

Tryshchenko I.V., Cand.Phil.Sci., Associate Professor,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

RENDERING OF J. LENNON'S LITERARY PARODIES PECULIARITIES IN TRANSLATION

The article deals with linguistic and stylistic peculiarities of J. Lennon's parody on classical British detective and ways of their rendering in translation. The author's use of proper names and toponyms, repetitions of different types, play on set phrases, allusions and absurdist elements are in the focus of analysis.

Key words: *parody, detective, nonce forms, play on set phrases, allusions, absurdist elements.*

УДК 81'27

Угрин Т.В., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка
Доктор Університету імені Поля Валері Монпельє III (Франція),

LES REPRÉSENTATIONS INTERCULTURELLES AU SEIN DU PARADIGME REPRESENTATIONNEL

Le présent texte s'interroge sur la typologie des représentations socio-discursives et se focalise sur l'étude des représentations interculturelles qui sont analysées du point de vue pluridisciplinaire. Une attention particulière est mise sur le rôle des médias dans la construction de l'ethnosocioculture, enfin, des stéréotypes intercommunautaires sont passés au crible.

Mots-clés : *fond représentationnel, représentation socio-discursive, représentation interculturelle, ethnosocioculture, stéréotype, médias.*

Malgré l'existence de nombreuses recherches consacrées à l'analyse du discours, l'étude de son aspect cognitif reste actuelle de nos jours, surtout si elle se fait dans un contexte pluridisciplinaire.

L'actualité de cette recherche réside dans une approche interdisciplinaire à l'étude des représentations socio-discursives, et des représentations interculturelles en particulier, elle s'explique par l'actualité des recherches dans le domaine de la linguistique cognitive, des études interculturelles et de la communication. **La nouveauté** du présent travail consiste en rapprochement de la théorie sociologique des représentations sociales avec les théories linguistiques de l'analyse du discours et les études interculturelles.

L'objectif que nous nous posons est d'analyser la notion de représentation interculturelle, ses particularités, ses sous-types ainsi que son fonctionnement dans le discours médiatique qui constituent donc **l'objet de cette étude.**

Parmi les distinctions fondatrices de la théorie des représentations, nous voulons, tout d'abord, revenir à la différenciation *des représentations individuelles ou mentales*, qui sont des états mentaux d'un individu et donc des réalités intrapsychiques, et *des représentations sociales ou publiques*, qui sont des états collectifs s'imposant comme facilitateurs des relations sociales [Durkheim, 1912]. *Les représentations culturelles* font une partie majeure au sein des représentations socio-discursives et la question de l'interculturel, «ce cheminement de l'universel dans la multiplicité vécue des cultures» [Mariet, 1999: 194], en est la clé de voûte.

La notion de l'*interculturel* fait son apparition en France dans les années 1970 dans le cadre de la didactique du français langue étrangère et elle implique «une démarche didactique conçue pour favoriser une pleine reconnaissance et une mise en relation des différentes cultures présentes dans l'école du fait des origines diverses des enfants» [Coste, 1994: 206 cité in Nikou, 2002: 91]. Ainsi, toute société est-elle reconnue comme étant une entité multiculturelle qu'il s'agit de transformer en un lieu d'échanges et de rencontres interculturelles, de croiser plusieurs cultures et de ce fait les enrichir et les rendre complémentaires.

L'interculturel est devenu depuis non seulement un objet d'investigations scientifiques, mais aussi, pour beaucoup d'entre nous, un vécu personnel: «Nous sommes aujourd'hui tous dotés d'une identité à deux composantes majeures: l'international et le patrimonial, le changement (avenir) et l'héritage, la transformation et l'appartenance, la planète et le pays, la «proximité du lointain» (Heidegger)» [Abdallah-Preteceille, 1999: 3].

Cette quête éternelle d'autres cultures, d'autres systèmes de référence n'est pas nouvelle. Sans doute un homme primitif était-il déjà à la recherche d'un Autre. Mais cet Autre n'a peut-être pas été aussi facile d'accès que de nos jours. Ainsi, n'avons-nous plus besoin de quatre-vingts jours pour faire le tour du monde, d'énormes progrès techniques ont relativisé les notions de temps et d'espace. La construction de l'Europe supranationale vise, entre autre, la richesse culturelle et la promotion des échanges.

