

LA TURQUIE ET L'UNION EUROPÉENNE DANS LA PRESSE ÉCRITE : STÉRÉOTYPES DE PENSÉE OU STÉRÉOTYPES DE LANGUE?

Yard. Doç. Dr. Nazmiye TOPÇU TECELLİ

Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi

Fransız Dili Eğitimi Anabilim Dalı

Abstract

In this research, the crossing points of stereotypes of language and thought throughout the French and Turkish media speeches about Turkey joining the European Union are studied. The comparison of the representations (the French considers the Turc and vice versa) has proved that the prejudices and negatives connotations which appear in the two languages are mutual. Moreover, the negative image which appears in certain idioms in French, coincide, in general, with the opinion of French people concerning the acceptance of Turkey to the Union.

Key words : *Turkey and European Union, Stereotypes in French, Turkish representation in French, Idioms in French.*

I- Introduction

On parle de la liberté d'opinion et d'expression dans les démocraties : chacun a le droit de penser selon sa propre conscience et de dire librement ce qu'il pense. Il s'avère néanmoins nécessaire de savoir si le moyen, c'est-à-dire le langage dont l'individu dispose lui permet, cent pour cent, de penser et de s'exprimer librement, selon son propre jugement et sa conscience. Ou dans quelle mesure peut-on parler des "automatismes" de langage, des "évidences partagées", des représentations collectives au sein d'une société, d'une communauté linguistique donnée?

Il existe donc nombres de formules figées que nous prononçons telles qu'elles, sans même y penser, aussi bien en français qu'en turc. Ce sont, en effet, comme le souligne C. Schapira, "des moules de pensée, des moules stylistiques, des moules lexicaux qui, consciemment ou inconsciemment, voire insidieusement, forment notre mentalité et façonnent notre usage de la langue" (Schapira 1999 : 1). Pour ne citer que quelques exemples : une personne,

notamment une femme peut être jolie à croquer en français, belle comme de l'eau à boire (bir içim su) en turc. De même, les Polonais boivent beaucoup (soul comme un Polonais), les Anglais s'enfuient honteusement du champ de bataille (filer à l'anglaise), les Turcs ont la réputation d'être forts (fort comme un Turc) et ainsi de suite. Il s'agit, en l'occurrence, des stéréotypes fréquemment utilisés lors d'une communication entre les membres d'une communauté linguistique et culturelle donnée. Ce sont des images, des représentations que les membres d'un groupe se font d'eux-mêmes et des autres.

Nous nous proposons donc de relever, dans ce travail, les lieux de croisements de stéréotypes de langue et de stéréotypes de pensée; d'opinion à travers le discours médiatique sur la question d'adhésion de la Turquie à l'Union Européenne afin de mettre en relief le rapport entre langage et société. Autrement dit, montrer la relation des discours avec les imaginaires sociaux. Ce qui revient à confronter les représentations des Français et des Turcs : l'image que les membres de ces deux cultures se font d'eux-mêmes et des uns des autres. Le corpus de la recherche est constitué des énoncés collectés des quotidiens français et turc, à savoir, Le Monde, Le Figaro, Sabah et Radikal, parus entre le premier octobre et le trente et un décembre 2004.

2- Définition du stéréotype

Dans le langage courant, les expressions comme cliché, lieux communs, idées reçues et stéréotypes sont considérés comme synonymes. En fait, les définitions de ces termes varient selon les siècles, ainsi que les points de vues adoptés selon les disciplines. Il est cependant possible de les définir tous, très brièvement, comme des formules figées sur le plan syntaxique. Quant au niveau sémantique, ils sont plutôt définis par la banalité ou de la généralité de l'idée véhiculée à travers l'image.

