze and practice the linguistic and discursive media in relation to any communication but also the social behaviors that are in its heart, based on two points of view: (i) the way daily exchanges are conducted within one single community and (ii) the misunderstandings that may arise during a fight between interlocutors from different cultures. Then we will see that the concept of stereotype is used to define a system of opinions, convictions, judgments and attitudes that drive and structure our perception; hence the inevitable obligation to dedicate a special attention to them in the teaching-learning of a language, either it is native, second or foreign.*

Keywords : *stereotypy, act of communication, discursive approach, interaction.*

Stéréotypie et connaissances nécessaires à la communication

Il s'agit donc pour nous ici de relire un large corpus d'études récentes sur le stéréotype, et notamment sur tout ce qui a trait à la charge culturelle partagée. Un tel projet nécessite l'approche du phénomène global de la stéréotypie au sein des normes communicationnelles. Un stéréotype, en effet, exprime un consensus sémantique et pragmatique relevant d'un usage collectif. Il procède d'une association d'idées construisant une certaine image par des moyens où le discursif se conjugue au socio-culturel. L'enjeu pour nous est donc d'enseigner/apprendre à utiliser les codes et normes de communication en vigueur sur « le marché linguistique », selon le terme de Bourdieu, et nous mettrons pour cela, au cœur de notre questionnement, tout ce qui concerne la place, la nature, les fonctions et les fonctionnements du stéréotype dans l'acte de communication.

Le phénomène de la stéréotypisation joue un rôle particulièrement important dans la communication car il véhicule un savoir collectif stabilisé. Il convient d'en cerner au plus près le fonctionnement et les fonctions au sein des codes utilisés par le locuteur. Examinons de prime abord la notion de communication et de contrat de communication.

Le terme de communication a fait l'objet de nombreuses définitions dépendant des différentes disciplines qui s'y sont intéressées. A l'origine, la communication n'est pas une affaire technique et encore moins technologique. D'après le *Dictionnaire historique de la langue française (Le Robert)*, ce mot « est emprunté (fin XIII^e siècle - début XIV^e siècle) au dérivé latin *communicatio* « mise en commun, échange de propos, action de faire part » [...] et a été introduit en français, avec le sens général de « manière d'être ensemble » et envisagé, dès l'ancien français comme un mode privilégié de relations sociales » (1994 : 456).

Ces différents traits définitoires (*mise en commun, échange, propos, faire part, être ensemble, relations sociales*) seront finalement conservés au cours du temps dans les différentes définitions dans des domaines variés. La communication est comme une sorte de réponse à la grande question de la communauté sociale. La communication nous permet d'établir des relations qui nous font prendre la mesure de nos différences et de nos ressemblances, créant ainsi des liens psychologiques et sociaux.

En linguistique, R. Jakobson a proposé son célèbre schéma de la communication verbale autour de six fonctions du langage (émotive, conative, référentielle, poétique, métalinguistique et phatique). Longtemps considéré comme une référence, ce schéma a été ensuite critiqué, particulièrement par des sémioticiens, pour son caractère « à la fois trop général pour permettre une taxinomie et une syntaxe appropriée et, en même temps, trop particulier du fait qu'elle ne porte que sur la seule communication verbale » (A.-J. Greimas et J. Courtès, 1979 : 45)¹.

Une solide synthèse de ces critiques a été proposée par C. Kerbrat-Orecchioni (1980), mais nous faisons également nôtre l'apport de J.-B. Grise (1996) dans sa théorie de la schématisation.

Une perspective psycho-socio-langagière décrit la communication comme un ensemble de niveaux de contraintes qui s'autodéterminent les uns les autres. Ces contraintes situationnelles définies en termes de finalité, d'identité, de propos et de circonstances (déterminant les niveaux des caractéristiques discursives et sémiologiques), constituent le *contrat de communication*, terme employé par des sémioticiens, des psychosociologues du langage et des analystes du discours pour désigner ce qui fait qu'un acte de communication est reconnu comme valide du point de vue du sens.

Cette manière de voir présente des points communs avec celle d'autres filiations bien que ces dernières ne mentionnent pas explicitement la notion de contrat de communication. Quelques exemples :

- E. Benveniste présente l'hypothèse d'« intersubjectivité » « qui seul rend possible la communication linguistique » (1966 : 266)² et implique une « polarité des personnes » *je* et *tu* qui font l'activité de langage (op. cit. : 260) ;
- Bakhtine (1984)³ propose l'hypothèse de « dialogisme » qui prétend qu'on ne parle jamais qu'avec du déjà-dit ;
- Les philosophes du langage formulent l'hypothèse d'une « co-construction du sens » qui implique, pour que la communication soit possible, des conditions d'« intention collective » (J. R. Searle 1991 : 227)⁴, d'intentionnalité conjointe » et d'« accord » (F. Jacques 1991 : 18)⁵, de « négociation » (C. Kerbrat-Orecchioni 1984 : 225)⁶, de « communauté en parole » (H. Parret 1991)⁷ ;
- H.P. Grice (1975)⁸, F. Flahaut (1979)⁹ et D. Sperber et D. Wilson (1989)¹⁰, de leur part, introduisent l'hypothèse de « pertinence ».

Toutes ces hypothèses convergent vers une définition contractuelle de l'acte de langage qui implique :

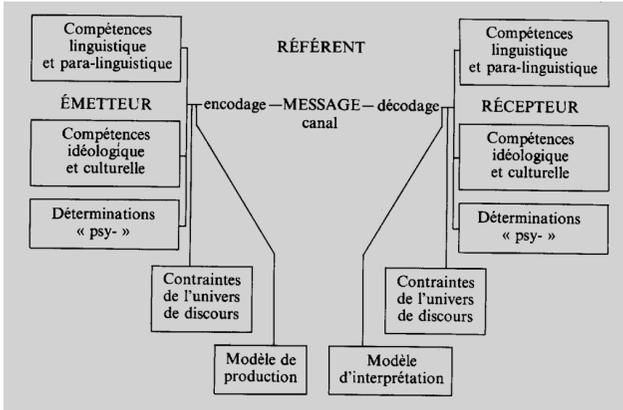
- L'existence de deux sujets en relation d'intersubjectivité ;
- L'existence de conventions, de normes et d'accord qui régulent les échanges langagiers
- L'existence de *savoirs communs* qui permettent que s'établisse une intercompréhension, le tout dans une certaine situation de communication.¹¹

Ce qui nous intéresse dans la notion de contrat de communication, parmi toutes ces tendances, c'est le troisième point qui met l'accent sur l'importance des *savoirs communs* dans le processus communicatif. Ces *savoirs communs*, nommés le *sens commun* chez V. de Nuchèze (1998)¹² sont considérés comme « constitutifs de l'environnement cognitif et condition de l'intercompréhension sur la base d'un principe très général de pertinence ». Dans notre appellation, nous les définirons comme des *connaissances préalables en communication*.

