

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

Malek KHALDI^{1*}

¹Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Sfax (Tunisie)
Laboratoire de Recherche Langage et Traitement Automatique
(LLTA)

Date de réception
13/08/2024

date d'acceptation
10/07/2025

date de publication
16/12/2025

RESUME

Notre étude porte sur les proverbes en tant que structures stéréotypiques acquises par un sujet parlant grâce à la société où il évolue. L'impact d'une communauté linguistique sur le locuteur est flagrant si bien qu'il acquiert des lexèmes et des phrasèmes distinctifs et constitutifs de sa taxinomie neurolinguistique. En effet, il est question de l'acquisition du langage en général et de l'apprentissage des proverbes en tant qu'entités anthropologiques typiques en particulier. Dès lors, une analyse lexico-syntaxique, rhétorique et pragmatique s'avère indispensable pour identifier le statut grammatical de ces dictons ou adages. De surcroît, nous nous pencherons sur leur valeur d'emploi afin de mettre au point leur fonction perlocutoire. Nous voudrions également les étudier sous une

optique sociétale qui permettrait de détecter certaines convergences et divergences quant aux cultures franco-tunisiennes. Enfin, nous mettrons au clair le processus cognitif qui maintient l'usage de ces expressions figées dans une communauté linguistique.

Mots-clés: proverbe, cognition, savoir commun, schèmes de pensées, agencement collectif.

Popularising and memorising proverbs for a socio-cognitive approach

ABSTRACT

Our study focuses on proverbs as stereotypical structures acquired by a speaker from the society in which he or she lives. The impact of a linguistic community on the speaker is obvious, so much so that he acquires distinctive lexemes and phrasemes that constitute his neurolinguistic taxonomy. In fact, we are talking about language acquisition in general and the learning of proverbs as typical anthropological entities in particular. A lexico-syntactic, rhetorical and pragmatic analysis is therefore essential to identify the grammatical status of these sayings or adages. In addition, we will look at their use value in order to clarify their perlocutionary function. We would also like to study them from a societal perspective, which would enable us to detect certain convergences and divergences in Franco-Tunisian cultures. Finally, we will clarify the cognitive process that maintains the use of these fixed expressions in a linguistic community.

Keywords: proverb, cognition, common knowledge, thinking patterns, collective arrangement.

Introduction

Notre présent travail se veut une approche s'inscrivant dans le cadre d'une linguistique cognitive vu qu'elle s'intéresse à maintes problématiques émanant de la notion universelle d'acquisition de langage. Ce choix est dû au tas de facultés sensori-motrices et cognitives que l'être humain utilise pour penser, agir, réagir, parler, etc.

Ainsi, voudrions-nous mettre la lumière sur l'étude de langage à travers la multitude de langues. Pour ce faire, nous avons opté pour l'étude des proverbes (la parémiologie) français et leurs équivalences en arabe (dialecte tunisien). Une approche qui fait appel à deux langues différentes ainsi qu'à leurs héritages culturels illustrés d'un ensemble de proverbes hétérogènes qui, bel et bien, reflètent la croyance, la conviction, l'expérience d'un vécu, la culture, voire toute une civilisation. Nous entreprendrons l'étude des proverbes de deux communautés linguistiques différentes afin de désambiguïser le statut de ce type de collocation. En d'autres termes, nous usons d'un fait de langue particulier (les proverbes) pour parvenir à l'objectif général, voire universel de la linguistique cognitive : le processus de l'acquisition et de la mémorisation de langage. Dans ce contexte, de nombreuses questions se posent :

- ✓ Quel statut occupent les proverbes ?
- ✓ D'où viennent-ils ? Quelles sont leurs fonctions ?

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

- ✓ Dans quelles mesures pouvons-nous considérer les proverbes comme des représentations sociales et un type d'agencement collectif ?
- ✓ La mémoire commune de la société française et celle tunisienne renvoient-elles, en dépit de leur divergence, à des parémies analogues ? A quoi cette analogie est-elle due ?

1. La linguistique cognitive : un aperçu historique

D'un point de vue historique la linguistique cognitive (Fuchs, 2004) est le réceptacle de différentes théories linguistiques américaine et française : elle provient de la cybernétique qui vise à étudier le langage en termes de calcul d'où son appellation de « science de l'esprit » où le sujet parlant et son cerveau sont assimilés à une machine. En se préoccupant de la machine et après l'invention de l'ordinateur, la linguistique computationnelle voit le jour et les traitements automatiques des langues sont déclenchés. La cybernétique est, à son tour, issue de la linguistique psychomécanique (linguistique énonciative) de Guillaume et Culioli qui a étudié la langue en tant qu'opérations mentales, en amont et en aval c'est-à-dire en étudiant l'énoncé durant sa construction dans le cerveau et son énonciation (le discours).

Cette dernière découle de la linguistique générative et transformationnelle prônée par Chomsky qui a abordé le même

sujet sous la dualité de « compétence » et « performance » où le sujet parlant est le centre de gravité si bien que l'intervention des sciences psychologiques s'avère indispensable. L'approche chomskyenne doit son succès à celle de Saussure qui a édifié la charpente des sciences du langage où il a explicité la divergence voire la dichotomie entre « langue » et « parole » et a mis l'accent sur la langue en tant que code social. Toutes les théories linguistiques ont en commun le recours récurrent à la psychologie hormis cette dernière.

Cette riche histoire linguistique débouche sur la linguistique cognitive (Bottineau, 2010) qui se distingue par son souci d'étudier le langage à travers la diversité des langues en rapport avec l'esprit et le cerveau. Nous assistons, en fait, à l'association de la linguistique et de la psychologie sous un autre angle. C'est dans ce contexte que nous voudrions étudier les proverbes sous une optique socioculturelle afin de montrer leur dimension universelle et leur acquisition par la plupart des sujets parlants d'une communauté linguistique. Mais, nous nous focalisons sur l'étude de la structure syntaxique et lexicale des proverbes pour nous attaquer, par la suite, à l'identification de leurs types. Cette section vise à mettre le point sur ce type de figement qui s'avère tantôt explicite, tantôt implicite et stipulant, de ce fait, une fouille étymologique et socioculturelle.

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

2. Qu'est-ce qu'un proverbe ?

De prime abord, nous citons une définition générale portant sur le sémantisme lexical et thématique des proverbes, et qui est extraite du Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales: « Sentence courte et imagée, d'usage commun, qui exprime une vérité d'expérience ou un conseil de sagesse et auquel se réfère le locuteur (Trésor de la Langue Française) ». Vu que cette définition ne touche pas aux critères définitoires des proverbes, nous voudrions les définir en mettant la lumière sur leurs propriétés rhétoriques, syntaxiques et sémantiques en raison de leur aptitude à circonscrire avec précision ce type de combinaison contrainte. C'est pourquoi nous aspirons à élaborer une définition qui échappe à l'ordinaire et qui découle d'une investigation théorique pluridisciplinaire en vue d'identifier le statut grammatical de ces collocations et de leurs portées sémantiques qui, d'une part, s'avèrent claires et, d'une autre part, floues et ambiguës. Dans ce qui suit, nous entreprendrons une analyse rhétorique et syntactico-sémantique de ces tournures afin d'expliquer leur usage commun et leur influence communicationnelle et persuasive.

