

REPRÉSENTATIONS DE L'AUTRE DANS LE MONDE
DES AFFAIRES: DE LA SIMILARITÉ SUPPOSÉE
A LA SIMILARITÉ CO-CONSTRUITE,
EN PASSANT PAR LES INÉVITABLES DIFFÉRENCES

Nina IVANCIU

Département des Langues Romanes et de Communication en Affaires
ASE Bucarest

Il y a en gros deux modes de représentation de l'autre que soi, la similitude et la différence, chacun étant, le plus souvent, en étroite liaison avec l'univers de sens propre à sa culture¹.
Quant aux similitudes, certaines sont données ou présupposées, puisqu'elles tiennent à la communauté de nature (à «l'universellement humain»²), d'autres sont acquises par imitation, comme dans le cas du phénomène de la mode, d'autres, enfin, se ressource à l'imagination³, plus précisément au mécanisme de projection par lequel on voit chez autrui des sentiments, pensées, attitudes, etc., qui appartiennent à soi-même. L'approche de l'autre à partir de ce filtre cognitif de la ressemblance, sans vérifier son bien-fondé à partir du contexte situationnel, mène presque toujours à des attentes que le comportement de cet autre démentit assez vite.

Des méprises fréquentes sont dues à la confusion de la communauté de nature et de la communauté de culture, ou bien de cette dernière et de la proximité géographique.

¹ « Chaque culture a sa manière de donner sens, remarque Philippe d'Iribarne, parfois bien difficile à comprendre pour ceux qui lui sont étrangers. Ce sens lui-même trouve ses racines dans de grandes conceptions de ce qui élève et de ce qui abaisse, de ce qui rend pur et de ce qui souille, de ce qui est juste et de ce qui bafoue la justice » (2006: 10).

² La formule appartient à Tzvetan Todorov (1986: 19).

³ C'est ce que détecte Bernadette Delamarre (1996: 21-29).

L'universallement humain ou l'ethnocentrisme?

Est-il vraiment facile de distinguer l'humain (la nature humaine) du culturel? C'est juste au nom du principe de l'unité du genre humain, qu'on arrive fréquemment à ne pas discerner la communauté de nature de la communauté de culture. Claude Lévi-Strauss avait signalé depuis longtemps cette erreur ¹ due principalement, sous un angle sociologique, à l'*ethnocentrisme* (étymologie: voir tout à partir de sa propre ethnie): attitude qui consiste à considérer, par habitude ou inconsciemment, ses propres valeurs comme étant un absolu, comme étant, non pas nos valeurs, mais les valeurs en général. En vertu d'une telle interprétation, on s'attend à ce que tous les humains partagent les mêmes valeurs, principes, règles, etc. que ceux de notre culture d'origine (groupe social, pays...) érigée ainsi en modèle (paradigme) de référence universellement valable, constitutif d'évidences impossibles à refuser, source de critères et, corrélativement, de jugements de normalité au sein du genre humain.

Guidé invisiblement ² par cette conception du naturel ethnocentrée, on aboutit à des similarités illusoires ou bien à des différenciations excessives, comme on le verra un peu plus loin, défavorables à l'Autre (individu, groupe), à la limite, mettant en doute la dimension humaine de cet Autre. Quelle que soit la tactique choisie – masquer les différences par une similarité supposée, ou bien les grossir -, l'humanité de l'Autre n'a pas de chances d'être connue et d'autant moins comprise, chacune s'étayant implicitement sur le même principe infondé: transformer un particulier culturel (propre à son ethnie ou groupe social) en naturel ou en un universel culturel - ce qui revient, en définitive, à déprécier l'Autre (sa façon spécifique de penser, ses croyances, règles, modes de travail ...) pour

¹ Voir le chapitre 3 de son ouvrage *Race et Histoire* (1968), Éd. Denoël-Gonthier, Paris.

² Edward T. Hall a développé la notion de culture cachée (1982) et Carroll Raymonde a attiré l'attention sur les évidences invisibles (*Évidences invisibles. Américains et Français au quotidien*, 1987, Seuil, Paris).

s'élever soi-même et, probablement, justifier sa propension à la supériorité (cognitive, managériale, etc.). Dans le monde des affaires, on a souvent utilisé le terme d'*arrogance culturelle* «pour qualifier l'attitude des entreprises qui projetaient sur les cultures étrangères auxquelles elles proposaient leurs produits les repères culturels de leur propre culture » (Narcy-Combes, 2006 : 26).

D'autre part, lorsqu'on essaie de comprendre autrui et d'agir en faisant preuve de bonne volonté à son égard, suivant la logique de sa culture d'origine sans saisir la cohérence particulière de la culture du partenaire, on risque fort d'être pris à son propre piège. C'est le cas, par exemple, d'un directeur français de la filiale québécoise d'une entreprise française¹, qui, arrivé au Québec, ne déloge pas de son bureau son prédécesseur, québécois, encore présent pour quelque temps dans l'entreprise. Par ce geste, il pense éviter l'apparence d'une certaine arrogance française qui y est très mal vue. Le directeur s'imagine bien procéder, en accord avec les canons québécois, mais en fait sa conduite suit les repères français portant sur la dichotomie délicat/malotru. Le sens qu'il donne à son comportement (faire preuve de bonnes manières) est, commente P. d'Iribarne (2002 : 317-318), à l'opposé de la lecture qu'en font les Québécois:

«Ce faisant [ne pas déloger de son bureau directorial son prédécesseur québécois], il avait agi d'une manière que, suivant les canons français, il avait ressentie comme pleine de délicatesse, aux antipodes d'une arrogance de malotru; c'est dans l'opposition délicat/malotru que sa conduite avait pris sens à ses yeux. Mais les Québécois n'en ont pas fait la même lecture; la catégorie du comportement 'délicat' n'a pas la même place dans les deux cultures. Ce n'est pas le registre des bonnes manières, mais celui du leadership, qui leur a fourni une grille d'interprétation. Ils ont cru à un signe de faiblesse de quelqu'un qui n'avait pas osé affronter la situation »² (c'est moi qui souligne).

¹ Le cas est présenté par Philippe d'Iribarne dans « Un usage créatif des ressources d'une culture » (2002: 301-322).

N'oublions pas non plus que les *généralisations stéréotypées*, produit de la vision ethnocentriste, ne nous disent rien de pertinent ni sur l'universallement humain ni sur l'individu particulier de notre face à face. Régi par le stéréotype, le visage d'autrui est tout simplement pétrifié par son enfermement dans une définition globalisante, décontextualisée, voire sélective - selon que l'on veut mettre l'accent sur la proximité ou, au contraire, sur l'écart culturel.

Par ailleurs, on fait un usage illégitime des catégories de sa propre culture pour étiqueter les conduites non conformes à son image de référence. C'est ce que souligne le même P. d'Iribarne dans «La dynamique d'une démarche »:

«On qualifie volontiers les Américains de procéduriers, les Belges de cloisonnés, les Indiens de détachés du résultat de leurs actions, comme les Mauritanien d'ouverts au dialogue, les Suédois de démocrates, etc.» (2002 : 345)

Les travaux scientifiques se proposant de classer les cultures sur une série d'échelles d'attitudes (forte ou faible distance hiérarchique, esprit individualiste ou communautaire, masculinité ou féminité, etc.) conduisent eux aussi, souvent, à des représentations qui rejoignent aisément les stéréotypes – «en tant qu'image projetée par un groupe sur un autre » (Chevrier, 2002 : 142) - usuels:

«Il s'agit toujours de comprendre les différences entre cultures à l'image des différences que l'on conçoit dans sa propre culture entre ceux qui sont plus ou moins ceci ou cela (autoritaires, prudents, coopératifs, etc.). L'image que l'on construit à partir de cette première mise en ordre risque de n'être guère plus subtile que celle que se fait n'importe quel voyageur quand il rentre d'une contrée exotique.» (d' Iribarne, Ibidem , p. 346)

La persistance des stéréotypes lors de l'interaction intersubjective génère un climat de méfiance, un malaise relationnel, des frustrations et de forts malentendus, nuisibles à l'avancement du faire ensemble. L'étude du cas de travail en commun des Français et des Suisses dans une entreprise suisse rachetée par un grand groupe industriel français qu'entreprend Sylvie Chevrier (2002 : 139-163) fait

voir finalement que les difficultés auxquelles se heurtent les équipes projet ne se limitent pas aux difficultés ordinaires ayant trait au métier (rivalité entre les départements, désaccords à propos des solutions techniques à retenir ou de la division du travail, etc.), aux inévitables incompatibilités personnelles ou à la circulation de l'information. Les problèmes s'aggravent lorsqu'ils sont abordés sous un angle national. Pendant les réunions de travail, chacune des deux équipes culturelles, française et suisse, adopte un langage courtois à l'égard de l'autre. En revanche, lorsqu'ils se rassemblent par petits groupes de nationaux, ils partagent leurs sentiments négatifs:

«Les échanges dans le cadre de ces apartés sont bien différents des affirmations officielles des acteurs lors des entretiens formels. Ils traduisent un climat de collaboration plus chargé en tensions et conflits feutrés que ne le laissent entendre les discours de façade. [...] Outre les critiques symétriques, les discours informels sont truffés de stéréotypes spécifiques. Tandis que les Français mentionnent le manque de vue d'ensemble des Suisses, leur lenteur et leur respect tatillon des procédures, les Suisses accusent les Français de négliger les détails, de faire preuve d'irréalisme et de ne pas respecter les règles. Ces nombreux stéréotypes et critiques qui font mention du caractère national (lenteur suisse, transgression française des règles, etc.) montrent bien que les difficultés des équipes projet ne peuvent être réduites à des conflits de métier et de personnes.» (Chevrier, 2002 : 142) (c'est moi qui souligne)

La «présomption de similitude»

Cette hypothèse de similitude, avancée par Christoph Barmeyer (2007 : 15), se nourrit en cachette de l'attitude ethnocentrique, même si consciemment elle s'appuie sur des racines communes:

«Les Français, comme les Italiens, ont tendance à penser que tous les peuples d'origine latine ou ayant été colonisés par les Latins ont une racine commune qui les unit et les rend pratiquement identiques: des peuples à sang chaud, émotifs, un peu corrompus dans leur quotidien par rapport aux Anglo-Saxons. Par conséquent, le Français qui s'expatrie en Argentine est persuadé de pouvoir 'maîtriser' la situation, car il connaît l'esprit latin' de l'Argentin. Certains vont encore plus loin en affirmant que: 'Les Argentins sont des Européens

manqués.' Or, il s'agit là d'une grande erreur. Notre Français qui part en Argentine ne se prépare donc pas aux chocs culturels et quand ils arrivent ils seront plus forts et les difficultés qui en découlent seront plus grandes parce que, dans le désir de s'en préserver, notre ami s'est créé une évidence basée sur une pseudo-similitude. Parce qu'il est Français et 'latin' comme les Argentins, il croit pouvoir tout connaître et tout anticiper, et bien, c'est dommage, mais ce n'est pas le cas ! » (Guitel, 2006 : 78-79)

Une fausse évidence de similitude – en fait, produit des stéréotypes de la culture d'appartenance - peut provenir également de l'équivalence injustifiée entre proximité géographique et proximité culturelle. La négligence des écarts de mentalité et de mode de travail du partenaire d'une société voisine – malgré les ressemblances apparentes¹ - risque d'entraîner des difficultés à se faire comprendre et à travailler ensemble. C'est le cas notamment des échanges franco-allemands, amplement étudiés², où les problèmes de compréhension mutuelle commencent dès le niveau notionnel, vu la variété, selon les cultures nationales, des significations des termes, à première vue similaires. Une analyse socio-historique de l'allemand *Unternehmer* et du français *patron* montre qu'au-delà de l'identité apparente du statut fonctionnel et social de la classe socioprofessionnelle à laquelle ils réfèrent, il y a des différences définitoires sous l'angle des positions, domaines d'activités et perceptions sociales qui s'attachent à cette classe dans chacun des deux univers de sens:

«Bien que les deux termes désignent une classe socioprofessionnelle qui dispose de la propriété de moyens de production, on retrouve dans le mot **Unternehmer** la fonction économique et entrepreneuriale qui en Allemagne s'inscrit dans une conception plutôt libérale et individualiste. Par contre, le terme **patron** renvoie encore à la fonction pré-industrielle, féodale-cléricale du 'saint patron'. Cette fonction de protecteur paternaliste s'exprime encore aujourd'hui

¹ E.T.Hall soutenait en 1983 (p. 7): « Many cultures that appear quite similar on the surface, frequently prove to be extraordinarily different on closer examination. »

² Voir, par exemple, les ouvrages de Jacques Pateau, *Une étrange alchimie. La dimension interculturelle dans la coopération franco-allemande* (CIRAC, Paris, 1998) et de Christoph I. Barmeyer, *Management interculturel et styles d'apprentissage*, op. cit.

dans la relation d'autorité particulière du patron vis-à-vis de ses employés.»
(Barmeyer, 2007 : 25)

Même le sens du mot «coopération» est différent dans les deux cultures. Si pour les Français, la coopération équivaut à des apports individuels en vue d'atteindre un but commun, pour les Allemands, elle correspond à des apports communs, fruit d'un consensus.

Attitudes face aux différences reconnues de l'Autre

▪ *On peut accepter l'existence d'une série de dissimilarités, en matière de mentalités et de pratiques, mais pour qu'elles ne dérangent pas le travail ensemble et la productivité de l'équipe biculturelle, on choisit de les mettre entre parenthèses par le biais d'une **homogénéisation des valeurs culturelles** des parties en présence.*

Le cas de figure suivant (Guitel, 2006 : 80-82), tiré de la coopération belge –américaine, est instructif parce que, même si la démarche adoptée s'appuie sur un raisonnement relativement correct¹, elle a pourtant échoué. La construction d'une sous-culture commune était tout à fait indispensable au processus de développement de synergies entre les Belges et les Américains, mais le procédé employé n'a pas marché. La charte de valeurs élaborée par les trois consultants (un Belge et deux Américains) et inspirée exclusivement d'approches américaines et anglo-saxonnes n'a pas mené à l'homogénéité escomptée, malgré la décision des Belges d'accepter ce qu'on leur proposait / imposait. Les acteurs des deux équipes n'accordaient pas la même signification aux valeurs – base commune et ne pouvaient donc pas se mettre d'accord pour suivre les directives qui en découlaient. Leurs différences ne s'étaient pas

¹ A partir de la reconnaissance des différences et des ennuis qu'elles posent à la collaboration, on déduit la nécessité de créer une base de valeurs communes à l'aide des consultants (experts des valeurs des deux cultures), après quoi, il faudra suivre les directives formulées; par une volonté réciproque de coopération, on « oubliera » les différences.

estompées, le projet commun n'avancait plus et après quelques mois, on a mis fin à la coopération.

Les dysfonctionnements présentés par ce cas de collaboration échouée sont dus en principal au fait que l'élaboration d'une sous-culture commune a été un acte unilatéral et non coconstruit. Elle n'a donc pas émergé de la combinaison d'efforts des interactants, mais elle est venue de l'extérieur et a généré une sorte d'homogénéité *artificielle* qui n'a fait que masquer momentanément les différences:

«Il faut travailler conjointement, surveiller constamment au quotidien ses propres pensées, attitudes, discours...et faire des efforts pour y arriver. Vouloir oublier les différences de pratiques et de mentalités, les mettre de côté, les déléguer à un professionnel pour qu'il les interprète et les règle, ne pourra pas vous débarrasser du travail de les affronter dans une situation concrète à moyen ou long terme. [...] Le consultant ne peut que jouer le rôle de médiateur et ainsi [...] aider les deux parties à trouver le bon chemin et à éviter les pièges¹ qui peuvent être mortels. [...] Après avoir conclu que cela ne marchait pas, la frustration et le refus du propre conditionnement culturel n'ont pas permis aux intégrants de l'équipe d'essayer une deuxième fois. Bloquées et confuses, les personnes s'en sont désintéressées [...]. L'homogénéité était artificielle et avait été plaquée sur un champ plein de petits enjeux interculturels non résolus, non discutés [...].»
(Guitel, 2006 : 82)

▪ *L'insistance exagérée sur les différences, jugées à partir de certains marqueurs (traits culturels) choisis en fonction de son histoire (individuelle, collective) et/ou des stéréotypes dominants de sa communauté.*

Dans les situations professionnelles, l'attitude ethnocentrique et sa variante, le sociocentrisme - ayant, toutes les deux, pour source probable le narcissisme personnel en excès, avec sa propension à la domination - poussent à la surévaluation spontanée de ses propres paradigmes (cognitifs, axiologiques, actionnels) et, corrélativement, au discrédit sans appel de ceux qui participent à l'identification

¹ En l'occurrence, le refus inconscient de son propre conditionnement culturel, l'universalisme excessif de la base de valeurs unilatéralement construite par les Américains, tout comme la volonté de trouver une sorte de « baguette magique », une solution toute faite, prête à l'usage, sous la forme d'une « charte de valeurs » - œuvre des spécialistes, ayant pour but l'anéantissement de leurs différences.

culturelle d'autrui. La mise en avant du côté négatif des éléments distinctifs de l'Autre bloque à son tour le développement de la coopération:

«Si leurs façons différentes [les façons différentes des étrangers] de travailler, communiquer, décider deviennent pour nous des pratiques inacceptables ou illégitimes, nous sommes en train d'agir comme si notre façon de faire était la seule valable, ou la seule qui fonctionne [...]. Juger l'autre est une tendance naturelle, mais la pondération, la patience et l'humilité sont des atouts indispensables pour pouvoir arriver à exploiter toute la richesse de la diversité culturelle d'une situation spécifique.» (Guitel, 2006 : 77-78)

▪ *L'usage créatif du différent culturel est une tendance attitudinale qui se fait de plus en plus remarquer aussi bien au niveau de la recherche en management interculturel que dans la pratique de la gestion des équipes bi- ou multiculturelles.*

Sans ignorer les dysfonctionnements et les conflits que les dissemblances peuvent entraîner, le discours théorique essaie parallèlement d'aborder ces dernières sous l'angle de leur complémentarité et, par voie de conséquence, de leur potentiel de synergie:

*«Car la combinaison de diverses manières de voir et d'agir devraient rendre possibles certaines résolutions de problèmes et innovations qui auraient été impensables sans elles. Ainsi les cultures et leurs différences constituent une ressource. C'est pourquoi une ambition de la recherche en management interculturel est de faire prendre conscience des différences culturelles et de pouvoir les mettre 'efficacement' en valeur grâce à la combinaison des forces et des faiblesses spécifiques des collaborateurs. Il s'agit de la **synchronisation** de formes de communication, de mentalités et de styles de travail divergents qui ont une influence sur les processus de management. » (Barmeyer, 2007 : 44)*

Comme la synchronisation des modes de dire et de faire est encore plus impérative dans le cadre des joint-ventures ou des fusions d'entreprises que dans d'autres domaines en raison d'importants enjeux financiers, l'exploitation des atouts des partenaires de diverses cultures, la mise en commun des compétences des uns et des autres participe amplement à la

dynamisation d'une interaction qui semblait totalement bloquée. C'est le cas, par exemple, du projet franco-slovène (Globokar, 2002 : 119-138), dont le succès final s'explique en grande partie par le recours à la valorisation de «la complémentarité entre les compétences individuelles des Français et les compétences collectives des Slovènes » (Globokar, 2002 : 137-138).

Néanmoins, la reconnaissance et l'exploitation fructueuse des ressources qu'offrent les différences culturelles présupposent un entraînement incessant à la décentration, à la mise à distance donc, et au questionnement permanent de son système de références. Même s'il est toujours plus aisé de questionner la «configuration d'idées – valeurs » (Dumont, 1986 : 133) d'autrui que la sienne, il est indispensable de mettre aussi en doute ses propres façons de penser et d'agir, si l'on veut élargir son regard sur soi et sur l'Autre, écouter activement son partenaire et valoriser les atouts (professionnels et personnels) de ce dernier tout au long du développement du projet commun.

Autrement dit, la connaissance d'autrui est, comme le remarque T. Todorov dans un contexte un peu différent, «un mouvement d'aller et de retour » (1986 : 21)¹: immersion dans l'univers de sens de l'étranger pour mieux le comprendre, suivie d'un retour vers ses repères culturels, mais d'un regard qui n'est plus celui du point de départ, étant informé par le contact avec cet autre. De plus, un résultat significatif du contact avec l'étranger «est souvent le regard *critique* qu'on tourne vers soi » (*Idem*) (c'est moi qui souligne), sans qu'il implique la glorification de l'autre.

Par ailleurs, la mise à profit de la diversité culturelle des membres d'une équipe de travail serait un pas significatif vers la construction des relations interpersonnelles et professionnelles propices au travail en synergie.

- Le management des équipes de travail pluriculturel s'oriente vers l'exploitation efficace des divers points de vue et pratiques, mais

¹ L'auteur se réfère à l'attitude du spécialiste (de l'ethnologue, par exemple) face à la culture qu'il étudie.

il emprunte aussi la voie du dépassement des frontières culturelles, donc des différences culturelles, notamment lorsqu'elles sont si divergentes qu'elles donnent naissance à des conflits nuisibles à la collaboration. Cette voie implique la *construction, lors du dialogue et des négociations conversationnelles afférentes, d'un nouvel espace de modes de penser et d'agir, appelé interculturel – qui n'est pas forcément une synthèse des univers de sens des participants aux interactions professionnelles -, constitutif de la base de valeurs commune, légitime dans la mesure où elle est le produit des interactants et, par conséquent, généralement agréée.*

C'est là une nouvelle manière de se rapporter à autrui et d'interagir avec lui – elle donne la priorité à la personne et au processus interactif entre des subjectivités ayant les mêmes droits et obligations discursifs -, dont la fécondité se mesure à l'aune du degré de volonté mutuelle de trouver ensemble un terrain d'entente susceptible de garantir la réalisation des objectifs qu'on s'est fixés. La démarche adoptée dans le cas de l'alliance belge-américaine (voir ci-dessus) était partie de la prémisse, juste, que pour une communication efficace – condition nécessaire à une collaboration réussie, à travers la création de synergies entre les deux groupes -, «il faut avoir une base de valeurs partagée, un univers symbolique commun [...]» (Guitel, 2006 : 80). L'erreur a consisté, du moins en partie, dans le fait que cette base de valeurs censée conduire à l'homogénéisation souhaitée par tous, n'a pas été partagée mais plutôt imposée sous la forme d'une charte de valeurs, œuvre des consultants – et non des équipes intéressées -, dont les sources d'inspiration ont été les approches américaines et anglo-saxonnes, supposées universelles.

Or, l'interculturel

«[...] est un acquis permanent très spécifique à l'opération qui se construit au jour le jour **par les personnes concernées**. Il faut travailler **conjointement**, surveiller constamment au quotidien **ses propres pensées, attitudes, discours...** et faire des efforts pour y arriver. » (Guitel, 2006 : 82) (c'est moi qui souligne)

Lors du processus de rapprochement et de construction de synergies entre les équipes de travail, l'élaboration en commun d'une sous-culture (mentalités et pratiques) partagée pour atteindre les buts qu'on s'est proposés, surtout quand il s'agit d'un projet à haut investissement financier, est une étape potentiellement fructueuse dans la mesure où les partenaires en présence commencent par admettre une première condition, à caractère général, habituellement facile à remplir, du moins discursivement: être disposé à s'accorder sur un minimum de valeurs, représentations et règles d'action communes. Les difficultés apparaissent pourtant lorsqu'on est confronté à d'autres conditions, reliées à ce que présuppose un vrai dialogue: distance critique envers sa propre culture, éthique égalitaire, intercompréhension, enrichissement mutuel, créativité. De telles exigences d'une véritable interaction verbale sont souvent en discordance avec une série de propensions de l'individu (à la survalorisation de soi/ de son groupe et au mépris plus ou moins implicite de l'autre, à la domination à tout prix, etc.), plutôt non reconnues et, par voie de conséquence, non maîtrisées.

En fin de compte, l'attitude interculturelle face aux différences de l'Autre, tout en assurant le respect des cultures, légitime leur dépassement à travers le changement d'angle de vue des cultures elles-mêmes – elles se «dynamisent» au cours de l'échange verbal -, tout comme de la relation de l'individu à sa (ses) culture (s) d'origine:

*«[...] on a ici affaire à la culture en dialogue avec les autres et avec soi-même, et susceptible de se transformer en conséquence. Il se confirme donc que l'interculturel est un lieu de créativité, permettant de passer de la culture comme 'produit' à la culture comme 'procès'. [...] assurer le respect des cultures, mais dans le cadre d'un système d'attitudes **autorisant leur dépassement**. [...] si les cultures deviennent des sortes de corsets enfermant définitivement les individus dans des systèmes réifiés et sacralisés, ils ne pourront plus que s'isoler les uns des autres, pétrifiés dans la 'fierté' de leur système. » (Camilleri, 1993 : 50) (c'est moi qui souligne)*

Vu les enjeux économiques et financiers des relations d'affaires, les acteurs concernés sont généralement suffisamment

motivés à éviter l'immobilisme culturel, l'ancrage coûte que coûte dans un univers de sens qui ne valorise que leurs «valeurs-idées», qui ne valide que leurs représentations, stéréotypées, de l'Autre, leurs règles et comportements. Ils sont d'ailleurs, pour la plupart, avisés des désastres d'une inflexibilité culturelle stérile, ayant réfléchi au préalable, pendant leur formation à l'interculturel, sur les cas - amplement examinés par les théoriciens - où la persévérance arrogante dans une vision ethnocentrique, avec ses erreurs de jugement et de stratégies comportementales (discursives et actionnelles) qui en dérivent, a mené à la rupture des partenariats.

En effet, les études des situations concrètes de travail avec des interlocuteurs de diverses cultures montrent que la mise entre parenthèses des différences, en s'accrochant à des similitudes apparentes ou bien en établissant une sorte d'homogénéité artificielle (cf. ci-dessus), ainsi que la variante opposée, l'insistance excessive sur ces écarts, représentent, toutes les deux, des pièges, ne servant donc pas à la construction d'une coopération durable. Pour y aboutir, on a proposé, rappelons-le, deux types de solutions, à partir des besoins des individus «de se trouver des points communs, tout en respectant ce qui est différent» (Guitel, 2006 : 77).

Une solution consiste à trouver «l'équilibre délicat entre la gestion des différences et des similitudes pour ressentir de la confiance envers les partenaires et s'investir davantage dans le projet » (*Idem*), ce qui implique par exemple la mise à profit des diverses façons de travailler, de décider ou d'interagir, si elles s'avèrent fonctionnelles (cf. Globokar, 2002, pour le cas franco-slovène).