Place des stéréotypes dans l'univers des connaissances préalables en communication

Nous déduisons de ce qui précède que l'acte de communication met en jeu un certain nombre de compétences à la fois distinctes et solidaires supposant la maîtrise de codes linguistiques et paralinguistiques (codes strictement linguistiques, codes conversationnels, codes gestuels, proxémiques...) et codes culturels. La maîtrise de connaissances préalables communes aux interactants

apparaît ainsi nécessaire pour bien se comprendre, bien « communiquer », c'est ce que montre la représentation suivante de la communication humaine qui s'appuie sur les travaux menés par C. Kerbrat-Orecchioni (1980 : 19), qui, après ses commentaires anticipés, a reformulé le schéma de Jakobson¹³ de la façon suivante :



Reformulation du schéma de la communication de Jakobson proposée par C. Kerbrat-orecchioni

Où situer alors le stéréotype dans l'ensemble des connaissances nécessaires à un individu pour communiquer ? Il apparaît d'emblée comme premier, pour qui le considère dans son fonctionnement évident, donc comme l'agent principal d'une simplification qui est l'un de deux pôles de toute communication. Car au fond qu'est-ce que communiquer sinon opérer un va-et-vient constant entre une complexification d'une part (qui fait émerger des différences) et une simplification d'autre part ?

Nous allons essayer de schématiser l'apparition du stéréotype dans le double processus d'émission et de réception des messages de quelque nature qu'ils soient et suivre en partie le schéma que donne J.-L. Duffay¹⁴ : Le stéréotype y apparaît comme un élément, parmi d'autres, des connaissances préalables qui fondent la communication. L'ensemble de ces connaissances préalables est d'abord constitué d'éléments fragmentaires mais aussi liés à l'histoire du sujet. Il est constitué aussi d'éléments systématiques liés à l'appartenance du sujet dans une collectivité. Tout individu, en effet, dispose des schèmes d'interprétation de la réalité quotidienne qui lui permettent d'évoluer dans des situations courantes. Une partie importante de ces schèmes sont des éléments sémiotiques préfabriqués, emblématisés par la communauté qui les produit et s'en nourrit. Ces schèmes interprétatifs sont précisément les stéréotypes.

La stéréotypie, un avatar de communication incontournable dans l'enseignement -apprentissage d'une langue-culture étrangère. Essai de mise au point conceptuelle.

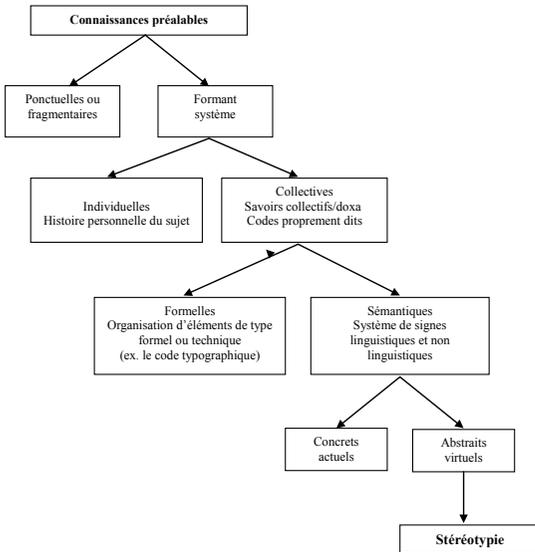


Schéma présenté par F. Demougin¹⁵

Par signe « virtuels », nous entendons des signes d'origine imprécise, applicables à un nombre infini de situations potentielles réalisables. Le stéréotype relève donc de connaissances sémantiques, systématiques et collectives. Par là, nous comprenons qu'il est un des traits, et non des moindres, qui interviennent dans la définition d'une communauté donnée. Les stéréotypes sont des éléments permettant un bon déroulement de la communication par le balisage qu'ils induisent du champ de connaissances partagées préalables, c'est-à-dire du système doxique

d'une communauté donnée. Ce qui est intéressant dans cette représentation, c'est qu'elle permet d'ordonner ce qu'une approche intuitive du stéréotype laissait seulement pressentir : le stéréotype apparaît comme une structure cognitive acquise, liée au milieu culturel, à l'expérience individuelle (avec une influence privilégiée des communications de masse), à l'affectif (car il va rationaliser, justifier et même engendrer un préjugé).

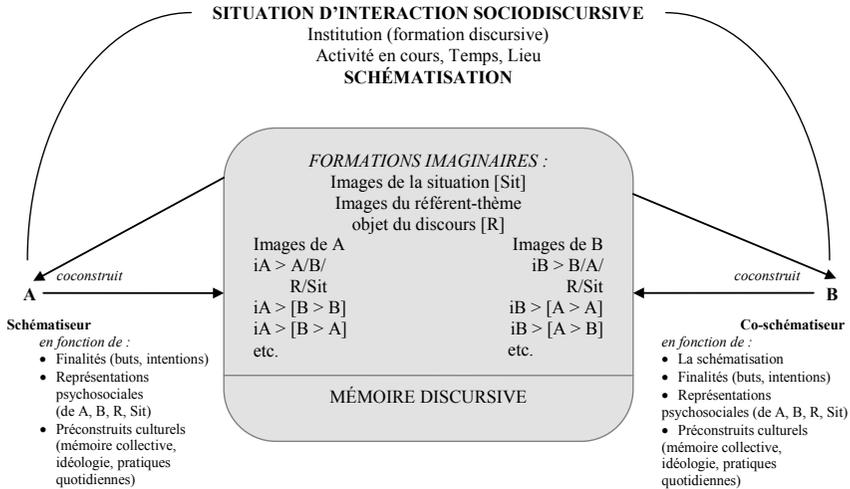
Le stéréotype dans la théorie de la schématisation

Dans le cadre de la théorie de la schématisation, J.-B. Grize (1996)¹⁶ a présenté un schéma de la communication - interaction verbale où il a formulé cinq postulats de base ¹⁷:

- 1) Le *dialogisme* empruntée à M. Bakhtine : les deux partenaires A et B sont actifs dans la construction du sens.
- 2) La *situation d'interlocution* qui présente une dimension concrète (temps, lieu, finalité du discours) et une dimension théorique (cadre socio-historique donné)
- 3) Les *représentations* : celles que le locuteur A de lui-même, celles qu'il a de l'auditeur B et celles qu'il a du thème abordé. Ces trois représentations sont en combinaison entre elles.
- 4) Les *préconstruits culturels* où se présente la mobilisation de toutes les connaissances aménagées, combinées entre elles. C'est ce qui fournit un cadre de connaissances et de filtres dans lequel les discours sont des produits verbaux et sociaux. C'est à ce niveau que le stéréotype, considéré comme le préconstruit, se montre prépondérant. C'est aussi ce qui nous intéresse pour analyser le rôle du stéréotype dans toute communication - interaction.
- 5) La *construction des objets* du discours qui construisent les « référentiels » de la schématisation. Ce processus est une co-construction à partir de la conjugaison des points de vue de deux partenaires A et B.