2.1. Les proverbes sous un angle rhétorique

Dans cette section, nous nous intéressons, tout d'abord, au critère syntaxique principal des proverbes qui sont considérés, à cet égard, comme des unités phraséologiques c'est-à-dire des

expressions figées par excellence ; c'est grâce à ce figement qu'ils disposent d'une influence autoritaire. Au sein de ce figement, l'usage des procédés d'écriture est abondant. Ces collocations sont fondées sur un fonds et une forme bien recherchés en vue d'influer sur le lecteur. C'est pour cette raison que le langage ordinaire et les proverbes diffèrent ; ceux-ci exhibent un ensemble de normes auxquelles l'obéissance est obligatoire d'où leur caractère normatif ou plutôt leur normativité. Nous citons quelques proverbes qui démontrent la bonne conduite et les bonnes manières :

1- Avouer ses fautes est une vertu.

➤ Il équivaut en français : « Faute avouée est à moitié pardonnée ».

2- Qui part perd sa part.

➤ Il équivaut en français : « Qui va à la chasse perd sa place ».

3- Qui va lentement va sûrement, qui va rapidement regrette son fait.

➤ Il équivaut en français : « La prudence est mère de sûreté ».

Sur le plan syntaxique, les proverbes sont tantôt des phrases simples tel est le cas de l'exemple 4 « Qui dort dîne » tantôt des phrases complexes comme dans l'exemple 5 « Qui ne dit mot consent ». Ils sont parfois hypothétiques où la condition est

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

introduite par la conjonction « si », ce qui est illustré dans l'exemple 6 « Si la parole est d'argent, le silence est d'or ».

Par ailleurs, le parallélisme c'est-à-dire la structure binaire auxquels répondent certains proverbes est un procédé qui entraîne un jeu de mots qui leur confère un rythme et une sonorité. Pour ce faire, la rime est indispensable ; citons cette parémie⁷ « A bon chat, bon rat » et encore⁸ « vouloir, c'est pouvoir » où les vocables « chat » et « rat » / « vouloir » et « pouvoir » riment ensemble afin de rendre les phrases figées plus expressives. Parfois ce parallélisme est basé sur une antithèse tel est le cas de l'exemple 6 où les termes « parole » et « silence » sont antithétiques. La plupart des exemples précités ont des équivalents en arabe et plus précisément en dialecte tunisien. En arabe ainsi qu'en français, les proverbes deviennent des collocations en raison de la combinaison des mots qui transgresse parfois les règles grammaticales et de leur métaphorisation tel est le cas de ces deux exemples où le sens ne se déduit pas de la structure lexico-syntaxique :

9- Proverbe français : Il ne faut pas jeter le bébé avec l'eau du bain.

10- Proverbe tunisien : Un sot voulait lui soigner l'œil, il l'a rendu aveugle.

Sur le plan lexical, les répétitions qui traversent de part en part le proverbe participent à la création du rythme (D'Andrea,

2017) ; nous reprenons l'exemple 11 « Tel père, tel fils » où le terme « tel » est répété. Ce type d'itération se trouve employé dans les proverbes arabo-tunisiens (Gharbia, 2011) ; nous mentionnons ce proverbe tunisien 12 « N'admire pas la beauté d'une fille sans l'éprouver, et n'admire pas les roses d'Oléandre répandues sur la rivière » où le verbe, mis à l'impératif et à la forme négative, se répète deux fois en tête de chaque proposition mais constituant, de ce fait, une anaphore créant une sonorité. Au-delà de l'anaphore, ce proverbe démontre l'impact de l'environnement et de l'entourage social sur le code linguistique pré-conclu. Certes, la vie bédouine ou champêtre est révolue, elle a cédé la place au modernisme et à l'urbanisation. En revanche, les proverbes qui remontent aux siècles les plus reculés ressuscitent à chaque fois qu'ils sont énoncés vu qu'ils représentent une vérité générale d'actualité. De ce fait, nous pouvons conclure que les proverbes sont éternels en dépit des vicissitudes de la vie. C'est une idée qui contribue à approfondir notre problématique autant plus que notre présent travail se veut une étude, à la fois, syntactico-sémantique et sociocognitive.

Les proverbes sont des expressions figées répondant à des critères syntaxique, lexical et rhétorique. Par ailleurs, leur forme est succincte alors que leurs portées sémantiques est si influentes qu'elles sont autoritaires. Mais, parfois leurs sens peuvent être ambigus et inidentifiables car les éléments constitutifs de certains proverbes se grammaticalisent par métaphorisation ou

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

désagentivisation. En fait, ils sont figés si bien que le sens est détectable grâce à quelques considérations étymologique et contextuel. Dans ce qui suit, nous nous attarderons sur l'étude de cette propriété.

2.2. Proverbe littéral et métaphorique

Nous prenons à titre d'exemple ce proverbe où le locuteur conseille à son interlocuteur d'éviter tout type d'obsession et de hantise qui mènent à l'excès puisque tout excès est indésirable:

- 1 Il a fui la goutte pour se retrouver sous la gouttière.
 - Il équivaut en français : « Qui veut trop se protéger s'expose ».

De même, ce proverbe nous rapproche d'un autre qui traite du même conseil mais la forme change. L'exemple qui suit est une phrase impérative où l'ordre et l'obligation sont catégoriquement exprimés :

- 2 Garde ton malheur de peur qu'il ne t'arrive pire.
 - Il équivaut en français : « Un tien vaut mieux que deux tu l'auras ».

Son interprétation est littérale ; elle est dénotative c'est-à-dire qu'elle ne contient aucune idée sous-jacente ou implicite. C'est ce que G. Kleiber (1999) et Irène Tamba (2012) appellent

« proverbe littéral » à la différence du « proverbe métaphorique (figuré) » qui implique une idée que les mots et leur combinaison ne dévoilent pas. C'est le cas de l'exemple 1 où « fuir la goutte » n'est pas obligatoirement « fuir la goutte » en tant que telle mais le substantif « goutte » peut renvoyer à une idée abstraite « malheur, problème, différend, maladie » ou une autre concrète « accident, séisme, catastrophe naturelle perceptible... ».

D'ailleurs, les linguistes précités ainsi que d'autres tels que (Aristote, 1976), (Lakoff, 1986) et (Meyer, 2008) ont expliqué la métaphore en tant que processus (mental) de conceptualisation et de schématisation d'un rapprochement entre deux éléments appartenant à deux domaines notionnels différents et créant un troisième par leur ressemblance ou leur rapport d'analogie. Ces deux linguistes Kleiber et Tamba mettent au service de cette étude deux niveaux ; le premier est compositionnel qui s'intéresse à la structure de la phrase et le deuxième concerne le champ référentiel sans tenir compte de la portée sémantique des lexèmes.