Une autre solution, encore plus exigeante mais moins développée (parce que moins pratiquée ?) dans les ouvrages des experts en communication professionnelle avec des collaborateurs étrangers, consiste à produire en commun un nouvel espace culturel (représentations, principes, standards, règles et modes d'action partagés). Ce nouvel espace, que certains appellent interculturel, constitue la référence à laquelle tous se rapportent et à l'aune de

laquelle ils évaluent les relations de travail et la qualité des tâches accomplies. L'échec de la coopération belge-américaine, examinée antérieurement, a été finalement dû à l'absence d'une véritable interaction entre les participants au projet. La collaboration des acteurs en présence aurait évité l'imposition d'une «charte de valeurs» - œuvre des professionnels extérieurs au groupe qui, de plus, n'ont pas pris en considération les mentalités et les pratiques des Belges.

La *co-construction* est en fait l'élément clé de cette perspective-solution interculturelle, présupposant le dépassement des différences culturelles et se proposant la mise en place d'une base de valeurs communes pour que le projet, économique ou commercial en l'occurrence, ait des chances de réussite. Sous cet angle, la perspective interculturelle, où, insistons-y, l'«interculturel» ne se limite plus à la reconnaissance de la diversité culturelle et aux échanges verbaux mutuellement enrichissants entre des représentants-porteurs de différentes langues-cultures en vue de pouvoir vivre ensemble.

Qu'on l'appelle attitude, perspective, optique, moyen ou stratégie, l'«interculturel» est une construction envisagée souvent comme un moyen viable d'évitement ou de résolution des dysfonctionnements tout à fait nuisibles au succès des projets socio-économiques déployés en milieu pluriculturel. En évoluant pragma-sémantiquement de sorte qu'il dépasse l'objectif du vivre ensemble pour s'orienter vers celui de l'agir ensemble et s'accorder ainsi aux exigences interactives des sociétés actuelles, l'interculturel, par sa visée définitoire - la création en commun d'une référence à laquelle consentent toutes les personnes impliquées dans une coopération -, correspond, pourrait-on dire, à une étape indispensable à la réussite de la mise en place de la perspective actionnelle, telle qu'elle a été promue par le *Cadre européen commun de référence pour l'apprentissage*

et *l'enseignement des langues* du Conseil de l'Europe (2001) et qui a inspiré de nombreux développements théoriques ultérieurs¹.

Références bibliographiques

1. BARMEYER I. C. (2007), *Management interculturel et styles d'apprentissage. Étudiants et dirigeants en France, en Allemagne et au Québec*, Les Presses de l'Université Laval
2. BARMEYER I. C., MAYRHOFER U. (2002), «Le management interculturel: facteur de réussite des fusions - acquisitions internationales?», *Gérer et Comprendre*, no. 70, p. 24-33
3. CAMILLERI C. (1993), «Le conditions structurelles de l'interculturel », *Revue française de pédagogie*, no.103, p. 43-50
4. CHEVRIER S. (2002), « Le solide contre l'ingénieur: malentendus dans la gestion de projets franco-suisses », in P. d'Iribarne *et al*, *Cultures et mondialisation. Gérer par-delà les frontières*, Seuil, Paris, 2^e éd, p.139-163
5. CONSEIL De L'EUROPE (2001), *Cadre européen commun de référence pour l'apprentissage et l'enseignement des langues*, Conseil de l'Europe, Strasbourg
6. DELAMARRE B. (1996), *Autrui*, Ellipses, Paris

¹ Christian Puren (2002) propose le syntagme de « perspective co-actionnelle-co-culturelle », qui est en accord avec le travail collaboratif - le nouvel objectif social de référence -, et qui désigne le processus de construction et de mise en œuvre d'« *une culture d'action commune dans le sens d'un ensemble cohérent de conceptions partagées* » (p. 65). Ces conceptions, qui incluent des objectifs, principes et modes d'action, se révèlent « en dernière instance déterminantes lorsqu'il s'agit de faire ensemble » (*Ibid.*, p. 64). L'objectif de la démarche interculturelle, comprise dans son évolution pragma-sémantique, n'est pas différent de celui propre à la perspective co-culturelle de Puren: l'élaboration en commun d'une culture d'action commune justement pour parvenir à faire ensemble.

7. DUMONT L. (1986), « L'individu et les cultures ou comment l'idéologie se modifie par sa diffusion même », *Communications*, Seuil, 43, p.129-139
8. GLOBOKAR T. (2002), « Une expérience française en Slovénie: Comprendre un mode communautaire de gestion », in P. d'Iribarne et al, *Cultures et mondialisation. Gérer par-delà les frontières*, Seuil, Paris, 2^e éd., p. 119-138
9. GUITEL V. (2006), *Déjouez les pièges des relations interculturelles et devenez un manager de l'international*, Gereso Édition, Le Mans
10. HALL T. E. (1982), *The Hidden Dimension*, Doubleday, New York
11. HALL T. E. (1983), *The Dance of Life*, Doubleday, New York
12. IRIBARNE (d') P. (2002), «Un usage créatif des ressources d'une culture, in P. d'Iribarne et al, *Cultures et mondialisation. Gérer par-delà les frontières*, Seuil, Paris, 2^e éd., p.301-322
13. IRIBARNE (d') P. (2002), «La dynamique d'une démarche», dans *Ibidem*, p. 331-357
14. IRIBARNE (d') P. (2006), *L'étrangeté française*, Seuil, Paris
15. NARCY-COMBES M.-F. (2006), *La communication interculturelle en anglais des affaires. Précis à l'usage des étudiants francophones*, Presses Universitaires de Rennes
16. PUREN C. (2002), «Perspectives actionnelles et perspectives culturelles en didactique des langues-cultures: vers une perspective co-actionnelle-co-culturelle», *Les langues modernes*, 3, p. 55-71
17. TODOROV T. (1986), « Le croisement des cultures », in *Communications*, 43, p. 5-24

UN CERTAIN REGARD SUR L'AUTRE

Ruxandra CONSTANTINESCU-ȘTEF NEL

Département des Langues Romanes et de Communication en Affaires
ASE Bucarest

La négociation commerciale ne saurait exister sans le regard posé sur l'autre. Un certain regard, un regard spécial, qui pratique l'empathie, mais ne pratique pas la sympathie, qui guide le négociateur dans toutes les étapes du processus. Un regard qui cherche, qui toise, qui fouille, qui cache, qui défie, qui trompe et qui, parfois, se trompe.

Un regard qui cherche ...

Toute négociation commence par la préparation qui, tous les spécialistes en conviennent, est une étape fondamentale du processus.

« La préparation est, de l'avis de tous les spécialistes, la phase qui détermine le plus les chances de succès de la négociation » (Audebert-Lasrochas, 1996 : 49).

« Jewel in the crown of effective negotiation. Get this right and your performance in the negotiation dramatically improves » (G.Kennedy cité par Hiltrop et Udall, 1995 : 18).

La préparation de la négociation commerciale comprend plusieurs étapes qui supposent chacune un regard scrutateur sur l'autre.

Toute préparation commence par le recueil d'informations car ici l'information équivaut au pouvoir. Sauf celles qui concernent le produit, toutes les informations ramassées pendant cette étape nous viennent du regard posé sur l'autre. D'abord sur lui-même en tant que personne, « sa position dans sa société, son style de négociation, ses points forts, ses points faibles, ses préférences, tout ce qui vous aidera à anticiper son comportement, ses attentes, ses objections » (Constantinescu-Ștef nel, 2009 : 30). Ensuite, sur la société qu'il

représente, « sa taille, sa position sur le marché, ses produits, ses fournisseurs et ses clients, les quantités qu'elle vend et qu'elle achète, sa politique commerciale, ses attentes, ses points forts et ses points faibles. » (*Ibidem*, p. 30). Enfin, sur son pays, la culture « qui influence son style de négociation et ses attentes, la prise de décisions, l'attitude envers le temps, l'espace, le marchandage et le compromis » (*Ibidem*, p. 31), son économie nationale, son système juridique, son régime politique, son histoire et sa géographie.

C'est toujours pendant cette étape qu'il faut étudier le marché. Mais le marché aussi c'est les autres, ceux qui vendent et ceux qui achètent, ceux qui établissent les prix et ceux qui les paient, ceux qui suivent les coutumes et ceux qui instaurent d'autres.

La deuxième étape de la préparation est celle où l'on établit ses objectifs et où l'on détermine pour chacun la position affichée, c'est-à-dire celle dont on commence la négociation, le point de rupture, au-delà duquel on n'est plus disposé à négocier, et la cible que l'on veut atteindre. Si la cible et le point de rupture dépendent de considérations objectives (frais, temps de fabrication, bénéfice espéré), la position affichée, elle, résulte du regard que l'on pose sur les autres, à savoir le marché et ses acteurs, ou sur l'autre, plus précisément le partenaire.

Tous les vendeurs commencent la négociation à un prix plus élevé et tous les acheteurs à un prix moins élevé que celui qu'ils espèrent obtenir. La différence dépend du marché, des préférences personnelles, mais surtout de la culture de celui avec qui on négocie. Selon Lothar Katz, si votre partenaire est égyptien, votre prix de départ doit être de 50 pour cent plus élevé que celui que vous souhaitez obtenir (2007 : 184). Par contre, si votre partenaire est suédois ou suisse, cette différence ne doit pas dépasser 10 à 15 pour cent.

Un regard qui toise ...

La troisième étape de la préparation porte sur le choix des stratégies. Afin de réussir le meilleur choix, le négociateur doit

mesurer sa relation avec la partie adverse. Selon Marc Cathelineau, « nous ne négocions pas, en effet, de la même façon si nous avons un pouvoir fort ou si, au contraire, nous sommes dominés par notre interlocuteur. Notre stratégie dépendra également pour une large part de la qualité de la relation et de la confiance actuelle et future que nous aurons établie avec notre partenaire » (1991 : 94). Pouvoir et confiance sont les deux variables clés dans le choix de la stratégie de négociation. Puis-je lui faire confiance? Me fait-il confiance? Est-il plus fort que moi? Suis-je plus fort que lui? Ce sont les questions auxquelles doit répondre le négociateur pendant que son regard toise l'adversaire. Si le degré de confiance est faible, le négociateur choisira le passage en force, s'il se sait plus fort que la partie adverse, la défensive, si le pouvoir est équilibré, et le marchandage, s'il se sent plus faible. Par contre, si le degré de confiance est élevé, le négociateur fort choisira l'ouverture, le négociateur faible optera pour la demande et celui engagé dans un rapport de pouvoir équilibré préférera le gain-gain. Enfin, si la confiance est incertaine ou mitigée et le rapport de force équilibré, le négociateur se contentera de tester l'autre et de voir venir dans le cadre de la stratégie appelée valse-hésitation (*Ibidem*, p. 99).

Finalement, la dernière étape de la préparation consiste à organiser la négociation. Parmi les opérations réalisées au cours de cette étape, deux dépendent du regard que l'on pose sur l'autre: le choix de l'équipe de négociateurs et l'établissement des arguments.

A part les considérations liées à la complexité de la transaction négociée, le choix de l'équipe de négociateurs tient compte de la culture du partenaire. « Il est [...] préférable d'inclure dans une équipe qui négocie en Afrique Noire, en Egypte et en Tunisie un négociateur d'âge mûr aux cheveux blancs qui sera considéré digne de respect et crédible » (Constantinescu-Ştefanel, 2009 : 39). De même, toute femme négociant en Arabie Saoudite, qu'elle soit chef d'entreprise ou présentée comme telle, doit inclure un homme dans son équipe: « Even with these credentials, you may still not find

sufficient attention, making it advisable to take a male colleague along for the trip and act behind the scenes » (Katz, 2007 : 352).

Lors de l'établissement des arguments et à partir des informations recueillies au cours de la première étape de la préparation, le négociateur doit imaginer la réaction de la partie adverse et mettre au point ses contre-arguments. Audebert-Lasrochas recommande le schéma suivant à cet effet: objectifs – arguments – objections – contre-objections (2003 : 97).

Un regard qui fouille ...

Même la meilleure préparation ne peut tout anticiper, tout prévoir et tout apprendre sur la partie adverse. C'est pourquoi, toute négociation inclut une phase appelée « information et exploration », qui consiste à apprendre les informations qu'on n'a pas obtenues auparavant. « Cette phase, remarque Audebert-Lasrochas, va servir à réduire l'incertitude, à expliciter les objets de la négociation, à prendre connaissance des positions de l'autre ou des autres; les enjeux respectifs et le rapport de force font leurs premières apparitions lors de cette phase. Les négociateurs vont poser des questions, écouter, reformuler, commencer leurs argumentations, rappeler les objectifs, inventorier les points de litige, se reconnaître mutuellement » (2003 : 97).

Au cours de cette phase, le regard sur l'autre s'allie à l'écoute de l'autre pour découvrir ce que l'autre dit, ne dit pas et ce qu'il ressent. Afin de mieux comprendre ses dires, de saisir ses non-dires et d'avoir accès à ses sentiments, Cathelineau recommande au négociateur d'utiliser des régulateurs verbaux et gestuels, de poser des questions, de recourir aux reformulations, d'exprimer des choses que l'autre n'a pas osé ou voulu dire, d'extrapoler le point de vue de l'autre pour confirmer ou infirmer des hypothèses, d'observer ses comportements non verbaux, d'exprimer les sentiments que l'autre pourrait ressentir ou que l'on voudrait lui induire et surtout de réagir à l'unisson avec l'autre (1991 : 291).

Un regard qui cache ...

Pendant que nous regardons l'autre, il nous regarde aussi, pendant que nous voulons tout savoir sur lui, il veut tout savoir sur nous, pendant que nous espérons gagner du pouvoir sur lui, il espère aussi gagner du pouvoir sur nous. Nous scrutons et nous sommes scrutés, nous analysons et nous sommes analysés. C'est pour cette raison que le négociateur qui regarde doit aussi se méfier du regard de l'autre. En même temps que son regard découvre, il se cache du regard qui le découvre.

La meilleure arme pour se cacher est un visage impassible, le soit disant « visage de joueur de poker », et une attitude retenue qui ne dévoile pas les véritables sentiments du négociateur:

« When you're negotiating, the gestures you don't make can be as telling as those you do make [...] A gasp, a flinch, or a smile can speak volumes about your position – volumes you just may prefer that your opponent not be able to read. » (Ilich, 2001 : 57)

En même temps que l'on se cache de l'autre, qu'on essaie de lui transmettre des messages trompeurs, on observe son langage non verbal, on tâche de le comprendre et de le décoder, on est à l'affût de ses réactions. C'est pourquoi, John Ilich conseille aux négociateurs de ne pas détourner leur regard du partenaire:

« During negotiation, it's just as important to observe what your opponent does as it is to listen to what he says. Fix your attention on your opponent's body language – you can often pick up significant information. Watch your opponent during discussions. Don't spend your time taking notes [...] Don't look at other distractions in the office. Your opponent's facial and body expressions will be sending out all kinds of signals, and you want to catch as many of those signals as possible and make use of them during the negotiation » (p. 58).

Un regard qui défie ...

Beaucoup de pourparlers d'affaires, et surtout ceux avec les Français, portent en même temps sur la négociation d'une transaction et sur la négociation de rapport de places, de la relation verticale entre les interlocuteurs. Le rapport de place est en général

inégal et pré-établi, ce qui n'empêche pas les négociateurs de tenter de le changer car les jeux de pouvoir sont parfois à même de décider du résultat de la négociation.

Selon Hiltrop et Udall, la partie dominante doit faire état de son pouvoir, défier l'autre par sa force, la lui montrer, tandis que la partie dominée doit cacher sa faiblesse et s'accrocher à l'espoir que personne n'est totalement démunie de pouvoir:

« - Power is of no use unless both parties know about it and have a similar view of its extent.

- If you are stronger than the others but they do not know, then you have no effective power. If you are weak and they do not know, you are stronger than you think you are.

- If you are stronger and both parties know it, then your basic use of this advantage in the negotiation will be to remind them of the consequences of not conceding to your suggestions.

- The skilled negotiator uses or threatens to use his/her power to influence and persuade the other party rather than to defeat them.

- You may be the weaker of the two parties, but you are never totally powerless » (1995 : 21).

Les Français ont mis au point plusieurs stratégies pour garder ou occuper la position dominante dans le rapport de places:

- L'organisation des tours de parole, à savoir qui parle le plus et le plus longtemps;

- L'allocation des tours de parole, plus précisément les interruptions et les refus de léguer la parole quand l'interlocuteur souhaite la récupérer;

- La structure hiérarchique du dialogue, c'est-à-dire qui des deux interlocuteurs est responsable de l'ouverture et de la clôture de l'interaction et des échanges;

- Les thèmes et les sous-thèmes, à savoir qui a l'initiative de leur introduction et à qui ils sont favorables;

- Les opinions confrontées, c'est-à-dire qui lance une opinion, qui est d'accord avec l'autre et qui conteste ou réfute l'opinion de l'autre;

- Qui commet des actes menaçants pour la face de l'interlocuteur;
- Qui prononce plus d'assertions et qui pose moins de questions (Constantinescu-Ştef nel, 2000 : 110);
- La stratégie de l'ignorance, qui consiste à faire semblant de ne pas connaître l'interlocuteur et l'affaire qu'il veut traiter;
- La stratégie du manque de temps;
- La stratégie des pronoms personnels, qui repose sur les valeurs que les locuteurs rattachent aux pronoms de première personne;
- La stratégie des images que l'on transmet des entreprises des deux partenaires, du produit en cause et du marché (*Ibidem*, p.121);
- La stratégie des réfutations qui concerne l'emploi de certains types de réfutations qui supposent un locuteur en position dominante (*Ibidem*, p.122).

Toutes ces stratégies sont étalées au regard du partenaire pour le conduire là où le négociateur veut qu'il aille, à savoir à l'acceptation des propositions du locuteur.

Un regard qui trompe ...

Tromper l'autre c'est lui donner de nous et de lui-même l'image que nous voulons qu'il regarde.

Plusieurs images sont construites et transmises au cours d'une négociation commerciale à l'aide de moyens linguistiques bien précis: l'image favorable de l'entreprise du locuteur, de l'interlocuteur et des autres entreprises, l'image défavorable de l'entreprise de l'interlocuteur et des autres entreprises, l'image neutre de l'entreprise de l'interlocuteur, l'image favorable, défavorable ou neutre du produit, l'image du marché (Constantinescu-Ştef nel, 2000 : 48).

Ces images ne sont pas vraies, elles trompent et embrouillent et demeurent à la base de plusieurs stratégies:

« 1. *Une stratégie d'argumentation et de réfutation. Les images favorables de l'entreprise du locuteur, de son fournisseur et de son produit servent d'arguments. Les images défavorables de l'entreprise de l'interlocuteur, de son*

fournisseur, des concurrents comparés à lui et du produit, les images favorables de l'entreprise du locuteur et des concurrents de l'interlocuteur, ainsi que l'image du marché sont utilisées en réfutation.

Les images neutres d'entreprise et de produit signifient le rapprochement des positions des participants et la fin d'un cycle réfutatif. [...]

2. **Une stratégie pour occuper la position dominante dans le rapport de places.** On peut considérer comme des taxèmes de place haute pour le locuteur l'image favorable de l'entreprise du locuteur, celle de son fournisseur et de son produit, et pour l'interlocuteur, l'image favorable de l'entreprise de l'interlocuteur. On peut également considérer comme des taxèmes de place basse pour l'interlocuteur l'image favorable de ses concurrents, l'image du marché, si l'interlocuteur est le vendeur, les images défavorables de l'entreprise de l'interlocuteur, de son fournisseur, de son produit et des autres entreprises comparées à l'entreprise de l'interlocuteur.

3. **Une stratégie de politesse** représentée [...] uniquement par l'image favorable de l'entreprise de l'interlocuteur » (Ibidem, p. 73-74).

Un regard qui se trompe ...

Quelque vigilant qu'il soit, le regard que l'on porte sur l'autre au cours de la négociation commerciale n'est jamais dépourvu de subjectivité. Il est influencé par la personnalité de celui qui regarde, par son expérience, par les moyens dont il dispose, par son intelligence et ses compétences et, non en dernier lieu, par sa culture. Nous avons tous des préjugés quand nous nous regardons nous-mêmes et quand nous regardons l'autre.

Afin de voir si ce regard se trompe, nous examinerons la manière dont les Français et les Américains se voient eux-mêmes et l'un l'autre. Ces images, coïncident-elles?

Selon Marc Cathelineau, le négociateur américain privilégie les résultats et les objectifs qu'il sait parfaitement dissocier des relations et des personnes, il fait pression sur les autres pour atteindre ses objectifs, se montre ferme et affirmatif. Il est individualiste et parfois ethnocentré, il admet le pouvoir fondé sur la compétence, il est direct et ouvert, mais s'implique peu dans ses relations avec les autres. Il fait *a priori* confiance à ses interlocuteurs et valorise les stratégies gain-gain, ce qui ne l'empêche pas d'être

dominateur et d'engager une confrontation si cela peut lui être profitable. (, 1991 : 323-326)

Le portrait que les Français font des Américains se concentre donc sur leur pragmatisme, leur individualisme, leur compétence, leur manque d'implication et leur style direct de communication.

Lewicki *et al.* font le point sur les opinions de plusieurs spécialistes sur le négociateur américain qui apparaît comme bien préparé, pragmatique, direct, penché vers le gain-gain, impatient, ethnocentré, arrogant, toujours pressé, amical, flexible, dépourvu de bonne capacité d'écoute et ... naïf (, 2003 : 202-203).

Il paraît que les Français ont bien saisi la personnalité américaine et son style de communication, mais ont totalement perdu de vue un aspect essentiel de cette culture: la vitesse et le manque de temps.

D'autre part, Cathelineau estime que le négociateur français veut avant tout faire valoir ses idées. Il est individualiste, associe objectifs et relations, est méfiant et fonde son pouvoir sur son statut. Il aime argumenter et contredire et « sa tendance *beau parleur* le pousse parfois à préférer les belles analyses et les beaux discours aux bons résultats » (1991 : 329). En plus, « il est mal à l'aise dans la gestion des rapports humains » (*Ibidem*, p. 216).

Lothar Katz (2007 : 192-195) reconnaît les habilités oratoires des Français et souligne leur capacité d'argumenter et leur logique cartésienne. Selon lui, cela ne les empêche pas de créer de bonnes relations avec ceux qui sont très différents d'eux-mêmes. Il les voit méfiants, surtout au début d'une relation, il est d'accord que leur pouvoir s'appuie sur leur statut et sur leur éducation, mais, en tant que membre de la culture la plus individualiste du monde, ne remarque pas l'individualisme français, ni leur incapacité de dissocier objectifs et relations.

Il s'avère donc que parfois notre regard se trompe, que notre culture nous empêche de voir la culture de l'autre.

A la fin de cette modeste contribution, nous aimerions lancer un défi aux lecteurs, en leur demandant d'esquisser le portrait du négociateur roumain. Par comparaison, nous présentons ci-dessous la manière dont nous voient les Américains.

Selon le même Lothar Katz (p. 332-337), les Roumains font des affaires avec les personnes pas avec les entreprises et n'accordent pas la même confiance à un nouveau représentant d'une société partenaire de longue date. Ils sont modestes, apprécient cette vertu et ne parlent pas fort. Par contre, ils montrent facilement leurs sentiments, font beaucoup de gestes et préfèrent les solutions gagnain-gain. Ils sont bons négociateurs, mais ont une expérience internationale limitée. Ils ne prennent pas de risques et ne respectent pas les règles. Le pouvoir est rarement délégué et les contrats sont flexibles.

Son regard sur nous, se trompe-t-il ou non?

Références bibliographiques

1. AUDEBERT-LASROCHAS, P. (1996), *Profession négociateur*, Les Editions de l'Organisation, Paris
2. AUDEBERT-LASROCHAS, P. (2003), *La négociation, applications professionnelles*, Les Editions de l'Organisation, Paris
3. CATHELINEAU, M. (1991), *Négociateur gagnant*, InterEditions, Paris
4. CONSTANTINESCU-ȘTEF NEL, R. (2000), *La communication d'affaires: la négociation face-à-face*, RAO, București
5. CONSTANTINESCU-ȘTEF NEL, R. (2009), *Techniques de communication dans la négociation*, Editura ASE, București
6. HILTRO, J.M. et S. UDALL (1995), *The Essentials of Negotiation*, Prentice Hall, Harlow
7. ILICH, J. (2001), *Winning through Negotiation*, McMillan Inc.
8. KATZ, L. (2007), *Negotiating International Business*, Book Surge LLC, Charleston
9. LEWICKI, R.J., SAUNDERS, D.M., BARRY, B. et J.W.MINTON (2003), *Essentials of Negotiation*, McGraw Hill, Singapore

REGARDS SUR LA PUBLICITE

Maria-Ana OPRESCU

Rodica STANCIU-CAPOTĂ

Département des Langues Romanes et de Communication en Affaires

ASE Bucarest

La publicité en tant que moyen de communication se situant à la frontière de la culture et de l'économie peut être l'objet de maintes approches visant d'analyser soit le mécanisme de sa création, soit les relations qui s'établissent entre ses différents acteurs: le créateur/émetteur, le récepteur/destinataire, le produit. Autant de regards directs ou entrecroisés sur ce domaine si vaste et varié. Nous vous proposons donc un vol d'oiseau sur quelques aspects de ce monde complexe. Un monde qui n'est ni science ni art, un monde qui naît sans cesse, qui nous corrompt et qui nous conquiert.

Pour ce qui est de la création du message publicitaire, ce qui régit en premier lieu est la fonction référentielle du message. Le message publicitaire peut: soit se limiter à sémantiser la marchandise à laquelle il se rapporte; soit évoquer et sémantiser la marchandise qui lui sert de référent. Un premier type de publicité opère par la sémantisation directe du référent, le support du message étant la marchandise même. L'objet concret est transformé en un objet publicitaire abstrait par l'adjonction d'une hiérarchie extra-référentielle, de nature socioculturelle. C'est l'objet abstrait qui constitue une forme pour la perception du récepteur acheteur potentiel: on ne prend pas garde à la couleur d'un jus (d'ailleurs les bouteilles sont souvent colorées), mais on accorde une attention particulière à la marque, à l'objet abstrait qui finit par se substituer à la marchandise concrète. Un deuxième type c'est la publicité par évocation et sémantisation. En ce cas, l'objet abstrait publicitaire se substitue totalement à la marchandise concrète par le truchement d'un discours iconique ou linguistique. Les avantages du procédé tiennent de la facilité de la mise en œuvre (la présence de l'objet

concret étant superflue) et de la possibilité de manipuler l'aspect visuel du référent marchandise. C'est la forme la plus complexe et représentative du message publicitaire, car elle permet une large gamme à effet persuasif. Néanmoins sa supériorité n'affecte pas outre mesure la fréquence de la publicité par sémantisation directe - puisque l'achat implique le contact avec la marchandise.

