

Du figement au défigement dans la publicité franco-roumaine

Miruna-Alexandra Stegaru
École doctorale Langues et Identités Culturelles (LIC)
Université de Bucarest,
Bucarest, Roumanie
miruna.stegaru@gmail.com

Résumé — Par cet article nous proposons d'analyser un nouveau « outil » discursif qui sert à déclencher certaines stratégies argumentatives ou à renforcer l'effet de sens grâce à l'intentionnalité du locuteur qui les utilise : le défigement. L'article se penche sur des exemples concrets de campagnes publicitaires franco-roumaines qui ont réussi à déconstruire les structures figées, à les recontextualisées et resémantisées, obtenant ainsi des expressions défigées qui favorisent une plus grande réceptivité du public cible dans un contexte où la technologie évolue chaque jour et les approches publicitaires doivent se réinventer et prouver de la créativité.

Mots-clés — figement, défigement, publicités, Roumanie, France, discours, communication

I. CADRE THÉORIQUE – FIGEMENT ET DÉFIGEMENT

Le figement et le défigement sont deux phénomènes assez nouveaux et problématiques, qui ont attiré l'attention de plusieurs chercheurs, car ils représentent une source encore inexploitée au maximum de démontrer le pouvoir et les effets produits par les mots.

Le figement est un phénomène linguistique qui a été méconnu pendant longtemps, mais qui, à partir du XXe siècle, a commencé à susciter l'intérêt de beaucoup de chercheurs appartenant à ce domaine. Un nombre assez grand de travaux scientifiques ont été réalisés afin de construire une vision uniforme concernant ce sujet complexe qui comporte plusieurs modalités d'approche, tout en dépendant de la perspective dans laquelle on se place pour l'analyse.

Bien que le figement ne soit pas l'objet principal de ce travail, il faut avoir une perspective claire et précise concernant ce concept, saisir sa spécificité, pour mieux comprendre ensuite la notion de défigement.

Ainsi, « catalyseur du sens global, chargé connotativement, au détriment du sens dénotatif des unités de discours qui les composent, les items figés effectuent un premier parcours, de de-référenciation des unités lexicales considérées dans leur compositionnalité, suivi par un parcours de ré-référenciation de l'unité polylexicale, non-compositionnelle, sémantiquement opaque. » (S. Berbinski, 2015 : 62).

Parmi les diverses acceptations de la notion de figement, nous retrouvons : *synthème* pour A. Martinet (1985), *synapsie* pour Émile Benveniste (1966), *lexie composée* pour Bernard Pottier (1974), *locution* ou *expression idiomatique*.

Nous constatons indubitablement que la définition de ce concept reste encore floue, mais, ce qui est vraiment bien délimité et expliqué est la façon de vérifier si une expression est figée ou non.

Parmi les tests proposés par Gaston Gross, mais aussi par d'autres linguistes on peut énumérer : l'impossibilité de recevoir une actualisation, une détermination, une extension de la tête du groupe syntagmatique (on peut dire *le livre de*

mon ami, ce livre de mon ami, ce nouveau livre de mon ami, mais il est impossible de *ce livre de mon ami d'or, le livre d'or jaune*), l'impossibilité de la passivisation (*Cette affaire nous regarde tous. *Nous sommes tous regardés par cette affaire.*), l'absence de la prédicativité (non-prédication) pour les noms composés (On peut dire : *Il constate un fait qui est évident*, en partant de la structure *un fait évident*, mais, on ne peut pas dire : *Il constate un fait qui est divers*, pour la structure figée *fait divers*), le défigement (*La ville en rose*, ayant comme point de départ la chanson *La vie en rose*).

La presse, les revues font appel à diverses techniques et procédés pour attirer l'attention et garder l'intérêt des lecteurs.

Parmi les innovations du langage et du discours, nous trouvons les structures défigées, abondamment utilisées dans la presse, dans le marketing, pour capter et susciter l'intérêt des personnes. Elles ne sont pas seulement une manière de montrer les capacités linguistiques, culturelles et ludiques du créateur – sa capacité à « jouer » avec les mots, avec leur signifiant et signifié – mais elles sont aussi une façon de dire plus en moins de mots.

Un vrai défi pour un linguiste, le défigement s'avère être un sujet complexe, pour l'analyse, puisqu'il faut prendre en considération des facteurs de nature phonologiques, morphologiques, syntaxiques, sémantiques, discursives, argumentatives. Bref, il touche tous les niveaux d'une langue.

Dans sa dénomination, le terme défigement part du figement, auquel on ajoute « le préfixe *dé-* issu du latin *dis-* qui signifie l'éloignement, la privation – la forme opposée au figement, pourtant, il en est également le devenir potentiel » (A. Lecler, 2006 : 43).

Ces dernières années, bien des chercheurs ont commencé à se rendre compte de l'importance de ce phénomène en faisant couler beaucoup d'encre à propos de ce sujet, en le traitant différemment et sous diverses perspectives. Les études de François Rastier, Sonia Berbinski, Aude Lecler révèlent les processus de recontextualisation et resémantisation de l'expression défigée.

Considéré initialement par G. Gross un test du figement, car ce dernier peut être mis en évidence « grâce à l'effet provoqué par le jeu du défigement » (G. Gross, 1996 : 20), l'auteur revient plus tard et lui-même affirme le fait que le défigement est plus qu'un test, il consiste « à briser le carcan qui caractérise les suites figées, à ouvrir des paradigmes là où, par définition, il n'y en a pas » (*ibidem*). Il n'est non plus une simple inversion du figement qui restitue le sens dénotatif aux éléments de la structure figée.

