

Le français à l'université

Faits et gestes d'identité en discours

par Anca Gâță

Référence de l'œuvre:

Boyer, Henri, (2016), *Faits et gestes d'identité en discours*, L'Harmattan, Paris, 114 pages.

Texte intégral

1 Henri Boyer reprend dans ce volume des études publiées ailleurs (2008-2014), en continuant ainsi la ligne des recherches qu'il avait initiées dans le domaine de la sociolinguistique par sa thèse de doctorat soutenue en 1990, *Contribution sociolinguistique et sociopragmatique à la description de quelques mises en scène langagières*, et poursuivies au long des deux dernières décennies. La visée sociolinguistique des textes réunis ici est cohérente avec une affirmation antérieure de l'auteur, à savoir : « l'identité [collective], qu'elle soit niée, stigmatisée, ou revendiquée, célébrée, est bien un ingrédient majeur de la marche linguistique du monde et un besoin irréprensible des communautés et des groupes qui l'habitent, que la "mondialisation", la "globalisation" et autre(s) visées unificatrices ne font, en définitive, que conforter » (Boyer, 2008b : 16). Le volume comporte cinq chapitres s'intéressant à une problématique concernant la construction et la communication des identités par et dans le discours. Chaque chapitre est formé de brèves analyses ou conclusions d'analyses (1 à 6 pages, exceptionnellement 10) qui, d'une part, permettent de surprendre le fonctionnement du discours comme instance de mise en œuvre de l'identité et, de l'autre, donnent une perspective sur la multitude d'approches que permet l'examen du discours « identitaire ». L'auteur se réclame de plusieurs champs disciplinaires, ou « paradigmes conceptuels », principalement la sociolinguistique, la psychologie sociale, la sémiotique et l'analyse des discours médiatiques, en basant ses observations sur des travaux antérieurs (Boyer, 2003, 2008). Les concepts mis à l'épreuve dans les analyses sont, en conséquence, nombreux : *société médiatique, société médiatisée, contrat de communication médiatique, stéréotypage, emblématisation, mythification, symbolisation, dialogisme (interdiscursif), doxa, (production d')identité (linguistique), imaginaire (ethnosocioculturel), représentation (partagée, collective, sociale), pensée sociale, métissage, fondamentalisme identitaire, dérive(s) identitaire(s)*. Ils sont présentés synthétiquement dans l'introduction (p. 7-16) dans un souci de mise en évidence de la cohérence épistémique de sa démarche d'investigation des représentations, usages et pratiques identitaires » dans des perspectives différentes : macrosociolinguistique et microsociolinguistique (p. 16).

2 Le premier chapitre, *Accent(s) et Cie. Variation sous surveillance* (p. 17-34), s'attaque à la notion d'*interdiscours épilinguistique* vue à travers la préoccupation manifestée pour la question de l'accent dans des spots publicitaires diffusés par des chaînes de télévision françaises. L'auteur remarque, entre autres, l'intérêt que

présente l'accent méridional pour la promotion de certains produits commerciaux alimentaires de plus ou moins large consommation (la Salvetat, les Croustilles de Belin, l'huile d'olive Rustica). Se dégagent ainsi les conclusions que l'accent, «comme variation, fait l'objet d'un repérage médiatique insistant et plutôt moqué » et que «ce type d'identification est l'objet de mises en scène publicitaires (concernant des domaines de consommation diversifiés [...]) » (p. 20), la variation d'accent étant toujours perçue comme une curiosité, souvent comme une anomalie voire une transgression (p. 22). Par ailleurs, dans la deuxième partie de ce chapitre, l'auteur souligne la même préoccupation identifiée dans les spots publicitaires pour la mise en évidence des accents caractéristiques non seulement à une région géographique, mais aussi à des parlers «à la mode», qui prennent parfois les dimensions d'un changement ou d'une innovation linguistique — tel l'épithèse vocalique du E caduc (p. 29-32), propagée, semble-t-il, par les femmes et se présentant de plus en plus souvent dans « groupe des jeunes citadins modernes » (p. 34).

3Le deuxième chapitre, «Stéréotype, emblème, mythe : du figement représentationnel » (p. 35-49) propose « une ébauche de modélisation transdisciplinaire » (p. 35) du figement représentationnel au sein d'une communauté sociolinguistique, historique et politique, en espèce, dans le cas abordé, la France. Ainsi, le stéréotype, l'emblème et le mythe sont-ils vus comme des produits du figement représentationnel en tant qu'expression d'une idéologie a-politique (qui se donne comme) anonyme de par la parole et, au fait, de son appropriation par la parole (p. 49), tout en dévoilant un imaginaire ethnosocioculturel (p. 48). De telles appropriations sont en même temps, selon l'auteur, des conséquences de la sémiotisation médiatique, jouant le rôle de «constituants des imaginaires collectifs» (p. 46), avec une plus forte représentation des stéréotypes et des emblèmes par rapport aux mythes, moins nombreux dans la société contemporaine.