Nous distinguerons, pourtant, le terme de stéréotype des termes de cliché, lieux communs, idées reçues. W. Lipmann, qui introduit pour la première fois la notion de stéréotype dans son ouvrage opinion publique en 1922, désigne par ce terme "les images dans notre tête qui médiatisent notre rapport au réel" (cité dans Amossy et Herschberg Pierrot 1997 : 26). Or, selon H. Putnam, "dans le parler ordinaire, un stéréotype est une idée conventionnelle (fréquemment péjorative, et d'une inexactitude extravagante) sur l'apparence, les actions ou la nature d'un X" (Putnam 1983 : 38).

Certes, contrairement à l'usage courant selon lequel le stéréotype désigne une image collective, figée qui peut entraîner des préjugés; pour les sciences sociales, et surtout pour les sciences du langage, le stéréotype est une idée conventionnelle, associée à un mot dans une culture donnée. Autrement dit, "il

est une partie de la signification qui répond à l'opinion courante associée au mot" (Amossy et Herschberg Pierrot 1997 : 89). Qu'il soit pris dans un sens péjoratif ou neutre, en sciences sociales le stéréotype est un concept bien défini, qui permet d'analyser le rapport de l'individu à l'autre et à soi, ou les relations entre les groupes et leurs membres individuels.

3. Le stéréotype : de préjugé à l'adéquation au réel

"Le stéréotype apparaît avant tout comme un instrument de catégorisation qui permet de distinguer commodément un "nous" d'un "ils" (Amossy et Herschberg Pierrot 1997 : 45). Et cette catégorisation qui se fait par le biais d'une comparaison, d'une évaluation, et qui aboutit à une uniformité du groupe, incite l'individu à accroître les valeurs du groupe auquel il appartient. En fait, l'appartenance à un groupe, à une catégorie suscite des images défavorables qui provoquent la sous-estimation, la dévalorisation de l'autre groupe. Affecté d'erreurs et de préjugés, un stéréotype peut ainsi conduire au rejet de l'Autre : il s'agit dans ce cas de ses fonctions néfastes, nuisibles. Mais le stéréotype peut également avoir des fonctions constructives dans le rapport à soi et à l'Autre, c'est-à-dire dans l'interaction sociale. Ce qui relève de la cognition sociale : le stéréotype considéré alors comme une "représentation sociale", sans être chargé de connotations négatives, aide à réfléchir sur l'identité individuelle et sociale.

Nous tenterons de montrer ici, sans pour autant juger ni les Français ni les Turcs, dans la mesure du possible, le rôle ambivalent des stéréotypes de deux cultures différentes à travers leur langage et le discours médiatique.

L'analyse de contenu des énoncés pris de la presse écrite française et turque a montré que, quelle que soit la nature du texte, l'argumentation y occupe une place privilégiée. Il s'est avéré ainsi nécessaire de classer les thèmes à étudier, en français, en fonction des arguments des partisans et des opposants à l'ouverture des négociations avec la Turquie. Pour n'en citer que les plus importants : l'Histoire, la religion, la géographie, la démographie, l'économie, le Régime politique, la vie sociale, culturelle et juridique; notamment les droits de l'homme.

Quant à l'étude sur l'échantillon turc, la tâche étant beaucoup plus compliquée, car tout est remis en question à travers le processus d'adhésion de la Turquie à l'Union, c'est plutôt en fonction des arguments des optimistes (qui croient à l'objectivité et à la sincérité européenne) et des pessimistes ou des sceptiques (qui pensent que les pays européens ne laisseront jamais la Turquie entrer dans l'Union) que les sujets sont répartis.

4. Stéréotype de langue ou d'opinion?

Parmi les thèmes cités plus haut, les plus représentatifs en stéréotype, en français, sont l'Histoire et la religion. Il existe en français quelques formules figées qui correspondent aux expériences historiques et religieuses des Français avec les Turcs. Même si ces formules ne sont pas toutes employées dans le corpus étudié, l'idée dominante transmise par le discours médiatique, notamment à travers les arguments avancés par les opposants à l'ouverture des négociations avec la Turquie semblent adéquats aux stéréotypes de langue relevés en français.