L'exemple 2 est un proverbe littéral vu que son sémantisme résulte de la combinaison de ses lexèmes. Alors, nous considérons ce type de proverbes comme une suite littérale et compositionnelle. Si le compositionnel ne traduit pas la même idée que le référentiel, le proverbe sera métaphorique tel est le

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

cas de l'exemple 1. Pour corroborer cette idée, nous nous appuyons sur ce que résume Irène Tamba :

La plupart des analyses des proverbes se fondent sur une structure sémantique à deux paliers, articulant un sens compositionnel phrastique à une signification conventionnelle codée de maxime générale. Et c'est au niveau des rapports entre ces deux organisations sémantiques que l'on définit la dimension métaphorique ou littérale des proverbes. Si le sens global compositionnel de la formule proverbiale et celui qui lui est attaché conventionnellement concernent un même champ référentiel, on parle d'interprétation littérale. Dans le cas contraire, le proverbe est dit métaphorique (Tamba, 2012).

En effet, une suite littérale et compositionnelle ne pose pas problème chez un interlocuteur étranger qui ne parle pas la langue du proverbe. Cependant, les proverbes métaphoriques et non-compositionnels sont des suites ambiguës parce qu'ils ne peuvent être désambiguïsés que par leurs étymologies ou par des indices discursifs les introduisant dans une situation d'énonciation : Les exemples 9 et 10 de la section précédente illustrent le sens opaque, global et non-compositionnel qui ne découle ni de la suite lexicale ni de celle syntaxique :

- Proverbe français : Il ne faut pas jeter le bébé avec l'eau du bain.
 - Sens visé : Il ne faut pas se débarrasser d'une affaire avantageuse à cause de ses méfaits.
- Proverbe tunisien : Un sot voulait lui soigner l'œil, il l'a rendu aveugle.

- Sens visé : Il tente de résoudre un problème alors qu'il l'empire encore plus.

Nonobstant cet achoppement, les proverbes sont des unités que les sujets parlants acquièrent et emploient couramment grâce à la société et à leurs facultés sensori-motrices.

En outre, le contenu du proverbe 1 influe sur l'interlocuteur de sorte qu'il se convainc et abandonne « la hantise ou l'obsession » et il approuve son destin en dépit de l'insatisfaction qu'il ressent. Ainsi, mettons-nous l'accent sur la dimension argumentative de la parémie dont se sert l'énonciateur ainsi que sur sa deuxième dimension dissuasive / persuasive quant à l'énonciataire. En énonçant un proverbe, un rapport s'instaure entre les deux et l'intention communicative (J. L. Austin) s'avère prospérement accompli par la compréhension de son contenu sémantique : l'effet, alors, est accompli. Cette influence est dictée par la croyance au pacte conclu entre les individus dans une société.

En effet, les proverbes proviennent des ancêtres considérés comme les créateurs des mots et des expressions figées et stéréotypées d'où la notion de *doxa*. C'est un héritage socio-culturel qu'une communauté peut recevoir et transmettre d'une génération à l'autre. Ce transfert d'opinions, de préjugés et d'idées se fait involontairement, autant plus que leur origine demeure inconnue. En tant que structures axiomatiques et

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

incontestables, les proverbes représentent des leçons morales et d'apprentissage ayant un impact implacable sur l'énoncé et sur le destinataire. Cette influence est due à la force énonciative et argumentative de ces tours. C'est à ce propos que Fournier précise : « D'une part, le proverbe, "sagesse des nations", "vérité tirée de l'expérience", miroir de la doxa et les locutions proverbiales, qui sont généralement investis d'une grande autorité ». Leur force découle de leur caractère éternel et permanent parce qu'ils sont hérités et constituent, ainsi, un patrimoine culturel propre à une communauté linguistique. De plus, ils sont autoritaires car ils reflètent des expériences antérieures dignes d'être suivies et scrupuleusement appliquées de nouveau.

3. Les proverbes et les représentations sociales

3.1. Les proverbes français et arabes : convergence et divergence

En France (Marie-Thérèse Lorcin¹ entre autres) ainsi qu'en Tunisie (HédiBalegh²), les proverbes ont intéressé quelques

¹Ecrivaine française qui s'est intéressée aux proverbes français en usage dès 1160 jusqu'à 1490. Son ouvrage est intitulé « Les recueils de proverbes français (1160-1490). Sagesse des nations et langue de bois » paru en 2011.

²Ecrivain tunisien qui a publié, en 1990, un recueil de proverbes en trois volumes.

érudits qui les ont réunis eu égard à leurs patrimoines culturels. En collectionnant les proverbes du dialecte tunisien et qui contiennent des équivalents en français, nous avons constaté que, malgré la différence des deux langues, certains proverbes leur sont communs. Nous nous référons à ces exemples qui illustrent notre constat :

- 1 Fais-le dormir près de la grenouille, il se réveillera en coassant.
 - Il équivaut en français : « Qui se ressemble s'assemble ».
- 2 Il la veut grasse [la jument], galopant bien et ne mangeant pas d'orge.
 - Il équivaut en français : « Il veut le beurre et l'argent du beurre ».
- 3 Le serment du muet est dans son cœur.
 - Il équivaut en français : « Le silence est d'or ».

Ces trois énoncés parémiques mettent en exergue la même sagesse ; ce qui nous mène à juger que la société française et celle tunisienne ont des connaissances communes dues à quelques considérations historico-politiques. Sans doute, l'impact de l'occupation française est-elle incontestable sur la société tunisienne mais ce n'est pas le cas *hic et nunc* vu que ces tournures stéréotypiques appartiennent au patrimoine socioculturel de chacune de ces deux sociétés. Certes, ils représentent le même message « achevé et complet » (Fournier,

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

2010), la même vérité et relatent la même expérience humaine. En d'autres termes, l'expérience humaine est commune et la sagesse qui s'ensuit est également commune. Alors, nous pouvons juger que les proverbes représentent une sagesse populaire universelle nonobstant la différence du code linguistique en usage.

En effet, un patrimoine socioculturel est constitué d'un ensemble de préjugés, d'axiomes reçus et enregistrés inconsciemment lors de l'acte d'acquisition du langage. Etant donné que le proverbe est une unité qui répond à l'opération d'association d'un signifiant à un référent, le locuteur doit apprendre les proverbes de la même façon qu'un substantif, adjectif, verbe, etc. Nous n'hésitons pas à citer l'affirmation de Phi Nga Fournier concernant le statut des proverbes dans une société : « Le locuteur natif apprend une partie de ces énoncés (les proverbes et les dictons) lors de l'acquisition du langage, en même temps et de la même façon que les autres éléments du vocabulaire » (Fournier, 2010).

Avoir en commun ces proverbes montre bien que l'humanité acquiert les mêmes connaissances grâce aux expériences communément vécues. Il s'ensuit que les proverbes sont des formes universelles provenant des ancêtres qui ont érigé un patrimoine socioculturel général. Qui plus est, les langues diffèrent si bien que le proverbe change de forme alors qu'il conserve son référent (sens). D'ailleurs, l'énonciation des

proverbes stipule une situation précise pour aboutir, avec succès, à leurs fonctions perlocutoires. Autrement dit, comme il est indubitable, le recours à un proverbe est pareil à l'usage d'un argument qui affermit l'énoncé où il jaillit. Le locuteur l'utilise afin de donner une leçon d'apprentissage, un conseil, une vérité générale, etc.