Un deuxième facteur qui régit la création du message est d'ordre sémantique: la présupposition globale du message. Tout acte publicitaire peut être résumé en trois mots: achetez ce produit! La présupposition globale de l'énoncé est du type faire croire/faire acheter. En un premier temps on fait croire au destinataire que le produit proposé est le meilleur sur le marché. Le passage du croire au faire est assuré par deux voies: la crédibilité du message et le désir du public cible. Entre la vente et l'achat du produit le discours publicitaire opère une sémantisation qui transforme le simple objet (automobile, aspirateur) en objet de valeur. On passe d'un rapport objectif au monde (se déplacer, faire le nettoyage) à un rapport symbolique. L'objet de consommation est par définition cet objet symbolique qui perd, comme le montre Jean Baudrillard, son statut de nom commun et d'ustensile pour acquérir un statut de nom propre que la marque garantit. L'objet se charge ainsi de valeurs différentielles de statut ou de prestige.

Un troisième facteur qui se trouve à la base de la création du message publicitaire est la motivation de la prise en charge par le récepteur de la présupposition sémantique globale de l'énoncé. C'est-à-dire que le désir d'obtenir l'objet de valeur s'accompagne d'un désir d'identification reposant sur une valorisation du sujet lui-même, totalement dépendante de l'acquisition de l'objet. L'acte de l'achat est un acte d'auto-valorisation. L'objet valorisé relie le sujet aux autres consommateurs: la possession des objets qu'il a ou qu'il n'en a pas.

En vantant le(s) produit(s) par des moyens linguistiques, la publicité réussit à réaliser une jonction du consommateur au discours sur le produit, l'émetteur et le destinataire arrivant ainsi à un accord: *le produit doit être acheté.*

Voilà enfin la phrase qui constitue le centre de l'univers publicitaire autour duquel se situent l'émetteur (ou "le constructeur" des messages capables de faire vendre le produit), le produit et le destinataire, les trois pôles de tension de l'activité publicitaire.

La communication entre l'émetteur et le destinataire se réalise si les deux processus (émission et réception) aboutissent. L'émission est un acte intentionnel, ayant un but précis. La réception se manifeste par une attitude active (et peut avoir comme résultat l'achat du produit). Les deux partenaires doivent donc résoudre le problème de la compréhension.

Le moyen par lequel se réalise l'accord entre l'émetteur et le récepteur, donc la compréhension, est l'emploi d'un instrument commun, c'est-à-dire la langue connue par les deux participants à la communication. Tout d'abord l'émetteur opère sans cesse une sélection dans le système de la langue, réélabore à chaque instant des séquences inédites et originales, afin de construire un message intéressant, attirant, qui porte en soi la suggestion de l'achat. Ce message est en fait un texte dont la création suppose non seulement des connaissances purement linguistiques, mais aussi économiques, sociologiques, anthropologiques, etc.

Ce message/texte - qui ne fonctionne d'ailleurs pas seul, étant accompagné d'images et/ou sons, en fonction du type de la publicité et de son support - peut dépasser le niveau purement linguistique, en devenant intertextuel ou pluritextuel.

L'intertextualité comprenant des renvois allusifs d'un texte à un autre texte antérieur, le fonctionnement intertextuel peut être défini comme un mécanisme selon lequel un texte T₂ se trouve enrichi de certaines valeurs sémantiques provenant de son intertexte T₁ (Arrivé, 1987). Le concept d'intertextualité qui repose sur les citations, les emprunts, les plagiat, les pastiches et les parodies, et qui réinsère un texte individuel dans l'ensemble d'un discours culturel différent de celui où le texte a été produit, est à coup sûr productif.

La publicité se caractérise par une prédilection pour les formes textuelles empruntées aux domaines discursifs les plus

divers. Ce prélèvement des formules discursives validées par la tradition culturelle s'est développé par l'appel fait à des textes de plus en plus variés, ce qui assure le caractère ludique du discours et l'essence persuasive du phénomène.

L'intertexte, comme stratagème verbal de la publicité, cache sous le masque du jeu l'information publicitaire et attire les lecteurs en leur proposant une charade linguistique qu'ils doivent analyser et comprendre. Cela suppose donc une connaissance et une intégration culturelles et une connaissance assez étendue et sérieuse de la langue, de la part des deux participants au processus: créateur du message et destinataire.

La publicité, étant elle-même un produit de la culture (sa forme est commerciale mais sa matière est culturelle), utilise des savoirs intégrés et partagés et est, par là même, le miroir de cette culture. Elle reflète des normes, des croyances et des systèmes de valeurs, appartenant au contexte socioculturel qui l'engendre.

Le texte publicitaire opère soit selon le registre de l'hypertextualité avec deux réalisations privilégiées: la parodie et surtout le pastiche, fondé sur l'imitation d'un genre, soit selon le registre de l'hypotextualité (citation, allusion, devinette, anecdote).

Ces distinctions ne fonctionnent pas toujours d'une façon transparente, car le pastiche peut acquérir une évidente teinte parodique, ou un procédé comme la citation peut être métamorphosée en message publicitaire.

La parodie et le pastiche publicitaires ne diminuent pas le prestige du texte source, au contraire, ils l'assument en lui conférant parfois de nouvelles connotations. En outre, le nouveau texte fonctionne comme un piège attractif, incitant le récepteur à découvrir l'allusion culturelle. Agissant comme instrument de manipulation du destinataire cible, le texte induit chez celui-ci des comportements spécifiques à la propagande commerciale.

La « publicité intertextuelle » roumaine exploite surtout le conte populaire (les contes de Creangă, par exemple pour la voiture Renault), la légende, la devinette (« Tilverde »), les aspects littéraires cultes étant moins fréquents par comparaison à la publicité intertextuelle française.

Les allusions sociales ironiques reflètent l'état actuel de la société roumaine dans laquelle les valeurs intellectuelles sont méprisées et humiliées, aspects qui n'apparaissent pas dans l'énoncé publicitaire français par exemple.

En ce qui concerne la publicité française, elle présente des contextualisations soit à prétentions littéraires (« *Le cœur a ses raisons que la raison ne connaît pas* » pour la firme Swatch), soit dans le style du roman policier, le récit pouvant prendre souvent un aspect biographique qui narrativise la genèse du produit, tandis que le texte/message roumain exploite d'habitude un seul moment du déroulement épique afin de mettre en valeur une offre commerciale.

Les techniques de réalisation de la publicité sont multiples et chaque message publicitaire devient un système de références dans lequel sont ordonnées culturellement les formes de signification et de communication. A travers ces formes, on communique non seulement la réalité, mais on l'analyse également. Ainsi envisagés, les messages publicitaires ne peuvent être compris séparément des contextes culturels de diffusion. Le message publicitaire plus que toute autre forme de discours est soumis à des contraintes extralinguistiques spécifiques qui relèvent avant tout de la culture et de l'idéologie.

Références bibliographiques

1. ADAM, J.M. (1997), *Les textes: types et prototypes*, Nathan Université, Paris
2. ARRIVÉ M. (1987), apud KERBRAT-ORECCHIONI, C., *La Connotation*, Presses Universitaire de Lyon
3. BAUDRILLARD, J. (1968), *Le système des objets*, Denoel/ Gautier, Paris
4. DÂNCU., V.S. (1999), *Comunicarea simbolică: arhitectura discursului publicitar*, ed. Dacia, Cluj-Napoca
5. HĂULICĂ, C. (1981), *Textul ca intertextualitate, pornind de la Borges*, éd. Eminescu, Bucuresti
6. JEUDY, H.P. (1977), *La Publicité et son enjeu social*, PUF, Paris

**ZUR FRAGE DER *ANDERSHEIT* IN DER WERBUNG.
DIE GEBURT DES STEREOTYPS AUS
DER SCHWARZ-WEISS-MALEREI**

Lora CONSTANTINESCU

Lehrstuhl für Germanische Sprachen und Geschäftskommunikation
ASE Bukarest

Werbewelten ohne Ende

s gehört zu den tradierten Gemeinplätzen des Themas zu behaupten, dass die Werbung unermüdlich mit allen Mitteln um die Zuneigung/das Wohlwollen, schließlich das Kaufinteresse kämpft: Werbung verkauft Aufmerksamkeit, die ihrerseits aufmerksam macht und weiter verkauft, formuliert zu Recht aber auch schonungslos Schmidt (2000 : 235). Ein halbes Jahrhundert nach den «Geheimen Verführern» kann man vielleicht als Umworbener und Werbekonsument (!) nüchterner und gelegentlich verständnisvoller gegenüber diesem Informations- und Meinungsbildungsbereich stehen.

Folgende Ausführungen beziehen sich auf meine eigenen Forschungen, Lese-Erfahrungen sowie auf unterschiedliche Möglichkeiten, im Rahmen des DaF-Unterrichts interkulturelles Training durchzuführen. Hier können laut Beck-Gernsheim (2004 : 136), «kulturell markierte Signale, Erwartungen, Normen» ins Blickfeld rücken und somit zum Denk- und Sprechanlass werden.

Abermals steht die Werbung mit ihrer aufklärenden Substanz zur Diskussion, die dem universellen Wissens- und Bildungsgut entstammt. Als bevorzugt interdisziplinär erforshtes Denk- und Handlungsgebiet moderner Zeiten erschließt die Werbegestaltung – jenseits streng ökonomischer Kriterien des Warenabsatzes, der Profiterzielung, der Bedürfnisbefriedigung – ungeahnte Betrachtungs- und Analyseebenen: als Kernstück der so genannten Kommunikationspolitik des Unternehmens, andererseits als

medienvermitteltes, und medienbildendes Informationsangebot, dem man immer betonter eine Sozialisierungsfunktion zuschreibt. Oft zeigt sich die Werbung als Spiegel der Gesellschaft (zumindest für einige Moden und Denkströmungen), da die «Ohren- und Augenfälligkeit» nicht nur im Dienste der Seifen, Autos oder Geldanlageformen, aber auch im Dienste sozialer Messages steht, wie z. B. der sozialen und Geschlechterberechtigung.

Vorliegende Arbeit (eine Fallstudie) betrachte ich als einen Beitrag zu den Auseinandersetzungen um die Gestaltungsfacetten dieses anscheinend unerschöpflichen Themenkreises, wie auch um eine langfristig geltende «Werbe-Bewusstheit».

«Man(n) macht keine Kompromisse»

Ein verschachteltes System von Ursache-Wirkungseffekten, von neutralen produktbezogenen Informationen und einem psychologisch-manipulatorischen Bedingungsgefüge soll den Werberezipienten zur Um- und Einstellung auf «desire» /den Wunsch bringen: «Du kannst / Du darfst», schließlich «Wollen Sie auch ...?» und «Mach mal Pause», «Man geht nicht mehr ohne», «Männer machen keine Kompromisse» sind alle «Old-timer», aber erfolgreiche Slogans aus den Goldenen Jahren des nachkriegszeitlichen Wirtschafts- und Werbebooms.

Letzterer, für einige ein antiquierter, Slogan aus der Bekleidungswerbung, beeindruckt durch eine sentenzhafte Schlagkraft, die von der symmetrischen Alliteration in «M» (Männer, machen) und «K» (keine, Kompromisse) betont wird, weiter durch den wiederaufgenommenen Imperativcharakter in Präsens, was alles zum «einhämmernden» Charakter verhilft. An andere Umstände angepasst und in einen neuen Werbe-Kontext einmontiert, möchte er auf die Eigenart des Werbeobjektes aufmerksam machen: Keine glitzernde Konsumware, keine Prestige stiftende Krawatte, kein Familienglück bringendes Spülmittel, aber ein Medienangebot, für das es aber genauso schrillende und merkwürdige Werbung geben kann.

Es gehört ebenfalls zur Beschäftigung mit der Werbung herauszufinden, inwieweit sich die Werbung in einem so genannten selbstregulatorischen Reflex rechtfertigt und fortpflanzt. Auch in diesem Werbekommunikat vergegenwärtigt sich die intensiv ver- und oft missbrauchte intertextuelle Zitattechnik (hier allerdings eine bereichseigene!).

Eine ziemlich vage formulierte Aussage nimmt die Mitte des Bildes/des A4-formatigen Anzeigenraumes ein, dabei in ihrer lexikalisch-pragmatischen Darbietung eine sonderbare Kreuzstellung erzeugend (wiederholende rhetorische Figur, hier gleichzeitig antithetisch und bildbezogen anspielungsreich): «Irgendwann nimmt man nicht mehr irgendetwas.»

Beide Aussagen sind in der zeitlichen Vagheit (jetzt- und zukunftsbezogen) und aufgrund der visuell-akustischen Wahrnehmung des Indefinitpronomens «man» gekoppelt. Beim Hören wird auch «Mann» verstanden! Auch ohne den Bildbezug (Text vage, konkretisierendes Bild, deutliches Logo) wird die Anspielung auf den kompromisslosen *Mann* deutlich, nur dass sein Handlungsbereich und das prosaische Objekt der Begierde in der unteren Bandbreite des Anzeigenblattes definiert werden: «Machen Sie keine Kompromisse - auch nicht am Kiosk.»

Es ist eine imperativische Aussage, aber mit dem schon tradierten «ruhigen Imperativ» ohne Ausrufezeichen formuliert. Auch könnte man den Eindruck haben, man habe mit der Entfaltung einer logischen Demonstration zu tun, in der die Hypothese der schlagzeilenartige Textteil in der Anzeigenmitte darstellt, die Demonstration in der Bildauslegung steckt und die Schlussfolgerung die imperativische Aussage unten ausmacht. Die grundlegende Frage lautet, wie oft bei überraschendem Blickfang-Bild und doppelbödigem Verbalaussage:

a) Wer ist «man» / *Mann?*, worauf zielt «irgendetwas» – auf einen Gegenstand, die Zeitschrift etwa, oder vielleicht ... einen Menschen?;

b) Worauf beziehen sich die Kompromisse? Vielleicht auf den rechts und in proxemisch unmittelbarer Nähe zum Imperativsatz platzierten Slogan und das Logo des angepriesenen *Hörzu*-Programm-Magazins («Hörzu / Deutschlands erstes Programm-Magazin»)?

Mann und Frau in der Werbung

Die Besonderheit der Text-Bild-Relation erinnert mich an eine andere widerspruchsvolle Anzeigengestaltung, (um 1994-1995, mit der Athletikerin M. Ottey als Sympathieträger für Puma-Schuhe, die zum zentralen Thema eines meiner Unterrichtsprojekte vergangener Jahre wurde (Constantinescu, 2008 : 103). Wo dort die schwarze Gestalt bis zuletzt zur Sekundärkodierung der Werbebotschaft im Sinne einer Aufwertung beitrug, wird der Wirkungseffekt in der *Hörzu*-Anzeige (2006) noch problematischer.

Der Bildteil zeigt einerseits eine schwarze junge Frau (sicherlich eine Afrikanerin), in einer Bekleidung mit Ethno-Akzenten (Kleiderschnitt, Hals-, Arm-, Fingerschmuck), mit einer «typischen» Gesichtsbemalung (feine weiße Pünktlein) und – man hole tief Atem! – einer stark ausgedehnten, kreisförmig gerundeten Riesen-Unterlippe, die den Frauen in einigen afrikanischen Stämmen eigen ist. Es ist vermutlich dieses eine Merkmal, das in den Augen vieler Bildbetrachter als stark verhässlichend / einfach entstellend (!) vorkommen mag. Es könnte aber genauso gut gewissen Schönheitsstandards gehören, für die man wenig(er) Verständnis hat.

Den Herrn neben der Schwarzhäutigen, mit seinem vermeintlichen Intellektueller –oder Manager-Look und einer überlegenen Sanftheit des Blickes und des Lächelns, darf man bewundernd bejahren! Kein Wunder dann, dass bei der von der Werbeforschung versuchten Operationalisierung der Attraktivität (Zurstiege, 1998 : 176) der körperlichen Seite die besondere Markierung des Emotionalen wie auch des Sozialen zugute kommt.

Dabei kommt derjenige Aspekt der thematischen Vereinnahmung zum Vorschein, auf den Medien-, Gesellschafts- und Werbeforscher mahnend hinwiesen: Mit der einer sichtbaren, (wenn auch nicht immer störenden) erotischen Anspielung in der Berührung der Frauenhüfte (in einer Quasi-Umarmung der beiden Gestalten) liegt eine dramatische Eigenschaft der werblichen Inszenierungen vor, wie die Werbeinterpretationen letzter Jahre /Jahrzehnte immer wieder aufzuzeigen versuchten, z. B. diejenigen von Constantinescu (2001). So schreibt Zurstiege (1998 : 192f) dazu: «Werbliche Darstellungen von Männern und Frauen setzen ein intersubjektiv geteiltes Wissen voraus, was männlich und weiblich ist». Dadurch könne sich die Werbung «a priori» gegen Wahrnehmungsstörungen «absichern». So sind die keine Kompromisse machenden Männer standhaft und selbstbewusst, sie lassen sich nichts einreden, sie sind vermutlich ein John Wayne-/Clint Eastwood- /Sean Connery-Männertyp. Der in unserer Anzeige abgebildete anonyme Presenter kommt der Vorstellung über den «soft man»-Typ entgegen (oder viel eher einer eisernen Faust im Samt-Handschuh!).

Werbung fungiert oft als selektiver Themenlieferant in der Öffentlichkeit: Die Werbung nutzt nur «bestimmte Ausschnitte (...) für ihre Ziele, sammelt und transformiert nur spezifische Themen in werbliche Kommunikationskontexte» (Zurstiege, 1998 : 191). Bei vorliegendem Thema geht es zuerst um die Beleuchtung einer «sozialen Basisdichotomie», die wie andere Lebensaspekte «konsensuell abgesichert ist». Dem erwähnten Autor nach geht es in einem solchen Fall um eine biologische *Zuschreibung* / Attribuierung/ Rollenzuweisung, eine für die menschliche Identität und Differenzierung definitorische.

Welche neue Zuschreibung folgt jetzt ?

Die Farbe der *Andersheit*: die Dunkel- und Schwarzhäutigen

Fremdheit und *Andersheit* zählen zu den bevorzugten Themen einer Welt, die seit Langem, aber verstärkt in Krisenzeiten auf der Suche nach Wurzeln und Identität ist.

Grenzt man sich (als Werbegemeinter) von dem Andersartigen und dem minderwertigen «irgendetwas» um uns herum, kann man sich selbst fragen: Wie unterscheidet man sich z. B. von solchen befremdenden «irgendetwas» -Verkörperungen? Zunächst einmal die übliche, Grenzen setzende Frage: Wer bin ich? Was definiert mich? Wenn z. B. Steinmetz (2001 : 105ff) meint, unsere Welt sei eine «Kombination aus globalisierter Wirtschaftsordnung und weitreichender Formalisierung der Sozialbeziehungen», dann ist die Suche nach den Fundamenten der Kultur und der Antwort auf die Identitätsfrage stufenweise und schrittweise vorzunehmen.

Zum Einen darf man im Kontext eines interkulturell ausgerichteten Lernens von Kultur als von einem Interpretationsmuster sprechen – mit seinen materiellen und verhaltensmäßigen Erscheinungen, den Handlungsweisen, Einstellungen und Werten. Andererseits könnte die Identitätsfrage aber als «Falle» betrachtet werden, denn die bisherigen Bestimmungskreise (Zugehörigkeitsmerkmale wie Nationalität, Familie, Religion/Moral usw.) heutzutage gelockert oder relativiert werden (Steinmetz 2001 : 108; Beck-Gernsheim, 2004 : 48).

Auf jeden Fall ist heute eine betont ethnozentrisch fundierte Sicht umständlich bis einfach unmöglich, meint u.a. Wulf (1999 : 17). Denn erst mit der „Unhintergebarkeit des Anderen“, wenn Identität und Alterität zusammen gedacht werden, könnte man, wie der Autor meint, auch mögliche Quellen der vorurteilsbehafteten Denkweise finden.

Wie in der ähnlichen Puma-Schuhe-Werbung von 1994-1995 (Constantinescu, 2008) bereitet auch diese Werbeanzeige dem Werbepublikum eine *Begegnung mit dem Fremden* vor. Sie ist von ihrer propädeutischen Valenz getrennt und auf eine doppelbödige

und manipulative Sichtweise reduziert. Die positionierende Aufmerksamkeitsweckung und Aktivierung bedient sich zuerst des Schmalrates des «ethnozentrischen Blickes» – eines jahrhundertalten *eurozentrierten*. Die Schwarz-Weiß-Malerei (im engen Sinne des Wortes) der beiden Werbe-Gestalten liegt auf der Hand. Jenseits dieser Begrenzung befindet sich alles Exotische, Fremde und Befremdende, Andersartige, u. U. Abenteuerliche usw. (s. das KopfWelten 2-Projekt).

Die schwarze Haut ist ein Zeichen, das mit Afrika, der Sklaverei und anderen möglichen Konnotationen des Schwarz-Seins zusammenhängt, aber auch an die süßen Leckereien á la «Negerküsse oder Sarotti- „Mohrenköpfe» erinnert. In der Anzeige bedarf es nicht mehr des Wortes *Neger*, das Bild sagt schon mehr als tausend Worte, auch wird es im Sinne heutiger *political correctness* vermieden. Auffallend ist des Öfteren in der Werbung, dass, wie schon oben erwähnt, die schwarze Gestalt auf den muskulösen Körper reduziert wird. Oft geht es auch um sexuelle Anspielungen, was die stereotypische Denkweise umso mehr hervorhebt. Die Pose des «sich-halb-umarmenden» Paares indiziert so auf den ersten Blick ein gewisses Maß Zärtlichkeit und mögliche erotische Emotionalisierung. Aber natürlich nur auf den ersten Blick.

Vehikuliert Werbung Werte?

Stereotypen und Schwarz-Weiß-Kontraste

Erinnert man sich an die eingangs erwähnte, von den Werbeforschern immer wieder hervorgehobene Funktion der «Sozialisierungsinstanz», sollte man in der Werbung u.a. mit Christa Wehner auf Folgendes achten: Was wird versprochen, welche Strategie (Art der Appelle) angewendet wird, welche Werte und Einstellungen thematisiert werden, wie die Auffälligkeit gesteigert wird, wie die Glaubwürdigmachung gelingt.

Wenn laut Wehner (1996 : 23ff) diese Werte als «übergeordnete Kategorie aus dem Bereich der Verhaltensweisen», «Gratifikationen» neben dem Grundnutzen für das angepriesene

Produkt darstellen, hat man mit einer riesigen Auswahl an persönlichen Vorstellungen, sozialen Normen und Erwartungen zu tun, die mittels der positiven und negativen Werbestrategien vermittelt werden können. So bezieht sich Wehner (1996 : 25) in ihrer zeitschriftenbasierten Basiswerte-Auflistung u.a auf soziale Beziehungen, die Lebensart, was weiter Kultiviertheit, gehobener Konsum, soziale Anerkennung (mit Unterkriterien wie Status, Erfolg, Bewunderung usw.) beinhaltet. Offensichtlich erwartet man positive Appelle, die auf sprachlicher Ebene u.a. durch Empfehlungen zum Tragen kommen: in unserem Kontext einmal indirekt/implizit durch eine pseudo-sentenzhafte, anspielungsreiche und doppelbödige Verallgemeinerung (aufgrund bildsemiotischer Kontiguitätsrelationen); andererseits explizit, imperativisch, mit dem intertextuellen Bezug auf kompromisslose und konsumfreudige Männer-Welten.

Das Prinzip der sozialen Anerkennung wird aber in unserem Diskussionskontext mit dem ambivalenten Faktor kultureller Typisierung gekoppelt, wie weiter unten gezeigt wird. Im Alltag ist man nicht immer dessen bewusst, wie die Fremd- und Andersheit die Grundlage für das Aufkommen des stereotypischen Denkens darstellen. Beide Begriffe werden aus der Sicht der empirischen Sozialforschung und Sozialpsychologie oft als Facette des Fremdheitsbegriffs ausgelegt. Nach Stichweh (s. dort: 39) differenziert sich die *Andersheit* von der *Fremdheit*: Während erstere eine Art «Neben- und Miteinander» mit einem «alter ego» ist, also als universelle soziale Erfahrung für das soziale Zusammenleben entscheidend ist, kommt Fremdheit dann vor, wenn «die Andersheit eines alter ego als Irritation oder Störung empfunden wird.»

Die negative Konnotation der Fremdheit als des Befremdenden, des Ungewöhnlichen erfolgt hierzu mit dramatischen Folgen, aufgrund einer so genannten «Biologisierung des Sozialen»: Die schwarze Frau wird geschickt-duplizitär nicht nur auf Gegenständliches (ein *Irgendetwas*) reduziert, der rassenbezogene Bezug ist dabei unübersehbar - ins Bildliche transponiert, erhebt er

den verwerflichen Anspruch auf unleugnbare Wirklichkeit! Es gehört bestimmt in das Instrumentarium jener «Folklore des Halbwissens», mit der u. a. Beck-Gernsheim (2004 : 12f) die schädlichen stereotypischen Vorstellungen und die noch schlechteren des Vorurteils meint (bei ihr jedenfalls auf Migranten bezogen), dass die wort-wörtliche Schwarz-Weiß-Malerei in dieser Anzeige als ethnisch fundierte Gegenüberstellung funktioniert. Wer ist aber für das Gesuchte/Gewollte an einer solchen Gegenüberstellung verantwortlich?

Die so genannten «systematischen» Menschenbilder der Werbung (mit dem Ausdruck von Eichler, 2009 : 114) brauchen schon mehr als eine statistische (*wertfreie*) Analyse. Emotionalwertend, einengend-vereinfachend aber auch systematisierend, spielen die Stereotypen nicht nur bei Eichler (2009 : 108) oder: Bausinger (1988 : 106) eine ordnende Rolle. Aber aus der «Bornierung des Alltags» erwachsen, zeigen HIER all diese flüchtigen oder nuancierten Blicke auf eine störende *Andersheit*.

