

1.4. КОМПАРАТИВІСТИКА

УДК 811.11'36:161.2:373.2

Bilous, Oksana

LA CONCEPTUALISATION DU MONDE PAR LES JEUNES A TRAVERS LES METAPHORES DANS LES TEXTES DES CHANSONS POPULAIRES EN FRANCAIS, ANGLAIS, ITALIEN, RUSSE ET UKRAINIEN

Les chansons populaires font partie de l'environnement quotidien des jeunes d'aujourd'hui. D'après les données du studio de l'enregistrement musical "**Polygram Musique**", un enfant ou un adolescent de moins de 25 ans consacre en moyenne plus de 4 heures par jour à l'écoute de la musique, soit une durée supérieure au temps consacré à l'école, au sport, au cinéma et à la télévision.¹ L'Internet, ce nouveau média, dont il est difficile de saisir à l'heure actuelle toutes les potentialités, a révolutionné le secteur de la diffusions musicale. Tout musicien peut désormais créer son site personnel et présenter sur le réseau mondial ses oeuvres, gratuitement ou moyennant finance. Le développement des sites permettent de télécharger gratuitement de la musique. Les statistiques montrent que la musique est aujourd'hui une des activités les plus importantes de l'Internet: "*Le mot-clé 'MP3', du nom du format de téléchargement de la musique disponible sur de nombreux sites, est devenu en 1999 le plus demandé aux moteurs de recherche sur le web*".²

Les jeunes cherchent dans les chanteurs des porte-parole susceptibles d'exprimer un regard sur le monde, des émotions éternelles (amour, amitié, séparation, espoir, malaise, etc.) qu'ils puissent éprouver et partager. Ainsi la chanson populaire remplit une fonction important au niveau de la langue. Elle résout une certaine difficulté du rapport des jeunes à la langue dans la mesure où nombre d'entre eux ne savent comment mettre des noms sur des émotions, des difficultés d'être, reflet d'une certaine insécurité linguistique.³

Bien que la production de la musique n'ait jamais été aussi importante, aussi partagée et aussi mondialisée, les chansons actuelles sont souvent méconnuées et rejetées hors de la culture légitime. Selon Colette Beaumont-James, docteur en sciences du langage, musicienne, présidente-fondatrice du Centre de Recherches sur le Français Chanté, les chansons "*à succès*" sont

discréditées en raison de la tendance culturelle à valoriser le passé et à dévaloriser le présent. Leur caractère “*commercial*” et “*populaire*” est, dans nos sociétés, largement rédhibitoire⁴ La chanson est relativement peu étudiée aussi en raison de sa dimension pluridisciplinaire, du fait du cloisonnement des catégories scientifiques: elle suppose des connaissances en anthropologie, en philosophie, en histoire, en musicologie, en linguistique, etc. En plus, les sources nécessaires à l'étude des chansons actuelles sont géographiquement extrêmement éparées.⁵

Il ne faut pas négliger l'empreinte de la chanson sur notre vie et notre conscience. Avec l'aide des moyens modernes de diffusion, l'art de la chanson a conquis une audience innombrable. D'où que la chanson populaire parvienne à son auditeur, cette œuvre composée par un autre devient la sienne dès qu'il la chante. En detenant ce pouvoir singulier qui la distingue de tous les autres arts, la chanson populaire possède “*la vertu de ressemblent et d'identification*”⁶ à l'influence de laquelle personne n'échappe.

Les sujets d'étude de la chanson populaire concernent le plus souvent la culturologie (Aglietta J., Soukhantseva V.K., Mucchielli), sur la psychologie (Nosoulenko V.N., Grimbert Ph., Kostetskiy A.G.) ou sur l'approche pluridisciplinaire (Beaumont-James C.). La chanson populaire dans la dimension sociolinguistique reste presque inexplorée.