Mais, ce qui importe d'expliquer à ce stade, c'est le partage des mêmes proverbes par deux sociétés distinctes. L'existence des parémies tunisiennes ayant des équivalents français n'admettrait pas une explication en termes d'interculturalité mais plutôt une explication cognitive qui étudie le processus d'acquisition du langage et sa mémorisation par un sujet parlant. C'est pourquoi nous avons choisi deux systèmes linguistiques différents ayant en commun des unités axiomatiques identiques. Ce choix est motivé par notre besoin d'étudier la parole en tant que faculté humaine apte à se développer grâce à la société. Alors, pour ce faire, nous devrions traiter ce sujet sous un angle sociocognitif.

Nous pensons que les proverbes sont des représentations sociales à l'instar de Serge Moscovici. Ce psychologue social a développé cette notion afin d'apporter une explication aux échanges linguistiques, aux interactions, aux attitudes et aux comportements partagés dans une société. En d'autres termes, elles servent à interpréter le monde et à, conséquemment, faciliter les interactions humaines dans un groupe social. Les

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

représentations sociales ont été déjà invoqués par des linguistes, des philosophes et des psychologues sous l'appellation de convention, savoir commun (Dupuy, 1989), schèmes de pensées, agencement collectif, etc. Ces concepts sous-tendent absolument les langues naturelles en dépit de leur divergence. Par ailleurs, ils s'appuient sur la rationalité, la logique, la vraisemblance et la conditionnalité des événements dans un contexte social particulier. D'où l'idée de la régularité comportementale qui provient d'une règle c'est-à-dire d'un principe qui règle le comportement dans une société. D'ailleurs, cette régularité comportementale est véhiculée par un arrière-fond social et des croyances mutuelles. Puisque les proverbes sont assimilés aux parties du discours prédictives telles que les noms, les adjectifs, les verbes, etc., ils sont, alors, appelés, selon Rouquette (Moliner, 1992), des schèmes cognitifs de base c'est-à-dire un assemblage d'un signifiant et de son référent. Nous nous contentons d'une vue d'ensemble de ce que signifie « les représentations sociales » sans omettre de signaler qu'elles forment des réseaux de schèmes cognitifs (de pensée) susceptibles d'expliquer le monde. Dans ce qui suit, nous nous pencherons sur l'explicitation de cette notion en rapport avec sa dimension individuelle ou collective.

3.2. Les proverbes: jugement individuel ou collectif ?

Cette étude parémiologique s'intéresse à mettre au clair les caractéristiques cruciales conférant à ce type de figement le statut d'une vérité générale ou d'axiome qui n'admettent pas de démonstration. D'où provient la volonté d'identifier l'auteur d'un proverbe. Certains linguistes pensent que les proverbes représentent, bien évidemment, un jugement collectif alors que d'autres les tiennent pour un jugement individuel. Ollier, Anscombe et G. Kleiber ont tenté de délimiter leur origine à l'aide d'un ensemble de tests définitoires. Anscombe (Anscombe, 1994) a entrepris l'identification de l'auteur des proverbes qui, selon lui, ne peut pas être un individu mais une communauté partageant une sagesse populaire ou quelques principes évidents et probants. Nous nous référons à ce qu'il a mentionné dans son article intitulé « Proverbes et formes proverbiales : valeur évidentielle et argumentative » : « Une propriété fréquemment évoquée dans les définitions lexicographiques des proverbes est leur provenance. Ils sont présentés comme appartenant à un « trésor » de conseils empiriques accumulés au fil du temps par la « sagesse populaire » (Anscombe, 1994).

L'expression « trésor de conseils empiriques accumulés au fil du temps » élimine la possibilité d'avoir une personne bien déterminée qui a produit une tournure proverbiale. Un proverbe est une forme argumentative autoritaire vu son influence et sa

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

véracité. Ce linguiste a précisé que ce type de suite émane, sans doute, d'une communauté en raison de l'impossibilité de l'ancrer dans un temps défini ou de lui attribuer un sujet déterminé. En fait, un proverbe est une entité intemporelle et impersonnelle d'où l'emploi respectif des temps conservant sa « généralité intemporelle » (Anscombe, 1994) et du pronom personnel indéfini « on ». Cela va de pair avec l'impossibilité de l'étayer par une expression de prise de position personnelle telle que « je pense que, je trouve que, personnellement, à mon avis, etc. » :

- (*) Je pense / je trouve que le silence est d'or.³
- (*) A mon avis / Personnellement, le silence est d'or.

D'après Anscombe, il est préférable ou plutôt le plus judicieux est de commencer un proverbe par une expression qui corrobore son statut de « sagesse populaire » comme « on a raison de dire, comme on dit, etc. » :

- On a raison de dire que le silence est d'or.
- Comme on dit, le silence est d'or.

G. Kleiber a, à son tour, essayé de le montrer et il a conclu qu'ils constituent des dénominations de type « très très spécial » associant au préalable une forme à un sens (une relation référentielle établie entre un mot « signifiant » et son référent

³ L'astérisque indique un emploi aberrant.

dans la réalité). Le locuteur en use sans assumer la responsabilité de combiner ses éléments constitutifs. C'est pourquoi Anscombe juge que le lexème « proverbe » ne peut pas être le synonyme des termes « dicton, maxime, sentence, etc. ». Certes, ils ont en commun des propriétés tandis que d'autres caractéristiques les divergent. Dans ce contexte, Kleiber a évoqué des critères définitoires aptes à identifier les parémies tels que leur fixité ; elles ont une forme fixe ainsi qu'un caractère opaque, transmettent une leçon d'apprentissage et figurent dans les dictionnaires. La fixité et la rigidité de la forme d'un proverbe sont incompatibles avec la paraphrase qui se fait par le biais de la suppression ou la substitution de certains de ses items. En fait, l'interlocuteur ne peut, en aucun cas, changer l'ordre des mots, ni substituer un lexème à un autre. Toute modification nuit à la portée sémantique du proverbe ainsi qu'à sa valeur persuasive :

- Le silence est d'or.

Ce proverbe ne peut être paraphrasé ni comme suit, ni autrement :

- S'exempter de parler est avantageux.

Il en va de même pour le reste des proverbes. C'est dans cette optique que Kleiber précise :

En tant que phrase, il ne devrait pas être signe (ou unité codée), puisque l'interprétation d'une phrase est une construction et non un donné préalable. En tant que dénomination, il est

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

néanmoins une unité codée, c'est-à-dire un signe. Un signe-phrase donc, qui possède les vertus du signe sans perdre pour autant son caractère de phrase, de même que substantifs, verbes, adjectifs, etc., sont des dénominations qui conservent les attributs spécifiques des catégories grammaticales qu'ils représentent (KLEIBER, 1994).