La stéréotypie, un avatar de communication incontournable dans l'enseignement-apprentissage d'une langue-culture étrangère. Essai de mise au point conceptuelle.

Cette reformulation se schématise comme suit (J.-M. Adam, 1999 : 105)¹⁸ :



Adam J.-M., 1999, *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*, Paris, Nathan

Dans le cadre de notre recherche sur les stéréotypes, nous retiendrons de ces deux schémas la notion de *préconstruits culturels*. Nous remarquons en effet que la stéréotypie trouve un ancrage dans ces préconstruits culturels (mémoire collective, idéologie, pratiques quotidiennes) autant de la part du schématisateur que de celle du co-schématiseur.

La réflexion sur les façons dont la schématisation propose des images de A et de B nous rappelle la question de l'image de l'homme politique dans son discours où le pôle de l'éthos sera mis en importance. Cette réflexion peut servir de base pour analyser les rituels d'interaction et la théorie de la « face » conçue comme les images valorisantes, appelées aussi auto-stéréotypes, que les sujets tentent, dans l'interaction, de construire d'eux-mêmes ; et *a contrario* les images dévalorisantes, les hétéro-stéréotypes ou les préjugés de leurs interlocuteurs.

Usages pragmatiques de la stéréotypie

De ce qui précède, il ressort que les stéréotypes sont des outils d'investigation présents dans la mémoire de l'individu engagé dans un acte de communication. Il ressort également que comprendre, que communiquer, c'est aller d'abord à la recherche de structures familières, habituelles, pour ensuite compliquer le message et parvenir à une interprétation. Dans ce processus, la stéréotypie apparaît comme ce qui permet de relier tout message à l'univers des expériences familières, habituelles même si le stéréotype précède l'expérience individuelle pour remplir sa fonction sémiotique (voir Chapitre 4, § 3 : « Stéréotypie et Interactions en situations de contact »). Il s'agit du paradoxe du stéréotype qui part du *collectif* pour aboutir à travers lui au *singulier*.

En discours, la stéréotypie remplit encore une fonction argumentative. C'est également cette fonction qui est mise en avant chez Ducrot pour les *topoi* et chez Anscombe pour les proverbes.

Le stéréotype a tous les niveaux du discours

Le stéréotype est un phénomène qui peut fonctionner sur trois plans différents, avec des valeurs associées différentes :

- premier plan : *dénotation*, le stéréotype a valeur de signification tout simplement ;
- deuxième plan : *connotation*, le stéréotype a valeur de répétition, il est entendu et manié comme un signe culturel ;
- troisième plan : *métalangage*, le stéréotype a valeur parodique.

Pourquoi le stéréotype ?

Le recours au stéréotype semble donc se faire pour deux raisons essentielles :

Premièrement, toute sémiotisation du réel (par sémiotisation du réel, nous entendons qu'une civilisation est constituée d'un ensemble de systèmes de signes) va de pair avec une stéréotypisation du réel, c'est-à-dire un *maniement collectif identitaire des signes*. Un stéréotype a donc la fonction sémiotique d'affirmer ou plutôt de confirmer des propositions paraissant évidentes aux yeux de la communauté. Ce maniement relève alors de la norme d'usage et ne nécessite pas forcément une explication totale, l'évidence peut rester allusive puisqu'elle est inscrite dans l'usage collectif ;

Deuxièmement, c'est en se fondant sur cet usage collectif que l'on arrive à *produire un discours particulier* se définissant par le choix d'une des valeurs du stéréotype, de l'adhésion entière à la dénonciation/distanciation (ou en d'autres termes, d'implication à la désimplication) de ce qu'il signifie. Le respect de la norme tout comme l'écart par rapport à elle sera signifiant dans la mesure où le discours se placera forcément sur l'un des trois niveaux évoqués ci-dessus. C'est là le paradoxe de l'usage pragmatique du stéréotype : ce dernier trouve sa réalisation dernière dans une utilisation individuelle mettant en jeu l'histoire/l'expérience personnelle du sujet et non plus seulement le savoir collectif partagé.

Le maniement du stéréotype connaît ainsi une relative autonomie parce qu'il est tout à la fois interprétation collective et outil sémiotique individuel. Nous pourrions donc manier le stéréotype de différentes manières suivant la valeur que nous voulons accorder à cette relative autonomie, soit :

- pour exploiter son sens dénoté sans tenir compte des valeurs de répétition ;
- pour exploiter son sens connoté en tenant compte des valeurs de répétition ;
- pour dénoncer les valeurs de répétition et de systématisation sur le mode ludique ou ironique.

Le stéréotype : réception et/ou déception

Notre interprétation du schéma de la communication, rectifié par C. Kerbrat-Orecchioni (1981) et présenté par F. Demougin (1998), concerne plutôt les

compétences idéologiques et culturelles (c'est-à-dire son histoire : expérience personnelle, ses opinions, ses cultures) du destinataire. Il s'ensuit pour celui à qui est destiné le message, le destinataire, de procéder à trois opérations distinctes suivantes :

- identifier le procédé formel d'énonciation utilisé et reconnaître le stéréotype ;
- interpréter la valeur que l'émetteur attribue au stéréotype ;
- accepter ou refuser le stéréotype. (Ce qui implique forcément une préoccupation didactique dans la mesure où l'enseignant est amené à se poser la question de l'apprentissage de la maîtrise de la stéréotypie. Nous y reviendrons dans la partie concernant nos perspectives didactiques).

