

MYTHE ET IDÉOLOGIE

Jacques Fontanille
Université de Limoges
Institut Universitaire de France

Introduction

La réflexion sur la place de l'idéologie dans l'analyse de discours oscille entre deux positions : (1) une position immanentiste, selon laquelle l'idéologie serait un pur effet des structures textuelles, et (2) une position référencialiste, selon laquelle l'idéologie résulterait de l'inscription dans le texte des conflits sociaux et politiques.

On voudrait en suggérer une troisième, dont les caractéristiques et le nom restent à trouver, et selon laquelle l'idéologie serait un effet textuel, soumis à des conditions particulières, de *la conversion conflictuelle et problématique d'une configuration quelconque, d'un genre à un autre genre, d'un type de texte à un autre type de textes*.

La première position est représentée dans plusieurs courants théoriques. Par exemple, Greimas, dans *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, définit l'idéologie comme la version « actualisée » des systèmes de valeurs ou *axiologies*, prise en charge par une structure actantielle, et, par conséquent, projetée sur l'axe syntagmatique¹. L'idéologie, en somme, serait un système de valeurs thymiques et narratives, devenu l'enjeu des parcours et des conflits actantiels.

L'autre position est aussi largement représentée, et surtout en « analyse de discours », telle qu'elle fut pratiquée dans les années 60-70, notamment par Pécheux. Autre cas de figure, moins connu en ce sens, celui de l'« argumentation dans la langue », et notamment la théorie des « topoï » telle qu'elle est reformulée par Pierre-Yves Raccach : les topoï qui participent au fonctionnement sémantique des lexèmes seraient interprétables comme des « biais socio-cognitifs », soumis à des « points de vue », et résulteraient, de ce fait, par l'intermédiaire de l'usage, de l'inscription de positions idéologiques dans la langue.

Les conceptions de l'idéologie reposant sur le « point de vue » sont de fait toujours ambiguës, puisqu'apparaît à cette occasion un clivage entre d'une part les « contenus » idéologiques, qui seront fournis par une confrontation entre les axiologies internes et les discours externes, et d'autre part ce qu'on pourrait appeler les « expressions » idéologiques, à savoir, dans ce cas, la forme sémantique et syntaxique même des points de vue.

On pourrait reconnaître une position mixte dans le concept de « forme de vie », commun à la pragmatique (selon Wittgenstein) et à la sémiotique (selon Greimas, Fontanille et Zilberberg). La « forme de vie », en effet, est une configuration qui subsume l'ensemble des niveaux de pertinence de l'analyse du texte (structures élémentaires de signification, parcours thématique-narratifs, figurativité, actes d'énonciation), de manière à qualifier de

¹ L'axiologie serait alors, par contraste, purement taxinomique, paradigmatique et virtuelle. Cf. Greimas et Courtés, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette, 1979, pp. 179-180.

manière cohérente un certain « rapport au monde » (que ce soit le monde naturel ou le monde social).

Mais la plupart de ces approches, et quels que soient leurs présupposés théoriques et épistémologiques, mettent en évidence, ou rencontrent incidemment un phénomène qui devrait attirer notre attention : un système de valeurs ne peut être saisi et reconstruit dans un texte que s'il est soumis à des transformations, à des déplacements et à des médiations, dont les opérations sont observables dans le texte lui-même.

Ce phénomène est au principe même du dialogisme backhtinien, puisque l'idéologie ne peut être saisie que dans les conflits entre les voix et les énonciations ; mais il n'est pas absent des autres courants théoriques : chez Greimas, l'« actualisation » d'un système de valeurs implique nécessairement une structure polémique, un dispositif actantiel où le sujet affronte un anti-sujet au cours de l'épreuve ; l'axe syntagmatique n'est autre que celui du programme narratif, et aucun programme narratif ne peut être actualisé sans susciter, au moins potentiellement, un contre-programme. De même, les « topoï » ne peuvent être taxés de « biais socio-cognitifs » que si on leur donne comme arrière-plan la diversité des orientations argumentatives possibles, potentielles ou actuelles. Et enfin, la notion même de « point de vue » présuppose une pluralité d'interactions possibles entre le sujet cognitif-perceptif et son objet, et implique un « réglage » modal, axiologique et figuratif de cette interaction.

Il n'est pas jusqu'à la « forme de vie », qui ne peut être identifiée et caractérisée comme « déformation cohérente » qu'à l'occasion de ce que nous appelons la « crise alternative » : une forme de vie se défait ou recule en arrière-plan, alors qu'une autre émerge, réfute la première, et cherche à s'imposer, comme une autre cohérence, ouverte et virtuelle.

Quel que soit le statut qu'on accorde à l'idéologie, et notamment quelle que soit l'origine qu'on lui reconnaisse, il semblerait que l'on puisse saisir un « moment idéologique » dans le texte, et qu'il ait toujours les mêmes propriétés : un conflit entre représentations, une compétition entre configurations sémantiques, *une tentative de conversion ou de médiation problématique*.

De fait, et au risque de décevoir, nous tentons de circonscrire ici, à l'intérieur de la problématique générale des idéologies dans le discours, et après avoir écarté aussi bien la question des « contenus » que des « expressions » de l'idéologie, un problème plus restreint et plus à notre portée dans les limites imparties, celui de l'« effet idéologie », ou du « moment idéologique » dans le texte. De fait, notre apport sera encore plus circonscrit, puisqu'il ne concernera qu'une des dimensions possibles de ce « moment idéologique ».

La conversion inter-générique

D'un point de vue sémiotique, il n'y a pas de « faits » qui ne soient déjà, d'une manière ou d'une autre, organisés comme « ensembles signifiants ». Quand le texte littéraire ou la conversation quotidienne manifestent des traces ou des positions idéologiques, ces positions ont déjà été prises en charge, d'une manière ou d'une autre, dans d'autres discours, dans d'autres pratiques signifiantes. *A fortiori*, si l'actualisation textuelle d'une idéologie prend la forme d'une « crise alternative », l'un des deux systèmes de valeurs, l'une des deux

formes de vie a le statut d'une « mention », d'une « évocation », grâce à l'appel à une autre énonciation.

Mais cette propriété trop générale ne suffit pas à caractériser l'idéologie comme « effet sémiotique » et textuel ². En effet, à la déhiscence énonciative, à la superposition conflictuelle des voix, s'ajoute ici un effet d'étrangeté : l'idéologie, c'est toujours le discours de l'Autre, d'un autre méconnaissable ou dissimulé, d'un autre qu'il faut reconstruire et décrypter.