Par conséquent, il a déduit que le proverbe vient d'un jugement collectif et ne peut pas être individuel en le comparant au substantif et à l'adjectif dont le locuteur use sans assumer la responsabilité de leur invention. Alors, les parémies doivent leur création à une communauté linguistique d'où leur qualification de « traditionnels », « populaires » ou « *vox populi* ». Le locuteur n'a opté ni pour les mots ni pour leur combinaison ; il l'énonce et l'utilise, à la fois, pour consolider ses propos et convaincre son interlocuteur. Ce sont, en fait, des unités figées prêtes à être employées sans avoir besoin de modification ni d'amendement. Leur transmission d'un individu à un autre constitue ce que G. Kleiber appelle « emploi échoïque » c'est-à-dire « un écho d'un écho » (Kleiber, 1999). Ainsi la différence entre le locuteur et l'auteur d'un proverbe est tellement flagrante et incontestable que la question cesse d'intéresser les experts en la matière.

Alors, il est indispensable de nous intéresser à la vulgarisation d'un proverbe. Pour ce faire, force est de nous appuyer sur l'étude du philosophe David Kellog Lewis qui a considéré le passage d'un savoir (proverbe) d'un agent à un

autre comme un « jeu de signal » exigeant un comportement conventionnel dans une communauté linguistique.

En expliquant le partage d'un savoir entre deux agents et plus, le philosophe D. Lewis a pris l'exemple de « la conduite d'un automobile » dans un pays sans user d'un code de routes. Cet exemple a concrétisé la notion de « convention » car les deux automobilistes vont réagir d'une manière rationnelle et coordonnée fondée sur des attentes réciproques. Ce concept est abordé par ce philosophe en termes de « connaissance commune », par Schiffer en tant que « connaissance mutuelle ». La même notion est reprise par P. Déléage en termes de « savoir commun ».

En fait, la compréhension commune et implicite est la loi qui règle cette convention. Le processus de la convention dont parle D. Lewis stipule trois conditions qu'il a modifiées à maintes reprises :

- De prime abord, les agents engagés dans le jeu de signal doivent atteindre l'équilibre c'est-à-dire qu'ils doivent s'accorder sur un fait particulier. Prenons l'exemple des trois premiers proverbes où l'énonciateur et l'énonciataire comprennent mutuellement et interagissent sur la forte probabilité que ceux qui ont des caractères identiques s'associent, que l'avidité est un trait de caractère incontestable dans une société et que le silence vaut mieux que la parole ou l'action. Il s'ensuit

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

que l'interaction entre les deux agents crée ce que Lewis a appelé une « régularité comportemental ». Cette dernière débouche sur une compréhension réciproque de ces proverbes nécessitant une situation et un contexte y justifiant le recours chez les deux agents en question. En fait, la conformité de l'emploi du proverbe par le destinataire avec sa compréhension par le destinataire et avec le contexte produit un certain accord appelé par Lewis « l'atteinte de l'équilibre ».

- Ensuite, cet équilibre est insuffisant pour conclure cette convention.
- Enfin, pour réaliser un certain comportement conventionnel, force est de faire appel à la notion d'attente et d'anticipation sur la réaction d'autrui.

La condition 2 met l'accent sur la nécessité d'avoir des croyances sur le comportement d'autrui. Cette condition est judicieuse dans la mesure où l'anticipation sur / l'attente du comportement d'autrui au cours d'une situation récurrente « S » mène à « une régularité de comportement ». En l'absence de cette anticipation sur le comportement d'autrui, l'équilibre s'avère contingent, soumis au hasard allant à l'encontre du bon sens et de la logique. Appartenant au savoir commun et permettant à l'interlocuteur d'anticiper sur l'intention et sur la

visée du locuteur, les proverbes se trouvent mémorisés et éternisés.

Dans ce contexte, nous nous référons à la définition ultime à laquelle aboutit Lewis :

Une régularité de comportement R au sein d'une population P d'agents dans une situation récurrente S est une convention si et seulement si trois conditions sont réunies :

(1) chacun se conforme à R

(2) chacun s'attend à ce que chaque autre se conforme à R (3) chacun préfère se conformer à R à la condition que les autres le fassent (Egré & Olivier, 2012).

En effet, l'analyse de Lewis va à l'encontre de la conception de Descartes qui fait l'éloge de la raison en la considérant comme l'unique responsable de la connaissance abstraction faite de l'impact du patrimoine socioculturel, de l'environnement des agents. Descartes, Platon, entre autres, plaident en faveur de la raison qui est apte à connaître, juger et agir indépendamment du réel, une conception réfutée par Hume, Sartre, Kant, Lewis, Aumann, etc. Nous pensons que la connaissance est le produit de quelques facultés sensori-motrices dont se réjouissent les humains et de la société qui développe l'intelligence humaine grâce au langage et au patrimoine socioculturel. D'où la création d'un réseau de régularités comportementales favorisant les actions et les réactions humaines. C'est à ce niveau que nous pouvons invoquer la dyade « vulgarisation » et « mémorisation » des proverbes qui correspondent

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

respectivement à la société et aux facultés sensori-motrices humaines. La vulgarisation des proverbes est véhiculée par la notion de « convention, régularités comportementales, agencement collectif » qui désigne le même phénomène sociétal. Nous prenons à titre d'exemple ce proverbe tunisien :

- Le fils du canard est un bon nageur.
- Il signifie : Tel père, tel fils.

L'usage de ce proverbe remonte aux ancêtres. Sa transmission d'une génération à une autre crée une régularité comportementale et un agencement collectif. Cette interaction sociale produit un savoir commun partagé par la communauté linguistique tunisienne. De ce fait, la genèse de ce proverbe découle, sans doute, de la symbiose entre une représentation sociale et une connaissance commune, d'où sa mémorisation et sa vulgarisation.

D'ailleurs, Deleuze et Guattari (1980) se sont penchés sur le partage d'un savoir par des sujets parlants par le biais de la notion d'agencement collectif. Nous nous attarderons sur cette nouvelle appellation afin d'aboutir à l'analyse de quelques proverbes sous une optique sociale.

D'après l'approche des chercheurs précités, la société est apte à forger des constructions conventionnelles et des expressions figées émanant d'une expérience propre à une communauté. Le locuteur se sert de ces tournures sans réserve en prenant tout au

ped de la lettre. C'est ce que Deleuze et Gattari appelle « l'agencement collectif d'énonciation ». Ce terme corrobore la relation directe entre la société et le sujet parlant. En d'autres termes, cette notion met en cause l'isolement de l'individu et stipule son interaction avec son entourage. Nous citons, à ce propos, ce que Deleuze et Guattari ont affirmé dans *Dialogue et Mille Plateaux*:

Le concept d'agencement collectif de Guattari-Deleuze permet de sortir de la logique du signifiant. Le sujet n'est plus un individu isolé avec ses signifiants, mais fait partie d'un agencement où il (est) interagi(t) avec un milieu et un groupe qui produisent un agencement collectif d'énonciatif en évolution permanente » (Deleuze, 2007).

Alors, pour la production d'un énoncé, l'individu a besoin d'un agencement qui en est le rudiment primordial avant les mots et tout autre outil lexical. C'est l'agencement qui déclenche tout énoncé et non pas le contraire. La relation entre un signifiant et son référent est étayée par un arrière-fond composé de principes, valeurs, traditions, coutumes, habitudes, etc. De Saussure a précisé que la relation entre le signifiant et le référent est arbitraire si bien qu'un lexème peut facilement se substituer à un autre pour désigner n'importe quel référent. Nous rapportons ce que Deleuze et Guattari ont énoncé concernant ce sujet :

L'unité réelle minima, ce n'est pas le mot, ni l'idée ou le concept, ni le signifiant mais l'agencement. C'est toujours un agencement qui produit les énoncés (...) L'énoncé est le produit

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

d'un agencement toujours collectif qui met en jeu en nous et dehors de nous des populations, des multiplicités, des tentations, des devenirs, des affects, des événements (Deleuze, 2007).

