Les représentations discursives de la francophonie : discours lexicographiques et discours des apprenants Moldaves[1]

Virginie Marie

Université de Nantes

Résumé

Le but de cet article est de rendre compte de la démarche adoptée dans le discours sur la francophonie en mettant en exergue les procédés argumentatifs qui visent à créer cette identité francophone. Comment les concepts comme *francophilie*, *francophonie*, *francophone* sont-ils mis à contribution dans l'argumentation discursive pour justifier l'intérêt porté à l'adhésion au sein de l'espace francophone?

La démarche de recherche articule les théories argumentatives et l'analyse du discours. De ce fait, le corpus (composé de questionnaires) peut être abordé sous différents angles, linguistiques et discursifs. L'objectif est de dégager des données sociolinguistiques et linguistiques du discours spécifique étudié et de mettre en perspective les théories linguistiques dans l'actualisation de ce discours.

L'enjeu est donc d'étudier la signification des mots qui sont porteurs de valeurs dans le discours. L'étude sémantique construite en plusieurs étapes permet de déterminer les mécanismes argumentatifs dans le discours.

1. Introduction

Généralement, les représentations sociales sont appréhendées selon qu'elles appartiennent au domaine des représentations publiques ou au domaine des représentations mentales (au sens de Sperber et Wilson, 1989) et la question qui se pose, dans le cadre de notre travail qui porte principalement sur les représentations publiques, est de savoir comment y accéder. Quels sont les moyens ou les outils dont nous disposons pour examiner les représentations discursives des apprenants moldaves du français?

Nous privilégierons ici la méthode du questionnaire qui s'applique directement à notre étude et apparaît comme le fondement même des différentes études qui seront menées ultérieurement. Le questionnaire se présente comme un outil d'analyse privilégié dans l'étude des représentations sociales. Cet outil nous permettra d'aborder les représentations en privilégiant une analyse des discours lexicographiques des termes *francophile*, *francophone*, *francophonie* à partir desquels nous tenterons d'extraire des traits sémantiques en tentant de déterminer un noyau avec des

[1]Cet article a été rédigé sous la supervision de Louis Mercier, professeur de l'Université de Sherbrooke.

associations stéréotypiques qui pourront développer des possibles argumentatifs. Pour cela, nous convoquerons la Sémantique des Possibles Argumentatifs (désormais SPA[2]), approche selon laquelle l'analyse sémantique des entités lexicales est appréhendée essentiellement comme une construction de l'objet étudié en formulant des hypothèses externes sur le sens des diverses occurrences répertoriées. Cette première démarche correspond à l'étude des discours lexicographiques mais aussi, ultérieurement, aux énoncés produits dans notre corpus. Ceci nous amène à évoquer la deuxième démarche qui consiste à repérer des occurrences dans un discours bien défini en tenant compte de certains critères praxéologiques (par exemple, dans notre cas, il s'agit de textes institutionnels et de textes recueillis auprès de différents publics portant sur la francophonie/la francophilie. Plus exactement, l'environnement discursif influe sur la signification du mot, et cela, à travers les déploiements discursifs ou argumentatifs, et cette contamination semble d'autant plus jouer un rôle important dans la construction des possibles argumentatifs, puisqu'elle a cette capacité à accepter ou à réfuter les déploiements obtenus à partir du dispositif stéréotypique.

2. Les discours lexicographiques

Nous entendons par « discours lexicographique » l'ensemble des dictionnaires de langue ou de spécialités. L'introduction de ces sources dans notre étude sémantique du discours permet de convoquer la connaissance collective linguistique de tout locuteur d'une langue. Ce procédé donne l'occasion d'évaluer à travers ces écrits un partage linguistique restitué sous forme d'acceptions de sens et de signification à une période donnée. Nous dressons ainsi, à partir des dictionnaires, la représentation des termes *francophilie/francophone/francophonie* qui est mise à la disposition de chacun et, à partir de ces définitions, nous tenterons d'extraire des traits sémantiques.

2.1 Les dictionnaires de langue

L'objectif est de restituer synthétiquement les différentes définitions rencontrées pour chacun des termes dans les dictionnaires suivants : *Le Nouveau Petit Robert*, *Le Nouveau Petit Larousse Illustré*, *Le Dictionnaire des identités culturelles de la francophonie, Le Dictionnaire général de la Francophonie* et *Le Trésor de la Langue Française* (TLF). Le choix de ces dictionnaires se justifie par leurs qualités référentielles reconnues dans leurs diverses approches.

Francophilie :

Le terme *francophilie* apparaît en 1919; il provient de *-franco* et *-philie*. Il renvoie à la « disposition d'esprit favorable, attitude d'une personne francophile » (*Le Nouveau Petit Robert*, 2003).

Dans *Le Trésor de la langue française, francophilie* prend le sens de l'amour, de la sympathie à l'égard de la France, des Français, de ce qui s'y rapporte.

[2]SPA : la Sémantique des Possibles Argumentatifs proposée par Galatanu (1999a) se présente comme un modèle de description-construction-représentation des significations lexicales supposées rendre compte du « cinétisme » des significations, un modèle qui s'appuie principalement sur des mécanismes sémantico-discursifs et pragmatico-discursifs d'activation du potentiel argumentatif. Cette description de la signification lexicale repose à la fois sur des informations sémantiques et discursives et participe ainsi à la reconstruction de la signification lexicale d'un mot en s'appuyant sur des hypothèses provenant du sens et des occurrences du mot.

Francophone :
Le mot *francophone* apparaît en 1880 et se répand vers 1960. Le terme désigne une personne « qui parle habituellement le français, au moins dans certaines circonstances de la communication, comme langue première ou seconde ». *Les Africains francophones*. Si l'on parle d'un groupe ou d'une région, alors on lui attribuera l'acception suivante : « dans lequel le français est pratiqué en tant que langue maternelle, officielle ou véhiculaire. *La communauté francophone.* »

Pour *Le Petit Larousse Illustré*, le terme est réduit à la définition : « de langue française ».

Pour le *Dictionnaire général de la Francophonie*, le terme *francophone* est « adjectif et nom créé par le géographe Onésime Reclus et apparu en 1880 dans son ouvrage *France, Algérie et colonies* au sens de : « qui parle français ». Il désigne les habitants de langue française des entités nationales ou régionales dont le français n'est pas la seule langue et, par extension, s'applique à des entités elles-mêmes ». Le mot est entré dans le dictionnaire à partir de 1930 (*Supplément au Larousse du XXe siècle*). Une distinction particulière lui est associée : « l'attention portée à la culture d'expression française hors de France a consacré la distinction *français*/*francophone* en réservant le premier de ces termes à l'appartenance nationale et le second à l'appartenance linguistique, distinction qui tend à rejoindre celle entre *British* et *English*. En réduisant ainsi la polyvalence de *français,* l'adjectif *francophone* élargit sa sphère d'emploi (*études francophones, littératures francophones, solidarité francophone*, etc.) au point de s'accroître d'un sens second : « qui est relatif à la francophonie. »

Le Nouveau Petit Robert propose les approches suivantes : « Qui parle habituellement le français, au moins dans certaines circonstances de la communication, comme langue première ou seconde (en parlant d'un groupe, d'une région); Dans lequel le français est pratiqué en tant que langue maternelle, officielle ou véhiculaire (même si les individus ne parlent pas tous le français); *La communauté francophone*; Relatif à la francophonie. »

Francophonie :
Le mot *francophonie* apparaît en 1880 et se répand vers 1960. Le terme recouvre « l'ensemble constitué par les populations francophones » et désigne un « mouvement en faveur de la langue française » (*Le Nouveau Petit Robert*, 2003).