Die stereotypischen Denkmuster haben zwar eine unverzichtbare Orientierungsfunktion in der Wissensaneignung, als Mittel zu einer neuen Realitätskonstitution haben sie manchmal oder auch oft negative bis verheerende Folgen. Heringer (2007 : 199 f) nennt es beim Namen: «Stereotypen sind Janusköpfe.» Auf die Frage, ob Vorurteile und Stereotypen abgebaut werden können, spricht man sich schon lange in der Öffentlichkeit für Strategien/Vorgehensweisen aus, die auch im vorliegenden Diskussionsrahmen anzuwenden waren.

Zuallererst braucht man der selektiven Wahrnehmung auf der Spur zu gehen, um herauszufinden wie man Auffallendes und Auffälligkeiten als handfeste Begründungen ins Feld führt, bzw. wie divergierende Meinungen/Deutungen (hier die *perspektivische* Denkweise, die Akzeptanz der *Andersheit*!) ausgelassen werden (Heringer, 2007 : 201). In der Förderung der Sprachkompetenz, in der Schulung auf Äußerungs- und Mitteilungsbereitschaft im FSU wie auch in der gedanklichen und verhaltensmäßigen Öffnung

gegenüber dem Anderssein liegt ein Erziehungsziel im Familienumkreis wie auch im institutionellen. Sonst werden die Meinungen anderer unreflektiert / mechanisch übernommen, während die sozial relevante Meinungsbildung unmerklich in Manipulierung mündet. Nicht zuletzt kommt eine solche sokratische Herausbildung analytischer Fertigkeiten der proaktiven Konfrontation mit Problemen zugute, wenn diese erkannt werden, wenn man hinter die Fassade offizieller/alltäglicher Zuschreibungen blicken lernt.

*

Machen Sie keine Kompromisse - das gilt auch für jeden von uns! Interkulturalität als unausweichliche und ernstzunehmende Orientierung der Erziehung/Ausbildung beinhaltet u. a. «das verbrieftete Recht des Anderen, *anders* zu sein» (Steinmetz, 2001 : 119). Das bedeutet mit anderen Worten das «ethische Gebot»: das «relationale Verhältnis zwischen einem fraktalen (...) Ich und einem vielgestaltigem Anderen» wahrzunehmen und zu akzeptieren, formuliert Wulf (1998 : 19).

Die Werbeauslegung bietet im Alltag eine Fülle von Beispielen und Verstehensmöglichkeiten, mit deren Hilfe man die (Um)Welt zuerst angemessener begreifen kann, dann vielleicht auch verbessern sollte.

Bibliographische Hinweise

1. BAUSINGER, H. (1988), «Stereotyp und Wirklichkeit», in *Jb. DaF*, 14, S. 157-170
2. BECK-GERNSHEIM, E. (2004), *Wir und die Anderen*, Edition Zweite Moderne, Frankfurt/Main
3. CONSTANTINESCU, L. (2008), «Stereotyp und Doppeldeutigkeit in der Werbebotschaft», in Andrei-Cocârță, L./Chiper, S. (Hrsg.), *Cultural and Linguistic Diversity in a World of Global Pluralism*, Timpul, Iași, S. 101-111

4. CONSTANTINESCU, L. (2001), «Werbung und Tabus. Frauen- und Männerrollen», in *Multiculturalitate și Performanță Lingvistică* (Band III), Impuls, București, S. 24-29
5. EICHLER, W. (2009), *Kommunikation und Sprache in der Wirtschaftswerbung*, IGEL Verlag, Hamburg
6. HERINGER, H. J. (2007), *Kulturelle Kommunikation*, 2. Auflage, A. Francke, Tübingen und Basel
7. SCHMIDT, S. J. (2000), *Kalte Faszination: Medien- Kultur- Wissenschaft in der Mediengesellschaft*. Velbrück Wissenschaftlicher Verlag, Weilerswist
8. STEINMETZ, H. (2001), «Identität, Kultur, Globalisierung», in *Jb. DaF*, 27, S. 105-126
9. STICHWEH, R. (o. J.), «Fremdheit in der Weltgesellschaft. Indifferenz und Minimalsympathie», in *Das Bild des Anderen. Sammelband der JKGK*, S. 39-50, <http://www.swissjews.org/pdf/Bild-des-Anderen-d.pdf> (Abruf Februar 2008)
10. WEHNER, Ch. (1996), *Überzeugungsstrategien in der Werbung*, Westdeutscher Verlag, Opladen
11. WULF, Ch. (1999), «Der Andere», in Hess, R./Wulf, Ch (Hrsg.), *Grenzgänge: Über den Umgang mit dem Eigenen und dem Fremden*, Campus, Frankfurt/Main, S. 13-37
12. ZURSTIEGE, G. (1998), *Männlichkeitsbilder. Männlichkeit in der Werbung*. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden
13. * * * *Neger*, www.tier-guide.com/index.php?id=1033668&wikiid=Neger (Abruf Januar 2009)
14. * * * *Wer hat Angst vor dem Schwarzen Mann? Afrika in der populären Kultur des 20. Jahrhunderts*. Ausstellungsprojekt von „KopfWelten“ e.V., <http://www.kopfwelten.org> (Abruf April 2008).
15. Bildmaterial: *Hörzu-Anzeige, Stern*, 2006

L'AUTRE, CET INCONNU,
DANS L'ŒUVRE DE PATRICK MODIANO

Rodica STOICESCU

Département des Langues Romanes et de Communication en Affaires
ASE Bucarest

*L'autre, aussi bien que moi-même, m'est plus inconnu que
ne peut l'être aucun phénomène de la nature.*
(Ricœur, 1986 : 90)

Peut-on lire Modiano sans recourir à sa biographie ? C'est la question que se pose la plupart de la critique modianesque. Question justifiée, d'un côté par les analyses très précises de certaines de ses œuvres qui mettent en évidence le rapport serré entre la biographie de l'auteur et plusieurs de ses textes. «Les histoires qu'écrivait Modiano, remarque Nathalie Meyer, on ne le répète que trop, sont en grande partie autobiographiques et se ressemblent de livres en livres, de romans en roman. Selon certains, Modiano écrirait toujours la même, la démultipliant à l'infini, changeant seulement le sexe de ses héros, leur âge et leur qualité» (Meyer, 2001).

D'autre part, c'est Modiano lui-même qui confirme, à propos *Des inconnues*, la présence de séquences autobiographiques dans son livre qui, dit-il, «s'apparente à une rêverie sur la réalité. Inconsciemment, j'ai fait endosser à mes héroïnes des souvenirs personnels. Ce sont mes sœurs jumelles en quelque sorte» (Modiano, 1999).

Mais c'est toujours Modiano qui refuse toute réduction de sens de son œuvre à une simple transposition biographique au domaine fictif. En fait, sans prétention d'exhaustivité, ma réflexion, fondée sur l'herméneutique ontologique, se propose de montrer que le rapport entre l'autobiographie et l'autofiction n'est pas essentiel pour comprendre l'œuvre de Patrick Modiano. Au fond, «Qu'est-ce

que comprendre un texte?», question qui, à son tour, exige une réponse à cette autre question: «Qu'est-ce qu'un texte?»

Dans son essai « *Du texte à l'action* », Paul Ricœur parle du « monde du texte » dont la référence n'est pas seulement au niveau de la réalité des objets manipulables mais surtout au niveau de ce que Heidegger appelle « l'être au monde » (Ricœur, 1986 : 114). Cette dimension référentielle du monde du texte que Ricœur caractérise comme « absolument originale » pose le problème ontologique le plus fondamental: « Ce qui est à interpréter dans un texte c'est une *proposition de monde*, d'un monde tel que je puisse l'habiter pour y projeter un de mes possibles les plus propres. Ce que j'appelle le monde du texte, le monde propre à ce texte unique » (*Ibid.*, 1986 : 115).

Comprendre un texte ce n'est donc pas essayer de « trouver un sens inerte qui y serait contenu » mais chercher cette « articulation 'signifiante' de la structure compréhensible de l'être-au-monde » afin de « déployer la possibilité d'être indiquée par le texte » (*Ibid.*, 1986 : 91).

Ce type d'articulation propre au monde du texte « littéraire » recèle, affirme Ricœur, une double puissance: de rupture et d'ouverture. Paradoxalement, l'écriture introduit une distance, une faille entre ce que Gadamer appelle la « chose » du texte, c'est-à-dire sa structure signifiante, et l'intention de l'auteur. Une fois lancée dans le monde, la « chose » écrite devient autonome, se décontextualise, s'affranchit de l'univers psycho-social de son créateur. Mais, en même temps, affirme Ricœur, l'acte de lire recontextualise l'œuvre d'art qui transcende ses propres conditions psychologiques de production pour « s'ouvrir à une suite illimitée de lectures elles-mêmes situées dans des contextes socio-culturels différents » (*Ibid.*, 1986 : 111).

Voilà pourquoi la question « Peut-on lire Modiano sans recourir à sa biographie ? » me semble secondaire pour une herméneutique ontologique d'un texte littéraire, herméneutique qui appréhende le texte comme une réalité du possible. Par la fiction qui

réécrit le monde quotidien, le monde du texte prend ses distances de son auteur en s'objectivant dans des significations indépendantes de la volonté de celui-ci. Mais, en même temps, il rend possible, comme l'affirme toujours Ricœur, « l'entrée en scène de la subjectivité du lecteur » (*Ibid.*, 1986 : 114) qui, par l'acte de lire / interpréter la « chose » du texte essaie de se comprendre, de donner une identité à ce qu'il considère être son ego. C'est ce qui a pertinemment saisi Proust lorsqu'il affirme qu'une fois livrée aux lecteurs, son œuvre ne lui appartient plus. « Mais pour en revenir à moi-même, avoue Proust, je pensais plus modestement à mon livre, et ce serait même inexact que de dire en pensant à ceux qui le liraient, à mes lecteurs. Car ils ne seraient pas selon moi mes lecteurs, mais *les propres lecteurs d'eux-mêmes* (c'est moi qui souligne), mon livre n'étant qu'une sorte de ces verres grossissants comme ceux que tendaient à un acheteur un opticien de Combray; mon livre grâce auquel je leur fournirait le moyen de lire en eux-mêmes » (Proust, 1988 : 303-304).

L'acte de lecture suppose un va-et-vient du lecteur entre son propre monde et le monde du texte. Il entre, pour emprunter les mots de Freudiger, « dans l'histoire et l'habite à partir de ce qu'il est lui-même. Et il revient à lui-même chargé de son passage en elle » (Freudiger, 1988 : 224). Et à chaque retour, il est amené à s'interroger sur sa propre attitude existentielle, sur le sens qu'il donne à sa vie car, dit Reiner Schürmann, « lire c'est interpréter, interpréter c'est exister nouvellement. La relation herméneutique concerne notre réalité car le texte nous interprète » (Schürman, 1972 : 69).

Ce n'est donc pas l'analogie entre la « chose » du texte et la biographie de son auteur – en fin de compte, une existence parmi d'autres – qui recèle le noyau existentiel de l'œuvre. Le sens de toute œuvre authentique est justement d'avoir autant de sens que de lecteurs. En d'autres mots, le monde du texte doit être cet alter ego, cette médiation de la compréhension de soi en proposant au lecteur sa réponse à la question « *Qui suis-je ?* ». Et mon interprétation du texte modianien essaie de donner une réponse à cette question.

Mais comment répondre à la question « *Qui suis-je ?* ». On ne l'a que trop dit, depuis les existentialistes, philosophes ou écrivains: il n'y a pas de « Je » sans « Tu ». La découverte de soi est guidée par le principe transcendantal de l'analogie qui réunit, affirme Ricœur, divers champs temporels, ceux de nos contemporains, de nos prédécesseurs et de nos successeurs. « Chacun de nous peut, en principe, exercer comme tout autre la fonction du 'je' et s'imputer à lui-même sa propre expérience » (Ricœur, 1986 : 226).

C'est seulement grâce à ce transfert d'expérience d'un « je » à l'autre que celui qui dit « Je » peut tenter de préciser l'identité de son ego. Chez Modiano, cette « polysémie du 'Je' qui à tout moment peut devenir 'Tu' est, dans un premier temps du parcours existentiel de ses personnages dans le monde du texte, confuse. » Ils vivent « comme des somnambules », en faisant des gestes mécaniques, des « poses » qui imitent la vie sans « la moindre valeur ». Et même si parfois ils essaient de s'évader de ce petit univers sans contours où « les mêmes gestes, les mêmes mots » (Modiano, 1999 : 86, 140) se répètent chaque jour, ils se retrouvent dans un espace vide qui les hante dès leur enfance:

« Mais pouvait-on appeler maison ce gigantesque appartement où je m'étais retrouvée avec ma mère, sans comprendre pourquoi elle y habitait ? La première fois qu'elle m'y avait emmenée, j'avais cru que c'était chez des amis à elle, et j'avais été étonnée que nous restions, là, le soir, toutes les deux. [...] Et quand j'avais dû me coucher, je n'étais pas très rassurée. Dans cette grande chambre vide et ce lit trop large, je m'attendais à voir entrer quelqu'un qui m'aurait demandé ce que je faisais là. » (Modiano, 2001 : 104)

Les êtres qui habitent le monde du texte modianien n'ont pas de « chez-soi »:

« Personne ne savait que nous étions ici. Nous vivions en fraude. Elle s'était introduite par effraction dans cet appartement. [...] J'étais mal à l'aise dans ce salon vide. » (Modiano, 1999 : 21)

Sans racines, le « Je » s'engouffre dans la densité noire d'un espace qui dissout toute identité:

« Je marchais sur le quai, le long de la Saône. Puis je me suis retrouvée, près de chez moi, montée Saint-Barthélémy, devant le mur des Lazaristes, comme souvent dans mes rêves, les années suivantes. On n'aurait pas pu me distinguer de ce mur. Il me recouvrait de son ombre et je prenais la même couleur que lui. Et personne, jamais, ne m'arracherait à cette ombre. » (Modiano, 1999 : 15)

C'est un espace existentiel où l'ombre s'épaissit, s'alourdit dans le noir d'une cellule de prison. Espace figé dans un temps immobile dans lequel le « Je » se sent reclus pour la vie:

« Au retour, Lyon m'a paru bien sombre. [...] Des bâtiments construits à flanc de colline et dont les façades lugubres dominaient la rue. Le portail était creusé dans un grand mur. Pour moi, Lyon de ce mois de septembre-là, c'est le mur des Lazaristes. Un mur noir où se posaient quelquefois les rayons du soleil d'automne. Alors, ce pensionnat semblait abandonné. Mais sous la pluie, le mur était celui d'une prison et j'avais l'impression qu'il me barrait l'avenir. » (Modiano, 1999 : 12)

Prisonniers d'un espace vide et d'une durée captive, c'est la perception que les personnages de Modiano ont de leur existence dans le monde du texte:

« Tout se répétait aux mêmes heures, dans le même décor. Le concierge m'avait dit: 'Vous irez loin', mais depuis des années je tournais en rond, sans pouvoir sortir du cercle... Un découragement et une impression de solitude m'ont envahie, contre quoi je n'essayais même plus de lutter. » (Modiano, 1999 : 97)

La destinée des personnages de Modiano est toujours en désaccord avec ce qu'on pourrait appeler le devenir d'un être dont l'identité recoupe, dans le présent, la mémoire du passé et la projection sur l'avenir. Ce sont des êtres sans attaches dans le passé, un passé qu'ils renient d'ailleurs:

« Depuis longtemps, je m'étais efforcé d'oublier mon enfance, sans jamais avoir éprouvé pour elle beaucoup de nostalgie. Je ne possédais aucune photo, aucune trace matérielle de cette époque, sauf un vieux carnet de vaccinations. » (Modiano, 2003 : 91-92)

Parfois, le passé surgit sous la forme d'un « questionnaire pour une enquête sur la jeunesse », mais il ne fait que dresser le tableau d'un être sans ancrage familial ou social, le portrait d'un être sans identité:

« Il s'agissait d'un questionnaire pour une enquête sur la jeunesse. Les questions m'avaient semblé étranges: Quelle structure familiale avez-vous connue? J'avais répondu: aucune. Gardez-vous une image forte de votre père et de votre mère? J'avais répondu: nébuleuse. Vous jugez-vous comme un bon fils (ou fille)? Je n'ai jamais été un fils. Dans les études que vous avez entreprises, cherchez-vous à conserver l'estime de vos parents et à vous conformer à votre milieu social? Pas d'études. Pas de parents. Pas de milieu social. » (Modiano, 2003 : 116-117)

Quant au présent qui, comme le remarque Jean Guitton, « consiste à attendre ce qui arrive, à voir arriver » (Guitton, 1978 : 847), il ne s'ouvre pas, chez Modiano, vers un à-venir. Les personnages aspirent quelquefois à une existence-devenir en faisant l'effort de se détacher de l'immobilisme de leur vie:

« Il fallait que je monte dans un train, tout de suite, et que JE COUPE LES PONTS. Ces mots m'étaient brusquement entrés dans la tête et je ne pouvais plus m'en débarrasser. Ils me donnaient encore un peu de courage. Oui, le temps était venu de COUPER LES PONTS. » (Modiano, 2001 : 77)

Mais cet élan vers ce qui n'est pas encore, plein de promesses, est étouffé par la crainte d'un avenir illusoire qui ne serait, en fait, que la répétition éternelle du présent:

« Une vague inquiétude me prenait à la pensée de l'avenir. Il me paraissait bien fermé comme si j'étais encore devant le mur des Lazaristes. » (Modiano, 1999 : 20)

« De toute façon, ce serait toujours les mêmes gestes. Les mêmes saisons. Les mêmes lacs. Les mêmes cars du dimanche soir. Lundi. Mardi. Vendredi. Janvier. Février. Mars. Mai. Septembre. Les mêmes jours. Les mêmes gens. Aux mêmes heures. Toujours cinq doigts, comme disait mon père. » (Modiano, 1999 : 103)

Le vide de l'espace et le présent lui-même, vidé de mémoire affective, plongent les personnages dans le silence et la solitude. On pourrait dire que ce recul en eux-mêmes est indispensable pour qu'ils réfléchissent au sens de leur existence dans le monde. En effet, envisagée dans une perspective ontologique, la solitude, « la grande solitude intérieure », comme l'appelle Rilke, est la voie royale pour se découvrir comme existant dans le monde. Est-ce le désir des personnages qui, par la voix d'un seul, avouent: « *À ma grande honte, je m'apercevais tout à coup que je ne m'étais jamais posé de questions sur le sens de la vie* » (Modiano, 1999 : 135), désir de répondre à la question « *Qui suis-je ?* » qui les poussent vers la solitude:

« En classe, aucune fille ne s'est assise à côté de moi pour remplacer la blonde de Cruseilles. Mais je préférais que la place reste vide. » (Modiano, 1999 : 69)

« Ces mois d'hiver et de printemps, je n'ai vu presque personne. Je préférais rester seule. » (Modiano, 1999 : 86)

L'isolement dans la solitude des êtres chez Modiano ne mène pas à la découverte de soi. « Dès que nous perdons la mémoire, remarque Nicolas Grimaldi, et que nous cessons d'attendre, en même temps que nous perdons conscience du temps, nous perdons conscience de notre identité » (Grimaldi, 1993 : 98). Vivre dans un présent sans mémoire affective, dans une durée immobile qui réduit présent, passé, avenir à un seul moment d'existence, vide de sens, c'est se regarder vivre sans savoir pourquoi:

« Et puis, tous ces gens m'intimidaient. Ils étaient plus âgés et plus intelligents que moi. Je n'étais pas à ma place parmi eux. Et d'ailleurs, ma place, où était-elle exactement ? Je ne l'avais pas encore trouvée. » (Modiano, 1999 : 26)

Finalement, le vide existentiel prend le dessus, en investissant ces consciences angoissées devant le non sens de leur existence dans le monde:

« J'assistais souvent à deux séances de cinéma par jour et j'oubliais ma solitude, assise avec les autres, le soir, dans les petites salles de la rue

Champollion, juste avant que le film commence. Mais à la sortie du cinéma, une angoisse m'envahissait. » (Modiano, 1999 : 109)

La solitude, chez Modiano, n'est pas plénitude vécue, recueillement sur soi après l'expérience de la rencontre avec l'Autre. En effet, la prise de conscience de son identité n'est possible que par l'ouverture de celui qui dit « Je » à l'Autre. « ... je ne peux rien affirmer de moi-même qui soit authentiquement moi-même, dit Gabriel Marcel; rien non plus qui soit permanent, rien qui soit à l'abri de la critique et de la durée. D'où ce besoin éperdu de confirmation par le dehors, par l'autre, ce paradoxe en vertu duquel c'est de l'autre et de lui seul qu'en fin de compte le moi le plus centré sur lui-même attend son investiture » (Marcel, 1944 : 19-20).

Et c'est justement cette absence d'une relation avec l'Autre, relation tantôt rejetée, tantôt désirée, qui hante la conscience désertique des personnages. On pourrait dire, en paraphrasant Lévinas, que le moi a peur d'être « encombré de soi », qu'il est effrayé de rester verrouillé en lui-même:

« J'ai éprouvé cette sensation d'angoisse qui me prenais souvent la nuit et qui était encore plus forte que la peur – cette sensation d'être désormais livrée à moi-même, sans aucun secours. Ni ma mère ni personne. J'aurais voulu qu'il reste toute la nuit en faction devant l'immeuble, toute la nuit et les nuits suivantes, comme une sentinelle, ou plutôt comme un ange gardien qui veillerait sur moi. » (Modiano, 2007 : 77)

Mais qui est cet Autre sans lequel le « Je » ne peut répondre à la question « Qui suis-je ? » On peut dire, avec Lévinas, qu'il y a une « polysémie du je » tout comme il y a une « polysémie de l'Autre » à l'intérieur de ce que Martin Buber appelle la relation entre le Je-Tu et le Je-Cela. L'Autre peut être soit « Tu » soit « Cela » dans une relation où les rôles Je-Tu-Cela sont à tout moment interchangeables.

Le moi, dit Lévinas, en commentant Martin Buber, « n'est pas une substance mais une relation. Il ne peut exister que comme un Je s'intéressant à un Tu ou comme Je saisissant un Cela » (Lévinas, 1972 : 27). Reste à préciser la relation entre ces deux couples.

D'abord, le Je -Tu est la relation constitutive du moi. « Elle est dans l'essence du Je: quand il s'affirme totalement, il reste inconcevable sans le Tu. Le Tu comme indice d'une dimension où le Je cherche, c'est-à-dire a déjà trouvé, un être autre, le Tu comme horizon de la Rencontre, est *a priori* ou inné » (*Ibid.* : 29).

En revanche, le « Je » saisit dans le Cela tout ce qui est désigné par la troisième personne: « il », « elle », « eux », « elles ». Dans le Cela dont le « Je » n'envisage que la surface, il « ne s'y engage pas de tout son être et ne sort pas réellement de soi. Cela est un neutre. Le neutre suggère que, dans le Cela, les êtres ne sont pas abordés dans l'unicité par laquelle ils sont autres que tous les autres » (*Ibid.* : 28).

Il faut dire dès le début que, dans le monde du texte créé par Modiano, il n'y a pas de vrai espace de la rencontre Je-Tu. La quête d'identité du « Je » dans la relation Je-Tu, où le « Je » ne prend conscience de son identité que par rapport à l'Autre-Tu, est une recherche manquée.

Pourquoi un être humain manque-t-il la rencontre avec l'Autre ? C'est l'une des questions lancinantes qui surgit du monde du texte modianesque dont la réponse pourrait se trouver dans la relation entre le Je-Tu et le Je-Cela. Le « Je » se trouve le plus souvent devant un Cela qui revêt le visage de l'On, cette masse humaine indifférenciée où les identités se dissolvent dans l'anonymat:

« Avec eux, elle se fondait dans le décor, elle n'était qu'une comparse anonyme, de celles qu'on nomme dans les légendes des photos: « Personne non identifiée » ou plus simplement 'X'. » (Modiano, 2007 : 14)

Les ego qui peuplent ce monde du texte sont incapables d'une part, de se détacher d'eux-mêmes et d'autre part, de s'arracher à l'anonymat de la masse amorphe des « alter », de ces Autres-Cela où toutes les identités se dissolvent dans une identité unique, celle de la foule:

« 'On essaie de créer des liens...' Rencontres dans une rue, dans une station de métro à l'heure de pointe. On devrait s'attacher l'un à l'autre par des menottes à ce moment-là. Quel lien résisterait à ce flot qui vous emporte et vous fait dériver ? » (Modiano, 2007 : 55)

La relation de celui qui dit « Je » avec l'Autre-Cela scelle l'enfance de la plupart des personnages de Modiano qui ne savent pas ce qu'est le « vivre ensemble » dans une famille. Ce manque, cette absence de liens entre parents - enfants va marquer le rapport du moi avec sa propre existence et, par voie de conséquence, ses rapports avec l'Autre:

« J'ignore ce que peut être la vie de famille. Et pour parler franchement, je crois que je n'aurais pas aimé cette vie-là. J'étais trop indépendante. Et souvent, j'avais trop envie d'être seule. Je n'aurais jamais supporté les repas familiaux des dimanches, les frères, les sœurs, les cousins, les mères, les repas de communions, les anniversaires, les Noël... » (Modiano, 1999 : 55)

Les relations familiales, dans le monde du texte modianesque, sont tissées de l'interchangeabilité quasi instantanée des rôles entre le « Je » et l'Autre - Cela, deux êtres anonymes l'un pour l'autre jusqu'au point de perdre toute identité:

« Ma mère et ma tante ne m'avaient jamais parlé de lui [du père], comme si elles voulaient l'oublier et que, justement, il était une grande tache d'ombre. Et je comprenais maintenant que, pour elles, je faisais partie de cette ombre. C'était à cause de cela qu'elles me témoignaient de l'indifférence et me lançaient leurs regards méfiants. Elles ne m'aimaient pas. Moi non plus, je ne les aimais pas. Nous étions quittes. » (Modiano, 1999 : 72-73)

Et même si cet être est perçu comme une personne en chair et en os, il n'a pas de nom. Or, un corps sans nom c'est un être sans identité car, remarque Jean-Paul Resweber, « la nomination fait exister dès qu'elle est dite » (Resweber, 1979 : 98). Dans la relation Je - Tu, le Tu sans nom n'est rien d'autre qu'un Cela, un être anonyme, un Étranger pour le « Je ». Les trois héroïnes du recueil de nouvelles « *Des inconnues* » n'ont pas de nom. Dans *La Petite Bijou*, l'enfant n'est désigné que par la troisième personne, ce qui place les relations parents - enfants dans l'espace glacé de l'anonymat:

« J'avais remarqué que Vera Valadier ne la désignait jamais par son prénom, et son mari non plus. L'un et l'autre disaient 'elle'. Et quand ils appelaient leur fille, ils lui disaient simplement: Où es-tu ? Qu'est-ce que tu fais ? Mais jamais son prénom ne venait sur leurs lèvres. Après toutes ces années, je ne

pourrais plus dire moi-même quel était ce prénom. Je l'ai oublié et je finis par me demander si je l'ai jamais connu. » (Modiano, 2001 : 97-98)

Le nom est dénué de son pouvoir symbolique: éveiller chez l'être nommé la conscience d'exister. Le « Je » en tant qu'ego et alter ego se perçoit plutôt comme Cela car, « nul ne se nomme soi-même. [...] Être sujet, c'est consentir à exister dans le nom qu'un autre m'a donné et qui me renvoie au discours de l'autre...» (Resweber, 1979 : 99). L'absence du nom c'est l'absence d'identité car, dit toujours Resweber, « la nomination fait exister dès qu'elle est dite: ce 'faire' exister n'est réel qu'en étant accepté; par la reconnaissance du nom, le sujet accède à la parole de sa naissance à l'être » (*Ibid* : 98). Chez Modiano, noms et personnes errent sur des trajectoires parallèles:

« Encore un nom sans visage qui flotte dans ma mémoire, mais dont les syllabes gardent une résonance comme tous les noms que l'on a entendu à vingt ans. » (Modiano, 1996 : 130)

Il arrive que le nom soit collé à une personne, mais ce nom, le « Je » le percevra comme étranger à son être. Se nommer sera aussi difficile que nommer quelqu'un: « *J'aurais dû me présenter, mais j'éprouve toujours une gêne à dire mon nom* » (Modiano, 1996 : 154).