Nous avons donc affaire à un pacte ou à une convention préétablis par la société et respectés par les individus qui en font partie ; c'est pour cette raison que nous avons pris à titre d'exemple les proverbes qui illustrent ce phénomène social. Tous les proverbes usités ou tombés en désuétude ne sont que des signes qui ne se concrétisent qu'à travers un agencement préalable et préparant le champ pour leur développement, mémorisation et vulgarisation. Nous nous référons à ces proverbes déjà mentionnés ci-dessus :

- « Qui dort dîne ».
- « Qui ne dit mot consent ».
- « Si la parole est d'argent, le silence est d'or ».

Ils demandent du locuteur et de l'interlocuteur un déchiffrement adéquat à leurs sens. Ce décodage provient, sans doute, de l'agencement collectif, du savoir commun transférés d'une génération à une autre ; bref, d'un héritage socio-culturel retransmis à l'infini. Qui plus est, certains proverbes possèdent, parfois, un sens opaque et non-compositionnel tels que :

- Proverbe tunisien : Les promesses de la nuit sont faites de beurre.
- Il signifie : Il ne faut pas compter sur les promesses de la nuit.

- Proverbe français : N'éveillez pas le chat qui dort.
- Il signifie : Il ne faut pas réveiller un ancien problème de crainte d'entraîner ses conséquences néfastes.

Dans ce cas, leur compréhension se heurte au problème de compositionnalité sémantique où les mots se combinent pour donner un sens global, métaphorique et anthropologique. Malgré son ambiguïté, ce sens est détectable grâce à la convention sociale et à l'agencement collectif qui étaye, bien évidemment, une connaissance commune.

3.2.1. Analyse des proverbes et démonstration de la régularité comportementale

Nous passons à ces exemples qui relèvent du patrimoine tunisien et n'ont pas d'équivalents en français ; c'est à ce niveau que les sociétés et leurs fonds culturels diffèrent parfois, vu la différence de traditions, d'habitats, etc. :

- 1- La vieille emportée par l'oued dit sans cesse : cela va être une bonne année de récolte.
 - Il signifie : « face au malheur, l'individu reste indifférent ».
- 2- Un invité reste un invité même s'il s'attarde hiver et été.
 - Il signifie : rappel de l'hospitalité chère aux sociétés arabo-musulmanes.

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

3- Retournes la marmite sur sa bouche et la fille sera comme sa mère.

➤ Il signifie : Telle mère, telle fille.

Ces proverbes reflètent, sans doute, une société de souche rurale et aux mœurs pastorales : dans l'exemple (1) la vieille, à cause d'une inondation, se trouve sur le point de se noyer dans l'oued alors qu'elle présage une récolte abondante qui suit des années de sécheresse. HédiBalegha attribué à ce proverbe la signification « tout malheur est bon » ; explication erronée ne correspondant plus à la connaissance commune des Tunisiens. D'après la régularité comportementale des tunisiens, P⁴ ne peut être que « face au malheur, on demeure impassible ». Changeant P, nous débouchons sur l'incompréhension du proverbe et par conséquent l'acte de parole se trouve voué à l'échec. Dans ce cas la définition de la convention par Lewis devient « chaque agent sait que P = face au malheur, on demeure impassible et sait que chacun sait que chacun sait que P = face au malheur, on demeure impassible, mais un agent sait que P = tout malheur est bon » d'où l'atteinte de déséquilibre. Autrement dit, l'emploi de « P = tout malheur est bon » crée un malentendu entre les deux agents puisque le locuteur sait que « P = tout malheur est bon » et attend que son interlocuteur sait que « P = tout malheur est bon » alors que celui-ci sait que « P = face au malheur, on

⁴ Une connaissance commune.

demeure impassible » et attend que son locuteur sait que « P = face au malheur, on demeure impassible ». Il s'ensuit que les deux agents rompent l'accord prévu ce qui bloque l'acte de langage et enfreint par le même coup la convention.

Ce proverbe est métaphorique étant donné qu'il n'est pas circonscrit par le sens dénotatif de la phrase : le substantif « l'oued » peut signifier « un malheur, une souffrance ». Donc, ce proverbe s'énonçait en cas où un personnage demeurerait impassible, flegmatique et imperturbable face à un problème ou à un malheur. Cette parémie n'exprime ni un ordre ni un conseil ni une vérité générale. Cependant, elle est conclusive dans la mesure où elle émet à l'interlocuteur un jugement sur certains traits de caractère qui exigent une critique. Celle-ci n'est pas arbitraire mais elle vise à éveiller la conscience commune par la dénonciation de ce vice. Bref, les proverbes corrigent les mœurs, les défauts et les habitudes jugées abusives et défectueuses.

Lewis a abordé la convention linguistique sous un autre angle, celui de « la véracité dans le langage » c'est-à-dire que le locuteur et l'interlocuteur s'accordent sur la véracité des propos de celui-là et sur la confiance de celui-ci. Dans ce contexte, ce théoricien estime que la convention est arbitraire. En d'autres termes, si le locuteur opte pour la véracité en tant que régularité comportementale dictée par la convention, c'est par imitation étant donné que les autres le font également. C'est ce que Lewis appelle une « préférence conditionnelle pour la conformité »

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

(Jallé, 2012). L'interaction entre les agents est conditionnée par les croyances que chacun a de l'autre et par conséquent par l'anticipation sur le comportement d'autrui. L'attente est le produit des croyances acquises par chaque agent de la population P, c'est là le véritable apport de la convention. Lewis précise dans sa définition finale que « chaque locuteur veut être véracé dans L car c'est là ce que les précédents locuteurs ont conduit les auditeurs à attendre. (...) C'est seulement lorsqu' [un auditeur] devient pour sa part locuteur qu'il agit lui-même conformément à la convention de véracité dans L» (Jallé, 2012).

Mais la question qui se pose *hic et nunc* :
Pourquoi agit-il conformément à la convention ?
Lewis n'a pas hésité d'insister sur le caractère
arbitraire de la convention en affirmant que
« Nous nous y conformerions simplement parce
qu'il s'agit là de la meilleure chose à faire »
(Jallé, 2012).

Cependant, Donald Davidson estime le contraire ; s'il y avait d'arbitraire, c'est entre le signifiant et son référent (un constat révélé depuis Saussure). Mais la relation entre la convention et l'agent est bien motivée ; à l'instar de Hume, Donald Davidson est pour la motivation de la convention. L'agent agit en prenant en considération « l'intérêt commun » c'est-à-dire qu'il est motivé par « l'intérêt commun » et toute transgression à la convention entraîne des conséquences néfastes que chaque agent doit les subir inéluctablement. C'est ainsi que Hume puis Donald Davidson s'opposent à Lewis.

