LA CONSTRUCTION ET L'ÉVOLUTION DES EXPRESSIONS METAPHORIQUES

Shodiqulova Maftuna Yorbek qizi ¹

¹ Étudiante en 3-ème année à l'Université nationale d'Ouzbekistan

Email : potterina.0301@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT:

ARTICLE HISTORY:

Received: 22.06.2025

Revised: 23.06.2025

Accepted: 24.06.2025

This article discusses the methods of constructing and using metaphors.

KEYWORDS:

*metaphor,
communication,
adaptation, semantic
analysis, technological
evolution.*

INTRODUCTION. Les métaphores sont des constructions dynamiques et flexibles qui s'adaptent aux différents contextes de communication. En fonction de l'interlocuteur, du lieu et de la situation, elles peuvent changer de forme, de sens et d'impact. Cette variabilité est une caractéristique essentielle de leur rôle dans le discours parlé, car elle permet à l'émetteur de moduler son message pour qu'il soit mieux compris ou plus persuasif.

Adaptation en fonction du registre de langue.

L'adaptation des métaphores dépend souvent du registre de langue. Dans un contexte informel, comme une conversation entre amis, les métaphores peuvent être spontanées et emprunter des images familières, voire humoristiques. Des expressions comme avoir la tête dans les nuages ou être dans la galère sont couramment utilisées dans un registre familier et ont une portée émotionnelle importante. En revanche, dans un cadre formel ou professionnel, les métaphores sont souvent plus mesurées et parfois plus techniques. Par exemple, des expressions comme être au sommet de la pyramide ou tirer parti des ressources sont des métaphores adaptées à un contexte professionnel ou académique, où l'on cherche à communiquer des idées claires et efficaces, sans que la figure soit trop informelle.

Adaptation en fonction du contexte social et culturel

Les métaphores sont également modulées en fonction du contexte social et culturel. Ce qui peut être une métaphore évidente et bien comprise dans une culture peut être incompréhensible dans une autre. Par exemple, dans une culture où la mer est omniprésente, des métaphores comme naviguer en eaux troubles ou avoir le vent en poupe peuvent être facilement comprises. En revanche, dans une culture où la mer n'est pas un élément central, ces métaphores risquent de perdre leur impact. Ainsi, les individus peuvent adapter leur utilisation des métaphores en fonction de l'environnement culturel et de l'expérience partagée entre les locuteurs.

Adaptation aux évolutions technologiques et sociales

Les métaphores peuvent aussi se transformer en fonction des évolutions technologiques et sociales. Par exemple, l'émergence de l'Internet et des nouvelles technologies a introduit de nouvelles métaphores dans le discours parlé. Des expressions comme être sur la même longueur d'onde, passer à la vitesse supérieure ou être dans le cloud (pour parler des données numériques) font désormais partie du langage courant et illustrent comment la langue évolue pour s'adapter aux nouvelles réalités. Ces métaphores, qui proviennent du monde numérique, ont trouvé leur place dans le vocabulaire quotidien en raison de la familiarité croissante avec ces technologies. Les jeunes générations, plus enclines à la création de nouveaux modes de communication, sont également des sources de renouvellement métaphorique. Dans le contexte de la culture populaire et des médias sociaux, des métaphores comme être dans le game ou être un boss ont émergé pour exprimer la réussite ou l'affirmation personnelle. Ces métaphores sont souvent influencées par des modèles culturels contemporains tels que le sport, le cinéma ou les jeux vidéo, et sont utilisées pour véhiculer des images de puissance, de succès et de compétence.

Afin de mieux comprendre comment les métaphores sont utilisées dans le discours quotidien, une étude de cas peut être menée sur un corpus de dialogues authentiques. Prenons, par exemple, un corpus constitué de conversations entre deux individus lors d'un dîner, dans un contexte informel. Une telle analyse permettrait de cerner la manière dont les métaphores servent à exprimer des émotions, des opinions ou des jugements. Imaginons un échange où deux amis discutent de leurs préoccupations professionnelles. L'un pourrait dire : Je me sens comme un hamster dans une roue, je tourne en rond sans avancer. Ici, l'image du hamster dans la roue évoque un sentiment de frustration et d'impuissance, une métaphore qui reflète un manque de progrès ou de satisfaction dans la vie professionnelle. Cette métaphore permet non seulement de transmettre un sentiment d'ennui ou d'épuisement, mais aussi d'établir une connexion émotionnelle avec l'interlocuteur, qui peut avoir vécu une situation similaire. Dans un autre contexte, peut-être dans un discours plus motivant, un individu pourrait utiliser une métaphore comme L'avenir est une route semée d'embûches, mais il faut savoir s'arrêter et prendre de l'élan pour franchir les obstacles. Cette métaphore, qui associe la vie à une route parsemée d'obstacles, sert à encourager et à inspirer l'auditoire. Elle transmet l'idée que, malgré les difficultés, il est possible de les surmonter