Si l'idéologie relève de l'intertextualité ou de la polyphonie, c'est donc sous une condition particulière, celle de l'altérité : l'effet « idéologie » témoigne alors d'une migration et d'une conversion entre textes hétérogènes. Quand Dumézil définit la structure tripartite comme une « idéologie », il la caractérise comme un schème intertextuel qui migre entre plusieurs genres de discours : le discours mythique, le discours religieux, le discours social, le discours littéraire ; en l'occurrence, l'effet « idéologie » ne réside pas dans l'existence d'un schème intertextuel, mais dans sa migration entre des textes hétérogènes, où il tend à s'intégrer, de telle manière que l'autre discours (le discours de l'autre) devienne méconnaissable.

L'altérité textuelle en une propriété encore trop générale, et nous allons lui apporter une dernière spécification : pour être identifiable, elle doit obéir à un principe de classification, quel qu'il soit ; le discours de l'autre doit appartenir, de quelque manière, et pour être reconnu comme tel, à une autre classe. En d'autres termes, la migration du motif ou de la configuration qui provoque l'effet idéologique se produit entre deux classes (types, genres ou espèces...) de discours différents : le discours didactique gagne du terrain dans la fiction romanesque ; le discours économique émerge dans la conversation quotidienne ou dans la comédie classique, le discours religieux fait surface dans le conte ou la fable, le discours mythique se dissimule dans le poème ou le texte dramatique.

Mais, puisque l'idéologie ne peut être saisie que dans le conflit des représentations et dans la « crise » entre formes de vie, la mixité des genres devient problématique : l'« effet idéologie » que nous recherchons est donc très exactement situé dans cette zone textuelle où la conversion d'une configuration, d'un type de discours à l'autre, fait problème. « Faire problème », en l'occurrence, signifie que le texte manifeste le conflit des genres en même temps que celui des systèmes de valeurs, le met en scène, le pondère, le gère ou le régle.

Il reste maintenant à illustrer cette hypothèse, et à la circonscrire à un cas particulier : celui où l'effet « idéologie » résulte de la conversion d'une configuration d'origine mythique. Je prendrai deux exemples différents, appartenant à des « ordres sémiotiques » aussi éloignés que possible que les autres, mais dont les sources sont toutes indo-européennes :

- 1) la conversion d'un mythe cosmologico-religieux en passion et péché : le cas de la colère ;
- 2) la conversion d'un mythe épique en représentation publicitaire : le cas du luxe.

² On parle ici d'« effet idéologie » comme ailleurs d'« effet de réalité », ou d'« impression référentielle ». il s'agit très exactement de comprendre comment, dans une perspective interprétative, on peut « saisir » l'idéologie dans le texte.

Le cas de la colère

LA SÉQUENCE CANONIQUE

La séquence canonique de la colère, établie à partir d'A.J. Greimas⁶ et à G. Lakoff⁷, se compose de quatre phases :

Attente fiduciaire → Frustration → Mécontentement → Agressivité

La reconstruction de la séquence suppose d'abord la manifestation d'un comportement observable (une attitude agressive), qui, pour être interprétable, doit résulter d'un "mécontentement" ; ce dernier doit lui-même être rapporté à une "raison", ici, la privation de quelque chose qui était attendu ; cette attente frustrée, elle-même, présuppose enfin un certain état de "confiance" (attente fiduciaire) qui est nécessaire pour rendre compte du "mécontentement".

Mais la phase de l'attente, même fiduciaire, ne peut se confondre avec celle, préalable, de l'installation de la confiance. Sénèque, dans son *De ira*, insiste suffisamment sur la détermination de la colère par la confiance (naïve, selon lui) que l'on prête aux autres et aux choses de ce monde, qu'il nous paraît nécessaire d'en faire la première phase de notre séquence canonique.

Il en est de même de l' "explosion", qui ne se confond pas avec l' "agressivité". Comme nous le montrerons, plusieurs dérivées de la colère peuvent apparaître, sans aucune explosion finale, comme des variantes de l'agressivité. Comme pour la confiance, Sénèque met tout particulièrement l'accent sur les alternatives à l'explosion, et sur sa fonction de "décharge" immédiate et trop précoce de l'agressivité ; il nous paraît donc utile de l'inscrire à la fin de la séquence canonique.

Pour être totalement explicite, la séquence devrait donc être complétée ainsi :

Confiance → Attente → Frustration → Mécontentement → Agressivité → Explosion

La séquence canonique permet alors de comprendre qu'à chaque manifestation de colère, l'échec, la perte ou la déception sont vécus (et sémiotisés) comme une rupture de confiance, et comme la frustration d'une attente implicite.

La séquence de la colère, en somme, décline la signification d'un comportement irruptif, éclatant, ou dérangeant. Plus généralement, c'est la forme même de la séquence d'une passion qui délivre le sens de l'émotion ou du comportement par lesquels elle se manifeste.

Mais c'est justement cette « donation de sens » qui fait problème, et dont nous allons montrer qu'elle occulte l'origine mythique de la configuration.

LES VARIANTES « CRITIQUES »

L'examen des variantes « non canoniques » de cette séquence est riche d'enseignements, car une partie d'entre elles font affleurer une autre configuration, d'autres

⁶ A. J. Greimas, "De la colère", in *Du Sens II*, Paris, Seuil, 1983.

⁷ G. Lakoff & Z. Zovecses, "The cognitive model of Anger inherent in American English", Cambridge University Press, 1987.

possibles discursifs, et dénoncent en quelque sorte le caractère « idéologique » de cette forme passionnelle.

Par exemple, le *ressentiment*, dont on a une bonne illustration dans *Eugénie Grandet* : le père Grandet, faute de pouvoir « exploser » de colère, va punir Eugénie en la séquestrant dans sa chambre. Si le mécontentement ne peut se prolonger en explosion agressive, alors le ressentiment s'installe : une manifestation durable, itérative, diverse et multi-isotopique du mécontentement, dirigé contre l'autre sujet. Dans le cas de Grandet, c'est la sensibilité et la fragilité de sa femme lui interdisent une explosion familiale :

*Grandet, ta colère me fera mourir, dit la pauvre femme*¹⁹.