Dans le *Petit Larousse Illustré*, le terme se réfère à une « communauté de langue des pays francophones; ensemble des pays francophones. Collectivités que forment les peuples parlant le français ».

Pour le *Dictionnaire des identités culturelles*, la *francophonie* est définie comme francophonie créatrice entendue au sens de « scénario mitoyen, qui s'affirme par l'essor du français non par la marginalisation mais par sa vitalité ». Il est précisé qu'un « tel modèle est possible à certaines conditions : a) une politique linguistique incitative plutôt que coercitive; b) l'essor du français dans le monde grâce à sa vitalité scientifique et artistique; c) l'essor du français au Canada; d) le trilinguisme (français, anglais, espagnol) devient la nouvelle norme au Québec dans le contexte d'un libre-marché linguistique en Amérique du Nord » (Robitaille, 1989).

La lecture des dictionnaires spécialisés (*Le Dictionnaire des identités culturelles de la francophonie* et *Le Dictionnaire général de la Francophonie*) consacrés à la francophonie donne un éclairage d'ensemble et complète ainsi l'apport des autres dictionnaires. Les ouvrages spécialisés sur la francophonie donnent la possibilité de mettre en parallèle plusieurs notions et d'évaluer leur importance.

2.2 Étude du noyau sémantique et déploiements stéréotypiques

Après avoir répertorié les diverses définitions données aux mots par les dictionnaires de langue et de spécialité, il semble nécessaire d'extraire un sens minimal de chacune de ces notions. Pour cela, nous nous appuyons sur la Théorie des blocs argumentatifs[3] et la Théorie des topoï[4], telles que les conçoivent Carel et Ducrot (1999), Anscombre et Galatanu (1984, 1988, 1989, 1995, 2002) en partant du principe que l'argumentation réside dans la signification du mot. Cette signification minimale, appelée « noyau sémantique », est donc exprimable avec des entités abstraites articulées dans une construction logique qui serait exprimée à l'aide des connecteurs *donc* et *pourtant*.

Pour **francophilie :**
S[5] aimer la France donc S favorable

Pour **francophone :**
S parler français donc S appartenir à un espace

Pour **francophonie**, nous reprenons les travaux de Galatanu (2008a) :
S savoir donc pouvoir parler français
et
S devoir parler français
et
S appartenir à une communauté

Cette dernière notion (*francophonie*) paraît plus difficile à exprimer en termes de noyau sémantique, car elle renvoie à un grand nombre de réalisations. Les expressions qui viennent d'être adoptées traduisent l'idée de l'individu ou d'un ensemble d'individus qui poserait l'existence d'une communauté dans laquelle il se reconnaîtrait.

[3]Carel et Ducrot (1999, p. 12-13) définissent cette théorie en posant deux hypothèses : 1) « De manière plus générale, tout bloc a […] deux aspects argumentatifs : un aspect normatif P DC Q (P DONC Q), regroupant les discours en DC, et un aspect transgressif, P PT NON-Q, (P POURTANT NON-Q), regroupant les discours en PT »; 2) « […] une argumentation peut être associée à une expression de deux façons différentes. Si l'expression étudiée intervient dans l'un des enchaînements de l'aspect argumentatif qui lui est associé, cet aspect sera dit relevé de l'argumentation externe de l'expression étudiée. Sinon, il sera dit relevé de son argumentation interne. Ceci nous permettra de décrire tout mot ou énoncé par les seuls enchaînements en DC ou PT qu'il évoque. »

[4]Cette approche est liée à l'étude de l'argumentation dans les énoncés. L'idée principale repose sur l'affirmation que « l'orientation argumentative d'un énoncé est obtenue par l'application, à certains éléments de la signification de la phrase, d'une règle d'inférence graduelle que le locuteur présente comme générale… [et] partagée » (Raccah 1990, p. 182).

[5]S = Sujet

Déterminer le noyau sémantique de ces mots permet de s'assurer que les expressions formées avec ces mots peuvent être renvoyées à cette signification minimale et en représenter des associations stéréotypiques qui peuvent produire des orientations à partir de possibles argumentatifs. Nous avons donc tenté de rendre compte de l'existence des associations stéréotypiques et du déploiement des possibles argumentatifs pour les mêmes concepts :

Francophilie

Noyau	Possibles Argumentatifs
S aimer la France donc S favorable	donc S vouloir partager donc S vouloir connaître

Francophone

Noyau	Possibles Argumentatifs
S savoir parler français donc S appartenir à un espace	donc S partager les valeurs donc S avoir des compétences linguistiques

Pour **Francophonie**, nous nous appuyons sur les travaux de Galatanu (2008a) :

Noyau	Possibles Argumentatifs
S savoir donc S pouvoir parler français	donc S pouvoir communiquer
S devoir parler français	donc S développer des facultés
S appartenir à une communauté donc parler français	

En nous référant aux discours lexicographiques des dictionnaires, nous voyons apparaître quelques éléments stables, que nous retrouvons dans l'étymologie du mot *francophonie* que l'on pourrait résumer comme suit : « état de celui qui parle la langue française/d'une communauté humaine qui utilise la langue française dans l'essentiel des pratiques sociales. » (Galatanu 2008a) De cette observation, nous pouvons proposer, dans le cadre de la SPA, une signification construite à partir des discours lexicographiques :

Francophonie

Noyau	Stéréotypes[6]
S savoir donc pouvoir parler français (E1)	E[7]1 donc compétence native E1 donc compétence apprise
Et S devoir parler français (E2)	E2 donc parler français habituellement E2 donc parler français fréquemment E2 donc parler français dans la communication institutionnelle

(Galatanu 2008a)

3. Application du modèle SPA : le concept *francophonie*

Le concept *francophonie* est une notion complexe et connaît de nombreuses évolutions. De ce fait, les définitions institutionnelles et politiques sont abondantes et réfèrent à des faits appropriés, mais elles semblent s'éloigner du noyau de la signification du mot proposée par les discours lexicographiques (*TLF*, *Robert*, *Larousse)* que nous pouvons formuler de la manière suivante, en reprenant ici un article de Galatanu (2008a, p. 6-8), qui nous présente l'évolution du noyau *francophonie* :

Noyau

Appartenir à la communauté X donc parler français

Galatanu postule que des stéréotypes sémantiques pourront s'organiser autour des quatre axes définis par Déniau (1983[8]), soit les axes linguistique, géographique, spirituel et institutionnel, déclinant les éléments du noyau dans les blocs d'argumentation interne :

Stéréotypes

Appartenir à la communauté X donc habiter la région X
Appartenir à la communauté X donc vivre selon tel système de normes sociales / morales / codes de conduite

Parler français donc utiliser tel lexique/syntaxe

[6]Dans le modèle de la SPA, les stéréotypes coïncident avec la déclinaison des marques (prédicats) abstraites du noyau en interaction avec d'autres représentations sémantiques. Tous ces ensembles forment des blocs d'argumentation internes à la signification lexicale.
[7]E = Énoncé
[8]Définition proposée par Deniau (1983) : **1.** Sens linguistique qui renvoie au fait d'être francophone, de parler habituellement ou fréquemment le français, soit comme langue maternelle, soit comme langue officielle, soit comme langue véhiculaire. **2.** Sens géographique qui renvoie aux peuples et aux hommes qui ont pour langue maternelle, officielle, courante ou administrative le français. **3.** Sens spirituel qui renvoie au sentiment d'appartenir à la même communauté. **4.** Sens institutionnel qui renvoie à l'ensemble des institutions et organismes qui œuvrent pour la francophonie.