avec un peu de patience et d'effort. Cette image offre également une vision d'un avenir que l'on peut façonner, tout en donnant une touche dynamique au discours. En analysant ce type de corpus, il devient évident que les métaphores sont non seulement des éléments de langage, mais aussi des moyens puissants pour exprimer et partager des expériences vécues. Elles agissent comme des véhicules de l'émotion et de la pensée, permettant d'exprimer des sentiments difficiles à transmettre avec des mots concrets. Elles facilitent également la compréhension du message par l'auditoire en faisant appel à des images familières et visuelles. Les métaphores jouent un rôle primordial dans la persuasion et le renforcement du discours. En ancrant une idée dans une image mentale forte, elles peuvent influencer la perception et le comportement du récepteur. Dans des contextes où l'objectif est de convaincre ou d'inciter à l'action, les métaphores ont un impact particulièrement puissant, car elles créent des associations émotionnelles immédiates. Un exemple typique de l'utilisation des métaphores comme outil de persuasion se trouve dans les discours politiques. Un politicien pourrait utiliser des métaphores comme bâtir un avenir solide, remettre le pays sur la voie de la prospérité, ou franchir des étapes décisives pour susciter un sentiment d'espoir et d'action. Ces métaphores, loin de se limiter à des images visuelles, mobilisent également des valeurs sociales telles que la sécurité, le progrès et l'engagement. Elles encouragent l'auditoire à adhérer à une vision du futur et à y participer activement. Les métaphores sont également utilisées pour renforcer les arguments dans le cadre de la publicité ou du marketing. Une marque peut par exemple utiliser une métaphore pour suggérer la rapidité et l'efficacité de son produit en disant boostez votre énergie avec notre café ou accélérez votre quotidien grâce à notre technologie. Ici, les métaphores ne se contentent pas de véhiculer des informations, elles établissent une relation émotionnelle entre le consommateur et le produit, en suggérant que celui-ci répondra à ses besoins de manière efficace et immédiate. Dans le cadre de la communication de crise, les métaphores servent également à apaiser les tensions et à orienter les actions. Lorsqu'une entreprise fait face à une crise, une métaphore comme naviguer en eaux troubles ou reprendre le contrôle du navire peut être utilisée pour rassurer le public en suggérant qu'une solution est en cours et que la situation peut être maîtrisée. Les métaphores jouent ainsi un rôle clé dans la structuration du discours et la facilitation de la communication. Leur capacité à associer des idées complexes à des images simples et percutantes permet de capter l'attention et de susciter des réactions émotionnelles, ce qui les rend particulièrement efficaces dans des situations où la persuasion et le renforcement du message sont essentiels. Les métaphores jouent un rôle clé dans l'enrichissement du langage, en permettant de rendre l'abstrait concret et de donner vie à des concepts complexes grâce à des images puissantes et évocatrices. Pour comprendre pleinement les métaphores, il est crucial de les analyser sous l'angle de leur signification. L'analyse sémantique permet de distinguer les significations littérales et figurées des expressions métaphoriques, tout en explorant leur dynamique dans la communication.

Lorsqu'on parle de l'analyse sémantique des métaphores, une distinction fondamentale doit être faite entre leur signification littérale et leur signification figurée. La signification littérale fait référence au sens direct, concret et primaire d'une expression, tel qu'il est compris de manière immédiate et sans ambiguïté. Par exemple, l'expression "un arbre" désigne littéralement une plante, un végétal avec un tronc, des branches, et des feuilles. La signification figurée, en revanche, fait appel à un sens indirect ou symbolique, en associant l'objet ou l'action à une idée ou à une expérience différente. Dans le cadre de la métaphore, cela implique une relation de ressemblance entre deux domaines distincts. Ainsi, une métaphore peut utiliser l'image de l'arbre pour exprimer quelque chose d'abstrait, comme les racines d'un problème ou un arbre généalogique. Dans ces cas, l'arbre n'est plus seulement un végétal, mais un moyen de conceptualiser des liens ou des origines, voire une structure complexe. Prenons l'exemple de l'expression "avoir le coeur sur la main". Littéralement, elle suggère que la main porte un coeur, une image absurde et irréaliste. Cependant, figurativement, elle désigne une personne généreuse, prête à partager son amour ou son aide. Ici, la métaphore fonctionne sur la base d'une comparaison implicite, qui associe la main (symbole d'action et de générosité) au coeur (symbole de l'affection et de l'amour).