Un dispositif de rétorsion de longue durée se met alors en place : fortement organisé, systématique, et inscrit sur d'autres isotopies que celle qui fait l'objet de la colère, il est destiné à durer indéfiniment ; dans le cas de Grandet, seule une intervention extérieure, lui faisant valoir les risques financiers qu'il court, interrompra la mise en quarantaine d'Eugénie.

La *bouderie* est la version affaiblie et informe du ressentiment : à la même étape de la séquence canonique, le mécontentement débouche, par manque d'énergie ou par stratégie, sur une simple interruption ou détérioration de la relation intersubjective. Aucune mesure de rétorsion, aucun système de ressentiment ne sont mis en place ; le sujet s'abstient simplement, soit de tout contact, soit de certaines qualités antérieures du contact avec l'autre sujet.

Mais la bouderie comporte un présupposé plus contraignant que le ressentiment ou que la colère en général : ne peut bouder que celui dont l'autre sujet attend aussi quelque chose. Nul ne songerait à bouder quelqu'un qui, tout en ayant trahi la confiance qu'on plaçait en lui, n'attendrait rien en retour ; en clair, la bouderie présuppose une attente réciproque. La mythologie offre un bel exemple de "bouderie", en l'espèce, la "colère d'Achille". Tout commence par une rupture de contrat fiduciaire : ayant conquis Briséis au combat, Achille est en droit de la demander comme butin, et plus précisément comme sa "part d'honneur", comme symbole de sa vaillance au combat. Mais on connaît l'histoire : Agamemnon le spolie, et garde Briséis pour lui. L'affront est suffisamment grave pour qu'Achille refuse toutes les compensations qu'Agamemnon lui propose, y compris la restitution de Briséis elle-même : il n'est donc pas privé de la jeune fille, mais, plus profondément, atteint par la rupture du contrat fiduciaire, par la transgression des lois de l'honneur du guerrier :

*Je le vois trop : on ne gagne pas de reconnaissance à sa battre avec l'ennemi obstinément, sans trêve : la part est la même pour celui qui reste chez lui et pour qui guerroye de toute son âme : même estime attend le lâche et le brave*²⁰.

Il va alors tirer les conséquences de cette attente frustrée : au lieu de laisser exploser sa colère, il "boude" : il se retire sous sa tente, ne prend plus part au combat, festoie et dort. Mais cette *colère-bouderie* n'est efficace que parce que sa valeur au combat est indispensable aux Achéens, parce que son abstention provoque un désastre :

Chante, déesse, la colère d'Achille, le fils de Pelée ; détestable colère, qui aux Achéens valut des souffrances sans nombre et jeta en pâture à Hadès tant d'âmes

¹⁹ Op. cit., p. 147.

²⁰ Op. cit., *Illiade*, IX, 316-319.

*fières de héros, tandis que de ces héros mêmes elle faisait la proie des chiens et de tous les oiseaux du ciel*²¹...

Se retirer, suspendre sa contribution à l'action collective ou partagée, et cela dans la durée, ne suffit à exprimer le mécontentement, on le voit, que si la participation du sujet à une action commune est utile ou nécessaire à l'autre sujet.

Plus on s'éloigne de la séquence canonique, et plus le sous-bassement mythique apparaît : quelque chose comme une entente préalable, un contrat ou un lien dont dépendent la vie et la mort des hommes en société.

Une autre manière de modifier la séquence canonique consiste à passer directement à la *vengeance*.

La vengeance commute avec l'explosion agressive finale. A ceux qui, comme Aristote, défendent la colère en raison de l'énergie qu'elle inspire dans le rétablissement de la justice, Sénèque répond qu'au contraire, cette dépense d'énergie se fait au dépens de la vengeance :

*...elle commence avec fougue, puis elle faiblit, lassée avant le temps, et après n'avoir médité que cruautés et supplices extraordinaires, quand il faut sévir, la voilà brisée et molle*²².

En conséquence, et bien que les deux soient compatibles, la dernière phase de la colère connaît une tension inverse entre la vengeance et l'explosion d'agressivité : c'est le choix, en somme, entre l'éclat et l'intensité, d'une part, la quantité et l'efficacité, d'autre part.

A cet égard, le ressentiment (celui de Grandet, par exemple) ressemble apparemment à la vengeance. Pourtant il s'en distingue sur un point essentiel : il n'est pas pesé à l'aune du dommage causé ou ressenti ; il peut se déployer sur des isotopies imprévisibles, et pourrait participer d'une sorte de "malveillance" diffuse et généralisée. En revanche, la vengeance est supposée réparer le dommage causé, et, par conséquent, être mesurée (en quantité, en thématique, en durée) par rapport à ce dommage. La vengeance prend acte de la rupture du contrat fiduciaire, qui réglait un échange de bons procédés, et lui substitue un échange de mauvais procédés.

Mais du même coup, avec la vengeance, on est sorti de la séquence de la colère, qui se caractérisait par une rupture *unilatérale* du contrat fiduciaire : la chaîne des dommages et des compensations, des agressions et des représailles, peut se poursuivre sans aucune colère, comme un processus infini, installé par le nouvel ordre qui règle les relations intersubjectives.

La surenchère menace, et peut affecter toutes les catégories sémantiques qui règlent l'échange social et la communication en général.

La fable de La Fontaine, *Le dépositaire infidèle*, offre un cas remarquable de "vengeance froide", et ce, dans une situation narrative qui se prêterait parfaitement à la colère. Rappelons les faits : avant de partir en voyage, un homme donne en dépôt à un autre une certaine quantité de fer ; au retour, le dépositaire lui annonce que son fer a disparu, *dévoré par des rats* ; l'autre ne pipe mot, mais décide à la fois de se venger et de provoquer la restitution

²¹ Op. cit., I, 1-7.

²² Sénèque, op. cit., Livre I, XVII, 5, p. 21.

de son bien : il enlève le fils du menteur, et lui annonce qu'il a été *emporté par un aigle*. Comme le dépositaire infidèle préfère récupérer son fils, il reconnaît son mensonge et rend le dépôt de fer. Mais on voit bien dans ce cas se mettre en place le calcul des rétorsions : la vengeance, pour être efficace, doit être identique au dommage, y compris dans le mensonge et l'invéraisemblance, de manière à ce que l'anti-sujet reconnaisse lui-même le lien et l'équivalence entre le tort qu'il subit et celui qu'il a causé. Une des dimensions de la vengeance est donc cognitive : non seulement l'autre sujet doit éprouver un dommage équivalent à celui qu'il a causé, mais, en outre, reconnaître cette équivalence, et savoir qu'il s'agit d'une mesure de compensation ; celui qui se venge sans pouvoir le faire savoir est privé d'une part de sa vengeance.