Appartenir à la communauté X donc partager un espace
Institutionnel / Partager tel système de valeurs / agir de telle manière / être solidaire des autres membres de cet espace

Il est important de rappeler que conformément à la démarche explicitée dans le cadre de la SPA, Galatanu, pour les besoins de son étude (exposée ci-dessus), a recours ici à une valeur présente dans le noyau *francophonie* préalablement déterminée : *appartenir à la communauté X donc parler français.* C'est donc à partir de ce noyau que sont déclinés les blocs d'argumentation interne (voir ci-dessus). Ainsi, cette analyse rend compte de plusieurs déploiements possibles générés par les blocs d'argumentation interne. En approfondissant l'étude, Galatanu réalise un autre déploiement à partir, cette fois-ci, du stéréotype :

Parler le français donc partager

Nous obtenons alors par déploiement le stéréotype suivant :

***Savoir parler français donc former une communauté linguistique :**

*Former une communauté linguistique donc partager nécessairement les valeurs affirmées par ses discours

- Partager ces valeurs donc être solidaires
- Être solidaires donc créer des institutions pour

affirmer son identité, la discriminer, la défendre (Galatanu 2008)

Dans l'approche de la SPA, nous constatons que la signification lexicale décrit et renvoie au monde. Ce procédé est rendu possible par le stéréotype lié au mot et par les représentations associées aux éléments de ce même stéréotype, qui lui-même, peut aussi à son tour être associé à d'autres stéréotypes.

3.1 Les possibles argumentatifs convoqués dans notre corpus : articulation de la SPA et de l'analyse du discours

L'ensemble des discours que nous avons recueillis (sous forme de questionnaires[9]) comprend des définitions portant sur la culture française, la langue française, la francophonie et la francophilie.

[9]Notre corpus est constitué de 126 questionnaires élaborés pour des étudiants en médecine suivant un parcours francophone. Le public visé pour cette étude concerne essentiellement des étudiants bilingues, ayant pour la plupart, accompli un cursus bilingue (roumain/français) possédant ainsi une bonne maîtrise et compréhension de la langue française. Les questionnaires ont été soumis à deux classes de première année et à une classe de deuxième année de médecine générale. Dans un souci d'efficacité et afin d'obtenir un plus grand nombre d'informations, ces questionnaires se subdivisent en plusieurs parties : une partie distincte présentée sous forme de questionnaires à choix multiples (QCM); et les autres sections du questionnaire comportent soit des questions dirigées obligeant les étudiants à faire un choix précis; soit des questions fermées et semi-ouvertes (l'ensemble du questionnaire se divise de la manière suivante : la partie 1 comporte 18 questions; la partie 2 présente 20 questions; la partie 3 regroupe 12 questions; la partie 4 représente un QCM de 8 questions) et donnant la possibilité à l'étudiant de développer davantage son point de vue.

Les diverses productions témoignent de la présence de nombreuses associations qui sont liées à l'histoire de la Moldavie, mais aussi à l'histoire personnelle de chaque apprenant (c'est-à-dire de leur propre approche et vision de la culture et de la langue françaises). Ainsi, nous constatons que toutes ces données font émerger les concepts de *francophonie* et de *francophilie* pris dans une sorte de dynamique discursive fortement marquée par la culture.

Comme nous venons de le signaler, cette partie de la recherche porte essentiellement sur les discours définitionnels obtenus auprès des apprenants moldaves se sentant proches de la communauté francophone. Nous allons voir que l'analyse du corpus fait apparaître la diversité et la richesse des emplois individuels des concepts de *francophilie* et de *francophonie* à travers de nombreuses représentations des « objets culturels » qui constituent le contenu des questionnaires (la langue et la culture françaises, les francophones, les Français, la France, la communauté francophone, etc.) et qui semblent influencer les perceptions de chaque individu, les conduisant à adopter soit une attitude d'acceptation, soit de rejet de ces différents objets culturels.

Il nous a semblé opportun de mener cette étude en retenant trois axes : la perception de l'apprentissage de la langue française, les représentations sur la culture française et les associations se rapportant à la France.

Pour des raisons méthodologiques, l'ensemble de ces questions a ensuite été regroupé en quatre thématiques : Langue française : apprentissage et utilisation; Les Français; La culture française; La France. En fonction de chacun des thèmes, nous avons reporté les réponses les plus saillantes des apprenants ayant répondu à l'ensemble des questions concernées.

Les questionnaires ont essentiellement porté sur la représentation de la langue et de la culture françaises et sur la francophonie, mais également sur les difficultés rencontrées dans la formation et sur la motivation de notre public. Ces différentes orientations ont conduit les étudiants à associer les mots à la langue et à la culture françaises et à la France. Cette répartition en axes rend compte du potentiel argumentatif tel que les discours recueillis le déploient, permettant de ce fait de reconstruire les stéréotypes de la signification de ces mots et de donner des définitions du mot *francophonie*.

Axe 1 : l'apprentissage de la langue française se construit comme un objet :

- en lien avec l'histoire moldave : perçu comme une appartenance à une classe élitiste, détenant le savoir/un moyen de promouvoir le plurilinguisme et de s'ouvrir au monde (« langue de communication », « accès aux pays francophones », « ouverture sur le monde », « langue de la science », « langue du savoir »);
- une langue prestigieuse (noble) face à la langue anglaise perçue comme une langue technique (« langue prestigieuse », « langue harmonieuse »).

Et la langue française est perçue comme :

- une langue romantique, mélodieuse, simple, organisée, utile et une langue d'avenir (« langue de l'amour », « langue harmonieuse », « langue mélodieuse », « langue d'avenir », « amélioration de la vie professionnelle et de la vie personnelle »);
- une langue de la connaissance, du savoir, des intellectuels (« langue de la science », « langue du savoir », « très belle langue intellectuelle »).

Axe 2 : la culture française est perçue comme :

- une culture riche, reconnue mondialement (« culture riche », « patrimoine mondial », « intéressante », « reconnue »);
- une culture associée à l'histoire : aux écrivains, aux monuments, à la littérature, au théâtre/affects (« musique », « monuments », « architecture », « écrivains », « littérature », « Comédie Française »).

Et les Français sont perçus comme :

- des hommes intelligents, bien éduqués, communicatifs, snobs (« les **F**rançais sont intelligents, instruits », « les **F**rançais sont disciplinés », « les **F**rançais sont bien éduqués », « les **F**rançais ont une bonne éducation »);
- des hommes simples, accessibles (« les **F**rançais sont simples », « les **F**rançais sont hospitaliers », « les **F**rançais sont sociables »);
- des modèles/affects (gentils, heureux, bons, beaux…) : (« les **F**rançais sont agréables », « c'est un peuple agréable », « ils sont mystérieux », « les **F**rançais sont gais », « les **F**rançais sont élégants »).

