

Identité dans la langue et dans le discours. Présentation

Avec une énorme joie et fierté, nous présentons aux lecteurs les travaux des Auteures et Auteurs qui se sont échinés à démontrer comment l'identité se manifeste dans l'usage que l'on fait de la langue, outil d'auto-expression et de communication, individuelle et collective. Identiques à eux-mêmes – en tant qu'individus, mais aussi en tant que collectivité – et différents à la fois, les êtres humains s'identifient et se différencient, entre autres, par le fait même d'appartenir à une communauté linguistique donnée ainsi que par la manière, toujours individuelle, d'utiliser *sa* (et *leur*) langue. Il n'en reste pas moins que la construction de l'identité par le biais du langage est l'un des besoins communicatifs de chaque locuteur. C'est en adhérant à une figure stéréotypée d'une catégorie sociale que l'individu peut fonder son identité et se faire comprendre (Amossy, 2010). Il s'agit d'un construit qui apparaît et réapparaît dans le discours à chaque fois qu'il est repris, reproduit, négocié, renégocié, réajusté. Certains cadres identitaires s'inscrivent dans le fond commun des savoirs, tandis que d'autres sont plus fragiles aux facteurs structurants. D'un côté les langues, de l'autre les usages qu'on en fait, sont « l'instrument et le lieu – comme le disait Krieg-Planque (2006, p. 26) – des divisions et des rassemblements ».

Voici un court aperçu des contenus que nous présentons aux lecteurs. On y trouvera des regards essentiellement sociolinguistiques, mais aussi littéraires, tous les Auteures et Auteurs se servant des mécanismes propres à l'analyse discursive et énonciative.

Les chercheuses de Université de Wrocław Elżbieta Biardzka et Patrycja Paskart touchent dans leur article la question de l'identité collective en se focalisant sur le principe d'altérité. L'étude se situe parmi celles qui s'intéressent à la construction du sens social dans le discours d'information médiatique (entre autres : Siblot, 2001 ; Moirand, 2007 ; Calabrese, 2013 ; Veniard, 2013 ; Lecolle, Veniard & Guérin, 2018). Les Auteures visent à décrire l'image de la Pologne qui émerge de la presse nationale en France (*Le Monde*, *Le Figaro* et *Libération*). Sur un corpus de 17 500 textes recueillis au moyen de la base des données Europresse sont présentés des constats intéressants sur l'altérité de la Pologne, inscrite dans la mémoire collective des Français (Veniard, 2013) au cours des quinze années qui ont suivi l'entrée de la Pologne

dans l'Union européenne (du 1^{er} mai 2004 au 30 avril 2019). L'altérité de la Pologne est liée à sa localisation géographique éloignée (alors difficile à définir) ainsi qu'à certaines propriétés morales saillantes à la nation polonaise comme le catholicisme dit excessif, à contre-courant de la laïcité des Français. Qui plus est, l'image créée de la Pologne n'est pas positive sur le plan économique. L'étude développe alors une dimension politique de l'identité collective et le situe dans le cadre national.

De son côté, Michał Bryja de l'Université Adam Mickiewicz (Poznań) soumet à l'examen la construction identitaire des propriétaires d'animaux de compagnie dans le discours commémoratif numérique français. Son étude s'appuie sur des hommages à l'animal, publiés sur le site de l'association française *30 millions d'amis*. L'analyste esquisse la question en relation avec la légitimité de la parole de l'énonciateur et la situation de communication. Il distingue deux composantes fondamentales de leur construction identitaire : l'identité intime et la situation de deuil. L'étude souligne le caractère communautaire du discours commémoratif consacré aux animaux, son haut niveau de pathématisation et la présence d'attitudes d'engagement et de dramatisation.

Les chercheurs français Christophe Dallot (Aix-Marseille Université & IrAsia UMR7306) et Huy Linh Dao (INALCO & CRLAO UMR8563) invitent nos lecteurs à s'approprier avec l'ethos collectif du *họ* vietnamien dans le lexique des termes de parenté et dans le discours exercitif. Ayant questionné la notion d'ethos dans l'énonciation à partir d'une production attestée de discours vietnamiens, les Auteurs dénoncent que certaines traces discursives dynamiques révèlent l'encodage implicite de ce type d'ethos. Ils tentent de mettre en évidence la dimension dialogique d'un discours idéalisé « qui convoque plusieurs voix » (Kerbrat-Orecchioni, 2005) et qui participe à la construction d'un ethos collectif *montré* et *non dit* (Rabatel, 2020) propre à l'identité vietnamienne.