4.1. L'Histoire : Fort comme un Turc

L'Empire Ottoman s'est étendu jusqu'à Vienne (Autriche) au XIX^e siècle. Pour les partisans de l'entrée de la Turquie dans l'Europe, c'est un lien fort historique avec les Turcs. Or, pour se libérer du joug ottoman, des Européens se sont battus jusqu'au début du XX^e siècle. Ce qui signifie que les Turcs, plus précisément leurs ancêtres étaient les grands ennemis des Français, des Européens. Ce sont des faits historiques, soutenus d'ailleurs, par les adversaires de l'adhésion de la Turquie à l'Union Européenne.

Lorsqu'on observe la langue française sous cet angle, quelques preuves se font jour en ce qui concerne l'image que les Français font des Turcs : à la turque (à la manière de), tête de Turc (objet de railleries, des plaisanteries d'autrui), fort comme un Turc (être doué d'une grande vigueur physique), travailler pour le grand Turc (travailler gratuitement), traiter quelqu'un de Turc à More (traiter avec rudesse, en ennemi, impitoyablement). Peut-on dire que l'image reflétée dans ces stéréotypes, ne correspond en rien à la réalité qui s'impose avec persistance aux Français? Il est plus probable que les traits attribués à un groupe, aux Turcs en l'occurrence, dérivent au moins d'une expérience partagée. Et cette expérience peut parfois donner lieu à une observation quelque peu correcte.

Pour mieux comprendre effectivement le chevauchement des événements historiques et de l'image évoquée dans ces expressions, il faudrait s'interroger sur l'origine étymologique de ces dernières. Même si dans le langage courant leur champ sémantique varie selon les contextes et situations dans lesquels elles sont employées, leur origine étymologique est commune : la représentation des Turcs dans l'Histoire. Selon le dictionnaire des locutions et expressions (Rey et Chantreau 1989 : 1139) le sens exact de tête de Turc (souffre-douleur), par exemple, est "sur quoi on frappe", par allusion au dynamomètre qui se trouve dans les foires et dont la partie qu'on frappe représente une tête ornée d'un turban. De même, à l'origine quand on veut injurier un homme, de cruauté, d'irrégion, de barbarie on dit c'est un Turc, un vrai Turc. D'où vient d'ailleurs

le sens de l'expression fort comme un Turc : depuis les Croisades le Turc symbolise l'ennemi brutal, l'incroyant. Comment peut-on alors parler de la neutralité totale de la représentation, même dans l'expression la plus neutre : à la turque puisque, comme le souligne Kerbrat-Orecchioni, "dénommer un objet, c'est en effet utiliser une étiquette signifiante qui permette son identification" (Kerbrat-Orecchioni 2002 : 141). Et il n'est pas toujours facile de tracer les limites entre l'objectivité et la subjectivité lorsqu'il s'agit des dénominations concernant les statuts sociaux, les peuples, les ethnies : l'emploi de Gitan, Noir, Arabe, Turc ou Juif dans certains contextes ne peut être objectif qu'en apparence. Car, "dénommer c'est choisir, au sein d'un paradigme dénominatif, (...), c'est orienter dans une certaine direction analytique l'objet référentiel; c'est abstraire et généraliser, c'est classifier et sélectionner : l'opération dénominative, qu'elle s'effectue sous la forme d'un mot ou d'une périphrase (...) n'est donc jamais innocente" (Kerbrat-Orecchioni 2002 : 141).

Combien de Turcs, vécus en France, ont pu échapper au regard étonné, souvent accompagnés des propos insensés d'un Français lors d'une première rencontre où il a du énoncer sa nationalité ("Ah! On ne le dirait pas!", "Tu es différent", qui sous entend différent des autres Turcs etc..). Surtout en parlant d'un tiers, il n'est pas rare d'entendre dans les pays Européens des énoncés comme : "Il (elle) est Turc (Turque), mais très gentil (gentille, très moderne, très bien etc...). Il va sans dire que le sens péjoratif de l'adjectif Turc est doublement renforcé par le connecteur "mais", ainsi que par les évaluatifs positifs, "gentil", "moderne", "bien", "très". Ainsi, peut-on savoir quelle image (ou images) jaillit dans la tête des Français, de l'expression tête de Turc (dont le sens ne laisse pas entendre directement de jugements négatifs ou positifs comme dans les autres formules figées : fort comme un Turc, travailler pour le grand Turc, traiter quelqu'un de Turc à More), employée consciemment ou inconsciemment dans un discours ? La tête d'un Sultan ornée d'un turban, la tête d'une paysanne voilée ou celle de la femme du premier ministre, Emine Erdoğan, parée d'un foulard islamique? Ou encore la tête d'un ou d'une Turquie moderne?