Axe 3 : la France est perçue comme :

- un pays démocratique, libre (« pays démocratique », « pays de changement », « pays des possibilités », « pays de l'évolution »);
- un pays ayant un haut niveau de culture (« pays avec une grande histoire », « haute culture », « grand centre culturel »);
- un pays révolutionnaire/communiste (« une histoire révolutionnaire »);
- un pays lié aux affects (beauté, désirs de voyages, de stages, de découvertes…) : (« pays de rêves », « pays de l'amour », « haute couture », « beau pays », « vie harmonieuse »);
- un pays développé (système performant d'assistance médicale), un pays d'avenir professionnel (« pays européen », « pays industriel », « pays de l'innovation », « pays de ressources », « puissance économique et politique », « pays avec de nouvelles méthodes », « pays avec un haut niveau de développement »).

L'étude du corpus a permis de dresser quelques constats pertinents sur les motivations du choix du français à université, sur l'image de la France, de la langue et de la culture françaises. Par anticipation, nous proposons de dresser quelques remarques générales sur les valeurs associées au choix du français, à la France et à la langue française. Puis, de manière plus détaillée, nous tenterons de déployer les possibles argumentatifs obtenus à partir du noyau *francophonie*.

Ainsi, le **choix du français** par les sujets interrogés et leur rapport à cette langue, à la culture française et à la France s'organisent autour de valeurs axiologiques positives, pour l'essentiel, morales/éthiques (bien, essentiel), pragmatiques (utile, nécessaire, intérêt, moyen de communication avec l'extérieur), affectives/hédoniques, esthétiques (belle langue, charmante, harmonieuse, mélodieuse), intellectuelles (intérêt pour l'histoire de France, les arts, liberté d'expression).

La France est porteuse de valeurs axiologiques s'organisant autour de l'axe hédonique du plaisir (gastronomie, mode, art : « haute couture », « mode », « fromage »), de l'axe esthétique et intellectuel (intéressante, historique, belle : « beau pays », « grande histoire », « grande culture »), mais aussi autour de l'axe des valeurs sociales/culturelles (liberté, modernité, égalité « pays démocratique », « pays des possibilités », « pays d'avenir »).

La langue française est belle, agréable à entendre, noble, logique, stricte et à la fois sophistiquée, artistique, bourgeoise (« belle langue », « langue prestigieuse », « langue romantique », « langue difficile »). Ces différentes fonctions du français sont souvent dans le corpus surmodalisées par des modalités déontiques, voire aléthiques, s'imposant comme obligatoires, comme un devoir, voire comme une nécessité, ou un besoin ressenti. Ainsi, les discours tenus sur la *francophonie* semblent s'organiser autour de deux axes essentiels : un besoin d'affirmer une identité et une reconnaissance linguistique.

À partir des possibles argumentatifs convoqués dans notre corpus, nous proposons d'approfondir notre étude en donnant les déploiements générés par les blocs d'argumentation interne obtenus à partir du noyau *francophonie*[10]. Nous obtenons donc le stéréotype suivant :

Noyau : Parler français donc utiliser la langue

Stéréotype : Utiliser la langue donc approfondir les connaissances linguistiques

Approfondir les connaissances linguistiques donc effectuer un stage

Effectuer un stage donc réussite

Réussite donc gain

Gain donc réussite professionnelle

Réussite professionnelle donc réalisation de soi

⇩ ⇩ ⇩

Réussite sociale **Réalisation de soi** **Réalisation d'un projet**

Ce déploiement argumentatif, nous permet d'obtenir une représentation de la francophonie véhiculée par l'ensemble des étudiants dans leurs discours. Nous voyons apparaître la notion d'*utilité* associée systématiquement à la *langue française*. Cette association génère dans le noyau de la francophonie une valeur liée à l'action (utilité/faire) dont la finalité se traduit par une réussite (réalisation sociale, personnelle, professionnelle).

Afin d'affiner davantage notre étude sur les représentations de la *francophonie/francophilie*, nous proposons, à la section suivante, de réaliser une analyse sur les valeurs et les formes modales que nous empruntons à l'analyse du discours[11] et qui éclaireront sur la visée argumentative de l'ensemble du corpus.

[10]Notre méthode d'analyse s'appuie sur celle de Galatanu (2008a) développée dans la partie 3 : Analyse du concept *francophonie* dans les discours lexicographiques et dans le processus de dénomination institutionnelle.

[11]L'analyse du discours se définit donc selon deux grands principes : 1) l'identification de la spécificité du discours étudié en mettant en exergue des éléments du discours, des traits caractérisant l'identité discursive, des occurrences énonciatives; 2) la formulation d'hypothèses interprétatives à partir de résultats obtenus. Une analyse du discours au service des pratiques sociales. Ces principes s'inscrivent dans une approche dite « classique » de l'analyse du discours situant ainsi son étude dans la praxéologie (« étude de l'action humaine ») en s'intéressant plus particulièrement aux incidences identitaires (transformation de soi et construction d'une identité collective). Galatanu

3.2 Analyse des valeurs et des formes modales[12]

L'étude de la modalisation a pour objectif de rendre compte de la visée argumentative de notre corpus. C'est un outil d'analyse efficace qui nous permet de déterminer le type de discours (son degré d'implication et de subjectivation) en se plaçant du point de vue de l'énonciation et du contenu. L'analyse menée sur l'ensemble du corpus a conduit à des résultats statistiques portant sur les formes et sur les valeurs modales. Dans le cadre de ce travail, nous avons dû procéder à un relevé méthodique de tous les termes porteurs de valeurs modales, à partir desquels ont été dressées des listes, insérées à leur tour dans des grilles d'analyse faisant apparaître pour chaque valeur et forme mobilisées un nombre d'occurrences précis et un taux de pourcentage.

Avant d'exposer les résultats, il convient de préciser la démarche retenue. La grille d'analyse se réfère à l'ensemble du corpus, c'est-à-dire à un échantillon précis de locuteurs (soit 64), mais pour des raisons de simplification, nous avons procédé à un découpage par groupe (chaque groupe se référant à une section précise, c'est-à-dire à une filière à laquelle sont rattachés les locuteurs concernés). Cette méthode nous permet d'obtenir une plus grande homogénéité des groupes. Ainsi, nous distinguons les groupes suivants :

- groupe 1 : 1re année de la filière francophone; 14 individus;
- groupe 2 : 2e année de la filière francophone; 14 individus;
- groupe 3 : 1re année de stomatologie; 9 individus;
- groupe 4 : 1re année de médecine générale; 12 individus;
- groupe 5 : 2e année de médecine générale; 15 individus.

(2008a) propose de développer l'analyse du discours dans une perspective linguistique, qu'elle définit de la manière suivante : « Nous allons d'abord définir et décrire l'analyse du discours dans notre perspective linguistique. Cette perspective ne nie pas l'intérêt d'articuler les données sociologiques et psychosociales issues de l'analyse des pratiques sociales et les données linguistiques, issues de l'analyse du produit de l'activité langagière. Elle ne nie pas non plus la démarche la plus courante en analyse du discours, en tout cas dans l'espace français, qui est de partir de la définition d'un espace social pour étudier les discours qui y sont produits et de revenir sur cet espace pour mieux définir, grâce aux résultats de cette étude, la pratique humaine et les acteurs qui s'y inscrivent. En revanche elle déplace le centre d'intérêt sur l'étude des mécanismes langagiers qui habilitent le discours à être un terrain privilégié d'influence d'autrui, de présentation de soi, de constructions identitaires, de présentation ou de reconstruction d'un système de valeurs » (Galatanu, 1999a).