Les personnages créés par Modiano ont parfois cet élan, on l'a vu, à s'arracher à l'anonymat du On par eux-mêmes. En même temps, ils envisagent la possibilité de rencontrer un Autre-Tu, un autre- ego, de s'ouvrir à lui:

« J'avais quitté Lyon, je venais de m'échapper d'un endroit où les gens parlaient trop fort, des gens que je ne connaissais pas, et ma vie serait une fuite sans fin. J'étais certaine que mon chemin croiserait celui de quelqu'un qui pensait la même chose que moi, à l'autre bout de Paris. » (Modiano, 1999 : 25)

En fait, ces personnages ont le désir de tout être humain, le désir que leur identité soit confirmée par l'Autre. Un Autre que mon désir rend responsable. L'Autre-Cela doit assumer le rôle de l'Autre-Tu, de l'Autre-Guide:

« Il me souriait. Et pour la première fois, depuis mon arrivée à Paris, je me sentais vraiment apaisée. Il suffisait de se laisser aller et de faire la planche. Et de me dire que j'étais tombée sur des gens qui me voulaient du bien et auxquels je pourrais me confier. Ils me donneraient des conseils. Je ne serais plus seule à crever d'angoisse dans mon coin et à hésiter aux carrefours. Ils me soulageraient. Ils m'indiqueraient le chemin. C'est cela dont j'avais besoin. De guides. »
(Modiano, 1999 : 146)

Il ne s'agit, au fond, que d'une requête de réciprocité. Le « Je » a l'intuition qu'il ne peut rien découvrir sur lui-même sans être guidé par l'Autre, « garant de cette union qui nous lie moi-même à moi-même, ou l'un à l'autre, les uns aux autres » (Marcel, 1944 : 77). C'est dans cette réciprocité entre le « Je » et le « Tu » que celui qui dit « Je » espère trouver le sens de son existence dans le monde du texte:

« Elle m'avait tutoyé pour la première fois. Elle me serrait le bras et nous longions le bâtiment de l'Aquarium. [...] J'étais sur le point d'apprendre quelque chose d'important sur moi-même et qui peut-être changerait le cours de ma vie. »
(Modiano, 2003 : 95-147)

Il semble que la Rencontre entre le « Je » et l'Autre est possible dans un espace où le Nom efface la distance qui les sépare. Grâce au Nom et par le Nom, le « Je » pourrait le reconnaître comme « Tu »:

« J'étais seule avec Guy Vincent. Il m'a demandé si j'habitais dans le quartier. Je lui ai dit que c'était près du Trocadéro, mais je connaissais mal Paris et je ne pouvais pas encore me rendre compte des distances.

– Je vais marcher un peu avec vous. Si vous êtes fatiguée, nous prendrons le métro à l'Étoile.

Alors, j'ai eu le sentiment d'avoir fait une rencontre, comme celle que j'espérais depuis mon arrivée à Paris. Cette phrase qu'il m'a dite à cet instant-là m'est restée si bien en mémoire que j'entends encore, après toutes ces années, le son de sa voix. » (Modiano, 1999 : 29 -30)

Mais le Nom qui annule la distance, le Nom qui donne la possibilité d'être nommé et de nommer à son tour, le Nom qui crée cette relation d'intersubjectivité entre le « Je » et le « Tu » s'avère être un faux nom. Et le faux nom n'est qu'une absence de nom:

« L'homme qui l'accompagnait nous a serré la main et il s'est présenté: Guy Vincent. Plus tard, j'ai su que ce n'était pas son vrai nom et j'étais chaque fois intriguée de la manière abrupte dont il s'avançait vers les gens, leur tendait la main et leur disait d'une voix brève: Guy Vincent. Maintenant, je comprends que ce nom était pour lui une défense, une barrière qu'il voulait tout de suite établir entre lui et les autres. » (Modiano, 1999 : 26 -27)

Le thème de la séparation chez Modiano recoupe celui de la dissimulation. Sous l'anonymat du faux nom, le « Je » se verrouille dans une identité creuse. Il donne l'impression de cacher quelque chose aux autres avec lesquels il noue des relations occasionnelles dans ces zones neutres que Lévinas appelle l' « il y a ». Le « Je » en tant qu'ego et alter ego n'est qu'un moi qui refuse obstinément l'ouverture vers l'Autre. Séparé de l'Autre, il sera toujours l'Inconnu:

« Sous la lumière du lustre, la chambre me paraissait brusquement froide, inhabitée. J'étais en compagnie d'un inconnu qui se cachait sous l'identité d'un autre. » (Modiano, 1999 : 37)

L'espace de la Rencontre est contaminé par le manque de confiance. Le « Je » ne peut répondre à la question « *Qui suis-je ?* » car il lui est impossible de savoir qui est l'Autre. À l'abri d'un faux nom, l'Autre ne se dévoile pas:

« L'autre nuit, sur le terre-plein, je lui avais demandé quel était son prénom à lui et il avait répondu: 'Pas de prénom. Appelez-moi Badmaev tout court. Ou Moreau, si vous préférez.' Cela m'avait étonnée, mais, plus tard, j'ai pensé que c'était une volonté de se protéger et de garder ses distances. Il ne voulait pas établir une trop grande intimité avec les gens. Il cachait peut-être quelque chose. » (Modiano, 2001 : 37)

La quête de réciprocité qui suppose la responsabilité biunivoque du « Je » et du « Tu » n'est donc assumée ni par celui qui dit « Je » ni par l'Autre. Et pour cause, du moment que les rôles sont interchangeable. La notion de responsabilité est constitutive de l'identité de l'être humain. Elle a, comme le remarque P. Ricœur, une face tournée vers le passé et une autre vers le présent-avenir. La responsabilité « implique que nous assumions un passé qui nous

affecte sans qu'il soit entièrement notre œuvre, mais que nous assumons comme nôtre » (Ricœur, 1990 : 342). Or, en n'assumant pas leur passé, les êtres qui habitent le monde du texte modianesque, des êtres sans racines, refusent, comme allant de soi, toute forme de responsabilité de l'Autre:

« Sommes-nous vraiment responsables des comparses que nous n'avons pas choisis et que nous croisons au début de notre vie ? Suis-je responsable de mon père et de toutes les ombres qui parlaient à voix basse avec lui dans les halls d'hôtel ou les arrière-salles de café et qui transportaient des valises dont j'ignorais toujours le contenu ? » (Modiano, 2007 : 117)

La relation entre le « Je » et le « Tu » est impossible en dehors du sentiment de responsabilité du moment qu'il n'y a pas de « Je » sans « Tu ». Il est vrai qu'il ne s'agit pas d'être « responsable de tous », comme l'envisage Sartre, de celui que je connais et de celui que je ne connais pas, de l'inconnu, de l'étranger. Cette approche place la responsabilité sur un plan purement philosophique. Sur le plan ontologique, être responsable de l'Autre c'est créer et maintenir l'espace privilégié de la Rencontre. Chez Modiano, cette relation entre le « Je » et l'Autre-Tu, qui prend le visage d'un couple, parents, époux ou bien celui des enfants ou des amis, relation fondatrice d'identité, ne s'accomplit jamais dans ce qu'on pourrait appeler une Rencontre. Le « Je » et l'Autre sont incapables de franchir le seuil du Cela. Ils resteront, l'un pour l'autre, des Inconnus:

« Il y a un moment où il ne faut écouter personne. Lui, Jean-Pierre Choureau, que savait-il au juste de Jacqueline Delanque ? Pas grand-chose. Ils avaient vécu ensemble un an à peine dans ce rez-de-chaussée de Neuilly. Ils s'étaient assis côte à côte sur le canapé, ils dînaient l'un en face de l'autre et quelquefois avec les anciens amis de l'école commerciale et du lycée Jean-Baptiste Say. Cela suffit-il pour deviner tout ce qui se passe dans la tête de quelqu'un ? » (Modiano, 2007 : 52)

L'appel à la responsabilité s'entend parfois dans ce monde où les êtres vacillent à la recherche de leur ego dans la rencontre avec leur alter ego:

« Dans cette vie qui vous apparaît quelquefois comme un grand terrain vague sans poteau indicateur, au milieu de toutes les lignes de fuites et les horizons perdus, on aimerait trouver des points de repère, dresser une sorte de cadastre pour n'avoir l'impression de naviguer au hasard. Alors, on tisse des liens, on essaye de rendre plus stables des rencontres hasardeuses. » (Modiano, 2007 : 50)

Mais le « Je » choisit de rester dans la zone neutre de l'« il y a ». En fait, la peur des personnages de se confesser à l'Autre, de s'ouvrir à lui est la peur de se livrer à l'Autre, d'être leur prisonnier, une peur beaucoup plus forte que celle de rester enfermés en eux-mêmes. À l'espace tortueux, plein d'embûches de la découverte de soi grâce à la rencontre avec l'Autre, ils préfèrent l'indifférence du Cela où ni êtres ni choses n'ont pas de noms. C'est l'espace existentiel où le « Je », en se cachant de l'Autre, se cache en fait de lui-même:

« La rue d'Argentine où je louais une chambre d'hôtel était bien dans une zone neutre. Qui aurait pu venir m'y chercher ? Les rares personnes que je croisais là-bas devaient être mortes pour l'état civil. [...] D'ailleurs, les immeubles voisins de mon hôtel portaient tous l'inscription 'appartements meublés'. Des lieux de passage où l'on ne demandait l'identité de personne et où l'on pouvait se cacher. » (Modiano, 2007 : 110)

Et même si un nom - un faux nom - surgit du passé, il n'a pas le pouvoir magique du Nom de rendre présente une absence. Le passé est englouti par le vide du présent:

« René n'était plus là. Il y avait peu de chance pour que je le revoie jamais. Tous les moments que nous avons passés ensemble avaient basculé dans le vide. » (Modiano, 1999 : 125)

On pourrait dire que Modiano place le parcours existentiel de ses personnages dans une sorte d'ontologie négative du non-être. Ils mènent leur vie dans l'espace de l'« il y a », symbole de « l'être impersonnel, comme le courant anonyme de l'être qui envahit et submerge tout sujet, personne ou chose » (Lévinas, 1982 : 94). Et ce vide acquiert, pour reprendre Lévinas, une « densité existentielle »

qui exerce une fascination irrésistible sur ces êtres en quête d'identité:

« Je marchais, impatiente d'arriver au bout, là où il n'y avait plus que le bleu du ciel et le vide. Quel mot traduirait mon état d'esprit ? Je ne dispose que d'un très pauvre vocabulaire. Ivresse ? Extase ? Ravissement ? En tout cas, cette rue m'était familière. Il me semblait l'avoir suivie auparavant. J'atteindrais bientôt le bord de la falaise et je me jetterais dans le vide. Quel bonheur de flotter dans l'air et de connaître enfin cette sensation d'apesanteur que je recherchais depuis toujours. » (Modiano, 2007 : 96)

L'œuvre de Modiano propose un monde où la rencontre entre le « Je » et le l'Autre-Tu est vouée à l'échec. La réponse à la question: « *Qui suis-je ?* » s'inscrit dans l'ontologie négative du non-être, du vide existentiel. Le « Je » et l'Autre restent des Inconnus l'un pour l'autre et pour eux-mêmes:

« Et puis la vie a continué, avec des hauts et des bas. Un jour de cafard, sur la couverture du livre que Guy de Vere m'avait prêté: *Louise du Néant*, j'ai remplacé au stylo bille le prénom par le mien. *Jacqueline du Néant*. » (Modiano, 1999 : 125)

Tout comme ce personnage qui interprète le sens de sa vie après avoir fait sien un autre monde du texte, de même chaque lecteur se laisse interpréter, à son insu, parfois, par le monde du texte modianesque. Et se laisser interpréter par le texte ce n'est pas chercher des analogies entre celui-ci et la vie de son auteur. Le texte permet à chaque lecteur de « se lire » à l'aide de « ces verres grossissants », comme le dit Pascal, afin d'approcher cet Inconnu qu'est l'ego pour lui-même.

Références bibliographiques

1. FREUDIGER M.-A. (1988), « Narration et communication indirecte, à partir de Kierkegaard », in *La Narration*, Labor et Fides, Paris
2. GRIMALDI N. (1993), *Ontologie du temps*, P.U.F., Paris

3. GUITTON J. (1978), *Monadologie*, Oeuvres complètes. Philosophie, Desclée de Brouwer, Paris
4. LÉVINAS E. (1982), *Éthique et infini*, Fayard, Paris
5. LÉVINAS E. (1972), *Humanisme de l'autre homme*, Fata Morgana, Paris
6. MARCEL, G. (1944), *Homo Viator*, Éditions Montaigne, Paris
7. MEYER N. (2001), *Patrick Modiano: La petite Bijou*, <http://axelibre.org/> Le magazine des arts et des cultures, 15/06/2001
8. MODIANO P. (1996), *Du plus loin de l'oubli*, Gallimard, Paris
9. MODIANO P. (1999), *Des inconnues*, Gallimard, Paris
10. MODIANO P. (1999), *Entretien au Figaro*, février 1999
11. MODIANO P. (2001), *La Petite Bijou*, Gallimard, Paris
12. MODIANO P. (2003), *Accident nocturne*, Gallimard, Paris
13. MODIANO P. (2007), *Dans le café de la jeunesse perdue*, Gallimard, Paris
14. PROUST M. (1988), *Le temps retrouvé*, cité par P. Ricoeur in « L'identité narrative », *Esprit*, No 7-8, Juillet-Août, numéros dédiés à P.
15. RESWEBER J.-P. (1979), *La philosophie du langage*, P.U.F., Paris
16. RICOEUR P. (1986), *Du texte à l'action. Essais d'herméneutique II*, Seuil, Paris
17. RICOEUR P. (1990), *Soi-même comme un autre*, Ricoeur, Seuil, Paris
18. SCHÜRMAN R. (1972), « La différence symbolique », in *Cahiers internationaux du symbolisme 21*, Centre interdisciplinaire d'études philosophique de l'Université de MONS (Ciéphum), A.S.B.L.

REGARDER LE REGARD QUE L'ON PORTE
SUR UNE ÉPOQUE: LA VIE D'UN HOMME SOLITAIRE

Maria-Antoaneta LORENTZ

Département des Langues Romanes et de Communication en Affaires
ASE Bucarest

«Le regard est un choix. Celui qui regarde décide de se fixer sur quelque chose et donc forcément d'exclure de son attention le reste de son champ de vision. C'est en quoi le regard, qui est l'essence de la vie, est d'abord un refus.»

Amélie Nothomb

Notre étude essaie de tracer quelques reflets d'un regard sur une époque que l'on peut capter à travers l'approche autobiographique comme moyen d'accéder à une histoire individuelle et collective. Le récit de vie se constitue ainsi dans un miroir qui reflète, à travers le sens des événements, non seulement le parcours d'une vie mais aussi les différents tableaux qui composent l'existence d'une communauté et les liens que l'individu tisse volontairement ou non avec cette communauté.

Le regard mémoriel

Acteur important de la vie culturelle roumaine, Adrian Marino (1921-2005) raconte sa vie (*Via a unui om singur - La vie d'un homme solitaire* -, Editura Polirom, Bucure ti, 2008), ou du moins quelques grandes parties de sa vie, il se regarde et regarde les autres. A travers cette voix/ce regard, le lecteur en entend/voit d'autres. Les voix/regards de ceux qui lui ont parlé/ l'ont regardé, qui souvent ont raconté leur propre histoire et dont le narrateur rapporte la parole ou le regard. L'auteur tend-il à accommoder la parole/le regard de l'autre au sens qu'il désire donner à sa propre histoire et à imposer l'idée qu'il se fait de sa valeur? Pour beaucoup, Adrian Marino demeure une personnalité énigmatique, un intellectuel à contre-courant de son époque qui propose un autre regard sur la Roumanie anéantie après la tragédie du communisme et sur ses intellectuels de marques.

Pourtant, l'un des traits fondamentaux des récits autobiographiques, c'est qu'ils *parlent d'expériences vécues* (Lejeune, 2007). Le narrateur les raconte, interprétées et connectées entre elles, et par le biais de celles-ci, les autres acteurs qui sont présentés le sont toujours par l'intermédiaire de la propre expérience de narrateur. Le narrateur construit le fil conducteur de son récit *au long des expériences vécues* qu'il considère *socialement significatives*, et, en même temps, par le biais de ce fil conducteur, il « se reconnaît une sorte de loyauté à soi-même ». Par le fait de choisir et d'articuler des moments vécus pour les narrer de façon compréhensible à l'autre, *le narrateur non seulement explore sa mémoire, il explore aussi un contexte socioculturel* dans lequel ces expériences acquièrent un sens, en provoquant la connexion des événements et des situations quotidiennes. De ce fait, le regard mémoriel renferme seulement des *expériences choisies dans la mémoire* et connectées entre elles. Mais toute expérience choisie est traduite dans un contexte socioculturel et elle devient ainsi socialement significative.

L'herméneutique d'une existence

L'autobiographie est *un difficile combat, une tâche presque impossible*, pour qui en prend au sérieux les exigences (Jeannelle, 2008). L'interprétation de sa propre vie suppose non seulement une sélection rigoureuse des événements mais aussi un exercice permanent de se rapporter aux autres. En même temps, la remémoration autobiographique est lourde d'un enjeu spécifique (Clemente, 2003): celui de parvenir à insérer sa vie passée au coeur de sa condition présente et ainsi de préserver son identité, en marquer la continuité en dépit de son altération (au sens fort: devenir autre).

En effet, tout récit de soi recouvre deux registres de données: des événements et des significations. Le récit de vie participe de deux réalités, l'une objective et l'autre subjective. La première renvoie à une réalité historique, à travers les événements de l'histoire vécue, la seconde à l'expression du vécu de cette histoire.

En tant que mise en mots du monde social et du monde personnel de celui qui se raconte (Lindón, 2005) l'intérêt du récit de vie réside précisément dans la capacité, à travers lui, à saisir les univers sociaux qui façonnent les identités, la manière dont ils se sont construits et le sens que leur attribue le narrateur. On a, dans cette perspective, recours au discours autobiographique pour mieux comprendre ce qui détermine les appartenances et les engagements, les systèmes de valeurs et les croyances.

Être Autre/Ne pas être Autre

Tout au long de sa vie, Adrian Marino éprouve en lui le *refus des autres*. Il découvre que la *distance* qui existe entre lui et les autres n'est pas seulement à cause de son idéologie, n'importe quel élément de sa personnalité est utilisé contre elle. L'attitude des autres envers lui a un côté bienfaisant/malfaisant car il réagit en se mettant à l'épreuve. Il est différent des autres parce qu'il s'applique dans son travail: il assimile intérieurement le refus, la négation, l'humiliation, l'éloignement de tous/l'exclusion; il prend conscience de l'écart qui existe entre lui et son entourage, et peut assumer sa propre différenciation [je ne suis pas l'Autre, l'Autre n'est pas jeu/je]. C'est ainsi qu'il peut déployer toute sa richesse intérieure et découvrir sa propre identité.

D'où vient sa marginalité sociale ? Il découvre que, dans le monde, il est seul, car tous ceux qu'il s'attache professionnellement lui font du mal. Il doit assumer sa solitude, il se l'assume en effet brillamment:

« En quelques mots: depuis six décennies [...] je pense toujours autrement, dans presque tous les domaines. Mon échelle de valeurs, à partir des idées culturelles et idéologiques, est tout à fait différente de l'échelle des milieux sociaux et culturels que j'ai traversés obligé ou non. Une telle solitude – qui n'est ni sentimentale ni sociale – est difficile à supporter. Une souffrance abstraite, froide. Une révolte permanente et sans solution. Presque toujours inexprimable et incommunicable. Je ne désire à personne une telle contrariété et une telle usure intérieure. Sans issue et sans une vraie consolation.

Pourtant je cherche à la déployer sur papier, à la définir et à la décrire avec maximum de clarté. Pourtant je désire écrire le « livre » de ma vie, dans tous les sens du mot. Je désire affirmer mon identité, ma « personnalité », bonne ou mauvaise, telle qu'elle a été. » (Marino, 2008 : 8; notre traduction)

Document d'époque, le «livre» de sa vie est une autobiographie idéologique doublée d'une analyse sociologique et parfois anthropologique des milieux traversés (l'école à Iassy et à Bucarest avant le communisme, la dérive politique totalitaire des années '30-'40, la prison et le domicile forcé dans la plaine de Bărăgan, le monde littéraire autochtone et international, la police politique du régime communiste, l'exil culturel et l'opposition anticommuniste après 1990).

Les «mémoires» d'Adrian Marino, mémoires à vocation expressément posthume, ne sont pas la biographie d'un homme, mais bien plutôt son compagnonnage intellectuel et politique avec des gens qui ont marqué son existence. Adrian Marino a le souvenir généreux et son livre regorge de rencontres. Plus qu'un itinéraire linéaire, son récit exprime, à travers 26 chapitres/plus de 500 pages, le combat d'une vie. Ayant à sa disposition un réservoir immense de souvenirs, de «laidis souvenirs», il peut rejoindre autrui au sein d'une chaîne de voix qui ne seront jamais bâillonnées. C'est son unique, sa modeste, sa durable garantie en ce monde et contre ce monde.

Au fil des chapitres, le lecteur voit la vie littéraire/culturelle et l'engagement politique/moral se nourrir l'un l'autre. Tout est inséparable des convulsions de son pays.

Adrian Marino nous fait également entrer dans les coulisses d'un système oppressif où la censure et le harcèlement policier pourrissent la vie quotidienne. Livres interdits, courrier ouvert, tracasseries administratives, délations ...

Au travers de ses voyages, de ses séjours à l'étranger, de ses rencontres culturelles, de ses passions pour la culture et l'idéologie, l'écrivain nous présente une galerie de personnages étonnants.

Le parcours et l'œuvre d'Adrian Marino sont représentatifs de la résistance et de la position de l'écrivain dans une société répressive.

Adrian Marino – ses bifurcations

Le lecteur découvre ainsi la trajectoire, les convictions et les doutes, les «bifurcations» d'un intellectuel qui remet en question l'Histoire de son époque à travers ses histoires (le parcours d'un intellectuel qui va grandir entre ruptures et attachements, dans une époque qui est marquée par la violence silencieuse des conflits d'ordre idéologique, terreur de la vie quotidienne et sérénité d'un milieu familial). Il devient ainsi témoin des mémoires d'événements publics et d'une profonde réflexion sur la condition humaine qui représentent un héritage important d'idées littéraires, non-littéraires, politiques et historiques de toute une époque tourmentée.

Adrian Marino est un homme debout, un homme d'engagement, fidèle à ses convictions. Il est vrai que son idéalisme est un peu trop grand pour la réalité car il vit en permanence l'expérience de ce que c'est que d'être étranger dans le monde, non seulement à travers les ouvrages qu'il a écrits, mais dans la vie de tous les jours. En effet, il se sent toujours à l'écart, il se sent étranger, mal placé.

Il y a dans ces mémoires, bien sûr, la présence de l'histoire et du politique, mais aussi la question de la solitude et des efforts qu'il faut faire pour entrer en contact avec l'autre.

Adrian Marino a vécu conscient dans une situation de compartimentation, où chaque expérience était plus ou moins isolée des autres. Il a toujours été un jeune homme, ensuite un homme très conscient de se trouver à l'écart des autres. Il ne se trouve pas très facile dans ses rapports avec les autres sauf à travers l'espoir qui reste pour lui la seule certitude de la profondeur d'une vie, parce que grâce à l'espoir on réussit à surmonter les blocages, les menaces de la solitude afin de toucher quelque part la conscience et l'âme de quelqu'un d'autre. C'est aussi ce que l'on fait dans un certain sens à travers l'écriture qui est aussi une affirmation, une confirmation de la solitude.

Se poser entre les mots et le silence

Toute la vie, Adrian Marino se pose entre les mots et le silence. Forcé de jouer à cache-cache avec l'impérialisme idéologique soviétique de son époque, finalement il fait le point, il balise son parcours et interroge son passé pour apprendre à y voir plus clair et comprendre. Il s'installe ainsi avec *La vie d'un homme solitaire* dans un genre qui tient de l'autobiographie et de la conversation avec soi. C'est le but de son entreprise, de sa conversation avec soi-même et du bilan intellectuel. Un exercice passionnant mais très douloureux pour cette figure importante de la culture roumaine d'envergure européenne.

Promenant le fil de sa vie par des chemins de traverse, en livrant son amour des idées, de l'idée littéraire et de l'idéologie en particulier, Adrian Marino fait défiler sous nos yeux mille sujets qui dessinent peu à peu l'histoire d'un intellectuel né en 1921, ancré profondément dans un espace culturel qui dépasse les frontières de son pays pour s'inscrire dans l'espace européen.

Les pages d'Adrian Marino soulignent l'idée de non-appartenance à un groupe d'intellectuels roumains et de différenciation vis-à-vis des autres.