Là aussi, un arrière-plan idéologique plus général se dessine : celui de la crédibilité et de la stabilité des systèmes de valeurs qui président à l'échange social, et qui confortent l'actant collectif.

LA COLÈRE DES DIEUX ET LA COLÈRE DES HOMMES

Dans toutes les sources mythiques, religieuses ou politiques des civilisations indo-européennes, la colère est une passion récurrente pour de nombreuses divinités, et plusieurs héros qui ont, d'une manière ou d'une autre, partie liée avec le domaine divin. Mais la colère divine n'est pas calamiteuse : elle est seulement à craindre ; en revanche, celle des héros humains ou mi-divins doit être contenue et réprimée, car elle est contagieuse. C'est justement ce qu'il faudrait s'efforcer de comprendre pour finir.

Chez les philosophes pré-socratiques, la colère n'est qu'une variante de l'énergie, et elle émane directement de l'être ; mais la transformation cruciale, celle qui fait passer de l'être à l'existence (aux "étants"), ne se réalise qu'au prix d'un abaissement de cette énergie, et d'une entrée dans l'étendue. L'être est tout énergie, feu, un, indivisible, sans étendue, sans espace et sans durée ; le passage à l'existence est donc un passage à la quantité, à la division, à l'espace et au temps, au détriment de l'intensité ; le retour à l'être inverse la tendance : retour à l'unité, contention maximale des énergies, et abandon de l'étendue.

Autrement, seuls les dieux possèdent en propre la colère, et, dans le panthéon indien, par exemple, tout particulièrement Manyu²⁴. En effet, dans les hymnes religieux les plus anciens, le dieu du Courroux, Manyu partage avec le dieu du désir amoureux, Kama, le statut de "force primordiale"²⁵ ; il l'emporte même en préséance sur ce dernier, puisqu'il est la force même de l'être, celle qui permet de l'arracher au non-être : le Courroux n'est autre que la force qui suscite l'être du cosmos.

²⁴ C. Malamoud définit ainsi le dieu sanskrit du Courroux :

Manyu est aussi une force née d'elle-même, sans origine, mais elle-même origine de tout, intention première, emportement germinal contre le non-être (op. cit., p. 10).

²⁵ Notons, parmi d'autres traces anthropologiques et culturelles de cette parenté entre les deux "forces", l'existence d'une même racine (*wat-/wot-, cf. Wotan, le "furieux"), qui vaut aussi bien pour la fureur que pour la "rage érotique", c'est-à-dire pour l'ensemble des manifestations paroxystiques de nos exaltations, au cours desquels nous croyons accéder à une autre dimension de notre existence, un au-delà des valeurs du quotidien.

La colère fait participer l'humain de cette tension ontologique : en un instant, il peut manifester son être, engagé dans une explosion où il se livre sans calcul, sans jugement, sans prévision des conséquences, sans considération, en somme, de l' "existence". Elle serait en quelque sorte, pour l'individu, une expérience de cette grande transformation que les cosmogonies pré-socratiques décrivaient comme la manifestation directe de l'être.

Cet "imaginaire" mythique de la colère laisse des traces dans des représentations plus tardives, et plus banales. Dans le *De Ira*, par exemple, après avoir dénoncé l'inefficacité de la colère, Sénèque en prône l'ajournement, mais ajoute pour finir un bien curieux conseil :

*Le meilleur remède de la colère, c'est l'ajournement. Demande-lui au début non de pardonner, mais de réfléchir. Ce sont les premiers élans qui sont graves : elle cessera, si elle attend. N'essaie pas de la supprimer tout d'un coup ; tu la vaincras, toute entière, en l'arrachant par morceaux*²⁶.

L'alternative repose sur le choix que nous avons déjà évoqué, entre, (1) d'une part l'explosion, purement affective, et caractérisée par une pure intensité; et (2) d'autre part la vengeance, qui impliquerait des calculs cognitifs, et, plus précisément ici, une "réflexion", déployée dans la durée de l'*ajournement*.

Mais cet étirement dans la durée s'accompagne de deux autres transformations : (1) on est passé de l'intensité et de la concentration à la diffusion, et (2) la *colère-entière* est devenue une *colère-par-morceaux*. En effet, si l'ajournement permet de découper la colère en parties, il faut en déduire, par contraste, que l'explosion immédiate caractérise une colère "en un seul morceau", un *entier massif insécable*.

Mais la colère divine ne connaît pas cette alternative, car elle se manifeste dans toute son intensité sans jamais s'épuiser ; Manyu est indéfiniment en colère. Voilà un phénomène que Sénèque aurait quelque mal à expliquer, lui qui est dans l' « idéologie » de la colère-passion, et non dans la colère mythique, lui pour qui l'explosion ne peut qu'entraîner l'affaiblissement.

Certains héros qui ont partie liée avec le discours mythique ne parviennent pas plus à épuiser leur fureur en l'exprimant : ainsi en est-il de Cúchulainn, le héros irlandais. De retour de la guerre, en effet, et après avoir vaincu les ennemis de son peuple, ce dernier ne contrôle plus sa colère ; tous ses proches sont effrayés, et lui proposent un bain froid. Voici ce qu'il advient :

*Mais si ardent est son courroux, que l'eau soudain brûlante fait éclater les douves. Il est plongé dans une seconde cuve ; l'eau bouillonne à gros bouillons, surgit, coule par-dessus bord. Dans la troisième cuve, l'eau devient encore chaude, mais ne déborde plus*²⁷.

Chúchulainn, en somme, revient parmi les hommes ordinaires. Dans ce cas, on le voit, nulle confiance trahie, nulle déception, la colère divine ou mythique n'a pas besoin de justifications; elle est sa propre "raison". G. Dumézil a d'ailleurs noté l'originalité "a-psychologique" de cette colère

²⁶ Op. cit., p. 54. Souligné par nous.

²⁷ G. Roth, op. cit.

*provoquée de l'extérieur et après l'exploit, se substituant à l'exaltation physique spontanée de tout l'être au cours de l'exploit*²⁸.

Au lieu de s'affaiblir en se manifestant, cette colère-là semble destinée à durer indéfiniment, à se nourrir de sa propre explosion.