Par conséquent, peut-on parler de l'innocence, de la neutralité de la désignation "Turc" dans l'énoncé suivant : "Schröder et Blair demandent au Turc d'arrêter de pinailler" (Le Figaro, 18-19.12.2004). Il va sans dire que les sentiments ou les comportements, ainsi que les réactions varieront en fonction des représentations : avoir peur, vouloir exclure du groupe, voire combattre pour les éloigner de la région lorsqu'il s'agit des trois premières images.

En effet, les mots et expressions relévéés de la presse écrite française vont dans le même sens. Pour n'en citer que quelques uns; dans un article intitulé "Le populiste et sa tête de Turc", l'auteur dit : "... on pourrait de la sorte

multiplier les démentis aux contrevérités à l'emporte-pièce sur lesquelles surfent les opposants à l'adhésion de la Turquie. Sous ces prétextes s'exprime un même préjugé, que bien peu osent formuler publiquement, au moins en France, mais qui taraude les esprits : le problème de la Turquie, ce sont les Turcs, musulmans, nombreux et pauvres" (Le Monde, 07.10.2004). Lorsque nous lisons attentivement tout le texte, nous constatons qu'une seule locution idiomatique la tête de Turc utilisée comme titre et servant de résumé à l'article, fait, en effet, penser à la fois à toutes les expressions citées plus haut, et aux arguments avancés par les opposants des négociations avec la Turquie.

Un autre cas de figure où le rappel de l'histoire; du passé amère est fait explicitement : "Quelque chose ne tourne pas en rond dans cette Union subjuguée, prête à brader sa culture et son histoire pour se rendre agréable à un partenaire économique ne faisant pas mystère de son islamisme modéré. (...) Au point d'en oublier les invasions ottomans qui terrorisèrent l'Europe et de laisser dire, en revanche, que, "pendant deux siècles, les Européens ont envahi et colonisé l'Orient avec des canons". Relire Victor Hugo. Il rappelle, dans Les Orientales, ce que furent les massacres des Turcs commis à Chios (Grèce) en 1822 (Le Figaro, 17.12.2004).

En outre, il existe, dans d'autres discours étudiés, toute une série de mots et d'expressions qui chevauchent des idées évoquées ci-dessus. Par conséquent, ceux qui sont "contre" (ou "défavorables à") l'ouverture des pourparlers deviennent de farouches adversaires (Philippe de Villiers, farouche adversaire de l'adhésion, (...) a taxé ce pays candidat de "club musulman" : Le Figaro, 23-24.12.2004); "hostiles à (les 262 députés hostiles à l'ouverture des négociations d'adhésion : Le Figaro, 16.12.2004); "farouchement opposés à (Angela Merkel est farouchement opposée à l'adhésion de la Turquie (...) : Le Figaro, 18-19.12.2004); "largement hostiles à" (UMP demeure largement hostile à l'adhésion de la Turquie à l'Union européenne : Le Figaro, 22.12.2004); "très hostiles à" (personnellement très hostile à l'adhésion d'Ankara, le nouveau secrétaire national de l'UMP... : Le Figaro, 18-19.12.2004); "farouchement hostile à" (Le Monde, 12.10.2004); "résolument hostile à" (Le Figaro, 22.12.2004) l'entrée de la Turquie dans l'Europe. Ou ils "clament clairement leur refus", montrent de "vives réactions"(Le Monde, 12.10.2004; 14.10.2004).