En outre, ce qui est conventionnel pour Donald Davidson, c'est l'interprétation d'un énoncé. La convention n'assume pas la responsabilité de transmettre des manières de parler aux différents agents d'une population P. Mais l'auditeur grâce à la convention linguistique implicitement pré-conclue, il est capable d'interpréter un énoncé et saisir l'intention du locuteur. L'analyse du proverbe 6 tient de cette idée.

Nous avons analysé certains proverbes d'après la théorie de Lewis qui a mis au jour une nouvelle notion ; celle de « convention ».

Quant à l'exemple 2 « Un invité reste un invité même s'il s'attarde hiver et été », il incite l'interlocuteur à être accueillant et convivial vu que la société arabo-musulmane plaide en faveur de la générosité. Nous assistons à la création d'un proverbe mimant les habitudes de la société arabe en général et tentant d'éterniser cette qualité.

De même, ce proverbe 4 « Même un chien ne voudra pas de celui qui n'a pas satisfait ses parents » s'inspire de la religion musulmane qui prône et glorifie l'obéissance absolue aux parents ; Nombreux sont les hadiths du prophète incitant les musulmans à obéir à leurs parents afin d'atteindre le paradis. Ces proverbes dictent et imposent certains valeurs et principes caractérisant la société arabo-musulmane

L'exemple 3 « Retourne la marmite sur sa bouche et la fille sera comme sa mère » représente une vérité générale par

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

laquelle on juge une fille par le biais de sa mère ; c'est injuste mais le fonds culturel de la société arabe stipule qu'en demandant la main d'une fille en mariage il faut connaître et sa mère et ses traits de caractère. Cette idée nous rapproche du proverbe français 5 « Tel père, tel fils » où l'hérédité des qualités et des défauts est inéluctable. La même idée est reprise en dialecte tunisien par le proverbe métaphorique 6 « Le fils de la souris est rongeur » c'est-à-dire qu'il tient de son père l'action de « ronger ». Celle-ci est métaphorique parce que l'action de « ronger » peut signifier « une qualité ou un défaut » suivant la situation et selon l'intention du locuteur.

Il en va de même pour la société française qui a mis au jour un ensemble de proverbes produisant les propriétés d'une société occidentale différente de celle arabo-musulmane.

Après avoir étudié les proverbes sous un angle social afin de démontrer l'impact de la société sur l'individu ou plutôt sur le sujet parlant, nous avons pu démontrer que certaines expériences humaines sont universelles abstraction faite des différences socioculturelles. Nous avons, également, pu démontrer que la diffusion d'un savoir est étayée par des conventions sociales tacites d'où les notions de « convention, régularités comportementales, agencement collectif ». Ce faisant, nous voudrions, dans ce qui suit, mettre la lumière sur une question à dominante cognitive s'intéressant à la mémorisation des proverbes par un sujet parlant. Cette question s'inscrit, en fait,

dans l'étude de l'acquisition du langage en général et particulièrement dans l'apprentissage des proverbes.

Alors, nous explicitons la question qui est indispensable de poser : comment un Tunisien ou un Français parviennent-ils à employer ces proverbes et à les mémoriser ?

3.2.2. Les proverbes : schèmes de pensées

Pour pouvoir répondre à la question ci-dessus, nous nous appuyerons sur la notion de « schèmes de pensées » de Kant, analysée par Gilles Deleuze (1980) et consolidée par Jean Piaget (1930-1976). Auteur de « La critique de raison pure », Kant (1781) a montré les limites de la raison. Son œuvre se veut une critique mettant en cause l'idée de connaissance sans expérience, et par conséquent sans l'empreinte du réel. C'est à ce propos que la notion de « schèmes de pensées » voit le jour. D'abord, nous mettons l'accent sur cette notion en analysant ces derniers proverbes car la définition nous éloigne un peu de notre sujet. Supposons qu'un enfant désobéissant entende sa mère énoncer le proverbe 1 « Même un chien ne voudra pas de celui qui n'a pas satisfait ses parents ». L'enfant, ignorant la signification de cette phrase, demande à sa mère de le lui expliquer. Elle lui répond « Même un chien ne voudra pas de celui qui n'a pas satisfait ses parents » = « un enfant doit obéir à ses parents ». P = un enfant doit obéir à ses parents. Comprenant, il est capable dorénavant d'y recourir et de le transmettre à un autre. Citons à ce propos l'affirmation de Pierre

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

Déléage : « On dira qu'il en a acquis une compréhension ostensive et qu'il est dès lors capable de se référer à cette entité par le biais d'énoncés ostensifs » (Déléage, 2009).

Un schème de pensée est, alors, une opération mentale faisant correspondre le concept, le point de départ (Même un chien ne voudra pas de celui qui n'a pas satisfait ses parents), à une « détermination spatio-temporelle » c'est-à-dire à une situation déterminée spatialement ainsi que temporellement. Dans ce contexte, nous parlons, sans doute, d'« un enfant qui doit obéir à ses parents ». Cette détermination spatio-temporelle dont parle Kant est semblable à un attribut ou un prédicat qu'on attribue au schème de pensée. Elle est la réponse à la question « qu'est-ce que cela veut dire ? ». Cette opération est valide en tout temps c'est-à-dire que l'être humain peut avoir à chaque instant une expérience grâce à laquelle il acquiert une connaissance, un schème de pensée. Le bébé possède des dispositions sensori-motrices qui aident à développer ses schèmes de pensées. Leur organisation est assimilée à l'organisation des dossiers et sous-dossiers sur un ordinateur. Ainsi l'apprentissage des proverbes répond à ce processus de mémorisation produisant un (e) « connaissance / savoir commun (e) ».

Un schème de pensée peut évoluer chez l'enfant comme chez l'adulte, il se développe soit par assimilation, soit par accommodation. Pour les distinguer, nous nous appuyons sur les proverbes 2 « Tel père, tel fils » et 3 « Le fils de la souris est

rongeur ». En France et en Tunisie, l'enfant connaissait déjà qu'il reçoit certains caractères de ses parents grâce au langage d'autrui (tel est le cas du proverbe 1 où l'enfant accomplit un acte d'apprentissage dont la mère assume toute la responsabilité). C'est ce que Pierre Délégé appelle « un apprentissage déférentiel » fondé sur la parole et le langage d'autrui tandis que l'apprentissage émanant d'une expérience ostensive est appelé « un apprentissage ostensif » (Délégé, 2009). Pour un enfant français, cette représentation est étayée par ce proverbe « Tel père, tel fils » et pour un enfant tunisien « Le fils de la souris est rongeur ». Ce dernier, en écoutant parler et employer cette parémie, va l'enregistrer sous un schème de pensée. En écoutant employer le proverbe 4 « Ce lionceau vient de ce lion », il s'interroge sur le sens de cette collocation. En la comprenant, il l'enregistre également non indépendamment du premier au contraire sous le même schème de pensée parce qu'il est une extension du premier. L'évolution et le développement de ce schème se fait par assimilation c'est-à-dire par un ajout d'une information sans modification ou rectification au schème déjà présent (un pré requis). Dans le cas contraire, nous signalons de nouveau l'exemple précité « La vieille emportée par l'oued dit sans cesse : cela va être une bonne année de récolte » où l'interlocuteur qui entend, pour la première fois, employer ce proverbe mais erronément le mémorise sous un schème de pensée qu'il découvrira plus tard qu'il est aberrant

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

grâce à la parole. Dans ce cas, l'acte de modification et de transformation de ce schème se fait par accommodation. Il s'ensuit de ce qui précède qu'un schème de pensée est évolutif, muable et inconstant.