Tout se passe comme si, en accédant au domaine de la colère divine, le héros mythique faisait l'expérience d'un changement de régime sémantique : la colère humaine, celle qui intéresse Sénèque, et qui est le plus souvent mise en scène dans la littérature, est une « passion » au sens ordinaire, et elle repose, on l'a vu, sur une tension inverse entre la force d'explosion et l'étendue (la quantité des repréailles, la durée du ressentiment, etc.) ; la colère divine et mythique, au contraire, est une « passion » au sens ontologique³ et cosmogonique, et elle n'oppose pas ces deux dimensions: plus grande et plus longue sera la manifestation, plus intense elle restera.

Dans la littérature de l'Inde Ancienne, on s'aperçoit qu'à côté des hymnes religieux, qui magnifient le Courroux divin, celui qui suscite et maintient l'être, d'autres textes font de la colère le pire des péchés : Kautilya, par exemple, dans l'*Arthaśāstra*, son traité de politique, traite la colère de "première passion calamiteuse" pour les rois (juste avant le désir amoureux, toujours associé), et justifie ce rang par son pouvoir de dissémination ; il nous explique que la colère du roi engendre celle de ses adversaires, celle de ses voisins, celle du peuple entier, etc.

La seule succession des violences et des contre-violences (cette variante que nous appelons la « vengeance »), le seul principe de l'échange des coups et des dommages suffit à expliquer la dissémination, à la condition expresse qu'on ait affaire à une colère de type mythique, qui ne s'épuise pas en se manifestant. La violence n'est un péché que pour les hommes, quand ils sont habités par une colère de type "dissipatif", car ils menacent l'existence même de leur communauté, et bientôt celle de l'ordre du monde : on a vu plus haut la frayeur des amis de Cúchulainn, quand il leur revient possédé par une fureur inextinguible.

Les hommes ont donc inventé, comme solution à leur mesure, une simple passion, qui n'a plus rien à voir avec la violence ontologique qui est l'apanage des dieux et les héros mythiques : la colère et ses raisons, la colère comme réaction à une rupture unilatérale du contrat fiduciaire, la colère qui s'épuise dès qu'elle s'est exprimée.

La conversion, du discours mythico-religieux au discours littéraire ou quotidien repose sur un changement de corrélation sémantique: il faut inverser la solidarité entre l'intensité et l'étendue de la colère, de manière à ce que nous soyons obligés de choisir entre la violence sans lendemain, et la menue monnaie du ressentiment, de la bouderie ou de la vengeance au long cours.

La colère, comme passion humaine ou péché, résulterait donc d'une conversion de ce « mythe onto-cosmogonique », mais une conversion problématique, sanctionnée par une

²⁸ G. Dumézil, *Heur et malheur du guerrier*, Paris, Flammarion, 1985, pp. 23-24.

³ Il faudrait examiner soigneusement la manière dont la force ontologique d'« expulsion » dans l'existence est convertie chez Heidegger, par exemple, en « passions » ontologiques (l'angoisse, le souci, etc.). La sémiotique ne s'est occupée jusqu'alors que des « passions » ordinaires, et pourrait s'intéresser utilement à ces rôles « onto-passionnels » qui caractérisent les différents états sémiotiques de l'être-au-monde

évaluation morale, et qui s'accompagne de modifications sémantiques et syntaxiques suffisantes pour rendre le mythe méconnaissable.

Le cas du luxe

LE CHAMP SÉMANTIQUE DU LUXE EN FRANÇAIS

La notion de « luxe » appartient à une famille lexico-sémantique caractérisée par l'« excès de l'objet », où l'on retrouve notamment, sans souci d'exhaustivité :

Intempérance, Débauche, Licence, Luxe, Faste, Luxuriance, Magnificence, Panache, Splendeur, Superbe, Exubérance, Munificence, Pléthore, Profusion, Surabondance.

Deux configurations différentes s'y dessinent, en se distinguant ou en se combinant, selon le cas : ce sont, respectivement, le point de vue « éthique » sur l'excès, et le point de vue « esthétique » :

a) l'« excès éthique » (Intempérance, Débauche, Licence, Débordement) implique quatre rôles actantiels :

- a) un *sujet de désir et d'appropriation*, qui vise exclusivement les objets
- b) un *ensemble d'objets désirés*, nombreux, et consommés au-delà d'un seuil
- c) un *observateur-évaluateur*, qui projette l'échelle d'appréciation et le seuil critique
- d) un *espace social* (un acteur collectif) menacé par la voracité et le « débordement » passionnel du sujet.

Le *point de vue* est celui de l'espace envahi, menacé d'une perte ou d'un désordre, et l'état passionnel dominant est l'*inquiétude*, le sentiment de la menace.

b) l'« excès esthétique » (Luxe, Faste, Luxuriance, Magnificence, Panache, Splendeur, Superbe) requiert lui aussi quatre rôles actantiels :

- a) un *sujet de désir* qui est aussi un *sujet de don* (et non de simple appropriation),
- b) un *sujet de l'ostentation* (faire savoir, donner en spectacle)
- c) *deux types d'objets* : ceux qui sont *consommés*, qui sont esthétiques mais inutiles, et ceux qui sont *distribués* largement en échange (l'argent, par exemple, mais aussi l'éclat, le spectacle, etc.)
- d) l'*observateur-évaluateur* est un sujet sensible, qui perçoit directement et qui, à travers cette perception, reçoit le don du spectacle
- e) un *espace social* sur lequel déborde positivement la générosité du sujet de désir

La *point de vue* est celui de l'espace social, mais avec une dimension esthétique (sensible et esthétique) en relation avec une figurativité débordante ; l'état passionnel dominant est l'*admiration* et la surprise.

Dans un cas comme dans l'autre, le point de vue est celui du sujet bénéficiaire potentiel, qui peut se convertir en contemplateur, faute de pouvoir tout consommer, ou en bénéficiaire frustré et malveillant, à l'inverse.

La configuration sémantique et discursive du luxe offre donc les choix suivants, qui définissent des « points de vue » :

- le *sujet agissant* peut-être : consommateur / donateur / producteur
- l'*observateur-évaluateur* projette une échelle d'appréciation qui peut être : factuelle / éthique / esthétique
- le *sujet bénéficiaire* peut être bénéficiaire et/ou contemplateur

Le *point de vue* peut donc être celui de la perte / du gain / du plaisir. Les deux configurations sémantiques correspondent à deux axes thématiques différents :

- (1) d'un côté, « création / destruction » des objets de valeur, et
- (2) de l'autre, « distribution / contemplation » des objets de valeur.