4Le troisième chapitre, «Pour une sémiotique de la patrimonialisation. Les *identitèmes* » (p. 51-73), continue les idées exposées dans le précédent et repose sur le concept de *culturème* utilisé par certains chercheurs dans le domaine des études de traduction et de didactique. Un culturème pourrait être vu comme un concept sémiotique correspondant au signe parvenu, dans une certaine culture, à un statut quasi symbolique de par la saillance de l'objet qu'il évoque; si le culturème est présent dans le discours, on peut parler d'un culturème (sémio)linguistique (ma propre définition du culturème, A.G.). Selon l'auteur, l'*identitème* est une catégorie de culturème stable et notoire fonctionnant dans l'imaginaire collectif au sein d'une communauté nationale, régionale... ou même sur une aire culturelle qui excède les frontières d'un pays (p. 57). La représentation graphique (p. 59) de la relation entre culturème et identitème montre que le second se constitue et fonctionne de la même façon que le culturème, étant issu d'une pression identitaire à travers un processus de *patrimonialisation* et sur la base de la promotion (médiatique), sous diverses formes de célébration (spectacles, publications, commémorations, etc.). Parmi les exemples d'identitèmes hispanique et français fournis sont le signe *Olé* et la devise *Liberté, Égalité, Fraternité*, respectivement, «qui s'exportent en s'actualisant aisément » (p. 61). De nombreux autres exemples permettent à l'auteur de montrer que les patrimonialisations sont dues à l'éducation de masse et, plus récemment, à la communication par les médias (p. 65-72), pour conclure que ces phénomènes contribuent à une fabrication d'identité(s) et qu'ils sont l'occasion de transmettre «parcelle d'identité collective » (p. 72-73).

5Le quatrième chapitre, «Sur la *loyauté (ethnosocio) linguistique* » (p. 75-86), se donne pour but de montrer que « le poids des *représentations*, leur impact, s'avère décisif quant à la dynamique des configurations sociolinguistiques, plus particulièrement les configurations conflictuelles de type diglossique, où une langue dominante tend à supplanter, de manière plus ou moins manifeste, sur l'ensemble de l'espace communicationnel, la langue dominée, minorée pour cause de domination et le plus souvent stigmatisée (p. 75). À partir de deux exemples d'affichettes dans des espaces publics où deux langues sont censées coexister, dont l'une, co-officielle ou officielle, est «en conflit» avec l'autre, soit co-officielle, mais parlée par une communauté moins nombreuse (le français au Canada), soit reléguée au statut de langue régionale de par des raisons politiques (le catalan), l'auteur conclut que c'est la langue « minoritaire » qui est promue et devient unique langue de communication, jusqu'à acquérir, dans le cas de la Catalogne, le statut de langue co-officielle sur le territoire catalan et, dans les deux cas, par *autolégitimation*, la langue de la plupart des affichettes publiques.

6Et enfin, le cinquième chapitre, «La sociolinguistique catalane, fer de lance de la revendication identitaire des Catalans » (p. 87-98), propose une approche très incitante du statut de la sociolinguistique catalane au sein de la communauté scientifique nationale et internationale. L'auteur s'attache à en montrer les spécificités : elle est « mieux connue et appréciée ailleurs que dans l'État espagnol », elle ne doute pas de « la personnalité de ses pères fondateurs », apparaissant à la communauté scientifique comme reposant et se construisant sur une tradition bien ancrée, représentée et structurée, elle est une arme au service de la promotion et de la défense d'une identité collective menacée, [...] d'une *nation* menacée » (p. 87-89).

7Une ample bibliographie renfermant des titres de référence et des recherches moins connues (p. 99-112) et une table des matières détaillée recommandent le volume comme un instrument de travail précieux, en dépit de ses dimensions réduites. Les textes revus et synthétisés d'Henri Boyer sur la *fabrication discursive et sémiotique de l'identité* constituent un recueil d'analyses et de conclusions cohérent, instructif, abondant en exemples, que l'on prend plaisir à lire et à utiliser comme base méthodologique de recherches en analyse du discours, qui se distingue en plus par la concision des informations bibliographiques, conceptuelles et analytiques.

BIBLIOGRAPHIE

Boyer, Henri, (2003), *De l'autre côté du discours. Recherches sur le fonctionnement des représentations communautaires*, L'Harmattan, Paris.

Boyer, Henri, (2008a), *Fonctionnements sociolinguistiques de la dénomination toponymique. Mots. Les langages du politique*, numéro 86 (mars), p. 9-21.

Boyer, Henri, (2008b), *Langue et identité. Sur le nationalisme linguistique*, Lambert Lucas, Limoges.

Pour citer

Anca Gâță, Faits et gestes d'identité en discours

Le français à l'université , [22-01 | 2017](#)

Mise en ligne le: 22 mars 2017, consulté le: 25 mars 2017

Auteur

[Anca Gâță](#)

Université Dunarea de Jos de Galati (Roumanie)

Du même auteur

- Anca Gâță [Discours et communication didactiques en FLE](#)

Paru dans *Le français à l'université* , [21-02 | 2016](#)