Même les partisans de l'ouverture des négociations deviennent "de fervents partisans" (Le Figaro, 12.10.2004, 16.12.2004). Au fur et mesure que le sommet s'approche, les refus se transforment en réactions hostiles, virulentes (Le Figaro, 18-19.12.2004), en hostilité viscérale ("... quand on sait l'hostilité viscérale que toute une gauche européenne n'a cessé de manifester à ce grand pays...", Le Figaro, 13.10.2004), en hostilité latente ("Nous avons plutôt été

frappés par l'hostilité latente de plusieurs Etats européens à la politique turque; Le Figaro, 15.12.2004).

4.2. La Religion : ce n'est pas catholique

Pour les partisans de l'ouverture des négociations avec la Turquie, s'élargir à un pays à majorité musulmane rendra l'Europe plus puissante. Si l'"Autre" (musulman, Turc) s'incarne dans "Nous" (chrétien, européen) les menaces de l'ennemi disparaîtront. Or, les "adversaires farouches" considèrent que l'Union Européenne, sans être "un club chrétien" fonde son identité sur les valeurs judéo-chrétiennes. Les menaces pèsent sur le caractère laïque de l'État turc. Ce qui revient à dire que l'islam, différent du christianisme, peut nuire à l'âme démocratique, à l'esprit libéral de l'Union Européenne : "(..) Le FN et le Mouvement pour la France (MPF) de Philippe de Villiers mettent en avant le risque d'une perte de l'identité culturelle, voire religieuse du Vieux Continent" (Le Monde, 3-4-12.2004). Il est intéressant de constater qu'en français la locution idiomatique imagée; ce n'est pas catholique (ce n'est pas net, franc : c'est douteux ou inquiétant), connue de tous les Français d'ailleurs, résume bien les arguments des adversaires de négociations. Il en va de même pour l'emploi de l'orthodoxe dans un énoncé comme "son attitude n'est pas orthodoxe (ou peu orthodoxe)" qui veut dire, n'est pas conforme aux règles.

En dépit de leur caractère péjorative, batié sur des préjugés, ces formules stéréotypées relèvent de l'expérience partagée d'un certain groupe et d'une certaine époque. Autrement dit, elles renvoient aux guerres de religions : les Croisades ou les guerres entre les catholiques et d'autres chrétiens. Mais peut-on dire qu'aujourd'hui la situation est complètement différente dans le domaine religieux ? Les exemples pris des journaux prouvent le contraire : les lieux des pourparlers des adversaires ou "les camps de oui", "les campagnes contre" se transforment progressivement en "champ de bataille". Voici quelques cas de figures : "Partir en guerre" (Le Figaro, 21.12.2004); "Pour Jacques Chirac le champ de bataille ne se trouve pas à Bruxelles mais à Paris (Le Figaro, 17.12.2004); "se battre contre la Turquie" (Le Monde, 13.10.2004); "Le Pen entend prendre la première place dans la bataille" (Le Figaro, 18-19.12.2004) ; "Sur le fond ils ont accepté toutes nos conditions, mais sur la forme, on peut dire qu'ils ont gagné la bataille" (Le Figaro, 18-19.12.2004).

Certes, comme le souligne P. Bourdieu, "il n'y a pas de mot neutre, innocent" (Bourdieu 1982 : 1819). L'emploi d'un mot au lieu d'un autre implique toujours un choix "tendancieux". Il en va de même pour tous les mots qui figurent dans l'énoncé suivant : "Honneur au Grand Calife Erdoğan qui a victorieusement bousculé les derniers obstacles que certains "croisés" tentaient d'ériger sur son chemin!" Honte aux dirigeants de l'Union qui ont lâchement

capitulé devant l'intransigeance de la Sublime Porte! Quel mauvais présage pour l'avenir de l'Occident" (Le Figaro, 24.12.2004). Comme nous le constatons, les mots et expressions tels que, conquérant (conquérir : acquérir par les armes), Sublime Porte, Porte Ottomane (origine historique; la cour, le gouvernement des anciens sultans turcs ; la Turquie elle-même), croisé (celui qui prenait la croix pour combattre les infidèles) sont tous chargés de connotations sociales et historiques, plutôt négatives.