LE MYTHE DE CYAVANA

Le mythe peut être résumé et glosé ainsi : le cadre général est celui d'un échange très généreux avec les dieux : en un pays mythique, le roi couvre le territoire de sacrifices, avec des rituels somptueux, très coûteux, des objets chargés d'or hors d'usage et de propos, et des offrandes « plus nombreuses que le sable de la terre, les étoiles du ciel et les gouttes de la pluie ». Le texte insiste sur la surenchère, et sur le fait que cet enrichissement des rituels contrevient aux usages ordinaires (on met de l'or même là où il est d'usage de mettre du bois)

Lors d'une "partie" de campagne, où toute la cour boit et mange abondamment, la fille du roi, elle-même ivre, et parée de tous ses bijoux, découvre la fourmilière où est enfoui un puissant ascète et prophète ; intriguée et curieuse, elle le pique, ce qui le fâche ; pour se venger, il constipe toute l'escorte et, en échange de son pardon, il demande la fille du roi en mariage. Le roi accepte, toutes les vessies et tous les intestins se débloquent, et la fille du roi se consacre à son nouveau mari.

Deux divinités de la 3ème fonction dumézilienne passent près d'elle alors qu'elle se baigne nue (mais toujours parée de tous ses bijoux), sont attirés par elle, et lui proposent de rajeunir son mari pour qu'elle puisse le comparer à eux, et choisir entre les trois. Chose ainsi fut faite, mais elle choisit encore son mari.

Celui-ci, pour remercier les deux divinités, veut leur offrir la boisson sacrée dont tout le monde s'enivre lors des rituels, le Soma, mais Indra, dieu de la 2ème fonction dumézilienne, s'y oppose, car selon lui les deux Asvins ne sont pas des vrais dieux. Il menace Cyavana, le prophète, de sa foudre ; celui-ci lui paralyse le bras et suscite, pour l'intimider, un horrible monstre, Mada, un véritable "monstre-paysage", qui fait céder Indra ; pour se débarrasser de Mada, il faudra le découper en parties qui deviendront alors les diverses passions humaines.

Les Asvins boivent le Soma et se joignent alors au groupe des autres dieux.

Quelques remarques :

Le paradigme culturel et mythique qui s'offre ici à l'analyse est simple :

- d'un côté la richesse, le luxe des parures, la magnificence des rituels et des offrandes
- de l'autre l'austérité, l'ascétisme, la saleté.

Les deux ensembles sémantiques se caractérisent :

- l'un par la circulation, le mouvement, la profusion et la générosité dispendieuse ;

- l'autre par l'immobilité, la rétention, la rareté et le refus de partager (le Soma)

Cyavana, avant sa transformation généreuse par ses rivaux les Asvins, est du côté de la rétention, de l'immobilité, de la colère, de la contention et de la constipation. Il en est de même d'Indra, avant sa conversion par intimidation.

Le mythe est donc le récit de la transformation de deux personnages clés, qui changent de camp, et passent du côté de la générosité, du partage, de la distribution des richesses et des biens.

Pourtant, les deux volets du paradigme ont en commun l'excès et la surenchère ; l'ascète est "magnifique" (alors qu'il est sale et recouvert de fourmis), tout autant que "courageux". De même Indra, qui reste un long moment du côté de la rétention, de la colère et du châtement, est aussi un très courageux "saccageur de villes" (le dieu de la guerre).

Le récit est encadré à la fois par la description des excès du rituel, auxquels Indra participe en s'enivrant de Soma (au début), et par celle de la profusion naturelle (à la fin), d'une part, ainsi que par les deux formes de la rétention et de la colère, celle de Cyavana au début et celle d'Indra à la fin.

Deux enjeux mythiques apparaissent à l'analyse :

1) la création d'une communauté unique des dieux, par la réunion des dieux de la 2ème fonction (la guerre, Indra) et de la 3ème fonction (les Asvins), par l'intermédiaire des hommes ;

2) la transformation des excès rituels et esthétiques (au début) en excès passionnels et éthiques (alcool, femmes, jeux et chasse). L'opération clé est la division du monstre qui a pu intimider Indra, alors qu'auparavant ces excès étaient l'apanage des dieux de la 2ème fonction, lors des rituels et sacrifices.

En situation initiale, le luxe, la richesse et la magnificence dispendieuse apparaissent comme des motifs de communication unilatérale entre les hommes et les dieux de la 3ème fonction, d'une part, et les dieux de la 2ème fonction, d'autre part.

En situation finale, la profusion et la mise en disposition permet à tout le monde d'accéder à toutes les richesses naturelles (thème du *locus aemenuis*, et de la profusion naturelle), mais aussi, du même coup, à tous les objets de l'excès passionnel.

C'est ainsi que le luxe et la profusion des richesses, ayant commencé comme une propriété de la communication entre les hommes et les dieux, se transforme en une affaire de morale et de consommation collective.

Le mythe du luxe nous parle aussi de la transformation de la structure actantielle entre deux dispositifs que nous avons déjà identifiés :

- celui de la création / destruction (création de biens, dépense et consommation), lors de la première phase rituelle,
- et celui de la distribution / contemplation (mise en circulation de biens, profusion, mise à disposition, beauté et contemplation de cette profusion), lors de la phase finale, qui aboutit à une communauté participative de tous les dieux réunis et des hommes.

La signification mythique de ce récit est multiple, mais, du point de vue qui nous intéresse, il est clair que l'orientation de la transformation repose

- (1) sur une situation et une configuration initiale instable et entropique (création / destruction), reposant sur une sorte de *potlach* sans fin, entre deux univers étanches, celui des hommes et de la 3ème fonction, d'une part, et celui des dieux de la 2ème fonction, avides et jouisseurs, d'autre part, et
- (2) une situation et une configuration finale stable, durable et harmonieuse (distribution / contemplation), où dieux et hommes participent d'un même univers.

Au luxe comme communication entre deux univers distincts, sur le mode du *potlach*, de la surenchère et de la dépense destructrice, on passe donc à un seul univers, participatif, celui de la profusion et de la mise à disposition des biens. Mais l'opération n'est pas sans risque puisqu'à cette occasion, le monstre Mada, qui a fait céder les dieux, a été découpé en autant d'excès humains : dans ce nouvel univers participatif de la profusion généralisée, l'intempérance est la nouvelle forme que prend la dépense excessive.