L'analyse proposée par Jolanta Dyoniziak et Ewa Pirogowska (Université Adam Mickiewicz, Poznań) évoque la construction de l'identité collective dans sa dimension nationale, au centre de leur intérêt le fonctionnement discursif des formules : *au nom de la Rzeczpospolita* et *au nom de la Pologne* dans les allocutions des présidents de la 3^{ème} République de Pologne (1995-2023). Le corpus est constitué d'un millier d'allocutions choisies parmi celles qui sont enregistrées sur le site officiel du gouvernement polonais www.prezydent.pl. Les Auteurs remarquent une fréquence plus élevée du choronyme *Rzeczpospolita* quand les présidents visent un auditoire interne (composé de concitoyens), ce qui sert à augmenter l'impact identitaire et à construire l'unité de la nation polonaise. Le nombre des occurrences diminue lorsque les présidents visent un auditoire externe. Ici, les cooccurrents *Polska* (fr. Pologne), *Polacy* (fr. Polonais), *naród* (fr. nation) sont dominants. Les études aboutissent, entre autres, aux conclusions selon lesquelles le choronyme *Rzeczpospolita* manifeste un potentiel identitaire plus fort et cela grâce à une dimension axiologique éminente (Dyoniziak & Pirogowska, 2023).

Dans le volume, les lecteurs trouveront des analyses portant sur des questions très importantes, tant du point de vue axiologique que du point de vue purement existentiel, comme c'est le cas de la survie des espèces. En effet, la publicité verte encourage le public à adopter des comportements écoresponsables face à la détérioration de l'environnement. Aussi, pour impliquer chacun, personnellement ou collectivement, utilise-t-elle le mode impératif et les déictiques. L'objectif de l'étude en coopération d'Alicja Hajok (Université de la Commission de l'Éducation Nationale de Cracovie) et de Lidia Miladi (Université Grenoble Alpes) est de mettre en évidence les principaux thèmes véhiculés par la publicité verte en France et en Pologne, mais aussi de montrer le jeu des pôles personnels dans des slogans impératifs qui deviennent des énoncés de ralliement pour la cause verte. Le polonais fait un usage général de l'impératif à la 2^e personne du singulier, tandis que le français fait un usage intensif de la 2^e personne du pluriel. Dans les deux langues, l'utilisation de la 1^{ère} personne du pluriel est fréquente, souvent accompagnée d'adverbe *ensemble* (pol. *razem*) pour souligner l'implication collective dans l'adoption d'actions éco-responsables.

Renata Jakubczuk (Université Maria Curie-Skłodowska de Lublin) et Witold Wołowski (Université Catholique Jean Paul II de Lublin) proposent une réflexion sur les troubles identitaires en tant que syndrome post-migratoire et l'illustre abondamment à l'aide des passages tirés de la *Trilogie* de Marco Micone (*Gens du silence*, *Addolorata*, *Déjà l'agonie*). Les questions identitaires que les protagonistes, des immigrés italiens venus dans un Canada multiculturel, se posent en présence d'un lecteur/spectateur trouvent un écho proprement linguistique dans les macro- et micro-structures discursives. L'aliénation des immigrés se manifeste dans les séquences monologiques ainsi que dans les formes adialogiques (dialogue des sourds), et leur instabilité linguistique se reflète dès que Marco Micone a recours au plurilinguisme, à l'hétérologie et l'hétéroglossie dans la construction de la communication/incommunication entre les protagonistes.

L'article suivant relève aussi des études sur la littérature envisagée selon l'optique discursive. Employant l'appareil méthodologique de la linguistique de l'énonciation, appliquée aux textes littéraires autobiographiques (C. Kerbrat-Orecchioni, É. Benveniste, D. Maingueneau, cités dans l'article), Magdalena Mitura (Université Marie Curie-Skłodowska de Lublin) reconstitue l'image que se dresse de soi Rutka Laskier, une adolescente juive morte dans une chambre à gaz d'Auschwitz en 1943. Le corpus analysé est constitué de la traduction française du *Journal* (Laskier, 2008), effectuée par Maryla Laurent. La non-prise en compte de l'original garantit la cohérence des données linguistiques. La lucidité de la jeune fille face à sa situation tragique fissure son identité *in statu nascendi* et, par conséquent, perturbe l'unité de son image textuelle. La chercheuse observe les traces de subjectivité réalisées par des qualificatifs déictiques, affectifs, évaluatifs et modaux.