L'action du destinataire, en effet, ne réside pas seulement dans cette identification et cette interprétation car des décalages peuvent se produire. Ces décalages ne sont pas forcément de l'ordre du malentendu mais peuvent exprimer un désaccord, parce que rien n'oblige le destinataire à adhérer au choix des valeurs véhiculées par les stéréotypes. Il peut y avoir une différence entre les fonctions virtuelles en quelque sorte et les effets réels du stéréotype. L'acceptation de la fonction virtuelle du stéréotype telle qu'elle a été choisie par l'émetteur entraîne pour partie (si le stéréotype a été identifié comme tel) l'acceptation de la part du récepteur du monde de l'émetteur. Mais l'effet réel, c'est-à-dire la valeur accordée par le récepteur au stéréotype peut ne pas correspondre à cette vision et la communication peut devenir ainsi conflictuelle. Le discours politique offre assez souvent des exemples de conflits de ce genre. La valeur du stéréotype résulte ainsi de l'addition de la fonction virtuelle et de l'effet produit. L'émetteur (co-schématiseur ou co-énonciateur) est par conséquent mené à faire trois usages de la stéréotypie :

- soit rechercher une participation du récepteur et utiliser les valeurs référentielles et rhétoriques reconnues du stéréotype ;
- soit rechercher une mise à distance et souligner les dimensions axiologiques du stéréotype, la valeur d'autorité contestable de la citation à laquelle il procède ;
- soit rechercher un traitement ambigu, ambivalent du stéréotype et exploiter sa duplicité, son caractère réversible et incertain.

Stéréotypie dans des interactions en situations de contact

Comme nous l'avons dit, dans le contact interculturel, le savoir quotidien perd son efficacité explicative et la nécessité s'impose de reconstruire des significations. Dans ces opérations d'interprétation, le stéréotype remplit une fonction sémiotique importante. Dans ce processus, il est traité en tant qu'objet de discours, actualisé et géré par les interactants (P. Berger et Th. Luckmann, 1992)¹⁹. Pour saisir la construction discursive du stéréotype, nous nous servons des conversations entre les interlocuteurs soit Français/Français, soit Français/étrangers existant dans nos méthodes FLE comme objet d'analyse. Cette analyse a pour objectif de décrire quelques formes de stéréotypie et de montrer que le recours à la stéréotypie fonctionne également comme marqueur d'identité et corrélativement, d'altérité.

Stéréotypie et construction discursive ; fonctions générales du stéréotype

Nous l'avons vu, la notion de stéréotype sert à définir un système d'opinions, de convictions, de jugements et d'attitudes qui guident et structurent la perception. Les caractéristiques du stéréotype sont, selon la plupart des auteurs (W. Lippmann, 1964 ; L. Bardin, 1980), la simplicité exagérée, la généralisation et la fréquence. Dans le discours, le stéréotype se manifeste sous forme de clichés langagiers et de formules toutes faites qui gommement les particularités pour mettre en relief un aspect hypertrophié.

Correspondant aux normes qui règlent les échanges quotidiens, le stéréotype est une mesure d'économie nécessaire dans les interactions sociales : « [Il] est de nature à assurer un maximum d'effets contextuels pour un minimum d'efforts de traitement. »²⁰

Il est vrai que ces clichés langagiers, ces formules stéréotypées toutes faites, appelés autrement « kits langagiers », remplacent la propre créativité langagière au niveau expressif et cognitif, mais réduisent l'activité communicative à l'établissement et au maintien du contact social. Elles peuvent être thématisées et manipulées par les interactants lorsqu'ils essaient de définir les caractéristiques d'un groupe donné, en les comparant à celles d'un autre groupe.

L'emploi de tels stéréotypes fortement normés est quasi automatique. De sorte qu'ils ont un haut degré de prédictibilité et obéissent à des règles fixes d'agencement, de combinaison et d'adéquation pragmatique. Mais si c'est vrai dans le cas du natif qui enregistre ces procédés langagiers que véhicule sa langue maternelle par la pratique quotidienne, il n'est pas évident dans le cas de celui qui use d'une langue seconde voire étrangère, où la personne doit en revanche être à même de reconnaître et de maîtriser, au-delà d'une norme linguistique « idéale » (relevant souvent d'une norme écrite prescriptive) mais non réelle, des normes communicationnelles.

Ainsi compris, le stéréotype fait partie intégrante de notre savoir socio-culturel concernant les règles implicites qui structurent nos échanges avec autrui. En raison de leur force simplificatrice et réductrice, les stéréotypes jouent un rôle sémantique important dans les échanges quotidiens. Ainsi, on ne peut comprendre l'énoncé :

« Ma belle mère vient demain mais elle est assez sympa »

que si l'on connaît les stéréotypes courants associés à la belle mère dans la culture française comme dans la culture vietnamienne. Cet énoncé suppose que l'allocutaire partage le savoir avec le locuteur et attribue aux catégories évoquées les mêmes caractéristiques, c'est-à-dire qu'il procède au même stéréotypage.

Tandis que l'énoncé :

« Il est célibataire et il a deux enfants, lui. »,

prononcé par un Français, ne pourrait pas être compris par un Vietnamien qui procède à un stéréotype tout à fait différent (un homme célibataire est un

homme non marié et un homme non marié, selon les conformistes, n'a pas d'enfants !) de celui du locuteur français. Pour le locuteur vietnamien, son énoncé serait plutôt :

« Il est célibataire mais il a deux enfants, lui. »

Ainsi, nous voyons très clairement que « les savoirs d'un locuteur sur lui-même, sur autrui et sur le monde sont constitutifs de son discours. Pour que l'interaction polysystémique réussisse, l'étranger comme le natif va puiser dans le stock des représentations issues de leur culture d'origine cette catégorie particulière que l'opinion appelle stéréotype. »²¹

De manière générale, les stéréotypes permettent de baliser le champ des connaissances partagées par les participants à la conversation et contribuent ainsi au bon déroulement de la communication. Pour être à même d'ajuster leurs comportements respectifs, les interactants doivent se situer par rapport à un savoir commun. La connaissance des stéréotypes est donc indispensable pour la reconstruction des processus d'intercompréhension et pour saisir la cohésion de nombreux énoncés.

Stéréotypie dans le cadre de l'interculturalité.

Dans le contact interculturel, celui dans lequel les interactants sont issus de langues-cultures différentes, l'interaction sera dite polysystémique, pour reprendre le terme proposé par V. de Nuchèze, l'énoncé étant constitué d'un système représentationnel, lui-même, multidimensionnel. Dans le « cadre de l'interculturalité », la prégnance des énoncés stéréotypés lors de l'interaction dans diverses situations se caractérise par la pluriculturalité. Ce phénomène peut s'expliquer par l'efficacité pragmatique du stéréotype, qui assure la régulation interactionnelle au double niveau du contenu et de la relation.

Dans ce type de contact, notre savoir quotidien perd son efficacité explicative. L'ordre sémiotique habituel est souvent perturbé, s'effondre même. Les signes ne peuvent plus être toujours décodés comme à l'accoutumée, il est donc difficile d'établir des relations référentielles, les interférences échouent. Bref, le système culturel perd de sa pertinence en tant que modèle sémiotique et le sentiment d'« avoir perdu pied », la perte d'orientation, créent une situation d'anomie.