Du fait que l'œuvre constitue un témoignage bouleversant sur sa propre expérience de la misère de vivre dans un univers concentrationnaire et sur les difficultés que rencontre un homme de culture qui essaye d'y échapper, l'Autre est au sein du récit comme sujet central et comme création même.

Le thème du Regard est crucial: c'est le regard de l'Autre qui constitue le récit et partant de là, le regard « de et vers soi » s'accomplit.

Conclusion

Récit littéraire passionnant d'une vie de compagnonnage intellectuel et politique, les mémoires d'Adrian Marino se dessinent comme une histoire personnelle autant que celle de son pays, la Roumanie. Dans le travail autobiographique, il y a toujours quelque chose de spécifique. Adrian Marino, ce Roumain longtemps connu comme critique littéraire, propose sa mémoire d'une vie d'homme solitaire et l'expose à la lumière de l'écriture, après cinq ans de « mort physique ». Il la propose dans l'esprit de l'écriture qui crée des lieux dans lesquels s'inscrivent les mondes vécus et se croisent les regards, tout en acceptant de se mettre en danger et de se donner aux regards jaloux, sans avoir plus la possibilité physique de se réhabiliter dans les yeux de ceux qui se sentent « tachés » par son regard.

Avec le récit de sa vie on a accès à une histoire individuelle, à ses avancées et à ses aléas. Par le choix des événements qui la composent, par la mise en récit de son déroulement et de ses vicissitudes particulières, Adrian Marino donne forme à son histoire. Il est vrai que sa construction narrative et idéologique propose une version possible de l'histoire parmi d'autres. Mais l'attribution de sens est déterminante pour configurer les événements en récit et saisir le travail subjectif toujours à l'œuvre dans la re-construction d'une histoire vécue. Histoire unique où se trouvent imbriqués, dans la trame d'une histoire sociale, à la fois un récit personnel et la culture qui contribue à le produire.

« *L'individu est le produit d'une histoire dont il cherche à devenir le sujet.* » La formule de Vincent de Gaulejac (Lindón, 2005) résume la problématique du sujet que le récit de vie s'attache à mieux saisir: en quoi le sujet est-il agi par son histoire et comment tente-t-il de s'en dégager? Le sujet se construit en reconnaissant ses liens de filiation et d'appartenance, mais aussi en reconnaissant les choix personnels qui ont permis de tisser la trame singulière de son existence. Et les choix d'Adrian Marino ont été très différents de ceux de la plupart de ses contemporains.

Références bibliographiques

1. CLEMENTE, Pietro (2003), « « L'écriture de la vie » ou l'autobiographie dans sa valeur anthropologique et historique », in *Cliniques méditerranéennes* 1/2003 (no. 67), p. 203-210
2. CRISTINI, Carlo, PLOTON, Louis (2009), « Mémoire et autobiographie », in *Gérontologie et société*, 2009/3 (no. 130), http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=GS_130_0075, consulté le 17.08.2010
3. FLAMERION, Thomas (2008), « Les mémoires: histoire d'un genre », pour *Evenefr* – octobre 2008, <http://www.evene.fr/livres/ctualite/ecrire-memoires-chateaubriand-jeannelle-1658.php>
4. JEANNELLE, Jean-Louis (2008), *Écrire ses Mémoires au XXe siècle. Déclin et renouveau d'une tradition*, Gallimard, Paris
5. LEJEUNE, Philippe (2007), « Vers une grammaire de l'autobiographie », mis en ligne le 15 février 2007, disponible sur <http://www.item.ens.fr/index.php?id=14217>
6. LINDÓN, Alicia (2005), « Récit autobiographique, reconstruction de l'expérience et fabulation: une approximation à l'action sociale », *Sociétés* 1/2005 (n° 87), p. 55-63.
7. MARINO, Adrian (2008), *Via a unui om singur*, Editura Polirom, Bucure ti
8. OROFIAMMA, Roselyne (2008), « Les figures du sujet dans le récit de vie », *Informations sociales* no.1/2008, no. 145, pp. 68-81
9. POLIAK, Claude (2002), « Manières profanes de parler de soi », *Genèses* 2/2002, no. 47, p.4-20
10. *Regard sur l'Autre: découverte de l'existence et de la liberté*
11. <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/295/29500908.pdf>

LE REGARD DES AUTRES DANS *LE JOKER* DE JEAN MUNO

Renata BIZEK-TATARA

Université Marie Curie-Skłodowska, Lublin, Pologne

Omniprésent dans l'univers fictionnel de Jean Muno, le motif du regard sert sans nul doute de fil conducteur à l'analyse thématique de son oeuvre. L'écrivain le confirme lui-même et il explique pourquoi:

« C'est vrai que le regard joue un grand rôle dans mes livres. D'abord, parce qu'il est dans ma nature d'être spectateur plutôt qu'acteur; ensuite, vraisemblablement parce que, je vis dans une époque où le visuel prédomine de toutes les manières possibles, y compris dans la technique romanesque. Quant à la manière de voir ... [...] elle se caractérise, et de plus en plus, par un certain recul. En dépit de sa minutie dans le choix des détails significatifs, c'est une vision globale, plus synthétique qu'analytique ». (Andriat, 1982 : 319)

L'amie du romancier, Anne Richter, approuve cette vision en disant que Jean Muno était comme ses personnages: il préférerait regarder que parler, observer qu'agir:

« Il était tout regard. Toute attention dans le regard. Cet homme silencieux et secret était un témoin vigilant et s'il ne se livrait que dans ses livres, parfois de façon assez véhémence, avec la brusque impétuosité des taciturnes, il ne cessait d'observer et d'écouter ce qui se passait autour de lui;[...] Selon les circonstances, son coup d'oeil était ironique, parfois même acerbe ou contraire, tout à coup, d'une candeur presque enfantine, désarmante et, semblait-il, désarmé ». (Richter, 1989 : 87)

Du *Baptême de la ligne* (1955) jusqu'au *Jeu de rôles* (1988), Jean Muno met en scène « un petit homme seul » qui porte un regard perçant sur les autres, en étant, en même temps, sans cesse observé par eux. Il faut néanmoins noter que sa manière de les regarder et son attitude envers leur regard changent avec les années et deviennent de plus en plus complexes: d'un texte à l'autre, le

personnage du petit homme supporte de moins en moins leur regard, en ressentant le malaise « d'être une marionnette observée de partout et ne voyant personne » (Muno, 1963 : 73). Pour s'en défendre, il recourt pourtant à la même arme: il se met à les observer lui-même d'un regard cruellement inquisiteur, saisissant leurs pires travers humains.

Ripple-Marks (1986) est à ce titre le plus évocateur de tous les textes munoliens. C'est un roman de voyeurisme ou, plus exactement « de voyeurisme quotidien, existentiel » où le narrateur « immobile comme une araignée qui guette, tient dans la toile de son regard » les vacanciers dans leur habitudes journalières (Uyttebrouck, 1989 : 58). Figé et passif, le narrateur leur fait ressentir la gêne d'être observés, d'abord à « l'oeil nu », puis avec « une longue vue »¹:

« Rien ne m'échappe. Je suis le maître de la plage, je domine la vie ! Mon regard est un carrelot qui, de chaque plongée, remonte tout ruisselant de taches colorées ». (Muno, 1986 : 68)

Ses machinations sont pourtant démasquées par un vieux monsieur, à travers un télescope. Ainsi, *l'observé* commence, à son tour, à regarder de plus près *l'observateur*:

« Il m'a reconnu, j'en suis sûr, il m'a identifié ! Il me voit, comme je le vois, mieux même, de plus près. Il me tient à la gorge ». (Muno, 1986 : 69)

Par cet « oeil nu », le narrateur dénonce la société « cannibale » de l'intérieur et organise l'univers selon ses propres lois. Indissociable de sa vision subjective du monde, son regard porte un jugement défavorable implicite, mais facilement déchiffrable; en outre, il lui permet de se tourner sur lui-même et de s'analyser. Ainsi le roman nous confronte-t-il sans cesse au double jeu de la critique intérieure et extérieure (Andriat, 1980 : 10-11).

Dans *L'Histoire exécrationnelle d'un héros brabançon* (1982), sorte d'autobiographie parodique, le regard du narrateur, dénommé Papin, devient encore plus féroce et ironique. Sur un fond politico-

¹ « L'oeil nu » et « La longue vue » sont les titres des deux premières parties de *Ripple-Marks*.

historique, Muno retrace les événements marquants de sa vie et règle ses contes; rien n'échappe à sa critique: l'éducation, les parents, la guerre, l'enseignement, les cercles littéraires et la retraite. Son regard narquois lui permet de se tenir à distance des autres et de devenir plus spectateur qu'acteur, dans la comédie humaine qu'est la société. Celle-ci devient pour Papin un « ailleurs » qu'il regarde avec un détachement d'observateur étranger, moqueur et impitoyable.

Quant aux récits fantastiques munoliens, le motif du regard y est également décliné, pour devenir même le thème central, dans les *Histoires griffues* (1985). Presque toutes les nouvelles du recueil commencent de la même manière: au début, l'espace ordinaire et familier des personnages est présenté comme rassurant et ordonné, jusqu'au moment où ils se mettent à le *voir autrement* et à découvrir dans ce lieu familier des éléments étranges, une vie secrète et insolite.

Dans une élégante boutique qui sert de cadre à *Lèche-vitrines*, une porte cachée derrière un miroir s'ouvre et montre l'existence d'un monde innommable, parallèle au nôtre. Il en est de même dans *La maison natale*, où une vieille remise, située au fond d'un jardin, dévoile un au-delà monstrueux et effrayant.

Dans la *Chambre*, les moulures du plafond composent des formes bizarres qui s'animent de façon terrifiante.

Le Vivarium se présente en tant que jeu métaphysique qui emboîte des mondes comme des poupées gigognes, surveillés perpétuellement par « le triple regard de Dieu ». Celui-ci, un souverain maître qui « ne quitte pas du regard » les personnages, « ne se lasse pas d'observer sa créature comme une étrangeté » (Muno, 1985 : 70).

Enfin, dans la nouvelle *Le Larech*, le regard n'est pas seulement le thème majeur, mais il en constitue également le protagoniste. Le héros éponyme, le larech, « est essentiellement un regard » qui « se nourrit de notre vue »¹ (Muno; 1985 : 151). Le narrateur, d'abord

¹ Le narrateur réussit à saisir ce regard, le larech, et le décrit comme « des prunelles dorées, de forme oblongue, singulièrement attentives » qui disparaissent aussitôt qu'on tente de les voir (Muno, 1985: 135).

effrayé par la présence de ce regard étrange, veut s'en débarrasser, mais il l'accepte et retrouve ainsi sa sérénité¹. Il semble même qu'il découvre le chemin du bonheur, du moins, l'espoir de le retrouver.

Il en est de même dans le roman fantastique *L'Hipparion* (1962): le regard y est bienveillant et lié au rêve, à l'espoir d'une vie meilleure. Le vieux professeur Van Aerde « plonge dans le regard » de l'hipparion agonisant, comme dans « une eau tiède et parfumée, douce comme le sommeil » et y voit sa « silhouette minuscule » disparaître dans la solitude (Muno, 1984 : 148). Selon Heinz Klüppelholz, « cette étrange identification avec un animal mort transpose Van Aerde dans une sphère située au-delà de tout espace et tout temps » (Klüppelholz, 1993 : 172). Les yeux du cheval s'éteignent, en supprimant les chances d'évasion du rêve de l'homme et en le vouant à la solitude et au désespoir.

Quant au roman *Le Joker* (1972), le thème du regard constitue le noyau du récit et en est moteur: il le dirige et l'organise. C'est le premier ouvrage de Muno, où ce motif est si complexifié et où la révolte existentielle germe, pour éclater avec une force inouïe dans les ouvrages postérieurs. Ce roman sombre et déroutant ouvre d'une manière significative une oeuvre qui est un ample et polymorphe « jeu de rôle ».

Le Joker présente l'histoire d'un jeune homme insignifiant, Alphonse Face, vieux garçon de père inconnu, vivant sous la tutelle

¹ Dans un court article, consacré au *Larech* de J. Muno, J.-L. Jacques donne une interprétation très intéressante de cette histoire: « Toute notre vie, prise au ras de la quotidienneté, est insignifiante [...]. Nous sommes en quelque sort tous des retraités (comme le narrateur de la nouvelle) dont les occupations [...] se révèlent d'une constante futilité. Et pourtant, à notre porte, prêt à nous investir, quelque chose d'immatériel, un simple regard existe, qui peut donner sens à notre existence. Mais il ne suffit pas de connaître intellectuellement cette force ou cette dimension [...]. Il faut une ouverture intérieure, une sorte de lâcher tout, de laisser-faire taoïste, pour que le larech nous habite et que dans le gris de notre nuit luisse une incomparable et douce lumière d'or. Lumière secrète, propre à chacun, qui n'apparaît que lorsqu'on a compris que tout ce qui constitue apparemment le moi est sans importance et qu'il faut se livrer, tout entier et sans réticences, au regard de l'au-delà » (Jacques, 1989: 52).

d'une vieille mère autoritaire et envahissante. En tant que modeste fonctionnaire, il mène une existence médiocre, entre la bibliothèque publique et la maison familiale, où tout est strict et ordonné par l'horaire des habitudes quotidiennes. Tous ces traits font du personnage un être sans relief, effacé et velléitaire, un parfait antihéros. L'homme est tellement insignifiant qu'il reste invisible: «il est, par excellence, celui qu'on ne voit pas» (Frickx, 1989 : 25).

Pourtant, un jour, tout bascule, comme d'un coup de baguette magique: le bibliothécaire terne devient un des antiquaires les plus estimés de la ville, grâce à un petit chien de luxe, Kiki, cadeau de sa soeur Jasmine. Le bichon vient troubler la vie routinière du héros et le rend soudain visible aux autres:

« Il faut l'admettre, même si c'est un peu ridicule: depuis que tu promènes le bichon de Jasmine, la rue s'est métamorphosée. Elle a perdu son masque d'indifférence. On te voit, on te reconnaît; tu existes pour les gens. Vous chantonnez ensemble, à l'unisson, et comme le premier soir déjà, dans le salon de Mme Face, c'est le petit chien blanc qui fait la musique, réveillant sur son passage la gentillesse qui boudait ». (Muno, 1988 : 19)

Le chien attire tous les regards qui se posent ensuite sur Alphonse: les gens commencent à le remarquer et à l'attraper dans la rue pour lui parler:

« Trois commères vous regardent venir. L'une d'elles a montré le bichon du doigt, les autres se sont retournées, les visages ont pris cette expression mouillée que tu commences à bien connaître. A la suite de Kiki, tu entres dans le champ d'amour. Les femmes dosent des petits mots qui les font mollir davantage; tu remercies d'un sourire d'un bon jeune homme. Dans tes reins, la douce pression des regards assouvis...

[...] Voici bientôt trois semaines que vous empruntez le même itinéraire tous les jours, et chaque fois, c'est la même fête discrète. Comme un printemps de sympathie. Tu ne te lasses pas d'en constater les effets, bien que la soudaineté du changement t'effarouche un peu. Tu y étais mal préparé. Aux inconnus qui t'adressent la parole (de plus en plus fréquemment), tu réponds à peine, en rougissant, et tu en souffres. Pourtant il semblerait que cette maladresse même contribue à les séduire ». (Muno; 1988 : 19-20)

Le charme de l'animal déteint visiblement sur le héros: il devient son maître et sort ainsi de l'anonymat, de la transparence sociale. Il est pourtant accablant de constater que pour exister, l'homme a dû devenir maître de chien. Pire, il est même inférieur au bichon: Alphonse n'est que «l'ombre démesurée qui [le] suit toujours», «derrière, au bout de la mince laisse de cuir tendre » (Muno, 1988 : 19). Selon Michel Lambert, le héros ne se mute pas en maître de chien, mais simplement en chien, car comme celui-ci « il quémante des caresses, il tourne sa tête à droite, à gauche, vers qui lui parle gentiment, il fait le beau, obéit à la moindre injonction pressentie » (Lambert, 1988 : 9).

Or, la puissance créatrice du regard des autres est à cet égard démesurée: elle donne une existence au personnage, une nouvelle vie, le fait surgir du néant. Alphonse accepte d'être l'homme-bichon et de devenir tel que les autres se l'imaginent: il n'est que la construction du regard des autres, n'existant que par les autres. En recourant à une formule de Michel Houellebecq, nous pouvons constater que la « possibilité de vivre commence dans le regard de l'autre ».

Il est intéressant de noter que ce rôle prépondérant du regard créateur est également accentué au niveau de la forme. La première partie du roman, intitulée « Le Bichon », présentant la (re)naissance miraculeuse du protagoniste, grâce à la force du regard d'autrui, fourmille des termes « regard » et « regarder », qui apparaissent à plusieurs reprises, même deux ou trois fois sur une page. Cette insistance est révélatrice, car elle met en évidence le facteur le plus important dans la genèse du héros au sein de la société, sa naissance, pour reprendre le terme de Sartre, « pour-autrui ».

La métamorphose aussi factice qu'inespérée du protagoniste se perpétue et atteint son paroxysme, dans la deuxième partie du roman, portant le titre évocateur « Le pied à l'étrier ». Les gens que l'insignifiant orphelin vient de rencontrer lui découvrent un père, une vocation au commerce et un emploi à la fois rentable et passionnant. Chacun d'eux se fait sa propre vision d'Alphonse et lui

attribue diverses qualités. Quant à l'homme-bichon, il est conscient de son don de mimétisme et le cultive davantage: il devient un antiquaire talentueux pour Ferdinand, un vendeur charmant pour ses clientes, un connaisseur d'art pour l'aubergiste du coin. En tant que marchand, il revêt différents visages selon les conditions:

« Tu chatoies comme une pierre précieuse, tu t'animes de tous les reflets que les choses projettent sur toi. Provincial pour la faïence, évanescant pour les verres de Gallé, d'une mièvrerie assez équivoque pour un éventail, te voici snob devant une calebasse Zapotèque, jovial devant les cuivres de cuisine, puis, tour à tour, rustique, austère, naïf, comme le sont les étains, les émaux, les boîtes à musique ». (Muno, 1988 : 77)

Pour seule Amélie, sa bien-aimée de toujours, il reste néanmoins le même: Alphonse Face au « regard de poète sous un front de conspirateur », « traversant la vie à grand pas, absorbé par d'ambitieux projets » (Muno, 1988 : 25). Bien que le narrateur constate qu'elle est « heureuse d'ignorer tout», la jeune fille, apparemment naïve, est pourtant la plus perspicace des personnages, car son jugement porté sur le héros s'avère le seul véritable¹. La courte description d'Alphonse, donnée par Amélie au début du roman, devient révélatrice, mais nous ne la comprenons qu'au début de la deuxième partie, qui porte en exergue cette phrase de Shelley: «Les poètes sont une race de caméléons, ils prennent jusqu'aux couleurs du feuillage sous lequel ils passent » (Muno, 1988 : 63).

¹ Il faut remarquer que dans les oeuvres de Jean Muno le moindre détail, à première vue insignifiant, s'avère révélateur et important pour la compréhension du texte. Muno avoue: « Mon rêve – n'est-ce pas ingénu de vous le confier – serait d'écrire un livre limpide en surface, mais qui se révélerait à la relecture d'une troublante profondeur. Un livre-piège, à niveaux multiples, du plus simple au plus compliqué, inépuisable. Un mythe, quoi !

J'ai toujours essayé cela, notamment dans *Le Joker*. Trop peu de lecteurs, à vrai dire, ont perçu mes véritables intentions, ce n'est sûrement pas leur faute. En tout cas, un tel projet implique que le moindre détail tende à *suggérer* au lecteur, même inattentif, l'existence d'une signification seconde. A la limite, tout devrait être référence à la face cachée. Même, et surtout, ce qui paraît à première vue insignifiant » (*in* Andriat, 1982: 320).

Seule Amélie voit que, sous l'apparence d'un raté, mal dans sa peau, se cache l'homme- caméléon, muni de facultés insoupçonnées de lucidité et de subversion.

Il faut souligner que la métamorphose d'Alphonse n'est point due à ses ambitions ou à ses tentatives de faire carrière, mais, paradoxalement, à son inertie qu'il appelle un « silence réceptif », tactique qu'il utilise pour faire réagir les autres. Le héros avoue: « au fond, je joue la comédie parce qu'on l'exige [...] Mais si quelqu'un m'acceptait comme je suis ...» (Muno, 1988 : 87).

Notons aussi que pour plaire, ce faux Rastignac n'est pas un imposteur: son art consiste simplement à ne pas tout dire, à ne pas tout dévoiler, à laisser planer le doute. Pour se faire désirer, il se contente d'être ce que les autres veulent qu'il soit:

« Le plus drôle, c'est qu'on imagine que tu as mené ton affaire avec brio. [...] Ils refusent d'admettre que ton art, ce fut précisément de ne rien faire, de ne rien dire. Tu t'es prêté obligeamment, tu les a laissés s'emperlificoter dans leur phrases, s'enferrer dans leurs projets, s'acculer eux-mêmes à l'action. Ton silence leur montait à la tête comme un alcool ». (Muno, 1988 : 65)

Alphonse, en effet, se laisse modeler par tous, comme une « cire molle », complètement « malléable » et joue passivement les rôles qu'on lui impose (Muno, 1988 : 66):

«Tout à leur disposition ! Tu sais maintenant que tu le possèdes, comme Kiki, comme Jasmine, le don merveilleux d'appartenir à chacun, d'exister par les autres ». (Muno, 1988 : 41)

La faculté du héros de s'adapter aux événements et aux gens, que le hasard met sur son chemin, engendre le thème du mimétisme, exprimé par la métaphore du caméléon:

«Il aura fallu « le Pied à l'étrier » pour que tu prennes toute la mesure de ton étonnant pouvoir d'adaptation. Car tu possèdes un véritable don, celui de mimétisme, comme ces papillons qui simulent parfaitement les feuilles, ou ces plantes-cailloux du Namib dont tu as vu l'image dans l'encyclopédie de l'oncle, ou cette humble petite crevette, ta cousine, qui devient verte, brune, rouge, selon la couleur des algues ». (Muno, 1988 : 77)

La pertinence de ce rapprochement est attestée par la récurrence flagrante du vocable et de ses synonymes: la deuxième partie du roman, consacrée au second stade de la métamorphose du héros, c'est-à-dire à la tactique du caméléon, abonde en termes relatifs au mimétisme, parmi lesquels apparaissent le plus souvent « jeu » et « rôle », qui illustrent un vrai « jeu de rôles ». Alphonse se conduit en parfait joueur et le titre du roman le suggère du reste à merveille: le « joker », c'est la carte qui change de valeur en fonction des intérêts des joueurs. « Que ceux-ci abattent telle ou telle carte et le voilà qui prend le profil de la nouvelle donne. Il suit le jeu, colle au jeu, mieux il l'anticipe à l'occasion » constate Michel Lambert (Lambert, 1988 : 8).

Son patronyme, Face, n'est pas non plus sans importance: il renvoie à un visage, à une surface, à un côté qui porte une figure ou à l'aspect sous lequel une chose se présente, ce qui implique un envers, une façade, voire une apparence simulée. Alphonse devient « tout en surface, sans plus d'arrière-pensée qu'une statue », « la tête délicieusement vide », s'offrant consciemment aux autres pour qu'ils le pétrissent à leur façon: « Que chacun y prenne ce qu'il cherche. Tu leur offres ton visage comme un miroir » (Muno, 1988 : 39, 41).

Cette totale extériorisation du héros, « proprement évidé au profit du faciès, ou de la façade » (Laroche, 1988 : 180), s'opère grâce à son excellent jeu du paraître qui consiste à ne rien dire et ne rien faire, sauf quelques gestes, mimiques, sourires ou mots vides que chacun peut interpréter comment il veut, selon les circonstances. Le cas d'Yvette est à ce titre le plus évocateur. Elle voit dans le visage d'Alphonse une curieuse ressemblance avec la photo d'Alexandre, son grand-père. Cette analogie aspectuelle et le silence obstiné du héros lui font avancer une hypothèse de la parenté secrète entre les deux hommes. Et puis, pour justifier cette ressemblance, elle accroche le portrait de son grand-père dans la boutique, tandis qu'Alphonse cherche, à son tour, à devenir sa reproduction exacte. Cette tentative s'avère pourtant destructrice, car il devient invisible: déguisé en homme qu'il ne l'est pas, il s'efface complètement. « Ma

présence, Amélie, c'est mon absence », avoue-t-il à sa bien-aimée (Muno, 1988 : 87), et puis il ajoute:

«Je ressemble à Ferdinand, comme je puis ressembler à n'importe qui et à tout le monde. Blanc dans la neige, noir dans le charbon, gris dans la poussière ! Intermédiaire parfait, le commis idéal, à la fois le client qui achète et l'objet que je lui vends ». (Muno, 1988 : 87)

Alphonse accomplit son rêve de toujours, qui est « de se faire accepter par tout le monde » (Muno, 1988 : 86), mais son succès n'est qu'éphémère et s'effrite étrangement vite. Son échec, comme son ascension miraculeuse, est dû également au regard des autres, ou plutôt à son détournement. Le chien totémique¹ contracte la gale et ne porte plus bonheur à son maître. Les gens cessent de regarder l'animal tondu dont la nudité leur inspire le dégoût². Du surcroît, ils ne sont pas intéressés par son maître qui, n'étant plus regardé, devient transparent et cesse d'exister.

Or, l'homme-bichon disparaît pour faire réapparaître l'homme sans bichon, qui n'est pourtant plus celui d'avant la métamorphose. Cet individu faible et sans grandeur tire une leçon de son aventure. Il apprend comment fonctionner dans la société et quelles sont ses règles du jeu: tous font semblant et il faut en faire autant. Le mimétisme ne s'avère qu'un vieil usage, communément approuvé et employé dans la vie quotidienne. En fin de compte, l'enfer c'est toujours les autres.

Cette découverte ouvre les yeux au héros et il commence à se poser des questions fondamentales: qui suis-je enfin? A quoi bon être devenu un autre homme? Que vaut une vie de mensonges et

¹ H. Klüppenholz voit en Kiki un animal totémique, protecteur et bénéfique. A ce sujet, voir Klüppenholz Heinz (1993), « La fonction de l'animal totémique dans l'oeuvre romanesque de Jean Muno », in *Textyles*, no, 10, p. 165-181.