Malgré tous ces changements récents, la plupart de gens ne connaissent l'étranger que de manière indirecte. Faute de moyens ou de temps, ou pour d'autres raisons encore, nous ne venons pas souvent faire des rencontres directes avec des pays lointains ou même voisins. On finit par s'en créer une opinion fondée sur quelques bribes d'information – souvent d'ordre du stéréotype – trouvées ici et là, dans les images que les médias nous proposent pour la plupart. Ainsi, comme le suggère Isabelle Veyrat-Masson dans un ouvrage collectif consacré aux stéréotypes nationaux en Europe, «le monde de la vitesse et de l'information n'a pas fait disparaître conformisme et répétition! Il en est peut-être, par un curieux paradoxe, le meilleur des agents...» [Veyrat-Masson, 2000: 64].

Mais notre objectif ici ne consiste pas à inculper les médias de créer et de diffuser, de manière fort efficace, des «stéréotypes nationaux», des images stéréotypées de l'Autre. Ces images existaient bien avant la naissance des médias et l'expérience médiatique de ces usagers: «L'interculturalité n'est pas donnée par les médias, elle doit se construire dans leur consommation. Les médias sont occasions d'expérience interculturelle, ils ne sont pas interculturels *a priori*» [Mariet, 1999: 193].

Les médias, en rendant les images de l'Autre plus accessibles et leur circulation plus facile, ne seraient donc pas porteurs d'interculturel, mais plutôt de clefs pour y accéder. Cette tâche n'est guère simple, elle peut se compliquer davantage dans la mesure où à notre

héritage social, pour ainsi dire «traditionnel», s'ajoute un héritage médiatique, signe de modernité, créant ainsi une forte imbrication des deux: «La part de l'imaginaire est grande dans les deux cas, et les configurations qui en découlent varient simultanément avec les individus et les cultures» [Porcher, 1999: 225].

Qui plus est, de nos jours, les relations sociales et la vie culturelle se complexifient et se diversifient de plus en plus, d'où ce constat fait par Martine Abdallah-Preteuille: «Culture et identité se déclinent désormais au pluriel, et c'est cette pluralité qu'il faut prendre en compte, car c'est elle qui constitue désormais la norme» [Abdallah-Preteuille, 1999: 14].

La culture n'est pourtant pas une entité indépendante que l'on pourrait appréhender en dehors de son actualisation dans le social et de ses manifestations dans le communicationnel, bref en dehors de la «mise en scène de la vie quotidienne» [Goffman, 1973, cité in Abdallah-Preteuille, 1999: 17]. C'est donc l'analyse de la vie sociale de l'individu – porteur d'une culture et de ses productions langagières qui devrait rendre possible l'évolution des études culturelles. En ce qui nous concerne, nous allons aborder cette question à travers le prisme de la sociolinguistique et des représentations intercommunautaires en particulier.

Pour ce qui est du contenu des représentations (inter)culturelles dont il est question ici, à la suite de l'analyse de la compétence ethnosocioculturelle et de la représentation de la francité proposée par Henri Boyer dans la revue *Le français dans le monde* [1995, n°272: 41-44], nous pouvons parler de l'existence de l'ethnosocioculture définie en tant qu'un «ensemble composite de traits constitutifs d'imaginaires collectifs» [*ibid.*]. Propre à toute communauté, elle doit être distinguée des connaissances encyclopédiques relatives au monde environnant. Ces dernières sont d'ordre référentiel, c'est un ensemble de savoirs à proprement parler, tandis que l'ethnosocioculture est d'ordre représentationnel, c'est une combinaison de représentations sociales partagées au sein de ladite communauté qui «fonctionne[nt] en discours sur le mode de l'*implicite codé*» [Boyer, 1998: 7] et dont nous pourrions distinguer deux strates – patrimoniale et socioculturelle.

Le premier versant des représentations collectives à la base de l'ethnosocioculture – *une strate, ou un imaginaire, patrimonial(e)* – englobe tous les mythes, symboles, emblèmes nationaux qui font partie du patrimoine communautaire. Il fait preuve d'une très grande stabilité et notoriété, il est l'objet d'un consensus maximal et constitue le noyau représentationnel de l'imaginaire collectif d'une communauté donnée. Les «grandes dates», les «lieux de mémoire», les personnages, les mots et les phrases «célébres» en font partie. A titre d'exemple, en parlant de la francité, nous pouvons mentionner le 14 juillet, Poitiers, Napoléon et «*Paris vaut bien une messe*», tandis que le 11 septembre, Manhattan, Hollywood et John Fitzgerald Kennedy (JFK) nous feront penser aux Etats-Unis d'Amérique. C'est précisément ce versant de l'ethnosocioculture qui sert à souder l'identité communautaire, surtout dans les situations de communication interculturelle.