Nous partons de l'hypotèse que toute activité mentale et langagière engendre une certaine vision du monde. Postovalova V.I. la définit comme une image globale du monde qui représente les propriétés essentielles du monde dans la conscience de ses représentants et qui est le résultat de toutes les activités spirituelles d'une personne.⁷

En classifiant les types différents de la vision du monde, formés par le sujet ayant la faculté de cognition, on définit généralement trois espèces: 1) une vision du monde propre à un adulte ou à un enfant; 2) une vision du monde propre à une personne normale au point de vue psychologique et une vision du monde psychopathologique; 3) une vision du monde “*civilisée*” et archaïque.⁸ La division d'âge en deux types (la vision du monde d'un adulte ou d'un enfant) nous paraît insuffisante car la complexité, l'importance, et l'originalité de la période de la jeunesse qui, d'après la plupart des psychologues, comprend l'âge de 15 à 25 ans, permet de disinguer une vision du monde tout à fait particulière. La jeunesse est la période de la formation de l'individu, de la recherche des valeurs et du sens de l'existence, du choix professionnel. Au point de vue psychologique, c'est la période de la “*pensée raisonnante*” où les jeunes ont la tendance à mythifier la rélaité suite à la formation intensive des

notions abstraites.⁹ Les jeunes sont également confrontés à la conjoncture politique et économique du moment. La nouvelle génération subit des changements physiques, affectifs, économiques et cette transformation se déroule au cours d'une période de temps marquée par des événements culturels, sociaux, politiques laissant sur la génération qui les traverse une empreinte définitive.¹⁰ Tout ça permet de classer une vision du monde propre à la jeunesse dans un type à part.

La vision du monde est une unité complexe du système conceptuel et du système langagier. Le système conceptuel est une structure dynamique dans la conscience humaine qui traite et accumule l'information sur le monde reçue suite à toutes les activités cognitives et sensorielles d'une personne. Les concepts incluent les représentations, les images et les notions.¹¹ Les signes langagiers expriment les concepts en formant une vision du monde.

Les concepts varient d'une communauté nationale à une autre. Ils dépendent de l'expérience différente déterminée par les conditions historiques, géographiques, sociales, les particularités du mode de vie de chaque peuple. En étudiant la langue, on apprend la culture conceptualisée par le langage: *“Toutes les relations sociales, toutes les croyances, tous les procédés techniques, en fait tous les phénomènes de la vie sociale des autochtones s'expriment en mots aussi bien qu'en gestes et lorsqu'on a compris parfaitement le contenu de tous les mots du langage dans toutes les situations correspondantes, on a terminé l'étude de la société”*.¹²

L'analyse des moyens expressifs du langage permet de suivre le processus de la conceptualisation du monde. Oufimtseva A.A. souligne que le lexique concret ne forme pas une vision particulière du monde, il photographie plutôt le monde d'objets. Une vision particulière du monde est créée par les moyens expressifs dont la métaphore a une importance à part.¹³ Selon Black M., les métaphores sont le fruit d'interaction entre deux types de contenus propositionnels: ceux déterminés par l'énoncé métaphorique et ceux déterminés par son contexte littéral. Une métaphore possède, selon Black, deux sujets. Le premier, qu'il nomme *“cadre”*,¹⁴ est associé à la phrase métaphorique ; le second, nommé *“focus”*,¹⁵ au mot proprement dit qui véhicule la métaphore. D'après Black, le cadre dans lequel il apparaît, impose au focus une extension de signification. Au focus, ou sujet subsidiaire, est associé un *“système de lieux communs”*.¹⁶ Ce système agit en effet comme un *“filtre”*,¹⁷ ou comme une *“lentille”*¹⁸ qui organise notre conception du sujet principal, en projetant sur lui des catégories qui relèvent, habituellement, du sujet subsidiaire. Black soutient que l'on ne peut pas limiter la métaphore à sa fonction ornementale parce qu'elle possède une

fonction cognitive fondamentale en permettant de construire de nouvelles façons de concevoir un sujet: *“Les similarités sur lesquelles elle attire notre attention ne lui préexistent pas, en les évoquant, elle crée des perspectives originales à partir desquelles une compréhension renouvelée des domaines d’objets s’avère possible”*.¹⁹

Le cognitivisme a démontré que loin d’être une illusion émotive ou erreur poétique, la métaphore est création irremplaçable de sens ; innovation et révélation, instrument de connaissance, elle est un langage indispensable, et non une parole particulière, pour prendre en charge certains éléments de notre expérience, mal conceptualisables.²⁰ Le fait que la métaphore ne soit pas seulement un instrument référentiel de désignation mais qu’elle a aussi pour fonction de faciliter la compréhension par une caractérisation, nous permet de découvrir par son biais le processus de la conceptualisation du monde.