² La nudité du chien joue également un rôle significatif dans la trame du récit: elle symbolise la vérité, le rejet du masque. C'est pourquoi l'allure du chien malade gêne: Ferdinand, embarrassé par la présence du chien tondu dans le restaurant, sort de son rôle et, pour la première fois, parle sincèrement à Alphonse.

d'illusions ? Alphonse comprend enfin que, pour préserver son intégrité, il faut tout de même garder une part de son identité:

« Cette fois, l'ancien Alphonse est mort, et tu as enfin compris toute la portée de ton initiation au Mimétisme. Tu croyais avoir découvert un aspect curieux de ta personnalité, tout au plus une règle de la brocante; alors qu'il s'agit en vérité d'une loi fondamentale. Le Pied à l'étrier et le bichon dans la vitrine, c'est une image représentative du monde. Ne prêter aux autres qu'un reflet du soi, être payé de même et ne jamais exiger de plus, voilà le grand secret, non pas d'un bonheur improbable, mais d'une certaine allégresse, comme une apesanteur de l'âme ».
(Muno, 1988 : 107)

Le secret, c'est être double. La dualité permet « l'alternance, la réversibilité qui rend vulnérable: l'homme secret servant de refuge à l'homme public, et inversement » (Laroche, 1988 : 171). D'une part, il faut donner aux autres ce qu'ils veulent, mais de l'autre préserver son jardin secret, ne jamais tout dévoiler.

La fin de l'histoire, malgré toutes les apparences, n'est pas accablante: Alphonse subit un échec sur le plan social, mais s'en sort gagnant sur le plan moral et sentimental. Il se retire docilement du rôle qu'on lui a attribué et retrouve son identité dans la personne d'Amélie. Sa défaite ne le conduit pas vers le désespoir et la solitude, mais vers la liberté et l'amour.

Malgré ce côté moralisateur, *Le Joker* n'est pourtant pas un roman d'apprentissage. Muno tourne toujours en dérision la réussite sociale et il la méprise. L'ascension d'Alphonse, « espèce de picaresque moderne » selon Frank Andriat (1980 : 16), constitue plutôt une caricature de réussite et véhicule la critique indirecte des pratiques et des conventions sociales généralement admises. L'écrivain le confirme lui-même:

« Le Joker est un réquisitoire contre la société, qui ne nous veut pas du bien, et, dans une certaine mesure, contre une éducation étouffante ».
(Muno, 1989 : 137)

La feinte ingénuité du héros est une forme de réaction contre l'univers carcéral oppressant, les mécanismes de la routine et « l'homme fait » (Andriat, 1982 : 322). Par une attitude de distanciation

parodique, le protagoniste dénonce la platitude et la médiocrité de son milieu de petit-bourgeois. En se détachant de lui-même, il s'observe de l'extérieur, sans complaisance: Alphonse est dehors de ce qui se passe autour de lui et avec lui, étranger à lui-même. Ce détachement de soi-même est dû, entre autres, au choix stylistique emprunté au Nouveau Roman, notamment le « tu » du narrateur, évoquant *La Modification* de Michel Butor. Il se tutoie en se défaisant de lui-même, voire en s'effaçant, non pas pour atteindre l'objet, comme c'est chez certains Nouveaux Romanciers français, mais pour « souligner l'ascendant des autres » sur lui (Bricmann, 2003 : 111). Distancié de lui-même, il se dénonce en se désignant du doigt.

En abordant le thème du regard dans *Le Joker*, nous ne pouvons pas omettre de mentionner que le roman s'apparente d'une manière flagrante au genre dramatique, c'est-à-dire au genre destiné, par excellence, à être regardé¹. L'appellation « jeu de rôle », qui file dans le texte, s'applique congrûment au roman, non seulement parce qu'Alphonse joue docilement les rôles imposés, mais aussi parce que *Le Joker* contient beaucoup de connotations théâtrales. Premièrement, la structure du texte est celle d'une pièce de théâtre à trois actes, divisée en exposition, noeud et dénouement². De plus, Muno rapporte littéralement des répliques avec l'indication des locuteurs et même des didascalies. Et puis, l'histoire progresse par des « coups de théâtre » de résonance un peu factice, qui transforme ce roman en une vraie « comédie de boulevard » (Laroche, 1988 : 178).

Quant aux costumes et au décor, ils sont l'objet d'un soin tout scénographique. Alphonse change de déguisement conformément au rôle qu'il commence à interpréter: en tant que bibliothécaire terne, il porte un costume de confection, « une pauvre salopette bourgeoise»;

¹ Nous n'allons pas étudier la problématique des éléments théâtraux dans le roman de Muno, car ce thème a été exhaustivement analysé par Daniel Laroche, dans la «Lecture» du *Joker* (1988 : 163-183).

² Le chapitre I constitue sans aucun doute une protase: il contient une description détaillée de l'espace et de l'ambiance, précise les gestes et le comportement des personnages.

devenu antiquaire, on lui fait endosser un élégant trois-pièces gris, « souple et ajusté comme un gant »; enfin, dans la troisième partie, quand la comédie s'achève, son costume n'est point parfait et il lui manque un bouton. La boutique de bric-à-brac constitue par contre une véritable scène, où les personnages, regardés par les passants qui les observent par le vitre, se meuvent comme « des acteurs sur une scène » (Muno, 1988 : 128).

Le thème du jeu comme pratique sociale et de la vie humaine comme comédie domine visiblement dans le roman. Le protagoniste y interprète différents rôles et, comme l'acteur, il vit des regards du public. «Vous êtes en scène, il distribue les rôles »; «Il te maquille à son usage » (Muno, 1988 : 43). Les autres jouent autant, car ne pas avoir de rôle condamne l'homme à l'inexistence « pour-autrui », à un néant social. Mais d'autre côté, faire partie intégrante de son rôle, au point d'être entièrement englouti par lui, détruit l'homme «pour-soi».

Comme son «petit homme seul», Muno tentait perpétuellement de se définir, de se situer par rapport aux autres, dans cette mascarade qu'était à ses yeux la société «cannibale», dont il se sentait beaucoup moins le protagoniste que le spectateur à distance. «Je regarde la comédie que nous sommes tous contraints de nous jouer, le 'divertissement' que nous nous offrons les uns aux autres », avoue le romancier et ajoute plus loin: « Je suis un témoin partial. Mes livres sont des constructions arbitraires empruntés à la réalité » (Andriat, 1982 : 320). Robert Frickx le confirme en constatant que « la vie de Muno, conditionné depuis l'enfance à jouer, selon les circonstances, des personnages différents, à n'être jamais vraiment lui-même, fut à l'image de ses multiples héros, si bien définis par la métaphore du caméléon » (1989 : 41).

Références bibliographiques

1. ANDRIAT, Frank (1880), «Jean Muno: la fantaisie du désespoir», in *Jean Muno*, Cyclope-DEM, Bruxelles, no, 28-29-30, p. 5-18
2. ANDRIAT, Frank (1882), « Jean Muno », in *Cent auteurs. Anthologie de littérature française de Belgique*, Ed. De la Francité, Nivelles, p. 319-323
3. ANDRIAT, Frank (1989), « *Le sourire de Jean Muno* », in *Jean Muno (1924-1988)*, sous la direction de FRICKX R., *L'Âge d'homme*, Lausanne, p. 59-64
4. BRICMANN, Corinne (2003), « *Le joker de Jean Muno, l'art(iste) du (men)songe* », in *Dialogues francophones*, no. 8-9, p. 107-113
5. FRICKX, Robert (1989), « *Jeu de rôles de Jean Muno* », in *Jean Muno (1924-1988)*, sous la direction de FRICKX R., *L'Âge d'homme*, Lausanne, p. 19-42
6. JACQUES, Jean-Louis (1989), «*Le larech, animal métaphysique*», in *Jean Muno (1924-1988)*, sous la direction de FRICKX R., *L'Âge d'homme*, Lausanne, p. 49-52
7. KLÜPPENHOLZ, Heinz, (1993), «*La fonction de l'animal totémique dans l'oeuvre romanesque de Jean Muno*», in *Textyles*, no, 10, p. 165-181
8. LAMBERT, Michel (1988), « *Préface* », in MUNO, J, *Le Joker*, Ed. Labor, Bruxelles, p. 7-11
9. LAROCHE, Daniel (1988), « *Lecture* », in MUNO J, *Le Joker*, Ed. Labor, Bruxelles, p. 163-183
10. MUNO, Jean (1984), *L'Hipparion*, Ed. Jacques Antoine, Bruxelles
11. MUNO, Jean (1985), *Histoires griffues*, *L'Âge de l'homme*, Lausanne
12. MUNO, Jean (1986), *Ripple-Marks*, *L'Âge d'homme*, Lausanne
13. MUNO, Jean (1986), *Histoire exécrationnelle d'un héros brabançon*, Bruxelles, Ed. Jacques Antoine, Bruxelles
14. MUNO, Jean (1988), *Le Joker*, Ed. Labor, Bruxelles

15. MUNO, Jean (1989), Extrait d'une lettre envoyée à Robert Frickx, in *Jean Muno (1924-1988)*, sous la direction de FRICKX R., *L'Âge d'homme*, Lausanne, p. 135-139
16. MUNO, Jean (1988), *Le Joker*, Ed. Labor, Bruxelles
17. RICHTER, Anne (1989), « Le regard de Jean Muno », in *Jean Muno (1924-1988)*, sous la direction de FRICKX R., *L'Âge d'homme*, Lausanne, p. 85-88
18. UTTEBROUCK, Eric (1989), « La métaphore dans *Ripple-Marks* », in *Jean Muno (1924-1988)*, sous la direction de FRICKX R., *L'Âge d'homme*, Lausanne, p. 53-58

LE «REGARD PERSAN»¹

Petruța SPÂNU

Université «Alexandru Ioan Cuza» de Iași

La fiction de l'étranger s'accompagne d'habitude, dans le roman du XVIII^e siècle, du voyage réel ou imaginaire dans un espace réel ou imaginaire. Le XVIII^e siècle découvre avec enchantement la promenade et le voyage, qui deviennent parfois de la « dromomanie » (Régis, 1910), c'est-à-dire une *impulsion* irrésistible à marcher ou à courir, parfois pathologique.

Dans les *Lettres persanes* (1721) de Montesquieu, deux « étrangers-symboles » (Hazard, 1935, v. I: 16), exotiques et imaginaires, se promènent dans un espace réel. Le monde des conventions orientales voyage vers la France. Un grand seigneur persan, Usbek², et son ami Rica³, quittent leur pays en 1711 – et implicitement leur sérail (qu'ils perçoivent comme une prison?) – et voyagent vers l'Europe, en se fixant quelques années à Paris, pour découvrir et comprendre l'Occident. Ils communiquent leurs impressions dans les lettres qu'ils envoient à leurs amis d'Ispahan ou d'Europe, et reçoivent aussi des messages de leurs correspondants, en tout 161 lettres. Ils confrontent les mœurs nouvelles, les décors, la vie quotidienne et les types sociaux à leur propre monde. Cette société inconnue leur révèle graduellement ses secrets. « À la fin du

¹ Sarah Yalda, *Regard persan* (2007). Sarah, l'héroïne du livre, déchiffre l'Iran contemporain, et saute de la case « Occident » à la case « Orient » en se demandant, comme les Parisiens de Montesquieu au XVIII^e siècle: « Comment peut-on être Persan? »

² Selon Pierre Martino (1906: 291), Montesquieu aurait emprunté ce nom à un personnage des *Mille et un jours*, contes persans (1710-1712) de François Pétis de la Croix. Mais il peut aussi être le nom générique d'un peuple de race tartare résidant au nord-est de la Perse (Usbekistan).

³ Du verbe « ricaner »: rire à demi de façon méprisante, sarcastique, ou de façon stupide, sans motif ou par gêne (*Le Petit Robert*, version électronique).

livre ils sont transformés » (Dantzig, 2005 : 554): ces observateurs étrangers se muent insensiblement en moralistes, sociologues et philosophes. Leurs certitudes orientales, symbolisées par l'ordre rigoureux et voluptueux du harem, s'effondrent. Quand Usbek se décide à revenir à Ispahan à l'annonce du suicide de Roxane, sa sultane favorite, et du « désordre » (lettre LXIII) du sérail, il n'est plus le despote cherchant vengeance, mais un « exilé » (Pomeau, in Adam, 1967 : 325), un philosophe déchiré entre deux mondes et n'appartenant plus à aucun d'eux.

L'enquête en Occident d'un voyageur étranger n'était pas neuve en littérature. L'« étrangéromanie » (Mornet, 1973 : 30) était à la mode au XVIII^e siècle, favorisée par les relations commerciales, coloniales et politiques, les ambassades françaises en Orient ou orientales en France, les missions religieuses et les récits des voyageurs qui avaient parcouru l'Asie, de la Turquie à la Chine, comme l'historien genevois Giovanni-Paolo Marana, le chevalier Jean Chardin, Jean-Baptiste Tavernier et autres. Leurs ouvrages avaient créé le type de l'observateur oriental et le cadre de la fausse relation à intentions morales et satiriques.

Deux mondes, Paris et Ispahan, l'Occident et l'Orient, s'affrontent dans le roman, reliés par la personnalité inquiète d'Usbek. Ce parallèle constant est rendu visible et explicite dans ses lettres où il propose des antithèses multiples et des rapprochements polémiques entre le despotisme oriental et le gouvernement de Louis XIV, entre l'eunuque et le prêtre, entre l'esclave orientale et la femme européenne, entre l'ordre fallacieux du sérail et le bonheur vertueux des seconds Troglodytes, etc.

La réalité européenne est vue et jugée par l'intermédiaire des étrangers faussement naïfs, messagers d'un espace géographique et culturel autre, porteurs d'une vision différente sur la civilisation, les lois, la justice, le gouvernement. Transplantés dans un autre univers, les Persans doivent paraître, du moins au début, pleins d'ignorance et de préjugés, exprimant des pensées singulières. La démystification par dépaysement, le renversement de perspective qu'ils opèrent, et

dont la conséquence essentielle est une leçon de relativisme, de scepticisme et de tolérance (sous d'autres cieux, apparences et noms, on retrouve les mêmes ridicules et des absurdités pareilles), peuvent porter le nom de « révolution sociologique »:

« J'appelle ici révolution sociologique la démarche de l'esprit qui consiste à se feindre étranger à la société où l'on vit, à la regarder du dehors et comme si on la voyait pour la première fois. L'examinant alors comme on le ferait d'une société d'Indiens ou de Papous, il faut se retenir sans cesse d'en trouver naturels les usages et les lois [...]. En inventant ces Persans qui viennent à Paris, Montesquieu invite tous les Parisiens à voir leur ville et leur vie comme ils auraient vu Ispahan et la vie des Persans. »

(Caillois, in Montesquieu, 1949 : V-VI¹)

Les institutions, les habitudes, les mœurs auxquelles les Parisiens sont accoutumés et qu'ils ne pourraient peut-être pas imaginer autrement sont vues comme inhabituelles, étranges et extraordinaires. Ils apprennent à les juger, à les dénoncer et même à se « désolidariser » (Caillois in *Ibidem*, V) de la société qui les contient. Ils réfléchissent sur la relativité des usages humains et sur la légitimité fragile de leurs propres habitudes.

L'étonnement des Persans oblige les Français à s'étonner à leur tour de leurs usages, coutumes et croyances. La société de la Régence est un monde de masques, que Montesquieu fait tomber par l'entrée à Paris des Persans, personnages masqués eux aussi.

« Le travesti persan de Rica et d'Usbek sert, en quelque façon, de "réactif": une sorte de contagion fait que les faux Persans propagent le sentiment du *faux* (Starobinski: 1953 : 62). » La société française se défend contre les Persans en les appelant des « extravagants ». « Comment peut-on être Persan? »

À cet étonnement Rica pourrait riposter par « Comment peut-on être Français? (Hollier, 1993 : 1020-1027) » et même par « Comment peut-on être ce que l'on est? (Valéry, 1930 : 66) » La célèbre lettre XXX, qui finit par cette question emblématique du livre, oppose deux types de préjugés, ceux de l'étranger et ceux des

¹ Repris dans Caillois, 1978: 92-93.

autochtones devant celui-ci. Ses premières lettres de France adressées à des amis dont on ne sait pas où et quand il les a connus, racontent ses impressions de touriste fraîchement débarqué à Paris, et ont l'allure d'un reportage pittoresque et d'une chronique de mœurs. Son intérêt d'homme en voyage se dirige d'abord inévitablement vers la ville et ses habitants qui l'étourdissent:

« Paris est aussi grand qu'Ispahan: les maisons y sont si hautes, qu'on jugerait qu'elles ne sont habitées que par des astrologues. Tu juges bien qu'une ville bâtie en l'air, qui a six ou sept maisons les unes sur les autres, est extrêmement peuplée; et que, quand tout le monde est descendu dans la rue, il s'y fait un bel embarras.

» Tu ne le croirais pas peut-être; depuis un mois que je suis ici, je n'y ai encore vu marcher personne. Il n'y a point de gens au monde qui tirent mieux parti de leur machine que les Français: ils courent; ils volent. Les voitures lentes d'Asie, le pas réglé de nos chameaux les feraient tomber en syncope. » (Montesquieu, 1973 : XXIV, 90)

Les Persans abordent Paris en étrangers, c'est-à-dire en spectateurs, caractérisés par l'« incompréhension » (Bakhtine, 1978 : 305 sqq), et utilisent le procédé de la « distanciation, si cher aux formalistes russes et à Brecht » (Todorov; 1989 : 389). L'état d'esprit dominant des Persans est une curiosité ouverte à toutes les étrangetés, dont ils s'étonnent sincèrement ou avec fausse naïveté, disposés à les étudier et à les comprendre sans parti pris, mais avec l'intention d'utiliser les connaissances ainsi acquises pour avoir une idée plus juste des particularités de l'esprit humain.

C'est de ce regard extérieur que naît l'efficacité satirique de leur étonnement. À ce regard étranger, Paris oppose un regard également curieux et étonné: le monde aux fenêtres, les jumelles au théâtre, le murmure bavard et médisant dans les rues ou dans les salons où Rica est le centre d'attention de tous (lettre XXX).

Le passage de l'étonnement à la compréhension et à l'adaptation se fait avant tout par l'égalisation des objets des deux espaces: celui d'origine et celui de leur implantation temporaire. Les Persans sont entourés du même inventaire d'objets, objets

indifférents à l'écoulement du temps ou au déplacement spatial: le contraste entre Paris et Ispahan, par exemple, apparaît entre un terme et le même terme au comparatif d'égalité – Paris est une sorte d'Ispahan, « aussi grand qu'Ispahan » (lettre XXIV), les hauts bâtiments parisiens sont des entassements de maisons persanes superposées (*ibidem*), Venise est une agglomération de « tours et [de] mosquées sort[ant] de dessous l'eau » (lettre XXXI)¹ –, ou grâce à la dénomination des réalités nouvelles par des termes connus (le prêtre catholique est un *dervis*, l'église – une mosquée), ou par des périphrases (le chapelet, ce sont « de petits grains de bois », lettre XXIX).

À mesure que les voyageurs persans comprennent que le monde nouveau bizarre et troublant qu'ils parcourent vaut leur attention, le centre d'intérêt se déplace de l'Orient vers l'Occident.

Paris et la France constituent l'objectif central d'investigation des deux voyageurs. Mais leur ambition descriptive et leur curiosité sociologique s'étendent sur une aire plus vaste: l'Espagne, le Portugal, l'Italie, la Russie. Pour ne pas leur faire perdre le temps d'analyse qu'ils consacrent à Paris, les Persans introduisent, dans leur correspondance, Nargum l'« envoyé de Perse en Moscovie » (lettres LI et LXXXI) et Rhédi de Venise (lettres XXXI, CV, CXII, CXXXI). Pour présenter l'Espagne, Rica reproduit une lettre appartenant à un Français qui avait voyagé dans ce pays (LXXVIII). Quant aux détails qui se rapportent à l'Empire ottoman, ils sont pris de source directe, car celui-ci figure sur la route reliant la Perse à la France.

Ce qu'Usbek écrit à ses Persans est parfois inutile pour eux. Dans la lettre II, par exemple, il rappelle à son premier eunuque noir ses attributions que celui-ci est censé connaître. La lettre n'est donc qu'un stratagème destiné au lecteur européen, à qui elle veut expliquer la situation du harem. Dans la lettre XXVI, Usbek décrit longuement à Roxane des détails de leurs rapports intimes, superflus pour la destinataire, mais importants pour le lecteur, qui peut ainsi

¹ Montesquieu; 1973: 105.

connaître la différence entre les mœurs des femmes en Orient et en Occident. Ces messages ne sont donc pas adressés à leurs destinataires avoués, mais à des intercepteurs possibles, aux « lecteurs indiscrets » et « intrus » (Rousset, 1983 : 91-92).

L'ignorance des Persans vis-à-vis de l'Europe est aussi feinte. Rica dit à Ibben, dans la lettre XXIV:

« Ne crois pas que je puisse, quant à présent, te parler à fond des mœurs et des coutumes européennes: je n'en ai moi-même qu'une légère idée, et je n'ai eu à peine que le temps de m'étonner. » (Montesquieu, 1973 : XXIV, 91).

Mais il passe immédiatement à des considérations sur la richesse du roi de France, sur celle du roi d'Espagne, sur la suprématie du Pape, ce grand « magicien », se moque de l'eucharistie, constate ironiquement la révolte des femmes vis-à-vis de la bulle Unigenitus¹, etc. Rica déclare donc ne rien savoir, s'émerveille de tout ce qu'il voit, mais fait des remarques judicieuses. L'étranger n'est qu'une apparence ironique, au-delà de laquelle Montesquieu parle de la séparation des pouvoirs dans l'État, fait l'éloge des lois, ridiculise l'omniscience de la divinité, plaide pour la tolérance religieuse, raille les théories mystiques sur la naissance du cosmos. On explique les choses au lecteur comme à un Persan qui s'étonne de l'Université de Paris, « la fille aînée des rois de France, et très aînée; car elle a plus de neuf cents ans: aussi rêve-t-elle quelquefois » (Montesquieu, 1973 : CIX, 250); de l'Académie, sorte de tribunal qui respecte les décisions des autres tribunaux; et de l'« irrégion » des chrétiens, dans un portrait à la Voltaire:

« Je crois l'immortalité de l'âme par semestre; mes opinions dépendent absolument de la constitution de mon corps [...]. Je sais bien empêcher la religion

¹ Bulle par laquelle le pape Clément XI condamna le jansénisme le 8 septembre 1713. Elle fut nommée ainsi par ses premiers mots en latin « Unigenitus Dei filius », c'est-à-dire « le fils unique engendré par Dieu ». Contestée par plusieurs prélats, mais transformée en loi, elle fut, pendant toute la première moitié du siècle, le sujet d'une lutte acharnée entre les jansénistes du clergé ou du Parlement et les jésuites.

de m'affliger quand je me porte bien; mais je lui permets de me consoler quand je suis malade: lorsque je n'ai plus rien à espérer d'un côté, la religion se présente, et me gagne par ses promesses; je veux bien m'y livrer, et mourir du côté de l'espérance. » (Montesquieu, 1973 : LXXV, 190)

En tant qu'espace, la ville – Paris – est réduite à une pure convention. Elle n'est pas organisée visuellement, comme proportions et comme couleurs, comme faits palpables, mais comme amoncellement d'objets qui n'ont pas d'existence individuelle concrète. L'effacement du visuel justifie et favorise le commentaire des mœurs et le ton moralisateur. Seuls intéressent la mentalité et les types de rapports humains qui s'y manifestent, le système de gouvernement, législatif ou religieux. La ville devient le théâtre où se révèlent les mécanismes de la machine sociale, l'emblème d'une civilisation soumise à l'enquête de l'œil étranger.

Rica, auquel revient le plus considérable des seconds rôles, remplit trois fonctions dans le roman: il met en relief, par contraste, la gravité d'Usbek, en manifestant une attitude plus superficielle devant le spectacle du monde; il égaie l'image de la France que les Persans communiquent à leurs amis; il présente la situation concrète des milieux sociaux qui alimentent la pensée d'Usbek. Malicieux, badin, spirituel, il brosse des scènes amusantes de la vie parisienne et de la civilisation française. Rica n'est pas impliqué, comme Usbek, dans l'intrigue romanesque. Ce n'est qu'un compagnon de voyage et un instrument d'investigation.

Par des moyens qui nous restent inconnus, Rica cesse d'être un simple touriste philosophique et mondain qui voit d'abord la ville du dehors, de la rue, où il est bousculé par des passants et éclaboussé par les voitures. Ensuite, à l'opéra et au théâtre, il assiste à deux spectacles, celui joué sur la scène et celui mimé dans les loges par le public. Enfin, il devient un habitué des salons et peut donc connaître la haute société de son intérieur. Les Parisiens, vus de cette perspective, lui semblent des spécimens curieux. Observateur pénétrant et moraliste ironique, la galerie de *caractères* et de traits de *mœurs* qu'il présente est abondante et couverte de ridicule, comme si

tout l'Occident n'était qu'une caricature, qu'une antithèse de l'Orient, la *nature* opposée à l'*ant nature*: le poète, le « nouvelliste », le savant, le magistrat, l'alchimiste, l'officier. Dans le monde des grands, le seigneur hautain rappelle le Giton (le riche) de La Bruyère par sa manière de prendre du tabac, de cracher, de se moucher, de caresser son chien, et, dans le monde de l'Église, le directeur de conscience vêtu de noir et le teint fleuri est un nouvel Onuphre (l'hypocrite).

Rica est sévère aux femmes, coquettes, infidèles et rusées, adonnées, comme presque tout le monde à cette époque-là, nobles et roturiers également (Saint-Germain; 1965 : 309-314; Dunkley: 1985), à la frénésie des jeux de hasard (devenus une grave préoccupation sociale et morale), « pour favoriser une passion plus chère » (Montesquieu, 1973 : LVI, 150) lorsqu'elles sont encore jeunes, et pour remplir le vide de cette passion, lorsqu'elles se sentent vieillir. Infiltrées partout, elles gouvernent la France et corrompent la Cour. Rica est aussi implacable pour les hommes qui parviennent par les femmes.

À la différence d'Usbek, « individu *bifrons* »¹ qui s'éloigne tant de l'Orient que de l'Occident, Rica est assimilé peu à peu à son pays d'adoption temporaire et devient presque un sujet français, sans cesser pour autant d'être l'observateur lucide et ironique du spectacle qu'il continue à interpréter et à commenter. Mais à mesure que la distance entre lui et son objet d'étude diminue, le ridicule perd de son acuité: la « révolution sociologique » s'éteint pour lui. L'être persan se superpose à celui européen.