[12]**Les valeurs modales** (valeurs aléthiques, déontiques, jugement de vérité, jugement axiologique, valeurs finalisantes) s'inscrivent sur un axe graduel qui représente le degré de prise de position du locuteur à l'égard de son énoncé. La gradualité part de l'objectivation vers la subjectivation. Par degré, le locuteur s'investit de plus en plus et évalue la représentation du monde. Les valeurs modales contribuent à l'argumentation discursive. **La forme modale** convoque dans des entités linguistiques des fonctions modales du point de vue énonciatif, de par la morphosyntaxe, la sémantique et la valeur pragmatique de l'entité linguistique en tenant compte du contexte dans lequel elle apparaît. Ces formes modales figurent également sur l'échelle graduelle (du plus objectivant au plus subjectivant) traduisant le processus d'implication de l'énonciateur dans le discours qu'il produit. Les formes modales se répartissent en deux grands groupes : le premier rassemble les modalités appelées les **modalités de RE** qui mobilisent les étiquettes nominales, les étiquettes verbales et leurs modificateurs. Les modificateurs peuvent être soit des caractérisants pour les étiquettes nominales, soit des modificateurs du verbe pour les étiquettes verbales. Les étiquettes nominales s'inscrivent dans une catégorie plus objectivante, alors que les modificateurs évoluent sur l'échelle graduelle de l'objectivation vers la subjectivation. Le second groupe rassemble les **modalités de DICTO.** Cette catégorie regroupe les verbes à usage modal, les adjectifs opérateurs de phrase et l'adverbe modalisateur de la phrase. Ce deuxième groupe est beaucoup plus subjectivant que le premier.

Voici les résultats exprimés statistiquement qui seront récapitulés dans une grille illustrant les différentes interprétations :

Groupe 1 : dans ce premier groupe de textes, nous dénombrons 353 occurrences pour la modalisation (formes et valeurs modales). Les résultats obtenus pour la modalité de RE sont les suivants : le pourcentage des étiquettes nominales et verbales s'élève à 66,85 % et leurs caractérisants représentent 17,56 %. Nous pouvons remarquer que les caractérisants influencent très peu les étiquettes nominales et verbales. Concernant la modalité de DICTO, nous relevons respectivement 4,54 % et 11,05 %. Le premier chiffre se réfère aux sujets modaux qui sont différents du sujet énonciateur et du sujet impersonnel et le deuxième chiffre se rapporte aux adverbes modalisateurs de phrases.

En suivant la grille d'analyse, les valeurs modales les plus représentatives sont les valeurs morales/éthiques (30,88 %), les valeurs hédoniques/affectives (30,03 %), les valeurs pragmatiques (10,48 %) et les valeurs esthétiques (8,78 %). Nous relevons également d'autres valeurs avec un taux de pourcentage plus faible : les valeurs épistémiques (4,81 %); les valeurs intellectuelles (4,53 %); les valeurs déontiques (3,97 %); les valeurs volitives (2,83 %) et les valeurs aléthiques (2,27 %).

Exemples extraits du groupe 1 (modalité de DICTO) :
1) Étiquettes nominales et verbales : « la France », « la démocratie », « la liberté », « la culture française », « élitiste », « Picasso », « Monet », « Manet ».
2) Modificateurs de l'étiquette nominale et de l'étiquette verbale : « le pays de la civilisation », « le pays des rêves », « la culture enchantée », « une histoire unique ».
3) Verbe modal ou adjectif opérateur de phrase : « une grande puissance », « une belle langue », « une langue harmonieuse », « une douce langue », « une langue intéressante ».
4) Adverbe modalisateur : « la plus belle langue », « une langue très riche », « une langue très utile ».

Exemples extraits du groupe 1 (modalité de RE):
1) Valeurs morales/éthiques : « c'est bien d'apprendre le français », « la langue française est un enrichissement sur le plan personnel et professionnel », « elle développe la communication », « elle développe les liens avec les amis », « elle développe la communication avec les autres pays ».
2) Valeurs hédoniques/affectives : « la langue de l'amour », « un pays de rêves », « une belle langue », « les Français sont sensibles, attentifs, bons, heureux, gentils, gais, généreux, calmes, hospitaliers », « un beau pays », « de beaux monuments », « une belle histoire ».
3) Valeurs pragmatiques : « le français est utile pour pratiquer un stage », « il est nécessaire d'apprendre la langue française », « le stage en France va me permettre de me perfectionner ».

Groupe 2 : dans ce deuxième groupe de textes, 392 occurrences ont été dénombrées concernant la modalisation. Pour les formes modales, et plus particulièrement les modalités de RE, les étiquettes nominales et verbales occupent 80,36 % des occurrences. Si on s'attarde sur leurs caractérisants, on constate qu'ils représentent 11,22 %; ainsi, très peu d'étiquettes nominales et verbales sont modifiées.

Pour les modalités de DICTO, la représentation est beaucoup plus faible : 8,42 % (en incluant les modaux qui n'ont ni sujet énonciateur, ni sujet impersonnel et les adverbes modalisateurs).

Pour les valeurs modales, les plus représentatives se situent dans la zone axiologique , avec respectivement 26,02 % pour les valeurs hédoniques/affectives; 22,45 % pour les valeurs morales/éthiques; 15,31 % pour les valeurs pragmatiques; 13,77 % pour les valeurs intellectuelles et 7,40 % pour les valeurs épistémiques (« certain »). Nous constatons un détachement significatif des valeurs pragmatiques et nous notons pour ce groupe 2, la présence des valeurs doxologiques en faible quantité, soit 0,51 %.

Dans ce deuxième groupe, ce sont les valeurs hédoniques/affectives qui dominent et viennent ensuite les valeurs morales/éthiques, alors que la tendance est inversée dans le groupe 1.

Exemples extraits du groupe 2 (modalité de DICTO) :
1) Étiquettes nominales et verbales : « la France », « le peuple français », « l'Histoire », « la culture », « la révolution française », « le pays des écrivains », « le pays de la littérature », « l'Europe », « le modèle de communication », « Picasso », « Manet », « Monet ».
2) Modificateurs de l'étiquette nominale et de l'étiquette verbale : « un pays de rêves », « un pays de toutes les possibilités », « un avenir médical », « un peuple simple », « une haute culture », « le pays des amoureux ».
3) Verbe modal ou adjectif opérateur de phrase : « devoir apprendre le français », « devoir pratiquer un stage », « une forte économie », « une beauté naturelle », « de profondes impressions ».
4) Adverbe modalisateur : « très riche », « d'une très grande utilité », « certainement utile », « très intéressant ».

Exemples extraits du groupe 2 (modalité de RE):
1) Valeurs hédoniques/affectives : « une belle langue », « une douce langue », « une chanson d'amour », « elle touche mon âme », « les Français sont communicatifs, amusants, gentils, sérieux, sympathiques, heureux ».
2) Valeurs morales/éthiques : « la langue française est utile pour communiquer », « la langue française permet de s'ouvrir au monde », « apprendre le français peut me permettre d'aller dans d'autres pays d'Europe », « le français est utile pour pratiquer un stage », « il est nécessaire d'apprendre le français ».
3) Valeurs intellectuelles : « la langue française permet d'accéder au savoir, aux connaissances », « la langue française permet d'apprendre des choses », « j'aime étudier la littérature française », « j'aime étudier les écrivains français, l'art, l'histoire de France, la Révolution Française ».
4) Valeurs épistémiques : « certainement que le français est important », « c'est sûr que mon niveau est suffisant », « oui, c'est vrai », « bien entendu, je peux communiquer en français avec des amis ».