Le deuxième versant que, selon de H. Boyer, nous pouvons appeler *strate socioculturelle* est constitué d'images plus ou moins récentes, souvent stéréotypées, qui nous renvoient au vécu social d'un groupe donné. Au sein de cette catégorie il importe, toutefois, de distinguer entre les images faisant preuve d'une stabilité relative (allant parfois jusqu'à plusieurs décennies), telles que la représentation de la famille, de l'argent, du travail, etc., et les représentations les plus récentes communément appelées l'«air du temps». Ces dernières

sont les plus tangibles, sans doute aussi les plus spectaculaires puisque sujettes à des mises en scènes médiatiques, mais aussi les plus instables et susceptibles d'être modifiées. A la surface des représentations collectives, ces éléments reflètent les valeurs, les croyances et les positionnements collectifs qui régissent le vécu communautaire à un moment donné.

Dans la même perspective, nous parlons de *représentations endogènes* si le contenu représentationnel porte sur l'identité du groupe qui est à leur origine, et des *représentations exogènes* s'il porte sur d'autres groupes ou des étrangers vivant dans ce même groupe. Ces dernières sont aussi qualifiées de *représentations interculturelles* et sont de nos jours au cœur de nombreuses enquêtes sociolinguistiques.

En parlant des stéréotypes intercommunautaires, nous pouvons établir deux traits caractéristiques qui leur sont propres, à savoir la construction de l'identité sociale d'un individu et le rôle-clé joué par le stéréotype dans la cohésion sociale d'un groupe. Instrument de catégorisation, le stéréotype permet de s'identifier à un groupe (endogroupe) ou de se différencier d'un groupe (exogroupe). Il apparaît, dès lors, que s'identifiant en tant que membre d'un groupe social, l'individu aurait tendance à accentuer les traits positifs de ce groupe, à le représenter en tant qu'unité plus homogène, plus soudée, ce qui lui permet de renforcer l'estime de soi en tant que membre du groupe en question: «Il existerait (...) une sorte d'attitude sociale générale tendant à favoriser l'*in-group* par rapport à l'*out-group*, et ceci indépendamment des rapports objectifs entre groupes et des motivations individuelles particulières» [Ladmiral, Lipiansky, 1989: 203].

De manière générale, cette situation de rencontre de plusieurs cultures peut engendrer des comportements différents, à savoir déclencher le mécanisme de *la mise en contraste* des deux groupes porteurs de cultures différentes qui accentue les écarts existant entre les groupes, «cha[que culture] se construi[san]t par la différence, par le «contre – l'autre» [Charaudeau, 1990: 50]; de même que déclencher le mécanisme d'*assimilation* qui met en évidence des ressemblances entre les individus appartenant au même groupe.

Cette fonction ontologique d'auto-identification et d'identification de l'Autre se trouve donc complétée par la fonction de la culture dite instrumentale qui «facilite l'adaptation aux environnements nouveaux en produisant des comportements, des attitudes, c'est-à-dire de la culture» [Abdallah-Preteceille, 1999: 9].

Dans son essai de modélisation de l'imaginaire ethnosocioculturel collectif, basé sur un certain nombre d'enquêtes de terrain réalisées par ses doctorants, H. Boyer [1998: 8-9] dresse un inventaire des champs représentationnels des représentations interculturelles. Il les définit comme suit :

1. Perception globalisante du peuple et du pays (climat, religion dominante, situation économique, mentalité ...).
2. Identification institutionnelle, ethnographique, folklorique, gastronomique, touristique.
3. Patrimoine culturel : œuvres, événements, patronymes, dates, objets ...
4. Localisation géographique et/ou géopolitique. Mention de toponymes.
5. Caractérisation par la langue du pays, mots ou expressions empruntés à cette langue.
6. Allusion à la situation, aux relations/faits intercommunautaires.

Ces champs représentationnels sont de toute évidence très variés, ils répondent pourtant tous à notre désir de connaître l'Autre et à la nécessité de se le représenter. «L'image de

l'Autre n'est pas une image en soi, mais pour soi, une image – prétexte destinée à se représenter soi-même», postule Robert Frank [Frank, 2000 : 22-23]. Pour illustrer cette prise de position, ce chercheur français se réfère à une analyse de l'image de la France aux Etats-Unis faite par Frank Costigliola. D'après ce dernier, la France est souvent représentée dans les Etats-Unis en tant que Femme. Cette image devrait permettre aux Américains d'attribuer au peuple français les qualités dites féminines: frivolité, insouciance, caractère affectif et émotionnel, voire hystérique, et, par conséquent, de se représenter en tant que nation sensée, bien équilibrée et rationnelle. D'où, cette conclusion: «L'»auto-image», créatrice d'identité, se nourrit (des) «xénotypes». C'est pourquoi le stéréotype national nous renseigne davantage sur la communauté, la nation et l'époque qui l'a produit, que sur la nation qu'elle brocarde» [Frank, 2000 :23].