L'expérience et les acquisitions européennes qu'Usbek paie du désastre de son sérail ont fait de lui un « cosmopolite »², mais aussi un étranger désorienté, dérouté, séparé par un abîme des siens et de

¹ Starobinski, in Montesquieu, 1973: 27.

² Sous la forme « cosmopolitain », le terme circulait au XVI^e siècle, figurait dans l'édition de 1721 du *Dictionnaire* des Jésuites de Trévoux, était admis en 1726 dans le *Dictionnaire* de l'Académie Française et en comportait déjà des connotations péjoratives. Dans sa comédie des *Philosophes* (1760), qui fut un énorme succès de scandale dirigé contre le « parti philosophique », Palissot affirmait: « Le vrai sage est un cosmopolite. »

lui-même. Par ses déchirements, il « traduit les ambiguïtés d'une époque » (Goulemot; 1975, v. III : 222).

Par la fiction de l'étranger, Montesquieu joint la description des faits à leur commentaire. Les Persans sont une sorte de caméras du XVIII^e siècle qui, au lieu de filmer lieux et gens, enregistrent mœurs et idées. Les *Lettres persanes* « signalent l'apparition d'une conscience nouvelle de l'autre. » (Creech, 1993 : 394)

Références bibliographiques

1. ADAM, Antoine (sous la direction de) (1967), *Littérature française*, t. I, Paris, Éditions Larousse
2. BAKHTINE, M. (1978), « Fonctions du fripon, du bouffon et du sot », in *Esthétique et théorie du roman*, tr. fr., Paris, Éditions Gallimard, pp. 305-312
3. CREECH, James (1993), « Altérités », in HOLLIER Denis (sous la direction de), *De la littérature française*, Paris, Éditions Bordas, p. 394-399
4. DANTZIG, Charles (2005), « Montesquieu », in *Dictionnaire égoïste de la littérature française*, Paris, Éditions Grasset, pp. 553-557
5. DUNKLEY, John (1985), « Gambling: a Social and Moral Problem in France (1685-1792) », in *Studies on Voltaire and the Eighteenth Century*, Oxford, The Voltaire Foundation at the Taylor Institution, vol. 235
6. GOULEMOT, Jean-Louis (1975), « Montesquieu », in *Manuel d'histoire littéraire de la France*, t. III (1715-1789), par un collectif sous la direction de Pierre Abraham et de Roland Desné, Paris, Éditions Sociales
7. HAZARD, Paul (1935), *La crise de la conscience européenne (1680-1715)*, 2 vol., Paris, Éditions Boivin & C^{ie}

8. HOLLIER, Denis (1993), « Comment peut-on être Français? », in *Dictionnaire égoïste de la littérature française*, Paris, Éditions Grasset, p. 1020-1027
9. MARTINO, Pierre (1906), *L'Orient dans la littérature française*, Paris, Éditions Hachette
10. MONTESQUIEU (1949), *Œuvres complètes*, préface, vie de Montesquieu, bibliographie et notes par Roger Caillois, 2 vol., Paris, NRF, Éditions Gallimard, collection Bibliothèque de la Pléiade; préface reprise dans CAILLOIS, Roger (1978), *Rencontres*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 80-136
11. MONTESQUIEU (1973), *Lettres persanes*, édition établie et présentée par Jean Starobinski, Paris, Éditions Gallimard
12. MORNET, Daniel (1973), *La pensée française au XVIII^e siècle*, Paris, Éditions Armand Colin, collection U 2 (I^{re} éd. 1926)
13. RÉGIS, Emmanuel (1910), *La dromomanie de Jean-Jacques Rousseau*, Paris, Société française d'imprimerie et de librairie
14. ROUSSET, Jean (1983), « Les lecteurs indiscrets », in *Laclos et le libertinage (1782-1982)*, Actes du Colloque de Chantilly, Paris, Presses Universitaires de France
15. SAINT-GERMAIN, Jacques (1965), *La vie quotidienne en France à la fin du grand siècle*, d'après les archives, en partie inédites, du lieutenant général de police Marc-René d'Argenson, Paris, Éditions Hachette
16. STAROBINSKI, Jean (1953), *Montesquieu par lui-même*, Paris, Éditions du Seuil, collection Écrivains de toujours
17. TODOROV, Tzvetan (1989), *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*, Paris, Éditions du Seuil
18. VALÉRY, Paul (1930), « Préface aux *Lettres persanes* », in *Variété II*, Paris, Éditions Gallimard
19. YALDA, Sarah (2007), *Regard persan*, Paris, Éditions Grasset

LE PORTRAIT D'UN CARTHAGINOIS

Alexandra CIOCĂRLIE

Institut d'Histoire et de Théorie Littéraire «G.Călinescu» Bucarest

Redoutable puissance maritime qui dominait l'espace méditerranéen, adversaire direct de Rome, contre laquelle elle a mené trois campagnes militaires longues et violentes, Carthage a acquis une dimension légendaire dans les écrits latins. La cité punique a suscité à la fois le mépris et la haine de ses ennemis et a exercé sur eux une véritable fascination. Les richesses qu'elle avait accumulées quand Rome ne faisait que commencer son ascension, l'extravagance des mœurs orientales, mais aussi l'aspect physique de ces étrangers tatoués et maquillés, vêtus d'habits vivement colorés, amateurs de parfums et de bijoux, l'audace de la stratégie militaire de ces descendants des Phéniciens, ainsi que la bizarrerie de leurs moyens de combat (les éléphants, par exemple), l'exotisme de leur religion sémitique, la pratique sanglante des sacrifices humains – tout cela a fortement frappé l'imaginaire romain.

La crédibilité des sources romaines sur le monde punique est, naturellement, discutable. D'après Maurice Sznycer (2005 : 207-220), même lorsque les auteurs latins sont de bonne foi, leur perception sur les Carthaginois est le plus souvent extérieure. Les Latins sont frappés par l'insolite pittoresque et exotique du peuple africain, mais ils restent incapables de s'expliquer une civilisation étrange, fabuleuse et barbare, fondamentalement différente de la leur. En dépit des rares nuances admiratives, la plupart des écrits latins laissent entrevoir la haine ou le sentiment, plus ou moins camouflé, de leur propre supériorité raciale et culturelle vis-à-vis des Carthaginois perçus plutôt comme des sauvages. Le modèle idéologique, transmis par les auteurs classiques, généralement tributaire à la nécessité de propagande, de justifier les actions de Rome à l'égard des ennemis, envisage souvent Carthage comme une

civilisation inférieure et oppose d'une manière manichéenne les Romains bons aux Carthaginois méchants par nature.

Quelle que soit l'exactitude des informations fournies par les écrivains latins, Carthage a toujours intéressé les Romains. Les œuvres des historiens – celle de Tite Live tout d'abord – qui, en principe, présentent les événements objectivement, n'offrent pas nécessairement un élément de contraste par rapport aux créations purement littéraires. Elles ont contribué, à leur tour, à la création de l'image de l'univers carthaginois. De toute façon, on retrouve chez les hommes de lettres, dans des proportions diverses, un mélange d'histoire et de fiction dans la représentation de cet univers. Les Romains semblent avoir défini leur conception de l'existence par rapport à la manière d'être des Carthaginois, qui ont représenté, longtemps, la menace la plus grave pour les ambitions hégémoniques de l'État romain.

En regardant leurs ennemis avec appréhension, admiration, étonnement ou mépris, les Romains se contemplent implicitement eux-mêmes, tels qu'ils sont ou tels qu'ils voudraient être. L'existence de ces étrangers auxquels ils résistent et qu'ils finissent par vaincre, canalise l'énergie des Romains, les détermine à devenir conscients de leur mission historique et les contraint à se définir eux-mêmes par rapport aux autres et à leur propre idéal. Envisagés du point de vue latin, les Carthaginois représentent l'Orient fastueux, éclatant et lascif dont ils sont originaires, tandis que les Romains incarnent les vertus austères et viriles de l'Occident. Les Carthaginois sont orgueilleux, perfides et cruels, tandis que les Romains sont fidèles à leurs engagements et agissent toujours dans un esprit de justice; les Carthaginois appartiennent à un univers barbare, les Romains - au monde civilisé, les Carthaginois représentent une force obscure et irrationnelle, les Romains – l'ordre et la clarté. Puissance du mal, symbole de la corruption, de l'immoralité et de la violence, Carthage tend à se constituer en une anti-Rome.

Aux yeux de leurs adversaires romains, les Carthaginois sont des barbares par définition. Selon Dauge (1981 : 413-449),

conformément à la conception romaine, l'essence de la barbarie – dominée par l'irrationalité, la négativité et l'échec de l'activité humaine – réside dans la réunion de certains traits spécifiques. Il s'agit de *feritas*, la sauvagerie passive de l'inculture ou la sauvagerie active de la violence; *ferocia*, le dynamisme mal orienté comme expression de la soif aveugle de puissance et de domination; *belli furror*, la propension à la guerre comme fin en soi, doublée de l'incapacité de vivre pacifiquement; *discordia*, le désordre, l'incohérence, le refus d'accepter les lois; *vanitas*, le règne de l'illusion et de la stérilité supposant l'imposture, la fausseté et la faiblesse, la fascination de l'excès et du luxe ou le déchaînement des passions. La barbarie implique surtout l'association des termes opposés et complémentaires, *feritas*, signifiant l'incapacité ou le refus d'évoluer, et *vanitas*, représentant l'exclusion de la vérité et l'inconsistance de l'individu. Barbares par excellence, les Carthaginois portent toutes ces marques de l'infériorité. En revanche, la romanité, telle qu'elle est conçue par ses représentants, consiste en le rassemblement des qualités spécifiques aux êtres supérieurs: *humanitas*, l'excellence humaine en soi, mais aussi dans les rapports avec autrui; *constantia*, l'équilibre et la stabilité de la personne, la fermeté de l'esprit centré sur soi; *continentia*, *temperantia*, la modération et la conduite rationnelle; *fortitudo*, *firmitas*, le courage lucide et la fermeté; *iustitia*, *aequitas*, l'ordre social, mais aussi l'équilibre intérieur. Au jugement de Dauge, les qualités romaines constituent le contraire des défauts barbares, du moment où *humanitas* correspond sous un angle antithétique à *feritas* et *constantia* à *vanitas*. La polarité *humanitas* - *constantia* est le revers de l'association *feritas* - *vanitas*. De la même façon, la maîtrise de soi (*continentia*) s'oppose à l'élan incontrôlé (*ferocia*), la fermeté inébranlable (*fortitudo*) à la fureur guerrière (*belli furror*), l'ordre et l'égalité d'âme (*iustitia*, *aequitas*) à l'impulsion anarchique et chaotique (*discordia*). Les Romains se définissent eux-mêmes comme des êtres civilisés par contraste avec ceux qu'ils tiennent pour des barbares inférieurs, parmi ces derniers se trouvant, en représentants exemplaires, les Carthaginois.

Suivant l'opinion de Dubuisson (1983 : 165-167), dans la littérature latine les Carthaginois, d'origine asiatique, mais métissés avec les Africains sauvages, ont une image négative contradictoire: ils réunissent les défauts spécifiques aux peuples trop civilisés chez lesquels l'excès de raffinement étouffe le sens moral et, d'autre part, les défauts caractéristiques aux peuples dont le niveau de civilisation est bas et qui sont incapables de maîtriser leurs pulsions primaires. Quant à Devallet (1996 : 17-18), il considère que les trois défauts majeurs imputés traditionnellement aux Carthaginois par leurs ennemis sont *perfidia*, c'est-à-dire l'irrespect de la parole donnée, *crudelitas*, la violence immotivée, et *calliditas*, l'habileté au mal. Ces traits négatifs sont opposés aux vertus romaines essentielles, *fides*, *humanitas* et *felicitas*, et la réunion des trois vices confère aux Carthaginois le rang d'antagonistes absolus des Romains.

Cependant, les deux camps – représentés souvent par un couple exemplaire, tel que celui des grands commandants Hannibal et Scipion – ne forment pas une simple antinomie. Le tableau n'est pas peint uniquement en noir et blanc, d'autant plus que la reconnaissance des qualités de l'adversaire vaincu peut rehausser les mérites propres. L'art latin reflète la complexité des rapports établis entre les Romains et leur ennemi odieux, mais qui exerce une fascination incontestable sur leur esprit.

Il semble que le premier portrait substantiel d'un Carthaginois dans la littérature latine soit dû à Plaute. La pièce, *Poenulus*, fut écrite, selon toute vraisemblance, entre 191 et 189 av. J. -C., après la fin de la seconde guerre punique, mais du vivant d'Hannibal (Starks, 2000 : 163-186)¹. La pièce de Plaute est bien de cette époque où le débat sur le sort réservé à Carthage occupait les esprits, un débat qui avait germé pendant la période de reprise économique de la cité africaine consécutive à la guerre. Le public, aux rangs duquel se retrouvaient probablement pas mal de parents des combattants de Cannae ou de Zama, se voit offrir une comédie des attentes

¹ Starks fait reposer sa datation sur les allusions contenues dans la pièce concernant le règne d'Antiochus et l'abrogation de la loi Oppia.

renversées: le protagoniste, représentant des ennemis héréditaires de Rome, n'est pas un personnage tout en noir, il bénéficie de la bienveillance amusée de l'auteur, voire de sa sympathie. Plaute décrit la figure du père qui recherche ses filles: enlevées encore enfants à Carthage, celles-ci allaient être vendues par la suite à un *leno*. Il prête à ce personnage les traits traditionnels d'un *senex lepidus* ou d'un *pater pius* de la comédie *palliata* qui l'apparentent à un Periplectomenus (*Miles gloriosus*), à un Daemones (*Rudens*) ou à un Hegio (*Captivi*). En plus, Hanno est un personnage ambivalent que l'on charge des défauts traditionnellement imputables à sa race, mais à qui on ne refuse pas de réelles qualités telles l'amour de la famille ou la piété. Les deux séries d'appellatifs employés dans la pièce confirment la double perspective dont bénéficie la descendance de Didon: en parlant d'eux-mêmes, Hanno, la nourrice et les jeunes enlevés à Carthage s'attribuent la désignation civique neutre de „carthaginois” alors que l'esclave Milphio ou le soldat Antamoenides utilisent à leur encontre le qualificatif ethnique connoté négativement de „*Poenus*” présent d'ailleurs dans le titre sous sa forme diminutive dépréciative (Franko, 1994 : 154-158).

Le père qui, dans l'espoir de retrouver ses filles, fouille les lieux de perdition de tous les endroits où il échoue est présenté dans le prologue de la pièce comme le type même du Carthaginois: ingénieux et dissimulé, il cache ses compétences de polyglotte pour arriver à ses fins (112-113). Hanno fait son entrée assez tard et débute par une tirade en langue punique qui mêle gutturales et aspirées malsonnantes aux oreilles des Romains.

Apparition exotique avec ses traits sémitiques, ses larges vêtements et ses boucles d'oreilles coutumières parmi les Carthaginois, il sera ridiculisé par l'esclave Milphio (975-976¹; 981). Par la suite, le soldat Antamoenides dénoncera dans la tenue lascive du Carthaginois le penchant de son peuple à la luxure (1298; 1303). Irrité par la présence de Hanno qui tourne autour de la jeune fille

¹ Le mépris de Milphio que suscitent les vêtements insolites du Carthaginois s'exprime également dans les vers 1008-1009 et 1121.

qu'il convoitait lui-même¹, le militaire l'agonit d'injures en s'en prenant à son physique de dégénéré, voire à l'odeur d'ail et d'oignon qu'empeste son rival supposé (1309-1314). Le discours, la physionomie, l'attitude et les vêtements du Carthaginois qui doit pratiquer – comme tous ses compatriotes – le commerce, ce métier louche (1016), donnent prise à un déferlement de lieux communs xénophobes primaires proférés par des personnages chez qui les préjugés ethniques sont usuels. Le portrait qui en résulte est plein de vie, haut en couleurs, le personnage né en terres africaines, grossièrement caricaturé, se détache parmi les autres protagonistes de la pièce qui, eux, sont traités selon l'habituelle typologie comique, sans plus.

Nombre des insultes dont on couvre Hanno prennent leur source dans des malentendus et des jugements hâtifs venus d'individus incapables de distinguer entre ce qui est amusant et ce qui est réprobateur. Si l'aspect du personnage suscite les quolibets, son caractère peut agacer ceux qui se contentent d'un jugement superficiel. La prudence est de mise avant de connaître les intentions de ses interlocuteurs et Hanno, qui débarque en terre étrangère, est enclin à adapter son discours au comportement de ceux-ci (983-984). Il préfère commencer par parler le carthaginois que Milphio se vante de posséder à la perfection et ce n'est que lorsque les fausses traductions de ce dernier prennent une allure carrément malveillante qu'il se décide à avouer connaître le latin. Furieux, l'esclave se répand en imprécations et l'accuse sur le champ de duplicité, de ruse et de mauvaises intentions – les coutumières accusations portées contre les Carthaginois (1032-1034). Calmé par l'intervention de son maître, Milphio va demander plus tard l'aide de Hanno pour tendre un piège au *leno*. Le Carthaginois n'hésite pas à accepter, il est prêt à duper ses ennemis tout en s'empressant de préciser que le même traitement appliqué à ses proches serait pure aberration (1089-1090).

¹ Une interprétation excessive, à notre avis, de G. Franko (1995: 250-252), décele dans le comportement de Hanno qui aborde ses filles comme un client, l'insinuation d'un désir incestueux.

Ignorant que la déclaration selon laquelle les filles de Hanno avaient été enlevées – stratagème inventé pour obtenir leur affranchissement – correspond à la vérité, l’esclave passe outre l’émotion authentique du Carthaginois qu’il taxe de simulation et admire son soi-disant don pour la mystification (1106-1110; 1125-1126). Qu’il s’en offusque ou qu’il l’apprécie, Milphio estime que le propre du Carthaginois est son penchant natif à la tromperie.

L’habileté et l’esprit éveillé de Hanno – qu’il semble avoir transmis à sa fille (1198) – se manifestent à plusieurs reprises dans sa compétence juridique. Avant de dévoiler son identité réelle, il met ses filles à l’épreuve avec une ingéniosité qu’il admire lui-même (1223). Il leur fait savoir qu’il pourrait les traduire en justice pour lui avoir volé et caché longtemps les enfants (1225, 1229, 1232). Si cette menace n’est qu’une farce innocente destinée à prolonger ne serait-ce qu’un moment le suspens, celle qu’il adresse au *leno* s’avère décisive pour l’heureux dénouement de la pièce. Parfaitement initié aux secrets des lois romaines – valables aussi, paradoxalement, à Calydon, où se situe l’action de la pièce –, le Carthaginois évalue le type d’action en justice propre à lui apporter les meilleures chances de réussite (1337). Hanno formule une *vindicatio in libertatem* à l’encontre de celui qui a retenu en captivité ses filles bien que celles-ci fussent de condition libre (1343-1346). La perspective du procès décide le coupable à renoncer à la possession abusive des filles de Hanno et à les rendre à leur père lequel était en fait assez prudent pour ne pas risquer une action en justice dont l’issue pouvait se révéler incertaine en terre étrangère (1403-1404). Si le Carthaginois triomphe c’est grâce à son ingéniosité innée, à la maîtrise des lois, qualité particulièrement prisée par les Romains.

Hanno est généreux: non seulement il est prêt à céder à son neveu retrouvé une part importante de sa fortune (1080-1085), mais il ne fait pas de difficulté pour passer l’éponge sur les insultes que l’esclave Milphio et le soldat Antamoénides avaient fait pleuvoir sur lui. Eu égard à la solide mauvaise renommée dont les Carthaginois jouissaient par tradition aux yeux des Romains, ce qui surprend le plus chez ce personnage c’est sa remarquable piété, vertu romaine

par excellence. Dès son entrée, il implore la faveur des divinités locales pour l'aider à retrouver ses filles (950-954). La nourrice Gidenis loue sa dévotion apte à leur apporter le salut (1137-1138). Hanno invoque surtout la protection du dieu suprême (1163-1164) et se montre confiant que Jupiter saura récompenser son infatigable piété (1187-1190). Ayant retrouvé ses filles, Hanno réaffirme devant elles avec une force accrue sa conviction que les dieux assistent les croyants. Les termes dans lesquels il exprime cette conviction ne sont pas sans rappeler la formule contractuelle romaine *do ut des* (1254-1255). Sa prière finale de remerciement se trouve raffermie par la déclaration de la jeune Adelphasium qui, à l'instar de la nourrice, reconnaît que sa soeur et elle-même doivent avoir été sauvées grâce à la dévotion de leur père (1277). La mise en valeur répétée de cette *pietas* est d'autant plus remarquable que l'orant est issu d'un peuple souvent accusé de parjurer même les serments faits devant les autels et qui inspire l'horreur à cause des sacrifices des enfants¹. Image même de l'amour paternel, Hanno observe scrupuleusement les obligations prises par-devant les dieux. Loin d'être cet impie toujours prêt à défier la divinité sous les traits duquel les Romains voient volontiers les Carthaginois, le héros de Plaute se distingue par sa foi inébranlable, qualité que les descendants d'Enée réclamaient pour eux-mêmes.

Si le prologue nous donne de lui une image assez schématique réduite à la mention de sa duplicité innée, s'il se fait insulter, à maintes reprises, par le reste des comparses suivant les habituels clichés antipuniques, à mesure que l'action se déroule Hanno s'avère un personnage complexe. En dépit de son apparence que les traits physiques et le comportement typique de sa race rendent comique et insolite, il n'est pas un simple fantoche. Certaines de ses particularités ethniques qui passent généralement pour des défauts

¹ Sznycer (2005: 214) pense que pour ce qui est des sacrifices humains imputés aux Carthaginois il s'agit d'un préjugé antique qui, repris par les savants modernes, a perduré. Les inscriptions du VII^e siècle av. J.-C. attestent que les Carthaginois ont très tôt renoncé à ces sacrifices qu'ils ont remplacé par des sacrifices d'animaux de substitution. Le phénomène, issu du développement de la religion punique, ne doit rien à l'influence gréco-romaine.

peuvent servir à l'occasion une bonne cause: sa connaissance des langues étrangères et son habileté juridique l'aident à retrouver sa famille perdue. Qui plus est, son succès n'est pas dû à la roublardise « nationale » mais à une qualité instamment revendiquée par les Romains, à savoir la piété récompensée par la faveur divine. Il est évident que Plaute ne se laisse pas entraîner par les ressentiments nationaux pour faire éclater sa haine de l'ennemi détesté, comme beaucoup de ses compatriotes; il se contente d'exploiter les vertus comiques et expressives d'un personnage qu'il regarde plutôt avec sympathie et admiration.

Références bibliographiques

1. DAUGE, Yves Albert (1981), *Le barbare. Recherche sur la conception romaine de la barbarie et de la civilisation*, Bruxelles
2. DEVALLET, Georges (1996), « *Perfidia plus quam punica*. L'image des Carthaginois dans la littérature latine de la fin de la République à l'époque des Flaviens », *LALIES*, no. 16, p. 17-18
3. DUBUISSON, Michel (1983), « L'image des Carthaginois dans la littérature latine », *Studia phoenicia*, II, Louvain, p. 165-167
4. FRANKO, George (1994), « The use of *Poenus* and *Carthaginiensis* in early latin literature », *Classical Philology*, no. 89, p. 154-158
5. FRANKO, George (1995), « Incest and ridicule in the *Poenulus* of Plautus », *Classical Quarterly*, no. 45, p. 250-252
6. STARKS, John (2000), « *Nullus me est hodie Poenus Poenior*: balanced ethnic humour in Plautus' *Poenulus* », *Helios*, no. 27, p.163-186
7. SZNYCER, Maurice (2005), « Les Phéniciens et les puniques vus à travers les études classiques (gréco-romaines). Le cas de Carthage », *Atti del V congresso internazionale di studi fenici e punici*, Palermo, vol. I, p. 207-220

REGARDS SUR L'AUTRE

Ileana CONSTANTINESCU

Département des Langues Romanes et de Communication en Affaires
ASE Bucarest

Les regards sur l'autre sont toujours bénéfiques pour avoir une source d'inspiration que ce soit dans les domaines littéraire, économique, des affaires, du droit, etc. Le problème est qu'on regarde l'autre sans pouvoir toujours le comprendre s'il s'agit de cultures différentes, de religions différentes, etc. Donc ce qui s'impose c'est de comprendre l'unité par sa diversité. C'est inutile de copier des modèles économiques, des modèles des affaires, l'important est de les comprendre et de les adapter à la société où nous vivons. En ce qui concerne le droit, il s'inspire des traditions de chaque peuple et il évolue ensemble avec la société respective. Du point de vue législatif, l'idéal serait une harmonisation législative totale au cadre de la CEE qui pourrait permettre une solution plus rapide des décisions attaquées à Strasbourg ou au Luxembourg.

En ce qui concerne les regards sur l'autre dans le domaine de la littérature, je propose l'élaboration d'un dictionnaire de la francophonie qui passe en revue les écrivains les plus importants des pays francophones. Pour le Canada, par exemple, la situation se complique un peu car au Québec il y a des écrivains venus de tous les coins du monde et qui doivent être répertoriés en fonction de leur pays d'origine pour que leur œuvre soit mieux comprise, plus facilement analysée tant dans le pays d'origine que dans celui d'adoption, car finalement chacun vit par le regard de l'autre, par l'appréciation de celui-ci. De plus, un pareil dictionnaire pourrait nous laisser déchiffrer quelques caractéristiques de la littérature migrante en fonction du pays d'origine et de celui d'adoption de l'auteur. Un autre dictionnaire de la francophonie pourrait inventorier aussi les types de littérature migrante et les représentants les plus importants.

Evidemment, quand on dit regards sur l'autre, cela suppose aussi peut-être voir un beau jour un dictionnaire avec les écrivains francophones qui ont reçu des prix pour qu'ils soient connus plus vite et présentés par les professeurs de français à leurs élèves ou étudiants dans les classes de français, pour les habituer à regarder et à comprendre les autres par leur diversité qui est très enrichissante. Ce sera une occasion de comprendre les autres par la nouveauté des idées, l'originalité, le talent littéraire, pour comprendre leur réussite.

C'est vrai que pour connaître plus vite diverses attitudes, religions, croyances, etc., ce serait intéressant et utile de voir paraître et pouvoir lire un dictionnaire des personnages les plus importants, des auteurs célèbres de la francophonie. Ce sera une invitation de plus à la tolérance, au respect des autres et en même temps une source d'accès à plusieurs cultures.