L’objectif de cet article est de présenter le processus de la conceptualisation du monde par les jeunes à travers les métaphores dans les textes des chansons populaires en français, anglais, italien, russe et ukrainien.

Nous avons analysé les chansons des groupes ou des chanteurs populaires dont les noms sont aux cimes des hit-parades des stations de radio populaires: **“Moumy Troll”**, **“Zemphira”**, **“Spleen”** – en russe; **“Okean Elzy”**, **“Vopli Vidopliasova”**, **“Skriabin”** – en ukrainien; **“Kyo”**, **Pascal Obispo**, **MC Solaar** – en français; **Eros Ramazzotti**, **Luciano Ligabue**, **Lorenzo** – en italien; **Robbie Williams**, **“U2”**, **“Stereophonics”** – en anglais.

L’analyse de différents types d’interaction entre le sujet subsidiaire, le focus et le sujet principal, le cadre des métaphores dans les textes des chansons populaires en langues étudiées nous a permis de relever trois types essentiels de la conceptualisation du monde par les jeunes qui sont les sujets principaux de l’appropriation de ces chansons.

Les types essentiels de la conceptualisation du monde

Type	Russe	Ukrainien	Français	Italien	Anglais	Total
Naturalisation	48-34,1%	43-31,4%	78-57,4%	58-48,3%	76-54,7%	303-45%
Objectivation	33-23,4%	32-23,3%	43-31,6%	34-28,4%	30-21,5%	172-25,6%
Personnification	37-26,2%	45-32,9%	7-5,1%	25-20,9%	15-10,8%	129-19,2%
Autres	23-16,3%	17-12,4%	8-5,9%	3-2,4%	18-13%	69-10,2%
Total	141-100%	137-100%	136-100%	120-100%	139-100%	673-100%

1. La naturalisation est un processus de la conceptualisation du monde le plus pertinent selon les données quantitatives avec 45% des métaphores sur le total des exemples. Dans le groupe des langues romanes et germanique (français – 57,4%, italien – 48,3%, anglais – 54,7%) les métaphores de ce type sont plus nombreuses que dans le groupe des langues slaves (russe – 34,1%, ukrainien – 31,4%) avec le plus d'exemples en français.

La naturalisation est la compréhension du monde suite auquel les phénomènes ou les parties de la nature, étant le focus de la métaphore, organisent la conceptualisation d'autres objets, êtres ou notions. Le cadre de la métaphore comprend deux groupes principaux : la personne et la notion abstraite.

Le premier groupe associe un système de lieux communs propre aux phénomènes et aux parties de la nature à la personne:

“Моя дівчина зроблена з неба” (“Скрябін” – “Червоні колготки”); *“Я дівочка-скандал, дівочка-воздух, / По мне, дівочке-звезде, не скучали сестры”* (“Земфира” – “Скандал”); *“Sono ancora impantanato con te”* (Eros Ramazzotti – “Un'altra te”); *“J'ai trouvé de l'or et même quelques étoiles / En essuyant ses larmes”* (“Кю” – “Дernière danse”); *“I've been your rock / You've been my stone”* (“Stereophonics” – “Jealousy”).

Les focus “ciel”, “air”, “marécage”, “étoile”, “rock”, “pierre”, agissant comme un filtre, créent de nouvelles manières de concevoir la personne, divine comme le ciel, libre comme l'air, inaccessible comme les étoiles, enlisante comme le marécage ou solide comme le roc et la pierre.