Il y a donc une vraie et profonde alternative mythique pour le luxe, notamment en regard des problématiques de sa communication, et de ses modes de diffusion : soit communication élitiste mais sans espoir avec la transcendance, soit profusion à disposition immédiate, mais avec risque d'intempérance...

Il en est du luxe comme de la colère : au moment de la conversion entre le mythe et le récit épique, d'une part, et les discours plus quotidiens, d'autre part, des configurations se transforment, la structure d'échange très hiérarchisée et codifiée entre les hommes et les dieux est devenue une affaire socio-économique et morale, où la version antérieure est devenue méconnaissable. Cette conversion problématique est à l'œuvre dans le champ sémantique lexical en français, sous forme de para-synonymie ; je voudrais montrer maintenant qu'elle s'affiche aussi dans les images publicitaires des marques de luxe.

IMAGES DU LUXE

Eléments de l'analyse

Les remarques qui suivent portent sur 14 marques :

Chanel, Gucci, Givenchy, Hermès, Versace, Armani, Dior, Vuitton, Prada, C.Klein, Fendi, Dolce et Gabbana, Yves Saint-Laurent & Céline.

Le corpus examiné comprenait 25 annonces-presses de ces marques.

Les aspects et catégories étudiés sont :

- 1) le rapport figure / fond (objet ou corps vêtu / décor, pour parler "mise en scène") ;
- 2) le type d'espace où prend place le corps vêtu ou l'objet ;
- 3) le type de position ou de statut cognitif attribué à l'observateur par le regard du corps mis en scène ;
- 4) le nombre de représentations des corps et leur distribution dans l'image.

Si la question est celle de la « valeur » du luxe et de cette valeur particulière liée aux deux axes thématiques, il faut alors rechercher le type de contraste visuel qui la manifeste. Il y a deux manières de faire contraste dans ces publicités :

- quand le fond est nu ou rare, la figure peut faire contraste
 - 1) parce qu'elle est riche et/ou complexe
 - 2) parce qu'elle est nette, pure et uniforme
- quand le fond est riche et encombré, la figure peut être
 - 3) soit détachée par sa netteté et sa pureté de lignes ou son uniformité de couleur
 - 4) soit entremêlée, si le fond et la figure sont également profus, complexes et riches.

Dans les cas 1 et 3, on ne se pose pas la question de l'émergence et de la naissance de la valeur du luxe : elle existe, elle se donne à saisir, on se l'attribue, on la consomme, on s'en pare et on en donne le spectacle : on est sous le régime de la *consommation* ou celui de la *démonstration* (régime général de l'usage). Ces annonces-presse usent directement alors de la richesse des matières (le doré, l'or), des couleurs (le rouge), du mouvement et de la chair (féminine)

Dans les cas 2 et 4, au contraire, il est question de *l'invention de la valeur*, de la création de l'objet, de l'épiphanie du luxe, que ce soit à partir du néant (premier cas) ou à partir du chaos et de la profusion (second cas) ; certes l'effet est tout différent, selon qu'on envisage l'émergence de la valeur du luxe comme *épiphanie à partir du rien* (cela n'était pas, et cela a été), ou comme *l'apparition d'une forme identifiable et organisée dans une profusion désordonnée* (cela est partout, il faut l'ordonner, le reconnaître, l'isoler pour pouvoir le proposer). On est alors sous le *régime de l'émergence*, soit dans la perspective de la création, soit dans celle de la distribution (régime général de l'échange).

On retrouve donc ici les deux axes thématiques, qui permettent d'envisager une typologie empirique des « sujets » du luxe :

Axe « création / destruction »

Sujets consommateurs

Valorisation de
la richesse du luxe

Sujets créatifs

Valorisation de
l'invention de l'objet de luxe

Axe « distribution / contemplation »

Sujets contemplateurs

Valorisation de
la beauté du luxe

Sujets distributeurs

Valorisation de
la mise en ordre du luxe

Mais le système subit une première distorsion, qui rend l'organisation mythique méconnaissable, puisque c'est la création et l'invention de l'objet de luxe qui est donnée à contempler, et que la consommation-destruction est associée à la distribution : le croisement des deux catégories nous fait alors passer du luxe « mythique » au luxe « commercial ».

Le dédoublement

Le corpus offre, de manière imprévisible, de nombreux cas de dédoublement, qui résultent d'une autre conversion de la configuration mythique :

- soit sur la même page et dans le même plan de l'image (Hermès)
- soit sur deux pages contiguës (Prada)
- soit sur la même page, mais en deux plans différents de l'image (Vuitton)

D'un point de vue rhétorique, on a donc des effets de "mise en abyme" (Vuitton), de redoublement avec changement de proportions (Hermès), de duplicité avec changement de rôles (Prada), ou même de synecdoque (la partie et le tout, plan américain / plan d'ensemble).

Selon les cas, il s'agit de la figure féminine, répétée deux fois, dans les positions ou des rôles différents, soit d'une séparation entre une partie du corps (le pied et la chaussure, par exemple) et la figure féminine.

Le dédoublement peut affecter les propriétés sémiotiques suivantes :

- * la distance et le format de la prise de vue (Fendi, Hermès : plan d'ensemble vs gros plan ou plan américain) ;
- * le rapport entre le tout et une de ses parties (Calvin Klein, Givenchy) ;
- * l'orientation du corps féminin tout entier (Versace) ;
- * les situations, les rôles et les types d'interactions sociales (Prada) ;
- * le mode énonciatif et le plan d'inscription (Vuitton).

Le corps du luxe appartient ici à deux univers sémiotiques distincts, entre lesquels le passage ne peut se faire que par une conversion des valeurs et de la position d'énonciation. Quelle que soit l'importance des transformations, d'un univers à l'autre, elles s'accompagnent toujours d'un changement de "plan d'énonciation", et, par conséquent, du degré et du type d'assomption énonciative.

La configuration est constante et elle repose sur deux propriétés qui semblent caractéristiques des figures du luxe : la *reproductibilité interne*, et la *déhiscence énonciative* ; une capacité d'auto-citation intérieure, en somme. On pourrait dire ici qu'un *modèle figuratif* prend forme, propre à l'univers du luxe, et caractérisé par une *reproductibilité soumise à la déhiscence énonciative*.