Il s'ensuit que la Turquie, pour des raisons historiques, religieuses, culturelles, voire éthiques, n'a pas de place en Europe. Aux divergences historiques et religieuses s'ajoutent les différences géographique (un pays asiatique), démographique (un pays peuplé) et économique (un pays pauvre). Ce sont des différences importantes qui "font peur" aux européens : "l'entrée de la Turquie "trouble", "créé un grand climat d'inquiétude" (Le Figaro, 15.12.2004), "l'ampleur de la démographie turque qui fait frémir les campagnes" (Le Figaro, 13.10.2004), "l'opinion publique se montre "frileuse" ou les démarches deviennent "frileuses" (Le Figaro, 15.12.2004), les Français sont "inquiets" (Le Figaro, 16.12.2004). Car, accueillir la Turquie "peut remettre en cause la paix et l'harmonie en Europe, c'est d'y intégrer des peuples différents, comme les marrons dans une purée de marrons, selon la formule du général De Gaulle a poursuivi Villiers" (Le Figaro, 18-19.12.2004).

5. La vocation européenne de la Turquie

Il est intéressant de constater que la langue turque écrite ne possède aucune formule figée ou mot qui renvoient directement à l'expérience historique ou religieuse partagée avec les Français. Dans la langue orale, en revanche, on peut dire "rester Français à un sujet, à une situation" (Fransız kalmak) qui signifie, rester en dehors du sujet, ne pas comprendre ce qui se passe. Il existe par contre quelques stéréotypes sur les non musulmans, sur les chrétiens considérés comme des incroyants. La réciprocité des images évoquées est manifeste dans ces formules figées appartenant au registre familier. Ce sont les mêmes représentations qu'en français : l'incroyant, le méchant c'est l'Autre. Les incroyants, donc les chrétiens sont cruels, têtus, brutaux et irréligieux : gavur inadı : "entêtement de mécréant"; gâvur etmek; gâvur olmak - "transformer, convertir quelque chose en mécréant"- : gâcher, gaspiller; gavur orucu gibi uzamak - "se traîner comme une carême d'incroyant"- : faire durer, prolonger quelque chose inutilement ; gavur ölüsü gibi - "comme un mort de mécréant"- : lourd, rustre, rude; gâvur eziyeti - "peine, tourment de mécréant" : rendre les choses intentionnellement difficiles, douloureuses, pénibles.

La Turquie située dans une géographie difficile, n'a qu'un pied sur le continent européen. La plus grande partie de son territoire se trouve en Asie.

Outre ses problèmes religieuses et économiques elle doit surmonter des problèmes liés à sa position stratégique. De plus, la Turquie étant en position de pays solliciteur, de culture "régardée", c'est à elle qu'il incombe de répondre aux exigences, même abusives, des pays et des cultures "regardantes", c'est-à-dire des pays européens. Et pour ce faire, elle doit d'abord se connaître : réviser ses qualités et défauts afin de se préparer à l'examen. En fait, c'est à travers l'Europe, l'identité européenne que la Turquie se rend mieux compte de son problème identitaire. Ce qui entraîne d'ailleurs une division d'opinion, cette fois, sur la sincérité européenne à accepter la Turquie en Europe. A travers le "miroir" européen, ("l'autre" qui "nous" considère comme son grand ennemi) les Turcs se questionnent sur leur place au monde. Les plus optimistes et les autocritiques remettent en question les carences de la Turquie, alors que les pessimistes parlent plutôt de l'impossibilité de cette vocation quelle qu'elle soit la situation, car la Turquie et les Turcs ne sont pas aimés des Européens. C'est pourquoi le sens et le ton du discours médiatique turque se distingue du discours français : ce sont les mots comme devoir, histoire, destin, sort, aventure, scénario, jeu, marché, marchander qui se répètent le plus souvent dans la presse écrite turque : "le soir du sort de l'Union Européenne" (Sabah, 16.12.2004); "la datte fatale de l'UE" (Sabah, 02.12.2004); "alors que les jours fatals de la Turquie sur la route aventureuse de l'UE s'approchent" (Sabah, 01.12.2004); "le jour où l'histoire triomphe du destin (du sort)" (Radikal, 17.12.2004); "c'est la France qui décidera du sort de la Turquie" (Radikal, 20.12.2004).