En d'autres termes, la perception de l'Autre se fait toujours à travers le prisme de sa culture d'origine et reflète, par conséquent, à la fois l'identité de celui qui représente et de celui qui est représenté.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Durkheim E. Les règles de la méthode sociologique, 12ème édition / Emile Durkheim. – Paris: Quadrige / PUF, 2005. – 149p. – P.VII-XXIV.
2. Mariet F. Le difficile interculturelisme des médias in Diagonales de la communication interculturelle / François Mariet, sous la direction de Martine Abdallah-Preteuille et Louis Porcher. – Paris: Anthropos, 1999. – 230p. – P.193-207.
3. Nikou T. L'interculturel: une autre perspective pour l'enseignement du français langue étrangère (Grèce: enseignement secondaire public) / Théodora Nikou. – Thèse de doctorat de Sciences du Langage. – Montpellier: Université Paul Valéry, juin 2002. – 549p.
4. Abdallah-Preteuille M.. L'éducation interculturelle, 2ème édition / Martine Abdallah-Preteuille. – Paris: Presses Universitaires de France, 1999. – Collection Que sais-je ?, n°3487. – 127p.
5. Veyrat-Masson I. Le procès du petit écran ? in Une idée fausse est un fait vrai. Les stéréotypes nationaux en Europe / Isabelle Veyrat-Masson, sous la direction de Jean-Noël Jeanneney. – Paris: Editions Odile Jacob, 2000. – 230p. – P.63-72.
6. Porcher L. Médias médiateurs, médias intermédiaires in Diagonales de la communication interculturelle / Louis Porcher, sous la direction de Martine Abdallah-Preteuille et Louis Porcher. – Paris : Anthropos, 1999. – 230p. – P.209-226.
7. Boyer H. De la compétence ethnosocioculturelle in Le français dans le monde / Henri Boyer. – Paris: EDICEF, avril 1995, n°272. – 71p. – P.41-44.
8. Boyer H. L'imaginaire ethnosocioculturel collectif et ses représentations partagées : un essai de modélisation in Travaux de didactique du français langue étrangère / Henri Boyer. – Montpellier: I.E.F.E. Université Paul Valéry, 1998, n°39. – 124p. – P.5-14.
9. Ladmiral J.-R., Lipiansky E. M. Représentations sociales et contacts interculturels in La communication interculturelle / Jean-René Ladmiral, Edmond Marc Lipiansky. – Paris: Armand Colin, 1989. – 319p. – P.199-209. – Collection Bibliothèque européenne des sciences de l'éducation.
10. Charaudeau P. L'interculturel entre mythe et réalité in Le français dans le monde / Patrick Charaudeau. – Paris: EDICEF, janvier 1990, n°230. – 83p. – P.48-53.

11. Frank R. Qu'est-ce qu'un stéréotype ? in Une idée fausse est un fait vrai. Les stéréotypes nationaux en Europe / Robert Frank, sous la direction de Jean-Noël Jeanneney. – Paris: Editions Odile Jacob, 2000. – 230p. – P.17-26.

Стаття надійшла до редакції 16.04.2014 р.

Угрин Т.В., ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев
доктор Университета имени Поля Валери Монпелье III, Франция

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В РЕПРЕЗЕНТАЦИОННОЙ ПАРАДИГМЕ

Данная статья посвящена изучению типологии социо-дискурсивных репрезентаций, при этом особое внимание уделяется междисциплинарному анализу межкультурных репрезентаций. В работе рассмотрено роль медиа в формировании этносоциокультуры и исследовано межкультурные стереотипы.

Ключевые слова: репрезентационный фонд, социо-дискурсивная репрезентация, межкультурная репрезентация, этносоциокультура, стереотип, медиа.

Ugryn T., Cand.Phil.Sci.,,
Paul Valery Montpellier III University, France, the French philology chair assistant in
Kyiv National Tars Shevchenko University

THE INTERCULTURAL REPRESENTATION IN THE REPRESENTATION PARADIGM

This article studies the typology of socio-discursive representations, in particular the intercultural representations, within an interdisciplinary approach. It examines the role of media in the formation of ethnosocioculture and describes the intercultural stereotypes.

Key words: language picture of the world, socio-discursive representation, intercultural representation, ethnosocioculture, stereotype, media.