L'analyse sémantique d'une métaphore repose également sur la distinction entre le domaine source et le domaine cible. Le domaine source est l'univers auquel la métaphore emprunte ses images, tandis que le domaine cible est l'idée ou le concept abstrait que l'on cherche à exprimer à travers cette image. Prenons l'exemple de la métaphore "un océan de possibilités". Le domaine source ici est l'océan, un environnement vaste et illimité, et le domaine cible est l'idée des possibilités infinies qui s'offrent à une personne. L'océan est utilisé pour incarner l'idée de quelque chose d'ample, de vaste et d'interminable. La relation entre les deux domaines repose sur une association d'idées : l'immensité de l'océan et l'abondance des possibilités. Cela nous amène à la notion de mapping, qui désigne le processus mental de transfert d'un ensemble de caractéristiques d'un domaine source à un domaine cible. Ce processus s'appuie sur des ressemblances perçues entre les deux domaines, comme la vastitude, la profondeur ou la liberté. Ce transfert de signification est ce qui confère à la métaphore son pouvoir évocateur, en permettant de comprendre un concept abstrait à travers des images concrètes.

Une approche sémantique avancée de la métaphore repose sur la théorie des métaphores conceptuelles, développée par George Lakoff et Mark Johnson dans leur ouvrage *Metaphors We Live By*. Selon cette théorie, les métaphores ne sont pas seulement des figures de style linguistiques, mais des structures cognitives profondes qui façonnent notre manière de penser et de percevoir le monde. Les métaphores conceptuelles nous aident à structurer des domaines complexes et abstraits à l'aide d'images et de concepts plus accessibles. Prenons l'exemple de la métaphore "la vie est un voyage", qui est une métaphore conceptuelle largement utilisée dans diverses langues et cultures. Cette métaphore structure l'expérience

de la vie humaine en termes de déplacements, de destinations et de routes à suivre. Le voyage devient une manière de comprendre les décisions, les défis et les trajectoires personnelles, associant des concepts tels que avancer, prendre des détours, arriver à destination ou être perdu. Une autre métaphore conceptuelle courante est "le temps est de l'argent", qui implique une vision économique du temps. Elle reflète l'idée selon laquelle chaque instant est précieux et doit être utilisé de manière productive, comme s'il s'agissait d'un bien monétaire. Cette métaphore façonne notre compréhension du temps et influence les comportements sociaux en insistant sur son caractère limité et son potentiel d'exploitation. Les métaphores conceptuelles nous montrent que nos pensées et nos raisonnements sont en grande partie métaphoriques et que le langage que nous utilisons dans notre quotidien reflète ces structures cognitives sous-jacentes.

1 Thibodeau, P. H., & Boroditsky, L. (2011). Les métaphores avec lesquelles nous pensons : Le rôle de la métaphore dans le raisonnement. PLOS ONE, 6(2), e16782. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0016782>

L'analyse de certaines expressions métaphoriques courantes permet de mieux comprendre leur structure, leurs significations et leur évolution. Dans cette section, nous allons examiner un corpus d'expressions fréquemment utilisées dans le discours quotidien.

Cette expression est une métaphore classique du langage parlé. Littéralement, elle évoque l'image d'une personne dont la tête serait physiquement dans les nuages, ce qui serait absurde dans le monde réel. Figurativement, elle désigne un état de rêverie, de distraction ou d'absence d'attention. En d'autres termes, la personne est perçue comme étant coupée de la réalité, absorbée par ses pensées ou ses rêveries. Cette métaphore puise dans l'idée que les nuages, qui sont au-dessus de la Terre et flottent dans un espace éthéré, sont symboliquement liés à la notion de penser à des choses lointaines ou irréelles.

Littérature et références:

1. Ameka, F. K. (2001). Métaphore et culture en linguistique cognitive. Dans *Métaphore et métonymie à la croisée des chemins* (pp. 133-161). Mouton de Gruyter.

2. Johnson, M. (1987). *Le corps dans l'esprit : La base corporelle de la signification, de l'imagination et de la raison*. University of Chicago Press.

3. Robinson, J. (1994). *Le rôle de la métaphore dans le langage et la pensée : Idéologie, métaphores et changement culturel*. Cambridge University Press.

4. Thibodeau, P. H., & Boroditsky, L. (2011). Les métaphores avec lesquelles nous pensons : Le rôle de la métaphore dans le raisonnement. PLOS ONE, 6(2), e16782. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0016782>.

5. Vygotsky, L. S. (1978). *L'esprit dans la société : Le développement des processus psychologiques supérieurs*. Harvard University Press.

6. Wilson, J. (2006). *Métaphore et émotion : Langage, culture et corps dans les sentiments humains*. Cambridge University Press.