Le deuxième groupe associe les notions abstraites aux phénomènes ou parties de la nature:

“Не питай мене коли /Наші плани зацвітуть” (“Океан Ельзи” – “Дівчина з іншого життя”); *“И время качало головой, / Летя задумчивой совой / Над теми, кто нашел какой-то свой / Путь в мудрые книги”* (“Сплин” – “Жертва талого льда”); *“Fait feu sur les feux de l'amour qui sont parfois des feux d'artifices”* (MC Solaar “La fin justifie les moyens”); *“Se bastasse una bella canzone / A far piovere amore”* (Eros Ramazzotti “Se bastasse una canzone”); *“I've got more than I need / When your love shines down on me”* (Robbie Williams “Let love be your energy”).

L'interaction des concepts “projets” et “fleurir” met en relief l'idée des résultats, du succès. La relation des contenus du focus “hibou” et du sujet principal “temps” fait ressortir l'idée de la vitesse à laquelle le temps passe. Le cadre “amour” acquiert les propriétés des focus “feu”, “pluie”,

“soleil” qui soulignent l’ardeur, le caractère universel ou la force de cette émotion.

2. L’objectivation est le processus de la conceptualisation du monde qui attire l’attention sur les similarités entre un objet et une notion abstraite ou une personne. Les exemples les plus nombreux de ce type des métaphores sont enregistrés en français (31,6%), les textes des chansons italiennes en fournissent 28,4%, les indices pareils caractérisent la quantité des métaphores en russe (23,4%) et ukrainien (23,3%). Les exemples les moins nombreux sont enregistrés en anglais (21,5%).

Le premier groupe de métaphores de ce type est relatif à l’interaction entre un objet et une notion abstraite:

“Візьми собі з полиці молодість / Зітри пилюку там, сядь і заспівай” (“Океан Ельзи” – “Африка”); *“Лязг и визг времени, если остановишь / Ты его потикаешь, не забудь меня”* (“Мумий Тролль” – “Забавы”); *“On envoie des pigeons défendrent la colombe / Qui avancent comme des pions défendre des bombes / Ça, c’est assez passé, assez gâché, cassé / La porcelaine de la paix”* (MC Solaar – “J’ai vu la concubine de l’hémoglobine”); *“Questo è l’ombelico del mondo... è qui si incontrano uomini nudi con un bagaglio di fantasia”* (Lorenzo – “L’ombelico del mondo”); *“And love is not the easy thing / The only baggage that you can bring”* (“U2” – “Walk on”).

Dans le premier exemple le cadre de la métaphore “jeunesse” est conçu avec le focus “*bibelot, couvert de poussière*” ce qui dans le système des lieux communs se rapporte à un objet oublié. L’interaction du sujet principal “*temps*” avec les sujets subsidiaires “*chaîne*” et “*montre*” souligne la mesure dans laquelle la personne dépend du temps qui passe. La métaphore “*la porcelaine de la paix*” met en relief la fragilité de la paix. Le focus “*bagage*” entre en relation avec les cadres “*fantaisie*” et “*amour*” pour faire comprendre que l’on ne peut pas emporter avec soi les choses matérielles, seulement des idées et des émotions.

Le deuxième groupe associe les objets aux personnes:

“Якби колись сказала ти мені стати твоїм човном, / Якби колись, то взяв би я тебе і на волю поплив” (“Океан Ельзи” – “Друг”); *“Разрезан на осколки, / Разбит на доскуты, / Не пью и не курю до наступленья темноты / Лучшие бы пил и курил”* (“Сплин” – “Пил-курил”); *“Je suis la cible qu’il te faut, le satellite en trop”* (“Кюо” – “La vérité nous ment”); *“C’è un posto dentro te in cui fa freddo, / E il posto in cui nessuno è entrato mai, / C’è un posto dentro te che tieni spento / E il posto in cui nessuno arriva mai”* (Luciano Ligabue – “Quella che non sei”); *“You are not my bag”* (Robbie Williams – “Kids”).

La personne est vue sous le filtre des focus “bateau”, “étouffe”, “verre”, “cible”, “satellite”, “chambre”, “sac” qui donnent chaque fois une nouvelle interprétation au cadre “personne”. Celle-ci est plutôt instable, indéterminée parce que nous ne pouvons jamais finir d’épuiser le message véhiculé par une bonne métaphore.