Il ne sera pas complètement faux de dire que l'emploi fréquent des mots sort, destin, scénario, jeu et aventure qui montrent l'incertitude et le manque de confiance vis-à-vis des Européens va de pair avec une idée très répandue en Turquie : l'ami d'un Turc ne peut être qu'un Turc (Türk'ün Türk'ten başka dostu yoktur). Les Turcs ne sont pas aimés des Européens à cause de leur géographie, histoire et religion. Et les Arabes leur reprochent de ne pas être de bons musulmans. Puisqu'ils ne peuvent pas changer de religion, ni de région ils se contentent alors de dire que c'est leur destin. Ce qui nous permet de supposer qu'il existerait un certain lien entre cette idée assez répandue en Turquie et le fatalisme musulman. Se méfiant de la sincérité des européens et craignant l'hypocrisie des Français qui disaient "non, mais" il y a cinquante ans, et ne disent que "oui, si" aujourd'hui, les Turcs considèrent le processus d'adhésion à l'Union comme un projet quelque peu aventureux : "La vocation européenne, aventureuse, de 45 ans de la Turquie" (Radikal, 20.12.2004, en titre), "Alors que les cartes du jeu de pouvoir sont réparties de nouveau, le sort de cette géographie sera défini par le prix estimé pour Chypre et la Turquie par l'U.E." (Radikal, 20.12.2004). L'emploi fréquent des mots "jeu", "scénario", "aventure", renforce l'opinion négative, ainsi que les doutes des Turcs en ce qui concerne leur accession à l'Union. De là, ils rejoignent l'opinion dominante des

partisans Français de l'entrée de la Turquie en Europe. En voici quelques cas de figures : "Le oui-d'opérette qu'on ne peut prendre au sérieux" (Le Figaro, 22.12.2004), "Le Président du groupe communiste a même fustigé "le oui-d'opérette, en oui frileux qui est consédé à la Turquie" (Le Figaro, 23-24.12.2004), "Turquie, halte au jeu des faux-semblants" (en titre). "Ne serait-il pas temps enfin de marquer le terme d'un jeu de faux-semblants et parler le langage de la franchise et du respect, au peuple turc comme aux Européens" (Le Figaro, 17.12.2004), "Chirac ménage le chou et la chèvre"(Radikal, 06.12.2004), "Le député européen estime que l'Union ne doit pas être hypocrite" (en titre, Le Figaro, 15.12.2004), "Erdoğan s'irrite du double langage de l'Union européenne" (Le Figaro, 23-24.12.2004).

Par conséquent, les Turcs voient dans les demandes des Européens, dans les tâches à remplir, des pièges : "nous avons fait nos devoirs à toute vitesse. Même l'Europe s'est étonnée de notre vitesse" (Sabah, 17.12.2004), "On ne peut pas changer de règles pendant le jeu" a-t-il déclaré Erdoğan" (Sabah, 17.12.2004), "Erdoğan s'irrite du double langage de l'Union européenne" (Le Figaro, 23-24.12.2004). Quant au mot scénario, il change souvent de couleur (noir, blanc, gris) selon les entretiens. Le plus souvent il est gris (ni blanc ni noir) qui rejoint d'ailleurs le "ni oui ni non" ("oui, si" du Président Chirac) des Européens (Radikal, 06.12.2004; Sabah, 10.12.2004). L'idée générale véhiculée par ces mots semblent d'ailleurs correspondre aux connotations négatives évoquées dans les locutions idiomatiques, telles que, l'entêtement de mécréant, se traîner comme une carême d'incroyant et peine (tourment) de mécréant.