Comme cette situation est difficile à vivre, la nécessité s'impose de créer de nouveaux automatismes et de reconstruire des significations. Dans ces opérations d'interprétation, les catégorisations et les stéréotypisations qui y sont liées sont d'une importance tout particulière :

D'une part, ils fonctionnent comme marqueurs d'identité et d'altérité et contribuent ainsi à stabiliser la conscience perturbée de soi-même. L'insécurité linguistique et culturelle est sublimée par la reprise à son compte des stéréotypes circulant dans la culture d'origine au sujet de la culture étrangère : « Employés et reproduits au sein de la famille, dans les groupes de pairs, dans la vie associative, diffusés par les discours des médias, les stéréotypes véhiculent des croyances partagées par la plupart des membres de la communauté » (G. Ludi, 1995 : 210)²²

D'autre part, ils aident à classer les impressions, à mettre de l'ordre dans les données de l'altérité et à leur donner un sens. Ils sont indispensables dans la quête de modèles de comportements adéquats. Les représentations, les présupposés, les préjugés, les attributions stéréotypées vont affecter, du moins dans un premier temps, la perception et l'interprétation de l'altérité et « agissent comme des outils qui permettent de manipuler symboliquement la région d'accueil » (C. Oesch-Serra, 1995)²³

Nous terminerons nos réflexions sur la construction discursive du stéréotype en proposant la définition suivante du stéréotype en discours :

Le stéréotype est une construction discursive, un objet de discours qui remplit certaines fonctions dans les interactions. Il est actualisé et géré interactivement et contribue à définir le contexte. Il participe ainsi, de manière décisive, à la construction d'une réalité renouvelée et à la (re)construction identitaire.

Par ailleurs, il sert, en tant que catégorie sémantique, à l'orientation, à la classification et à la construction du sens. Dans les rencontres interculturelles dans la vie réelle ou reflétée sous forme de dialogues dans les méthodes FLE, il remplit une fonction sémiotique particulièrement importante dans les opérations interprétatives et les catégorisations identitaires. A ce titre, le stéréotype fait figure de symbole à valeur identitaire, utilisé comme référence par le locuteur pour concevoir l'altérité. Les stéréotypes sont ainsi considérés comme des techniques interactives qui visent à associer les énoncés aux catégorisations évoquées, par exemple Français/Français » (Le Nouvel ESPACES 3, Dossier 1), Français/étrangers (Espagnols, Allemands, Anglais, Italiens...) (Le Nouvel ESPACES 3, Dossier 1); caractéristiques, jugements de valeurs, relation homme/femme ; Paris/province, célibataire/mariage...

Stéréotypie et identité culturelle en situation de contact.

L'interlocuteur dispose, dans les échanges quotidiens, non pas d'une seule catégorie identitaire, mais d'un réseau d'appartenances catégorielles multiples (G. Sacks, 1972)²⁴. Selon le contexte, les enjeux, les relations que l'interlocuteur veut établir, il met en scène ces appartenances diverses pour décrire et organiser les expériences subjectives de son environnement social et culturel. Le choix des attributions associées aux catégorisations identitaires reflétera, matérialisé dans les stéréotypes, des scénarios socio-culturels collectifs.

Catégorie de l'appartenance culturelle

Dans une situation de contact interculturel, une catégorie fréquemment sollicitée est celle de l'appartenance culturelle. La gestion interactive s'avère alors souvent difficile. La catégorisation de l'appartenance culturelle se fait souvent de manière contrastive. La référence à une catégorie implique alors l'évocation explicite ou implicite de celle qui lui est proposée : la catégorie d'appartenance culturelle française par exemple, appellera son pendant, c'est-à-dire la catégorie d'appartenance californienne et portoricaine dans (1) :

(1) Paul (Californie) : « ... ce qui m'a frappé [aujourd'hui], c'est que [...] le rythme de vie de la famille chez qui j'ai habité est assez calme. On prend le temps de parler, de répondre aux commerçants quand on fait des courses, de regarder le paysage. Et puis, il y a le célèbre quart d'heure gascon ! On tolère en général 15 à 20 minutes de retard, tout au moins hors du monde professionnel. Pour moi, Californien, être en retard est très difficile à apprendre ! Et tolérer le retard des autres, c'est encore plus difficile ! » (Le Nouvel ESPACES 3, Hachette, Dossier 1, ex. 6, p. 9)

Wanda (Porto Rico) : « La vie à Agen est calme, mais intéressante. C'est un peu comme chez moi : on vit tranquillement, à l'heure gasconne. » (Le Nouvel ESPACES 3, Hachette, Dossier 1, ex. 6, p. 9)

Dans ces séquences, le procédé de catégorisation (« californien », « chez moi » à Porto Rico) sert à classer les interlocuteurs en même temps comme « natifs », « Français » et, par effet de contraste, tend à accentuer l'asymétrie relationnelle : « natifs vs non natifs », « Français vs étrangers ».

Un autre procédé consiste à mettre les caractéristiques considérées comme typiques et à remonter, à partir de là, à la catégorie elle-même :

(2) « Pour vous, être Français, qu'est-ce que c'est ? »

Cathy : « C'est avoir une certaine forme d'esprit, un goût pour les discussions à bâtons rompus, pour l'improvisation...un esprit un peu frondeur... » (Le Nouvel ESPACES 3, Hachette Livre, Dossier 1, ex. 6, p. 11)

Philippe : « Pour moi, c'est apprécier un bon vin, se retourner sur une jolie femme, avoir toujours un écrivain à découvrir, regarder les gens passer tranquillement assis à la terrasse d'un café... » (Le Nouvel ESPACES 3, Hachette Livre, Dossier 1, ex. 6, p. 11)

En (2), l'attribution stéréotypée des traits culturels permet de remonter à la catégorie « des Français » par des auto-stéréotypes positifs. La perception de certains attributs gastronomiques, esthétiques, intellectuels peut nous conduire à une catégorisation de la personne comme prototypique du « Français » : Le Français possède le savoir d'apprécier les vins et selon R. Barthes, « le vin est senti par la nation française comme un bien qui lui est propre » (R. Barthes, 1957 : 74)²⁵

Chaque catégorisation s'accompagne d'attributions généralisantes et la perception d'une personne comme appartenant à une catégorie fait qu'on lui attribue souvent de façon exagérément stéréotypée toutes les caractéristiques associées à la catégorie en question en soulignant les caractéristiques divergentes avec ses propres appartenances. Le choix des attributions reflètera notamment des scénarios socio-culturels collectifs.