Le discoursiviste de l'Université de Łódź Adam Napieralski remarque que dans la construction de l'identité, il ne s'agit pas seulement de la perception qu'un individu

a de lui-même, mais aussi de la façon dont les autres le perçoivent. C'est le point de vue de Patrick Charaudeau qui définit l'identité comme « une question complexe, car elle n'est pas seulement une affaire de soi, mais aussi une affaire d'autrui, ou plus précisément, une question de soi à travers le regard des autres » (Charaudeau, 2009, paragraphe 4). L'appui discursif (événement médiatique), c'est pour l'Auteur la Coupe du Monde de football au Qatar en 2022, aussi a-t-il décidé d'examiner les commentaires des fans de football puisés sur la page Facebook *Łączy nas piłka*, ceci pour voir comment une identité collective se construit à travers des propos émis dans une réalité culturelle virtuelle commune. L'analyse repose sur différents propos des internautes : jugements, encouragements, répliques, injures, insultes, mêmes ; en effet, le site constitue le champ où diverses émotions et valeurs des supporters de l'Équipe Nationale Polonaise s'affrontent et procèdent à une construction identitaire authentique, véritable témoin situationnel, quoique non homogène.

Marta Pawłowska (Université Jagellonne de Cracovie) procède à l'analyse d'une sélection de discours prononcés par les présidents de la Catalogne à l'occasion de la Saint-Sylvestre dans le cadre du langage inclusif. Les textes examinés datent tous des quinze dernières années (2008-2022), ils ont donc été livrés après la promulgation de la loi organique 3/2007 sur l'égalité effective des femmes et des hommes. L'Auteure a choisi la Catalogne en raison des circonstances sociopolitiques entourant la période en question, telles que la crise économique, la consultation et le référendum non contraignants sur l'indépendance, la suspension de l'autonomie et l'emprisonnement des dirigeants indépendantistes. Si les discours analysés mettent sans aucun doute l'accent sur le renforcement de l'identité et de l'appartenance, l'Auteure vérifie dans son article l'utilisation de moyens linguistiques visant à souligner la présence des femmes.

Dans l'article de Lucia Ráčková et François Schmitt (Université Matej Bel, Banská Bystrica) la question de l'identité est débattue à travers le phénomène de l'ethos. Sur le plan conceptuel, les Auteurs rejettent le cadre rhétorique en adoptant la perspective discursive, l'ethos mis au sein de la stratégie identitaire (Maingueneau, 2014). Les représentations de l'espace social sur lesquelles repose l'ethos du journaliste-éditorialiste participent à la construction de l'identité citoyenne. Le phénomène est analysé en fonction de la prise en charge de l'énoncé (Charaudeau & Maingueneau, 2002). Ils admettent la présence de l'énonciateur qui prend une position par rapport à l'objet du discours (sont débattus, entre autres, désignation et phénomènes modaux). Le corpus est constitué de trois articles parus dans *Le Monde* (2020-2022), lieux de polémiques sur les contextes évolutifs de la crise de la Covid-19. En premier lieu, les analyses mettent en évidence la combinaison entre l'ethos du journaliste et les voix de l'espace public qui se manifestent sur la scène énonciative. En second lieu, grâce à la perspective diachronique adoptée, les Auteurs ont pu souligner l'instabilité des phénomènes identitaires face à un stimulus, déclencheur événementiel (pandémie Covid-19) agissant à long terme. Il s'agit du glissement de la prise de position des énonciateurs par rapport aux stades successifs de la pandémie, aboutissant à une fracture identitaire.

Avec Agata Rębkowska (Université de Wrocław) nous revenons à la discussion prenant comme point de départ le principe d'altérité dans la construction de l'identité collective. Cette fois-ci, la question sera abordée sous l'angle de la sémantique discursive à travers des noms propres contenant l'adjectif *postsoviétique* comme élément composant le SN. Le phénomène du sens, opposé à la signification est particulièrement saillant dans l'emploi des noms propres dont les contenus sont discursivement modelés (valeur événementielle). L'étude est illustrée par un corpus de presse française, des textes parus dans *Le Monde*, *Le Figaro* et *Libération* de 2005 à 2020 qui ont été puisés de la base Europresse. L'analyse démontre que l'adjectif *postsoviétique* en tant que modifieur du noyau nominal peut avoir dans la construction de l'identité discursive une nature désignative (paraphrase d'un pays). Il a aussi la force de régir la mémoire collective par les références historiques. En plus, il peut aboutir à l'ancrage temporel du référent qu'il qualifie ou, au contraire, amener à son flou référentiel, le SN : *espace/aire/zone postsoviétique* ayant dans le discours une valeur locative ambiguë ou imprécise.