Groupe 3 : ce groupe de textes comprend 191 occurrences pour la modalisation. La modalité de RE est largement représentative. En effet, les étiquettes nominales et verbales ont un pourcentage de 53,93 % et leurs caractérisants totalisent un pourcentage de 34,55 %. Dans ce groupe, les caractérisants influencent en partie les étiquettes nominales et verbales. Les modalités de DICTO représentent 4,19 % pour les modaux qui n'ont ni sujet énonciateur ni sujet impersonnel et 7,33 % pour les adverbes modalisateurs. Concernant les valeurs modales, nous constatons un détachement des valeurs morales/éthiques avec 31,94 %, suivies des valeurs hédoniques/affectives (22,51 %); des valeurs épistémiques (13,09 %); des valeurs aléthiques (11,52 %) et des valeurs pragmatiques (8,37 %). Toujours dans la même zone, nous voyons apparaître d'autres valeurs avec un faible pourcentage : les valeurs intellectuelles (5,24 %); les valeurs esthétiques (3,14 %); les valeurs aléthiques (2,1 %); les valeurs déontiques (1,57 %) et les valeurs volitives (0,52 %).

Tout comme les deux groupes précédents, nous constatons une dominance des valeurs morales/éthiques et hédoniques/affectives.

Exemples extraits du groupe 3 (modalité de DICTO) :
1) Étiquettes nominales et verbales : « la connaissance », « le savoir », « la France », « le pays des élites », « le pays des intellectuels », « la culture française », « une histoire révolutionnaire », « un pays francophone », « le pays des rêves », « l'Histoire ».
2) Modificateurs de l'étiquette nominale et de l'étiquette verbale : « un pays de rêves », « un pays de toutes les possibilités », « un pays de haute culture », « l'art du comportement », « représentant de la beauté ».
3) Adverbe modalisateur : « très intéressant », « très riche », « très romantique », « très belle ».
4) Verbe modal ou adjectif opérateur de phrase : « devoir faire », « devoir apprendre », « pouvoir effectuer un stage », « nous pourrions réaliser un stage », « je dois étudier le français », « je peux communiquer avec mes amis ».

Exemples extraits du groupe 3 (modalité de RE) :
1) Valeurs morales/éthiques : « la langue française est bien », « la France est un pays à haut niveau de culture », « une langue noble, prestigieuse ».
2) Valeurs hédoniques/affectives : « les Français sont actifs, gais, agréables, rusés, calmes, fiers », « une langue harmonieuse », « une langue belle », « une langue mélodieuse », « la langue des amis ».
3) Valeurs épistémiques : « c'est utile d'apprendre le français », « je dois faire un stage », « il est utile d'avoir des connaissances ».
4) Valeurs aléthiques *:* « je pourrai effectuer un stage », « je pourrai aller en France », « je pourrai réussir dans ma vie professionnelle et personnelle ».
5) Valeurs pragmatiques : « il est utile de faire», « il est nécessaire de faire», « c'est utile d'apprendre», « il faut apprendre le français», « il faudrait ».

Groupe 4 : ce groupe de textes comptabilise 407 occurrences pour l'ensemble de la modalisation. Nous constatons pour la modalité de RE que le pourcentage des étiquettes nominales et verbales représente 61,18 % et leurs caractérisants 34,15 %. Pour la modalité de DICTO, la représentation est faible avec seulement 4,67 % d'adverbes modalisateurs.

Les résultats obtenus pour les valeurs modales semblent plus significatifs. En effet, nous observons un fort taux de pourcentage pour les valeurs morales/éthiques : 60,20 %; alors que les valeurs hédoniques/affectives et pragmatiques représentent respectivement 12,53 % et 11,79 %. D'autres valeurs apparaissent avec un pourcentage beaucoup plus faible : intellectuelles (3,93 %), esthétiques (3,93 %), déontiques (2,70 %), aléthiques (2,21 %), épistémiques (1,97 %) et doxologiques (0,74 %).

Dans ce groupe, nous notons un détachement très net des valeurs morales/éthiques et un taux de pourcentage proche des valeurs hédoniques/affectives et pragmatiques.

Exemples extraits du groupe 4 (modalité de DICTO) :
1) Étiquettes nominales et verbales : « France », « Droits de l'homme », « démocratie », « libre expression », « pays de la communication », « l'Europe », « pays développé », « État francophone », « avenir », « paradis ».
2) Modificateurs de l'étiquette nominale et de l'étiquette verbale : « beautés architecturales », « pays de rêves », « la France est un centre touristique », « la France est un grand centre culturel ».

3) Adverbe modalisateur : « plus modestes, plus aimables », « très intéressante, très riche », « plus indépendants », « une langue très belle », « une langue très importante », « une langue très reconnue ».

Exemples extraits du groupe 4 (modalité de RE) :
1) Valeurs morales/éthiques : « un pays libre », « un pays avec une histoire », « une langue internationale », « un pays européen, civilisé, riche avec un système médical performant », « les gens sont optimistes », « les Français sont très économes ».
2) Valeurs hédoniques/affectives : « une langue fine, précise », « les Français sont réalistes, idéalistes, généreux, chauvins, éloquents, attentifs, respectueux ».
3) Valeurs pragmatiques : « la France est un pays avec un système médical performant », « la langue française est un bon moyen de communiquer ».
4) Valeurs esthétiques : « la langue française est en vogue, très belle », « un beau pays », « le pays de la mode ».
5) Valeurs intellectuelles : « la langue de la science », « la langue des érudits », « le Français est intelligent », « les Français sont instruits ».

Groupe 5 : ce groupe de textes comprend 451 occurrences pour la modalisation. Les modalités de RE sont majoritaires pour les formes modales; les étiquettes nominales et verbales représentent 65,19 % et leurs caractérisants 13,75 %. Nous constatons que moins d'un quart des étiquettes nominales et verbales ont des modificateurs. Les modalités de DICTO ont une faible représentativité soit 16,41 % pour les sujets modaux qui ne sont ni sujet énonciateur et ni sujet impersonnel; 2,44 % pour les adverbes modaux et 2,21 % pour tous les sujets modaux correspondants aux sujets énonciateurs. Concernant les valeurs modales, les pourcentages les plus élevés sont ceux des valeurs hédoniques/affectives (33,48 %) et des valeurs morales/éthiques (21,29 %). Les valeurs épistémiques représentent 17,29 %; les valeurs pragmatiques 7,76 %; les valeurs intellectuelles 6,87 % et les valeurs aléthiques 6,21 %. D'autres valeurs, avec un taux de pourcentage plus faible, apparaissent : les valeurs esthétiques avec 2,66 %; les valeurs déontiques et volitives avec chacune 1,33 % et les valeurs désidératives 1,11 %. Nous notons, pour ce groupe, une baisse significative de la représentativité des valeurs morales/éthiques et la présence plus importante des valeurs hédoniques/affectives.

Exemples extraits du groupe 5 (modalité de DICTO) :
1) Étiquettes nominales et verbales : « France », « la Connaissance », « le Savoir », « État francophone », « Liberté », « ouverture sur le monde ».
2) Modificateurs de l'étiquette nominale et de l'étiquette verbale : « la France est une terre indépendante », « la France est un grand centre culturel ».
3) Adverbe modalisateur : « très intéressant », « très riche », « un pays très beau », « un pays très intelligent », « un pays très romantique », « la culture française est la plus développée ».
4) Verbe modal ou adjectif opérateur de phrase (Sm = JEé[13]) « un pays bien placé dans le monde », « la France est une terre culturelle », « l'art est de taille international ».
5) Verbe modal ou adjectif opérateur de phrase (Sm = JEé) « je veux visiter la France », « je veux faire un voyage ».