La complexité du phénomène étudié réside justement dans le fait que certains chercheurs ont oublié de prendre en considération certains aspects importants comme l'actualisation du sens des expressions figées, ses interprétations selon l'univers des croyances et des connaissances de l'interlocuteur.

Quant à notre étude, nous allons se pencher et retenir la recherche de Sonia Berbinski (2007) dans son article *Le défigement entre la langue et le discours* qui apporte un élément de nouveauté qui change, mais en même temps enrichit, le panorama de ce concept : **les quatre mémoires**.

Ayant comme point de départ le fait que pour qu'on puisse parler vraiment d'une structure défigée, la structure initiale, figée, doit parcourir deux étapes : l'une, de « décontextualisation et désémantisation de l'expression figée immanente », et la seconde, de « recontextualisation de l'item défigé, reconstruit » (S. Berbinski, 2007 : 254).

Dans cette perspective, le défigement est vu comme un phénomène discursif dont la production et la réalisation dépend de l'ensemble de tout type de savoirs et de connaissances partagées par les instances participantes. Ces informations se trouvent à la base du concept de mémoire. En conséquence, l'analyse du défigement est alors vue comme le résultat de l'intersection de quatre catégories de mémoires : phrastique, sémantique, discursive, encyclopédique.

II. PROBLÉMATIQUE

Que nous parlons des modalités d'apparition du défigement, ou de sa typologie, ou bien des mémoires impliquées dans sa production et dans son interprétation, toutes jouent un rôle fondamental dans la définition et dans l'individualisation de ce phénomène complexe et qui reposent sur des mécanismes assez différents de ceux des structures figées.

Par conséquent, nous avons été amenés à se demander si le défigement est seulement un moyen par lequel on prouve le phénomène inverse, le figement, ou il en est beaucoup. Est-ce qu'il comprend des mécanismes propres, qui l'individualise, ou il obéit aux règles des structures figées ? Son sens est la somme des éléments pris un par un, ou bien on a affaire à un nouveau sens ? Jusqu'à quel point on peut parler de défigement, quelle est son étendue ?

Pour ce qui est de notre étude, deux hypothèses seront analysées afin de vérifier leur véracité. La première est de montrer que le défigement est plus qu'un simple test du figement. La seconde vise à montrer que le défigement se produit tant dans la composante linguistique que dans la composante encyclopédique et extralinguistiques (visuel).

III. OBJECTIFS DE RECHERCHE

Afin de répondre aux questionnements de départ, nos objectifs de recherche dans le cadre de cette étude sont les suivants :

- analyser les publicités franco-roumaines présentes dans l'espace public, afin de comprendre le cadre théorique de notre phénomène et définir les niveaux d'analyse et des tests spécifiques. Cette analyse rêve aussi de réaliser une dimension comparative entre la Roumanie et la France.
- identifier la perception des gens à l'égard du défigement dans les publicités et mesurer l'impact de l'utilisation des structures défigées dans le domaine communication et médias.
- identifier la fréquence des modifications

phonologiques, morphologiques, syntaxiques, sur les mémoires discursive et encyclopédique dans les publicités françaises et roumaines.

Cette étude comporte aussi une dimension comparative Roumanie-France à laquelle se rajoute une dimension pluridisciplinaire : linguistique, communication, médias, pourquoi pas, dans un état plus avancé de la recherche : didactique.

IV. MÉTHODOLOGIE

Afin de répondre aux objectifs de recherche fixés, nous comptons mettre en place :

- Une enquête quantitative, par questionnaire à distribuer au public cible.
- Une grille d'analyse de discours qui identifie les cadrages dominants dans le discours publicitaire et qui sera appliquée sur un corpus franco-roumain afin de réaliser une approche comparative.

V. CORPUS

Pour ce qui est notre analyse, divers exemples de titres, phrases, structures seront tirées de la publicité franco-roumaine afin de construire le corpus de notre recherche et de voir en quoi consiste leur défigement.

Parmi ceux-ci, nous retrouvons : « Bienvenue en FRANDINAVIE », « Veni, cheesy, veggio », « reVittelisez-vous », « Lait drôle la vie », « Per aspera ad pasta », « Deus ex macchiato ».

VI. RÉSULTATS ATTENDUS

Nous comptons apporter une contribution au phénomène de défigement et à la connaissance de celui-ci dans le domaine de la communication. À part cela, cette étude se propose aussi de faire une analyse comparative entre deux langues romanes : le français et le roumain afin de soutenir le plurilinguisme autour du monde.

REFERENCES

- [1] BERBINSKI, Sonia (2007) : « Le défigement entre la langue et le discours » in Cuniță, Alexandra, *Lingvistica – Concept trans- și intercultural*, Bucarest : Editura Universității din București, pp. 249 - 270
- [2] BERBINSKI, Sonia (2015) : « Négation, figement et antonymie » in Berbinski, Sonia *Figement et imaginaire linguistique – de la langue à la traduction*, Bucarest : Editura Universității din București, pp. 61-76.
- [3] GROSS, Gaston (1996) : *Les expressions figées en français : noms composés et autres locutions*, Paris : Ophrys.
- [4] LECLER, Aude : « Le défigement : un nouvel indicateur des marques du figement ? », *Cahiers de praxématique* [En ligne], 46 | 2006, document 3, mis en ligne le 01 janvier 2010, consulté le 30 mai 2019. URL : <http://praxématique.revues.org/596>
- [5] MEJRI, Salah (2011) : « Figement et défigement : problématique théorique », *Pratiques* [En ligne], no. 159-160, mis en ligne le 30 juin 2016, pp. 79 -97, consulté le 30 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/pratiques/2847>
- [6] POTTIER, Bernard (1987) : *Théorie et analyse en linguistique*, Paris : Hachette