Par contre, Annabelle Seoane (Université de Lorraine) analyse un corpus de témoignages recueillis à Metz quelques mois après les attentats terroristes du 13 novembre 2015 en France (nommés « événements parisiens ») afin d'avancer la construction des identités individuelle et collective à la suite d'un traumatisme national issue de l'expérience indirecte de l'événement (« témoins par procuration médiatique »). À travers le prisme des médias consultés, une articulation s'opère entre les identités individuelles qui se transforment en expérience identitaire collective. Il en ressort un équilibre entre dynamique de cohésion et repli local, notamment à travers l'implication et l'émotion des citoyens, la proximité (avec les victimes) se fondant, entre autres, sur une base affective. Selon l'Auteure, l'appréhension indirecte de l'événement traumatique mobilise un apport identitaire complexe qui englobe un facteur individuel (une identification expérientielle aux lieux) et deux facteurs de cohésion collective (dus aux topoi argumentatifs ainsi qu'aux valeurs communes).

La contribution d'Agnieszka Woch (Université de Łódź) relève du discours conçu dans le cadre de la politique intérieure de la Pologne et constitue une analyse à partir d'un corpus de messages de protestation qui ont pu être lus lors des manifestations contre la décision de la Cour constitutionnelle imposant de nouvelles restrictions à la loi sur l'avortement en 2020. Le corpus est constitué de 1000 textes écrits sur des pancartes et des banderoles des manifestants, qui ont été photographiés et téléchargés sur les sites Web des journaux, sur Facebook et Twitter entre le 22 octobre et le 22 novembre. L'Auteure examine les slogans dans le but de saisir et de définir l'identité discursive des femmes protestataires pour ensuite réfléchir à l'évolution de la perception du rôle des femmes dans la société polonaise.

Les études réunies dans le présent volume présentent différentes dimensions de l'identité, celle-ci se déclinant en identités individuelles et collectives, chacune se manifestant en fonction des profilages politiques et sociaux. Ce qui plus est, les études

démontrent une diversité d'approches de la question : énonciative, argumentative (en termes d'ethos), événementielle.

Nous remercions les Auteures et Auteurs pour leurs précieuses réflexions constituant un apport important au développement de la question de l'identité en langue et en discours.

Nous adressons également nos remerciements aux rapporteurs scientifiques venant de France, d'Israël, de Lituanie, de Pologne, de Roumanie, de Slovaquie et de Tchéquie, experts éminents en analyse discursive et argumentative des textes, pour leur investissement dans ce numéro, pour leurs remarques critiques, parfois sévères, mais toujours pertinentes et objectives.

*Jolanta Dyoniziak
Ewa Pirogowska*

BIBLIOGRAPHIE

- Amossy, R. (2010). *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Paris : PUF.
- Calabrese, L. (2013). *L'événement en discours. Presse et mémoire sociale*. Louvain-la-Neuve : L'Harmattan.
- Charaudeau, P. (2009). *Identité linguistique, identité culturelle : une relation paradoxale*. https://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/2009_b_Id_culturelle_Perpignan_.pdf.
- Charaudeau, P. & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Seuil.
- Dyoniziak, J. & Pirogowska, E. (2023). Rzeczpospolita, la *res publica* des valeurs. *Mots. Les langages du politique*, 133, 99-118.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2005). *Le discours en interaction*. Paris : Armand Colin.
- Krieg-Planque, A. (2006). « Formules » et « lieux discursifs » : propositions pour l'analyse du discours politique. *Semen*, 21, 19-49.
- Laskier, R. (2008). *Le Journal de Rutka*, trad. M. Laurent. Paris : Robert Laffont.
- Lecolle, M., Veniard, M. & Guérin, O. (dir.). (2018). Vers une sémantique discursive : propositions théoriques et méthodologiques. *Langages*, 210. <https://www.cairn.info/revue-langages-2018-2.htm>.
- Maingueneau, D. (2014). Retour critique sur l'éthos. *Ethos discursif. Langage et société*, 149, 31-48.
- Micone, M. (1996). *Trilogia*. Montréal : VLB Éditeur. Pour les éditions originales : *Gens du silence*. Montréal : Québec/Amérique 1982, *Addolorata*. Montréal : Guernica 1984, *Déjà l'agonie*. Montréal : l'Hexagone 1988.
- Moirand, S. (2007). *Les discours de la presse quotidienne : observer, analyser, comprendre*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Rabatel, A. (2020). Une analyse de la démultiplication des éthos dit et montré dans le discours du Bourget de François Hollande raconté par Laurent Binet. *e-Rea*, 17 (2). <http://journals.openedition.org/erea/9292>.
- Siblot, P. (2001). De la dénomination à la nomination : les dynamiques de la signifiante nominale et le propre du nom. *Cahiers de praxématique*, 36, 189-214. <https://doi.org/10.4000/praxematique.368>.
- Veniard, M. (2013). *La nomination des événements dans la presse. Essai de sémantique discursive*. Besançon : Presses universitaires de Franche-Comté.