C'est pourquoi le premier ministre Turc marchandé sur la quantité et la qualité des devoirs à faire : "le marchandage le plus dur" (Radikal, 17.12.2004), "nous avons suivi une politique de commerçants et nous avons gagné" déclare le premier ministre Turc (Radikal, 22.12.2004). Le verbe marchander, qui renvoie au stéréotype commerçant musulman, Turc, transformé en marchand de tapis dans la presse française donne lieu à quelque conflit entre le gouvernement turc et les hommes politiques français. Le premier ministre, Recep Tayyip Erdoğan, qui considère "savoir marchander" comme une qualité, se manifeste, en revanche, contre la désignation "marchander comme un marchand de tapis" prononcé par les Français : "Quand un leader européen a dit : "Il a marchandé comme un marchand de tapis", Erdoğan a monté sur ses grands chevaux" (Radikal, 11.12.2004). Ce qui montre une fois de plus que "chaque mot, chaque locution, menace de prendre deux sens antagonistes, selon la manière que l'émetteur et le récepteur auront de le prendre" (Bourdieu 1982: 19).

Pour conclure avec le mot histoire, employé très fréquemment, dans diverses situations et contextes, surtout par la presse turque, nous nous

contenterons de dire qu'il ne s'agit pas du même contenu sémantique en turc et en français. L'Histoire qui correspond au passé dans les discours des Européens; dans les discours médiatiques français, désigne plutôt, l'avenir dans les discours de la presse écrite turque. Car, selon les Turcs, accéder à l'Union européenne changera l'avenir de la Turquie, des Turcs, ainsi que celui des Européens. Voici quelques cas de figures : "le jour où l'histoire triomphe du sort" (Radikal, 17.12.2004), "une décision historique" (Sabah, 19.12.2004), "un refus historique" (Sabah, 18.12.2004), "l'unification marquera l'histoire du Monde" (Sabah, 17.12.2004).

6. Conclusion

Le stéréotype, qui apparaît comme une croyance, une opinion, une représentation concernant un groupe et ses membres, peut servir également à se connaître à travers l'Autre. Mais, si le stéréotype se traduit par une attitude de fermeture à l'Autre, il s'agit alors de préjugés qui peuvent parfois se transformer en hostilité. Ainsi les mêmes représentations historiques, religieuses, géographiques, sociales et culturelles qui permettent aux partisans Français de se questionner sur l'identité et l'Uniformité Européennes par l'intermédiaire de la Turquie, conduisent les opposants vers une attitude d'hostilité éprouvée à l'égard de ceux qui veulent entrer en Europe, ainsi que ceux qui les laissent entrer. Il en va de même pour le côté turc : ceux qui croient à la sincérité des Européens, remettent en question les raisons qui empêcheraient la Turquie d'être à la hauteur de l'Union, notamment en ce qui concerne les droits de l'homme. Or, les arguments avancés par les radicaux ou les sceptiques (douteurs) rejoignent l'opinion des opposants Français : il suffit d'être Turc pour ne pas être accepté par l'Europe. Celui qui nous considère son ennemi est notre ennemi.

Pour finir avec un langage coloré et expressif, nous dirons que la Turquie est assise entre deux chaises (Europe et Asie), et le gouvernement turc ne sachant pas à quel saint se vouer (Orient ou Occident) essaie de ménager la chèvre et le chou (le monde musulman et le monde chrétien ou encore les islamistes et les contre- islamistes).

Bibliographie

- Amossy, Ruth et Herschberg Pierrot, Anne (1997) Stéréotypes et clichés, Nathan Université, Paris.*
- Bourdieu, Pierre (1982) Ce que parler veut dire, Fayard, Poitiers.*
- Ducrot, Oswald et al.(1980) Les mots du discours, Minuit, Paris.*