Quant à l'analogie des proverbes tunisiens et français, elle résulte des expériences communes aux deux sociétés distinctes. D'ailleurs, nous ne nions pas que l'épanouissement et l'influence réciproque entraînent une ressemblance incontestable sur tous les plans. Nous étayons cette idée par le proverbe suivant :

5 L'habit ne fait pas le moine.

La métaphore introduite dans cet exemple consiste à mettre en évidence une sagesse : les apparences sont souvent trompeuses. Alors, « l'habit du moine » est un déguisement qui empêche de juger quelqu'un et ses comportements. Le fait de juger quelqu'un par ce que l'on voit et par les apparences est réfuté puisqu'il est injuste. Même s'il y avait un proverbe tunisien traitant de ce sujet, le groupe nominal « l'habit du moine » est remplacé par un autre substantif eu égard à la divergence entre les traditions, les coutumes et les religions. La tradition arabe a produit une parémie métaphorique évitant tout jugement par les apparences mais s'inspirant des us arabes, des dunes de sable, de la nature vierge et intacte pour ne pas juger l'être par le paraître 6 « N'admire pas la beauté d'une fille sans

l'éprouver, et n'admire pas les roses d'Oléandre répandues sur la rivière ».

Il en va ainsi pour cet exemple qui illustre le patrimoine culturel et religieux de l'occident et plus précisément de la France où la météo est décrite en fonction des fêtes 6 « Noël au balcon, Pâques aux tisons » ; temps doux coïncidant avec la Noël et temps glacial pendant les Pâques.

La divergence entre les proverbes tunisiens et ceux français est due à quelques considérations religieuses, géographiques, traditionnelles, culturelles, etc. Mais sous une optique cognitive, l'expérience humaine est identique ; ce qui diffère, c'est l'environnement de chaque société qui en constitue la particularité. Entre l'individu, la société et l'environnement où ceux-ci évoluent existe un lien solide qui concrétise le concept de « convention ».

Conclusion

Nous avons procédé à une étude socio-cognitive visant à déterminer le processus de développement social et cognitif des proverbes tunisiens et français. Ce faisant, nous avons mis la lumière sur leurs critères définitoires de telle sorte que nous avons pu identifier leur statut grammatical. D'où les dyades « sens littéral / sens métaphorique, sens compositionnel / sens non-compositionnel ». Ces entités discursives oscillent entre un sens clair et facilement déchiffrable et un autre opaque et

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

ambigu en raison de la rigidité syntaxique de leurs éléments constitutifs.

Il s'ensuit que ces expressions idiomatiques possèdent une valeur persuasive et normative spéciale favorisant la fréquence de leur usage. Leur acquisition, mémorisation et vulgarisation obéissent à une convention sociale appelée aussi agencement collectif, savoir commun, représentation sociale d'où l'aptitude du sujet parlant à décoder sans peine les proverbes les plus ambigus. Le développement social de ces collocations va de pair avec leur mémorisation d'où la notion de schème de pensée qui représente le système neuronal qui les reçoit, les enregistre par assimilation ou accommodation et les concrétise, par la suite, dans un acte de langage. Dès lors, l'émission et la réception d'un énoncé parémique sont régies par la compréhension réciproque due à la régularité comportementale qui sous-tend une connaissance commune. Ainsi, ce processus cognitif et social sont associés si bien qu'ils représentent la même expérience et produisent la même parémie en dépit des divergences socio-culturelles. En effet, les signes linguistiques diffèrent mais l'expérience humaine est unique.

Enfin, nous voudrions nous intéresser, dans une prochaine étude, à la traduction de ces tournures figées. Nous essaierons d'identifier les limites de la traduction de ces structures métaphoriques à sens anthropologiques et d'y envisager des solutions.

Références bibliographiques

ANSCOMBRE, J.-C. (1994). Proverbes et formes proverbiales : valeur évidentielle et argumentative. *Langue française, n°102, Les sources du savoir et leurs marques linguistiques* , pp. 95-107.

ARISTOTE. (1976). *Poétique*. Chez C. Barbin.

BOTTINEAU, D. (2010, Septembre). Les linguistiques cognitives en France, problématiques actuelles. A. O. Tchubaryan, E. I. Pivovar, Académie des Sciences de Russie & Université d'Etat pour les Sciences Humaines de Moscou, Moscou.

D'ANDREA, G. (2017). Qui dit proverbe... dit rythme ? *Scolia* , 101-118.

DELEAGE, P. (2009). Le chant de l'anaconda: l'apprentissage du chamanisme chez les Sharanahua (Amazonie occidentale), société d'éthnologie.

DELEUZE, F. G. (2007, octobre 24). L'agencement collectif d'énonciatif. *μTime, Deleuze* .

DUPUY, J. P. (1989). Convention et Common Knowledge. *Revue économique, 1989, Volume 40, Numéro 2* , 361-400.

EGRE, P., & Olivier, R. (2012). Les conventions sans la connaissance commune ? *Klesis – Revue philosophique : 24 – La philosophie de David Lewis* .

FOURNIER, P. N. (2010). Le stéréotype dans le lexique. *Synergies Pays riverains du Mékong n° 1* , pp. 85-99.

La vulgarisation et la mémorisation des proverbes en vue d'une approche sociocognitive

FUCHS, C. (2004). Pour introduire à la linguistique cognitive. La linguistique cognitive. *Ophrys ; MSH*, .

LAKOFF, G., JOHNSON, M. (1986). *Les Métaphores dans la vie quotidienne (Metaphors we live by, 1980)*, trad. Michel de Fornel, coll. « Propositions », Éditions de Minuit.

GHARBIA, A. B. (2011). Les schémas de phrase en arabe et en français . *Syntaxe et sémantique 2011/1 (N° 12)* , 49-72.

JALLE, E. L. (2012). La convention : ce que Lewis doit (ou non) à Hume. *Klesis – Revue philosophique : 24 – La philosophie de David Lewis, (Université Lille 3)* , pp. 239-271.

KLEIBER, G. (1999). Les proverbes : des dénominations de type "très très spécial". *langue française, Persée* , 52-69.

- (1994). *Nominales*. Paris: A. Colin.

MEYER, M. (2008). *Principia Rhetorica: une theorie generale de l'argumentation*. . Fayard.

MOLINER, P. (1992). Représentations sociales. Schèmes conditionnels et schèmes normatifs. *Bulletin de psychologie, tome 45 n°405, Nouvelles voies en psychologie sociale* , pp. 325-329.

TAMBA, I. (2012, janvier le 01). Le sens métaphorique argumentatif des proverbes. *Cahiers de praxématique [En ligne], 35 / 2000, consulté le 30 septembre 2016*. , pp. 39-57.

Trésor de la Langue Française. (s.d.).