3. La personnification est le processus de la conceptualisation du monde le moins pertinent avec le total de 19,2% des métaphores. Les exemples les plus nombreux sont enregistrés dans les langues slaves – ukrainien (32,9%) et russe (26,2%). Le groupe des langues romanes et germanique présente moins des exemples (5,1% en français, 20,9% en italien et 10,8% en anglais).

La personnification est la représentation d’une chose inanimée ou d’une idée abstraite sous l’apparence d’une personne. Le type inclut les métaphores qui sont pour la plupart basées sur l’interaction entre une idée abstraite et la personne:

“Время, видишь, / Я горю, кто-то спутал / И поджиг меня” (“Земфира” – “Ариведерчи”); **“Я біду не вижену, сама з мене вискочить, / Побезим, покотимся, заведемо беседу. Наберусь хороброщів, спитаю у горя, / Чи мене викине упасти у море”** (“BB” – “Весна”); **“La vérité nous ment, / Parfois elle se dénude”** (“Kyo” – “La vérité nous ment”); **“Musica è l’amico che ti parla / Quando ti senti solo”** (Eros Ramazzotti – Musica) **“Love will kill the fear”** (Robbie Williams – “Supreme”).

Les concepts abstraits “temps”, “malheur”, “vérité”, “musique” sont vu comme humains à travers l’interaction avec le concept “personne”.

Dans le cadre de la recherche actuelle, l’analyse des métaphores dans les textes des chansons populaires en russe, ukrainien, français, italien et anglais a relevé trois types essentiels de la conceptualisation du monde par les jeunes: la naturalisation, l’objectivation et la personnification. Les données statistiques ont montré que le processus de la personnification cède la priorité à la naturalisation et l’objectivation ce qui prouve que l’anthropocentrisme, l’attitude qui rapporte toute chose à l’image de l’homme, n’est plus actuel pour les jeunes d’aujourd’hui. Ceux-ci tentent plutôt de trouver leur place dans l’univers. Le monde n’est plus une hiérarchie avec la personne en haut mais un système complexe dont il faut garder l’équilibre.

Une étude plus détaillée des sujets principaux et subsidiaires des métaphores dans les textes des chansons populaires en langues, appartenant aux systèmes différents, pourrait mettre en relief d’autres tendances de la conceptualisation du monde par les jeunes .

BIBLIOGRAPHIE

1. Aglietta J. Jeunes et média: Avoir 25 ans en 2005. – Média Pouvoirs éditions, 1998. – P. 59.
2. Rioux J.-P. Sirinelli J.-F. La culture des masses en France de la Belle Epoque à aujourd'hui. – Editions Fayard, 2002. – P. 251.
3. Beaumont-James C. Le français chanté ou la langue enchantée des chansons. – L'Harmattan, 1999. – P. 256.
4. Ibidem, p. 13.
5. Ibidem, p. 16.
6. Grimbert P. Chantons sous la psy. – Hachette Littératures, 2002. – P. 15.
7. Постовалова В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 21.
8. Ibidem, p. 32.
9. Блонский П.П. О мышлении подростка // Возрастная и педагогическая психология: Хрестоматия / Сост. И.В. Дубровина, А.М. Прихожан, В.В. Зацепин. – М.: Издательский центр "Академия", 2001. – С. 273.
10. Aglietta J. Jeunes et média: Avoir 25 ans en 2005. – Média Pouvoirs éditions, 1998. – P. 59.
11. Постовалова В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 142.
12. Baylon Ch. Sociolinguistique: Société, langue, discours. – Edition Nathan, 1996. – P. 52.
13. Уфимцева А.А. Роль лексики в познании человеком действительности и формировании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 140.
14. Black M. Vers une conception interactionniste du sens / Le langage. – Flammarion, 1997. – P. 202.
15. Ibidem.
16. Ibidem, p. 203.
17. Ibidem.
18. Ibidem.
19. Ibidem.
20. Bordas E. Les chemins de la métaphore. – Presses Universitaires de France, 2003. – P. 93.