Exemples extraits du groupe 5 (modalité de RE) :
1) Valeurs hédoniques/affectives : « La France est un pays de rêves », « les Français sont aimables, simples », « la culture française me plaît », « les femmes sont fines, parfumées, modernes », « j'aime la

[13]Sm = sujet modal ; JE é = JE énonciateur (cf. Charaudeau, 1992).

littérature, la musique, la peinture », « je prends plaisir à communiquer avec quelqu'un », « le français est une langue d'amour ».
2) Valeurs morales/éthiques : « c'est bien d'apprendre le français », « la langue française est valorisante », « la langue française est associée au savoir », « elle apporte le savoir, les connaissances ».
3) Valeurs épistémiques : « il faut apprendre une langue étrangère », « oui, je peux communiquer », « bien sûr, c'est important », « bien sûr, c'est utile ».
4) Valeurs pragmatiques : « c'est nécessaire de connaître le français », « le français est utile pour effectuer un stage », « il faut connaître la langue française pour travailler dans un hôpital français », « ces connaissances sont nécessaires pour un stage dans un hôpital », « oui, car la profession médicale c'est la communication avec les malades », « oui, parce que chaque nation a ses habitudes et ses valeurs, donc c'est utile ».
5) Valeurs intellectuelles : « la langue française c'est le savoir, la connaissance », « la France est le pays des écrivains, des intellectuels », « dans la culture française j'aime la littérature, Hugo, Balzac, Dumas », « la culture française a été créée pendant une histoire glorieuse », « je veux faire un voyage pour développer mes connaissances », « j'ai les connaissances suffisantes en français ».

Récapitulatif de l'ensemble des résultats :

La grille d'analyse présente l'ensemble des résultats obtenus précédemment et sa lecture au croisement des formes et des valeurs modales nous permet de définir l'orientation du corpus et de procéder à une étude comparative de tous les textes. De la sorte, nous souhaitons mettre en exergue l'homogénéité des résultats se rapportant aux formes et aux valeurs modales tout en soulignant les faits linguistiques les plus saillants.

Ainsi, sur 1794 occurrences, nous observons un taux de pourcentage important d'étiquettes nominales et verbales (66,83 %) pour les formes modales. Ces étiquettes ne semblent pas subir de modifications significatives, puisque leurs caractérisants ne représentent que 20,68 %. Par ailleurs, les modalités de DICTO ont un pourcentage beaucoup plus faible, ce qui paraît confirmer l'organisation d'un discours normé (6,13 % dont le sujet modal n'est ni le sujet énonciateur ni le sujet impersonnel; 5,80 % qui correspond à un adverbe modalisateur et 0,56 % se rapportant à un sujet impersonnel). Quant aux valeurs modales, nous remarquons, pour l'ensemble du corpus, des concentrations marquées pour certaines valeurs. En effet, les valeurs morales/éthiques sont largement représentatives avec un pourcentage s'élevant à 33,39 % et les valeurs hédoniques/affectives affichent un taux de 25,25 %. Puis, suivent les valeurs pragmatiques avec 10,92 %; les valeurs épistémiques avec 8,75 %; les valeurs intellectuelles avec 7,08 %. En continuant la lecture de notre grille, nous trouvons respectivement : les valeurs esthétiques (4,74 %); les valeurs aléthiques (3,73 %, 1,23 %) et les valeurs déontiques (2,95 %). Nous relevons une faible représentativité des valeurs volitives (0,95 %); désidératives (0,43 %); doxologiques (0,45 %) et épistémiques (0,11 %).

Nous avons fait le choix de prendre ici en considération l'ensemble des résultats (à faible ou fort taux de pourcentage), puisqu'ils apportent des informations sur la visée argumentative du discours.

Pour faciliter la lecture et l'interprétation de l'ensemble des données, nous avons représenté les informations obtenues dans une grille d'analyse (Tableau 1), proposée par Galatanu, qui permet de mieux appréhender la distribution de ces modalités par rapport à l'axe graduel (+/- objectivant; +/- subjectivant). Cette grille est disponible à la page suivante.

Au regard de la grille d'analyse, nous pouvons stipuler que le discours pour l'ensemble du corpus s'inscrit dans un mouvement d'objectivation concernant les formes modales et dans un mouvement de subjectivation à propos des valeurs modales. La grande majorité des valeurs modales convoquent des valeurs axiologiques avec une forte concentration des valeurs morales/éthiques et pragmatiques. En procédant à un regroupement des valeurs en deux catégories – valeurs ontologiques/valeurs de jugement de vérité (catégorie 1) et valeurs axiologiques (catégorie 2) – nous obtenons en pourcentage les résultats suivants : 17,22 % et 82,78 % pour chacune des catégories respectives. Ainsi, la catégorie 1 regroupant les valeurs tendant à l'objectivation représente un quart de l'ensemble des valeurs et par conséquent a peu d'influence sur les valeurs se positionnant sur l'axe de subjectivation (catégorie 2). Nous considérons donc que le discours tend vers la subjectivation dans les valeurs en étant toutefois imprégné par des marques de modalisation relevant de l'ontologique/du jugement de vérité et de l'axiologique. L'axiologisation comporte trois composantes modales faisant apparaître une éthique visant le respect des règles de la société (les valeurs éthiques/morales sont déclinées en termes de bien/mal); des valeurs mobilisant l'affect (valeurs hédoniques/affectives) et une expérience humaine se traduisant surtout en termes d'efficace/inefficace (valeurs pragmatiques).

4. Conclusion

L'étude sémantique des valeurs a mis en avant l'aspect normatif du discours, en raison de sa provenance et de son appartenance à une communauté linguistique définie. Cette forme discursive a donc contribué à la construction linguistique des valeurs représentées et convoquées dans les différents textes. Ainsi, la représentation de la langue et de la culture françaises a un impact sur la construction d'une identité francophone. Cette analyse nous a permis d'évaluer l'importance et l'enjeu de la présence de la langue et de la culture françaises en Moldavie et d'étudier les mécanismes discursifs mobilisés par l'ensemble des textes pour justifier leur appartenance à une communauté francophone.

Tableau 1 : Grille des résultats des valeurs et des formes modales

Objectivation					Sujet	Total	%
Formes	Modalité de RE		Modalité de DICTO				
	Étiquettes nominales et verbales	Modificateurs de l'étiquette nominale et de l'étiquette verbale	Verbe modal ou adj. opérateur de phrase Sm≠JE é et S imp.	Adv. mod.	Verbe modal ou adj. opérateur de phrase Sm=JE é		
Valeurs							
+ Objectivation							
Valeurs ontologiques							
1. Aléthiques							
1.1 Nécessaire	33	4	25	5		67	**3,73**
1.2 Impossible							
1.3 Aléatoire							
1.4 Possible	10	4	8			22	**1,23**
2. Déontiques							
2.1 Obligatoire	39		14			53	**2,95**
2.2 Interdit							
2.3 Facultatif							
2.4 Permis							
Valeurs de jugement de vérité							
3. Épistémiques							
3.1 Certain	75	8	44	20	10	157	**8,75**
3.2 Exclu	2					2	**0,11**
3.3 Incertain							
3.4 Probable							
4. Doxologiques							
4.1 Certain	8					8	**0,45**
4.2 Exclu							
4.3 Incertain							
4.4 Probable							
Valeurs axiologiques							
5. Morales/éthiques	424	138		37		599	**33,39**
6. Esthétiques	63	22				85	**4,74**
7. Pragmatiques	140	33		23		196	**10,92**
8. Intellectuelles	92	16		19		127	**7,08**
9. Hédoniques/affectives	288	146	19			453	**25,25**
Valeurs finalisantes							
10. Volitives	17					17	**0,95**
11. Désidératives	8					8	**0,45**
Subjectivation							
Total	**1199**	**371**	**110**	**104**	**10**	**1794**	
%	**66,83%**	**20,68%**	**6,13%**	**5,80%**	**0,56%**		**100%**

5. Bibliographie

AMOSSY, Ruth. (1994). « Stéréotypie et argumentation », *Le stéréotype – Crise et transformations*, Presses Universitaires de Caen, p. 47-61.