Le stéréotype est considéré non seulement comme moyen économique de la pensée et comme grille explicative, mais les constructions collectives du stéréotype dans les séquences (1) et (2) mettent aussi en évidence sa fonction stabilisatrice pour la cohésion du groupe culturel.

Bipolarité auto/hétéro stéréotype

Les formules stéréotypées qui font partie du savoir commun d'une communauté donnée fonctionnent comme des indices qui signalent une double relation : celle

qui rattache l'individu à un groupe donné et celle qui distingue celui-ci d'autres groupes sociaux. C'est en fait la relation entre « moi » et « nous », entre « nous » et « les autres » que l'on établit par ce moyen et elle sert à encadrer les procédés discursifs des interlocuteurs. La stabilité de cette double relation est indépendante des différentes formes de verbalisation qu'une formule stéréotypée peut revêtir dans le discours : le locuteur peut se contenter d'y faire allusion, de la mentionner ou de ne citer qu'un de ses constituants. Autant de possibilités qui se présentent aux interactants, soucieux de préserver leur territoire et l'image qu'ils donnent d'eux-mêmes, au moment où ils veulent se connaître ou se faire reconnaître. Pourtant, même si une formule stéréotypée apparaît explicitement dans le discours sous sa forme canonique : « Tout X est Y », elle ne se limite pas à décrire un seul objet. Son pouvoir d'information va largement dépasser l'unité du pôle explicité, la description de l'« autre », pour pouvoir référer au sujet énonciateur et suggérer l'évidence d'une propriété symétrique qui décrit le « nous ». En effet, toute formule tire fondement et légitimité d'un système bipolaire, d'auto- et d'hétéro-stéréotype, qui s'active au moment de l'énonciation.

Prenons l'exemple :

Selon les Espagnols :

« *Les Français ? Des couche-tôt.* »
(Le Nouvel ESPACES 3, Hachette Livre, p. 11)

Dans la bouche d'un Espagnol, la formule fait partie de la série des hétéro-stéréotypes, puisque l'objet « les Français » ne coïncide pas avec sa communauté d'appartenance. Lorsqu'il a recours à cette expression, le locuteur lui rattache automatiquement un ensemble de significations, qui dépassent le cadre posé et laisse apparaître en filigrane une série symétrique d'auto-stéréotypes, parmi lesquels, on peut trouver une formule comme :

« *Les Espagnols [sont] des couche-tard.* »

En revanche, lorsqu'elle est énoncée par un Français, la même proposition :

« *Les Français ? Des couche-tôt.* » fait partie des auto-stéréotypes et active d'autres hétéro-stéréotypes, dont, par exemple,
« *Les Espagnols [sont] des couche-tard.* »

Comme nous l'avons mentionné plus haut, même si la mise en relation de ces deux pôles dans le discours va généralement être partiellement ou totalement implicite, en raison de nombreuses contraintes qui s'exercent localement et en limitant l'exploitation, peu de conditions doivent être satisfaites pour que le système soit reconstitué dans son entier. Le locuteur qui voudra réduire la responsabilité de ses dires et tirer partie de l'inventaire de formulations allusives qu'il a à sa disposition, pourra compter sur le degré de diffusion et de consensus rattachés aux formules. Cela suffira pour que la partie implicite soit mise à la charge de l'interlocuteur qui rétablira la nature de la relation en se fondant, à son tour, sur le même système, qui fait partie du savoir partagé. De ce point de vue, les exemples que nous venons d'examiner ne sont interchangeables que pour les besoins de notre démonstration. En les employant les membres de deux appartenances culturelles différentes donnent

chaque fois un sens différent à la relation qui y est établie et les termes qui servent à définir les groupes, les appartenances culturelles, qui sont l'objet de deux propositions caractéristiques « Espagnols », « Français », « des couche-tard », « des couche-tôt » appartiennent à des systèmes référentiels différents.

Gestion des stéréotypes dans des interactions en situation de contact : Questions de face

Nous avons déjà mentionné le fait que la stéréotypie peut constituer des menaces pour les faces des interlocuteurs, actes appelés « *actes menaçants les faces* » (*Face Threatening Acts* (FTAs), pour reprendre la notion par P. Brow et S. Levinson²⁶, en opposition aux « actes flatteurs » (FFA)) introduits complémentirement par C. Kerbrat-Orecchioni, 1995). Les interactants ont donc recours à un certain nombre d'activités de figuration, face work, dans le but de ménager les faces en présence.

Ainsi, une partie importante du travail de face est réalisée au moyen des pronoms personnels. Leur usage différencié permet de repérer comment les interactants gèrent et utilisent les attributions stéréotypées associées à l'appartenance culturelle. En admettant que les pronoms personnels placent les partenaires d'un dialogue les uns par rapport aux autres et dessinent une topographie générale de leur rapport, nous pouvons dire que les pronoms personnels fonctionnent souvent comme marqueurs de position en situant les partenaires selon les circonstances dans telle ou telle position.

Nous nous contentons d'exposer quelques réflexions au sujet de « nous », « vous » et « on ». En effet, dire « nous » (ou « on »)/ « vous » présuppose un lien social que le locuteur établit entre lui et d'autres personnes, présentes ou la plupart du temps absentes de la situation. Il s'ensuit un jeu assez compliqué avec ses formes référentielles, étant donné que le locuteur « saute » fréquemment d'une position à l'autre. L'incertitude qui règne alors par rapport au référent qui fait partie des activités de figuration dans la mesure où elle permet aux interlocuteurs de ne pas se fixer dans un espace culturel ou/et social de marquer leur distance ou au contraire de se déclarer solidaires des catégories évoquées et d'éviter une référence trop directe aux interlocuteurs présents.

On devine facilement que le flou référentiel est un espace privilégié pour des interprétations erronées et divergentes, en d'autres termes, pour les malentendus. Nous trouvons ainsi des exemples où l'**utilisation du pronom** est un moyen pour les locuteurs de passer d'une position extérieure à une position intérieure, d'une désimplication à une implication. Dans l'énoncé de Paul (cf. séquence (1)), le pronom « on » marque la désimplication et désigne ici « les Français ». C'est le cas lorsque l'attribution risque de menacer la face négative du locuteur.

En revanche, Wanda, dans son énoncé :

La vie à Agen est calme, mais intéressante. C'est un peu comme chez moi : **on** vit tranquillement, à l'heure gascogne. Après la journée de travail, **on** a envie de rentrer chez soi, de se reposer et de parler un peu. Quand **on** vit une vie pleine de

préoccupations et de stress, on apprécie beaucoup plus la tranquillité... (Le Nouvel ESPACES 3, Hachette, Dossier 1, ex. 6, p. 11)

s'implique en employant « **on** » et parle au nom du groupe des gens qui vivent « une vie pleine de préoccupations et de stress », dont elle fait partie.