Et c'est là qu'intervient la campagne Vuitton, qui assume ce modèle sous-jacent et en fait un principe de déclinaison, un véritable « concept » publicitaire affiché comme tel. Elle cumule en effet toutes les dimensions du clivage entre deux univers sémiotiques observés dans le corpus:

- différence de proportions et de distance : femmes-acteurs / femmes monuments urbains ;
- différence de situation et de rôle : voyageuse / effeuilleuse ;
- différence de relation entre la partie – l'accessoire – et le tout – le corps – : l'accessoire extérieur au corps / l'accessoire comme quasi-partie du corps ;
- différence d'orientation du corps féminin.
- différence de mise en espace (espace libre, corps perdu / espace limité, corps contraint)

Et cela sur le fond de deux principes permanents : (1) c'est toujours le même mannequin, représenté en entier, sous deux modes différents), (2) la mise en abîme : scène de rue vs affiche urbaine insérée dans la scène de rue.

Si on observe plus attentivement toute la série, on s'aperçoit que les deux représentations de l'image féminine sont dans toute la campagne publicitaire soumises aux mêmes variables :

- * *habillée / nue.*

- * *accessoire fonctionnel du voyage / accessoire ludique de la nudité* : le bagage associé à la scène urbaine reste associé au voyage (dimension pragmatique) alors que le bagage associé à la nudité devient une sorte de substitut du vêtement dans une scène qui n'appartient à aucun « genre » quotidien, un « ailleurs » utopique où les femmes ne portent sur elles que leur sac à main ou leur bijoux (ravalement du mythe).

- * *mouvement libre dans un cadre trop vaste / immobilité forcée dans un cadre insuffisant* : le corps féminin est perdu dans un plan d'ensemble trop grand pour lui (excès), ou contraint à une position de repli dans un plan rapproché trop petit (insuffisance) ;

- * *regard perdu dans l'énoncé / regard fixé sur l'observateur* : perdue dans la scène urbaine, la femme y plonge son regard pour s'orienter (dimension pragmatique) ; encadrée dans l'affiche urbaine, la femme dénudée fixe son regard vers l'observateur ;

- * *acteur de l'espace de représentation / figure-image sur la surface représentée* : la voyageuse attend, marche, mais elle est toujours saisie en une des phases d'un procès de déplacement urbain ; la « déesse nue » est une image projetée sur un écran, sans autre rôle figuratif que celui de l'exposition de son corps.

La duplicité des rôles et des positions implique un parcours de transformation, où l'objet de luxe est un opérateur, pour une opération de "changement d'univers", de changement de rôle et d'identité ; dans cette opération, l'objet lui-même change de nature sémiotique : simple accessoire ou prothèse dans un cas, il devient dans l'autre cas à la fois composant plastique d'un corps, et surface d'inscription de la marque.

Le luxe fait "communiquer" des univers incommensurables, des univers qui peuvent cohabiter dans la même image, mais pas dans le même plan d'énonciation, pas dans le même « genre » (annonce-presse / affiche urbaine), ou pas dans le même point de vue, et avec un certain nombre de transformations qui rendent la conversion problématique.

Remarques finales sur le luxe

Le discours visuel sur le luxe invente donc de la valeur, pour un spectateur supposé la partager, mais sous une condition très particulière : celle de la conversion d'une même configuration, voire d'un même corps et d'un même objet, entre deux « genres », entre deux situations sémiotiques (par exemple, entre la photographie de scène de rue et l'affiche murale).

Faisons retour au mythe, pour finir.

Le motif du dédoublement instaure à l'évidence une tension entre deux univers, et dans presque tous les cas, peut fonctionner plus précisément comme une tension entre une

transcendance et une immanence (cf contre-plongée, jeux sur les tailles, dissociations entre parties du corps et corps entier, positions hiératiques, etc.). Visiblement, la communication sur le luxe est organisée par cette quête de la transcendance à travers l'image féminine (cf Hermès, Prada, Givenchy, et même, plus généralement, à travers l'étrangeté physique de la quasi-totalité des mannequins, qui en fait des sortes d' "extra-terrestres" plus ou moins divinisés).

Mais c'est Vuitton qui réalise ce dispositif de la manière la plus claire et la plus systématique : entre la voyageuse et la déesse-effeuilleuse, tous les paramètres énonciatifs et plastiques nous incitent à reconnaître une conversion inattendue de cette tension mythique entre les dieux de la 3ème fonction, immergés dans le monde de la production et de la consommation, des affaires et du quotidien, d'une part, et la déesse de 2ème fonction, attirante et monumentale, issue d'un autre monde et engageant déjà avec le monde d'ici-bas ce rapport avide, destructeur, dévorateur (le regard direct, la nudité affichée), et nous invitant nous aussi à la fois à une contemplation sans consommation, et à un potlach désespéré, ou tout au moins très risqué.

Les marques de luxe, et Vuitton tout particulièrement, confrontent le luxe "rituel" d'avant Mada et d'avant la grande réconciliation (celui de la communication destructrice avec les dieux de la 2^{ème} fonction) et celui d'après Mada et de la réconciliation (celui de la distribution et de la profusion pour tous). Mais cette confrontation prend alors l'allure d'une figure de rhétorique (la mise en abîme, le jeu d'anaphores visuelles). Les tensions rhétoriques sont alors très exactement le lieu de l' « effet idéologie » dans ce cas : celui d'une médiation problématique entre le discours mythique et le discours publicitaire.

Conclusion

La conception de l'idéologie que je propose ici n'a évidemment que de lointains rapports avec celle que nous livre le sens commun. Mais ce décalage et cette approche très circonscrite (volontaires et concertés) résulte du point de vue que j'ai choisi : non pas celui de l'inscription des idéologies dans le discours, mais celui de l'invention de l'idéologie dans la circulation entre les discours et entre les pratiques sémiotiques.

Cette « invention » peut apparaître, sous d'autres points de vue, comme contrainte par des pressions et des déterminations économiques, politiques, historiques, mais ces pressions et ces déterminations ne suffisent pas à expliquer pourquoi et comment l'idéologie devient une propriété textuelle, voire linguistique ; notre explication est de nature « inter-sémiotique », ou « inter-discursive » : une configuration, rendue méconnaissable par une conversion problématique entre deux genres, passe alors pour l' « autre idéologique » de la nouvelle configuration apparue dans le second texte ou discours, un autre qui s'avance « masqué » et que l'interprétation ne parvient à démasquer qu'en retrouvant le « genre » caché dans le genre.