AMOSSY, Ruth. et Anne. HERSCHBERG PIERROT (2005). *Stéréotypes et clichés*, Paris, Armand Colin.

ANSCOMBRE, Jean.-Claude (1984). « Argumentation et topoï », *Communication au cinquième colloque d'Albi*, Argumentation et valeurs.

ANSCOMBRE, Jean.-Claude. (1989). « Théorie de l'argumentation, topoï et structuration discursive », *Revue Québécoise de linguistique*, vol. 18, n°1, p. 13-56.

ANSCOMBRE, Jean.-Claude. (1995a). « De l'argumentation dans la langue à la théorie des topoï, sous la direction de Jean-Claude ANSCOMBRE, *Théorie des topoï*, Paris, Kimé, p. 11-47.

ANSCOMBRE, Jean.-Cladue. (1995b). « La nature des topoï », ANSCOMBRE J.-C. (éd.), *Théorie des topoï*, Paris, Kimé, p. 49-84.

ANSCOMBRE, Jean.-Claude. (1995c). *Théorie des topoï*, Paris, Kimé.

ANSCOMBRE, Jean.-Claude. et Oswald, DUCROT (1988). *L'Argumentation dans la langue*, Liège.

CAREL, Marion. (1995). « Trop, argumentation interne, argumentation externe et positivité », dans ANSCOMBRE Jean-Claude, *Théorie des topoï*, Kimé, p. 177-206.

CAREL, Marion. (2002). *Les Facettes du dire*. Hommage à Oswald Ducrot, Paris, Kimé.

CHARAUDEAU, Patrick. (1992). *Grammaire du sens et de l'expression*, Paris, Hachette éducation.

CHARAUDEAU, Patrick. et Dominique. MAINGUENEAU (dir.) (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil.

DUCROT, Oswald. (1972). *Dire et ne pas dire*, Paris, Hermann.

DUCROT, Oswald. (1980). « Analyses pragmatiques », *Les actes de discours, Communications* n°32, p. 11-61.

DUCROT, Oswald. (1984). *Le Dire et le Dit*, Paris, Éditions de Minuit.

DUCROT, Oswald. (1989a). *Logique, structure, énonciation*, Paris, Éditions Minuit.

DUCROT, Oswald. (1989b). « Topoï et sens », *Actes du 9e colloque d'Albi*, Université de Toulouse-Le Mirail, p. 1-22.

DUCROT, Oswald. (1993). « À quoi sert le concept de modalité? », Dittmar, N., Reich, A. , *Modality in Language Acquisition, Dittmar*, W. (éd.), Berlin/New York, De Gruyter.

DURKHEIM Emile. (1898). « Représentations individuelles et collectives », *Sociologie et Philosophie*, Paris, PUF.

GALATANU, Olga. (1997a). « Les argumentations du discours lyrique », *Écriture poétique moderne : le narratif, le poétique, l'argumentatif*, Nantes, CRINI, Université de Nantes, p. 15-36.

GALATANU, Olga. (1997b). « La reconstruction des valeurs convoquées et évoquées dans le discours médiatique », *Les actes du Congrès International de linguistique et Philologie romane*, Bruxelles, juillet 1998.

GALATANU, Olga. (1999a). « Le phénomène sémantico-discursif de déconstruction-reconstruction des topoï dans une sémantique argumentative intégrée », Galatanu, Olga et Jean-Marie. Gouvard, (éd.), *Langue Française*, n°123, Sémantique du stéréotype, p. 41-51.

GALATANU, Olga. (1999b). « Signification, sens et construction discursive de soi et du monde », BARBIER, Jean-Marie. et Olga GALATANU (dir.), *Signification, Sens, formation*, PUF, p. 25-43.

GALATANU, Olga (2000a). « Langue, discours et systèmes de valeurs », Suomela-Salmi, Eija (éd.), *Curiosités linguistiques*, Université de Turku, p. 80-102.

GALATANU, Olga. (2002b). « La Dimension axiologique de l'argumentation », sous la direction de Carel, Marion, *Les facettes du dire,* Hommage à Oswald Ducrot, Paris, Kimé.

GALATANU, Olga. (2003). « La construction discursive des valeurs », (sous la direction de) BARBIER Jean-Marie., *Valeurs et activités professionnelles. Séminaire du Centre de Recherche sur la Formation du Cnam*, L'Harmattan, p. 87-114.

GALATANU, Olga. (2005). « La sémantique des modalités et ses enjeux théoriques et épistémologiques dans l'analyse des textes », GOUVARD Jean-Marie. (éd.), *De la langue au style*, Paris, Presses Universitaires de Lyon, p. 157-170.

GALATANU, Olga. (2007). « Sémantique des possibles argumentatifs et axiologisation discursive », BOUCHARDD. et Jean. EVRARD (éd.), *Représentation du sens linguistique II*, De Boeck-Duculot, Louvain-la-Meuve, p. 313-325.

GALATANU, Olga. (2008a). « La construction discursive de la Francophonie : sens, valeurs et images identitaires », *Performances et objets culturels, XIe colloque de Sémiotique de la francophonie, Congrès de l'ACFAS, 15 au 18 mai 2006*, p. 1-12.

GALATANU, Olga. (2008b). « La construction discursive des représentations de la langue française et de la francophonie chez les futurs enseignants du FLE en Asie-Pacifiques », *Actes du Premier Congrès Régional Asie-Pacifique, Le français, la francophonie et la francophilie en Asie-Pacifique : spécificités et interrogations, 27 avril-2 mai 2006.*

JODELET, Denise. (1989a). *Les représentations sociales*, Paris, Presses Universitaires de France.

JODELET, Denise. (1989b). « Représentations sociales : un domaine en expansion », JODELET, D. *Les Représentations sociales*, Paris, PUF, p. 31-61.

SPERBER, Dan. et Deirdre. WILSON (1989*). La pertinence : communication et cognition*, Paris, Minuit.

Dictionnaires

Le Dictionnaire des identités culturelles de la francophonie : analyse du discours identitaire de la langue française à travers 3000 notions, Paris, Conseil international de la langue française, 2003.

Le Dictionnaire général de la Francophonie, Paris, Letouzey et Ané, 1986.

Le Grand Larousse Universel, Tome 7, Larousse, 1994.

Le Nouveau Petit Robert, 1993, 2003. Paris, Le Robert.

Le Petit Larousse Illustré, 2007, Paris, Larousse.

Le Trésor de la langue française : dictionnaire de la langue du XIXe et du XXe siècle (1789-1960), Tome 8, Éditions du Centre National de la Recherche Scientifique, Paris.