Prenons d'autres exemples :

Dialogue 1 (Le Nouvel ESPACES 3, Hachette, Dossier 9, Stratégies de conversation, p. 122) :

(3) - Alors, ce bac ?

- Raté. Je ne comprends pas. Elle a eu toujours de bonnes notes. Elle travaille, elle est toujours sérieuse, elle...

Un troisième personnage :

- **On**¹ peut très bien vivre sans le bac. Moi, je ne l'ai pas, et je m'en suis bien tiré.

- Les temps ont bien changé maintenant...

- Pas du tout ! C'est pareil qu'avant. Mes parents aussi voulaient que je passe le bac.

Le premier personnage :

- Richard a raison. De nos jours, si tu n'as pas le bac tu ne peux pas...

- Eh, tu permets ! J'en connais, moi, des bacheliers qui sont au chômage. Pas plus loin que mon neveu. Il a le bac et pourtant toutes les boîtes lui disent la même chose : manque d'expérience.

- **On**² ne te dit pas que le bac c'est suffisant. N'empêche, c'est une porte d'entrée pour...

- Une porte, La seule vraie porte, c'est le travail. Moi, j'ai appris le métier de typographe à seize ans. Je peux m'aligner avec n'importe quel bachelier.

- Le problème n'est pas là. Tout le monde n'a pas envie d'être typo, il y a des gens...

- Qu'est-ce que tu as contre les typos ? Toi aussi, tu...

- Mais laisse-moi finir ! Tu **nous** ennuies à la fin...

- Ah, je **vous** ennuie ! **On**³ ne peut pas discuter avec **vous**. **Vous** ne me laissez même pas terminer mes phrases !

En séquence (3), le troisième locuteur utilise le pronom « **On**¹ » pour s'impliquer comme appartenant à la catégorie des gens vivant très bien sans le bac : *on = je + tu + ils*

Le deuxième locuteur utilise le pronom « **On**² » signifiant ici *moi* et les gens présents dans la conversation : *on = je + ils*. Il le remplace après par « **nous** » pour désigner le même objet de la conversation (le « **nous** » exclusif).

Le « **On**³ » par contre indique seulement le sujet parlant : *on = je*

Et le « **Vous** » implique l'autre interlocuteur et les personnes présentes dans la conversation : *vous = tu + non-je*²⁷

Un autre moyen de gestion consiste à **modaliser les attributions** afin d'en atténuer et relativiser le stéréotype.

Ces procédés de modalisation sont également révélateurs des contradictions qui existent entre des expériences individuelles et les scripts stéréotypes. Il s'agit en séquence (3) de l'expérience individuelle du locuteur sans le bac et le stéréotype disant que le bac est la seule porte d'entrée vers un bon avenir pour un individu. Une manière de relativiser le stéréotypage est de rapporter le discours d'autres personnes, des locuteurs absents, en particulier lorsque

l'attribution est péjorative et menace la face positive de l'interlocuteur. Enfin, le stéréotypage peut être affaibli par le recours à la métacommunication. En effet, les énoncés métacommunicatifs sont à la fois le résultat et la preuve des activités anticipatrices du locuteur sur les réactions possibles de l'interlocuteur.

Conclusion

Nous pensons avoir montré, au travers de ce long voyage exégétique à travers les œuvres des spécialistes de la question, mais aussi par le contact vivant avec de situations d'échanges, le rôle déterminant de la stéréotypie dans l'acte de communication. Un stéréotype véhicule toujours un savoir collectif partagé et l'approche discursive permet, en lui restituant sa charge axiologique implicite, de faire tous les réglages nécessaires pour comprendre les interactions en situations de contact entre des appartenances culturelles différentes.

Nous avons relevé pour cela quelques formes de stéréotypie et de gestion interactive dont la visée était d'entrer « dans le vif des situations de contact quotidien et interculturel. Moyen économique de catégorisation, le stéréotype sert, en particulier dans les premiers instants d'une rencontre, à faciliter le classement, l'interprétation des données de l'altérité et/ou à donner des marques d'identité culturelle. C'est aussi un vecteur de consensus social pouvant servir de référence et de modèle culturel aux membres d'une communauté donnée. Empruntant au savoir commun culturellement spécifique, les traits, comportements, et habitudes prototypiques de soi-même et de l'autre, les interactants construisent à travers un jeu complexe d'auto-attribution, leur propre image identitaire ainsi que celle de l'autre.

De nombreux moyens linguistiques (utilisation des pronoms personnels) et discursifs (recours à un certain nombre d'activités de figuration dans le but de ménager les faces en présence ; implication/désimplication ; modalisation des attributions afin d'en atténuer et relativiser le stéréotypage) tendent à créer l'information et à susciter des comportements qui confirment et perpétuent les données stéréotypées initiales. Dans les contacts interculturels, toute appartenance culturelle et sociale est déjà investie au préalable de caractéristiques et d'attentes que les comportements réciproques ne font que confirmer et qui les justifient à leur tour. La médiatisation de la réalité par les savoirs antérieurs filtre la perception et conduit souvent à des interprétations erronées des comportements réciproques. Elle demande également aux interactants un travail important de gestion et de « ménagement » des faces réciproques.

Concluons donc que l'acte de communication met en jeu un certain nombre de compétences à la fois distinctes et solidaires supposant la maîtrise de codes linguistiques et paralinguistiques (codes strictement linguistiques, codes conversationnels, codes gestuels, proxémiques...) et codes culturels. Le stéréotype relève donc de connaissances sémantiques, systématiques et collectives. Le connaître et le pratiquer - n'hésitons pas à le redire ici - est donc indispensable pour la reconstruction des processus d'intercompréhension, pour saisir la cohésion de nombreux énoncés et donc pour comprendre le monde comme il va et les gens comme ils sont, là où ils vivent.

Bibliographie

- Adam, J.-M., 1999, *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*, Paris, Nathan.
- Arditty, J., Vasseur M.-T., 1999, «Interaction et langue étrangère: Présentation», Interaction en langue étrangère, *Langages* No 134, Larousse, Paris, Juin, 124 p.
- Bakhtine, M., 1984, *Esthétique de la création verbale*, trad. Fr., Paris, Gallimard (1^{re} éd. 1979).
- Charaudeau, P., 1995, « Le dialogue dans un modèle de discours », *Cahiers de linguistique française*, 17, Genève, université de Genève, 141-178.
- De Nuchèze, V. de, 1998, « Intercompréhension et stéréotype » in *Pratiques discursives et acquisition des langues étrangères, Actes du Xe colloque international « Acquisition d'une langue étrangère : perspectives et recherches*, Besançon, 19-21 septembre 1996, CLA.
- Duffays, J.-L., 1994, *Stéréotype et lecture*, Liège, Mardaga.
- Flahault, H., 1979, « Le fonctionnement de la parole », *Communications*, 30, pp. 73-79.
- Goffman, E., 1973, *La mise en scène de la vie quotidienne* (2 vol.), Paris, Minuit.
- Greimas, A.-J. et Courtes, J., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette
- Grice, H. P., 1979, « Logique et conversation », trd. Fr., *Communications*, 30, 57-72(1^{re} éd. « Logic and conversation », in Cole P. et Morgan N J.-L. (éds.) *Syntax and semantic*, vol. III, Speech Acts, 1975, NewYork, Academic Press, 41-58.
- Grize, J.-B., 1996, *Logique naturelle et communication*, Paris, PUF.
- Jaques, F., 1991, « Consensus et conflit : une réévaluation », in PARHET H. (éd.) : *La communauté en paroles*, Liège, Mardaga pp. 97-125.
- Kerbrat-Orecchioni C., 1984, « Les négociations conversationnelles », *Verbum*, t. VII, Nancy, Presses universitaires de Nancy, pp. 223-243.
- Kerbrat-Orecchioni C., 1992, *Les interactions verbales*, t. II, Paris, Minuit.
- Ladmiral, J.-R. et Lipiansky, E.-M., 1989, *La Communication interculturelle*, Colin.
- Ludi, G., 1995, « L'identité linguistique des migrants en question : perdre, maintenir, changer », in G. LÜDI & B. PY, *Changement de langage et langage du changement*, Lausanne, Edition l'Âge de l'Homme, p.210.
- Oesch-Serra, C., 1995, « L'évolution des représentations », in G. LÜDI & B. PY, *Changement de langage et langage du changement*, Lausanne, Edition l'Âge de l'Homme.

Notes

¹ GREIMAS A.-J. et COURTES J., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette.

² BENVENISTE E., 1966, *Problèmes de linguistique générale*, Paris, Gallimard.

³ BAKHTINE M., 1984, *Esthétique de la création verbale*, trad. Fr., Paris, Gallimard (1^{re} éd. 1979).

La stéréotypie, un avatar de communication incontournable dans l'enseignement-apprentissage d'une langue-culture étrangère. Essai de mise au point conceptuelle.

- ⁴ SEARLE J. R., 1991, « L'intentionnalité collective », in PARHET H. (éd.) : *La communauté en paroles*, Liège, Mardaga(227-243).
- ⁵ JACQUES F., 1991, « Consensus et conflit : une réévaluation », in PARHET H. (éd.) : *La communauté en paroles*, Liège, Mardaga(97-125).
- ⁶ KERBRAT-ORECCHIONI C., 1984, « Les négociations conversationnelles », *Verbum*, t. VII, Nancy, Presses universitaires de Nancy, (223-243).
- ⁷ PARETT H., 1991, « Communiquer par aïsthésis, in PARHET H. (éd.) : *La communauté en paroles*, Liège, Mardaga.
- ⁸ GRICE H. P., 1979, « Logique et conversation », trd. Fr., *Communications*, 30, 57-72(1^{re} éd. « Logic and conversation », in COLE P. et MORGAN J.-L. (éds.) *Syntax and semantic*, vol. III, Speech Acts, 1975, NewYork, Academic Press, 41-58.
- ⁹ FLAHAULT H., 1979, « Le fonctionnement de la parole », *Communications*, 30, 73-79.
- ¹⁰ SPERBER D. et WILSON D., 1989, « Les ironies comme mention », *Poétique*, 36, 399-412.
- ¹¹ CHARAUDEAU P., 1995, « Le dialogue dans un modèle de discours », *Cahiers de linguistique française*, 17, Genève, Université de Genève, 141-178.
- ¹² DE NUCHÈZE, V. de, 1998, « Intercompréhension et stéréotype » in *Pratiques discursives et acquisition des langues étrangères, Actes du X^e colloque international « Acquisition d'une langue étrangère : perspectives et recherches*, Besançon, 19-21 septembre 1996, CLA.
- ¹³ Cf. KERBRAT-ORECCHIONI, C., 1980, *L'Enonciation de la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin.
- ¹⁴ DUFAYS. J.-L., 1994, *Stéréotype et lecture*, Liège, Mardaga.
- ¹⁵ DEMOUGIN F., 1998, « Réflexion autour de la langues-culture : une hypothèse de travail, le stéréotype ; un matériau d'analyse, le cinéma » in *Travaux de didactique du FLE N°39*, pp. 15-37.
- ¹⁶ GRIZE J.-B., 1996, *Logique naturelle et communication*, Paris, PUF.
- ¹⁷ LANE P., cf. *Dictionnaire d'Analyse du discours*, 2002, Paris, Seuil.
- ¹⁸ ADAM J.-M., 1999, *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*, Paris, Nathan.
- ¹⁹ BERGER, P., LUCKMANN, Th., 1992, *La construction sociale de la réalité*, Paris, Méridiens Klincksieck.
- ²⁰ DE NUCHÈZE, V., 1998, « Intercompréhension et stéréotype » in *Pratiques discursives et acquisition des langues étrangères, Actes du X^e colloque international « Acquisition d'une langue étrangère : perspectives et recherches*, Besançon, 19-21 septembre 1996, CLA.
- ²¹ DE NUCHÈZE, V., op. cit.
- ²² LÜDI, G., 1995, « L'identité linguistique des migrants en question : perdre, maintenir, changer », in G. LÜDI & B. PY, *Changement de langage et langage du changement*, Lausanne, Edition l'Âge de l'Homme, p.210.
- ²³ OESCH-SERRA, C., 1995, « L'évolution des représentations », in G. LÜDI & B. PY, *Changement de langage et langage du changement*, Lausanne, Edition l'Âge de l'Homme.
- ²⁴ SACKS G., 1972.
- ²⁵ BARTHES, R., 1957, *Mythologies*, op.cit.
- ²⁶ BROWN, P. et LEVINSON, S., 1978, « Universal in human uage : politeness phenomena, in GOODY E. (ed), *Question and Politeness. Strategies in Social Interaction*, Cambridge, University Press.
- ²⁷ Cf. KERBRAT-ORECCHIONI, C., 1980, *L'Enonciation de la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin.