

LES IMPLICATIONS ÉTHIQUES DANS LE PROVERBE DJIMINI: ENTRE DISCOURS DE LA RAISON ET LA RAISON DU DISCOURS

OUATTARA Badrissa

Assistant

Enseignant-Chercheur

Université Peleforo Gon Coulibaly, Korhogo (Côte d'Ivoire)

Département de Lettres Modernes

bahouattara03@gmail.com

KONÉ Brahima

Assistant

Enseignant-Chercheur

Université Peleforo Gon Coulibaly, Korhogo (Côte d'Ivoire)

Département de Lettres Modernes

brahimakone43@yahoo.fr

Résumé

Le proverbe, genre élu et estimé dans toutes les sociétés traditionnelles africaines, exprime la vérité du groupe social auquel il appartient. En partant du postulat que ce genre littéraire est une parole d'expérience et de sagesse, notre contribution vise à montrer que le proverbe djimini est un noble moyen de communication, d'instruction et d'éducation. En explorant les proverbes djimini au miroir des méthodes ethnolinguistique et stylistique, l'étude révèle que ces paroles constituent un discours de raison pour établir un raisonnement véridique et argumentatif. Bien social conforme à l'esprit global des Djimini, il a la vocation d'être ce qu'est la société.

Mots clés: Proverbe, Discours, Raison, Ethique, Société Djimini

Abstract

The proverb, the chosen and esteemed gender in all traditional African societies, expresses the truth of the social group to which it belongs. Starting from the premise that this literary genre is a word of experience and wisdom, our contribution aims to show that the Djimini proverb is a noble means of communication, instruction and education. By exploring Djimini proverbs in the mirror of ethnolinguistic and stylistic methods, the study reveals that these words constitute a discourse of reason to establish truthful and argumentative reasoning. A social good in line with the global spirit of the Djimini, it has the vocation to be what society is.

Keywords: Proverb, Speech, Reason, Ethics, Djimini Society

Introduction

Le proverbe, parole de sagesse et d'expérience, est une démonstration sans commentaire qui permet de déterminer, par la force de son argument, ce que doit être le comportement des individus au sein de leur communauté. C'est aussi un genre littéraire élitiste dans les sociétés africaines traditionnelles (il était l'apanage des sages, donc des vieux) et un fragment, dans la perspective de P. Lacoue-Labarthe et J. L. Nancy (1979) qui font cette précision: «Pareil à une œuvre d'art, un fragment doit être totalement détaché du monde environnant et clos sur lui-même comme un hérisson» (p. 57).

Le proverbe est cette fraction qui est de toutes les parties, sert en toute circonstance pour féliciter, rassurer, intimider, consoler, avertir, prévenir. Le proverbe est donc un fragment de discours, une coupure, une forme brève et concentrée, un texte à part entière qui se présente comme un terrain fertile à l'établissement de la praxis sociale en pays djimini.

Au regard de l'importance sociale du proverbe en milieu djimini, et notamment son importance éthique, nous voudrions réfléchir sur le sujet ci-après: «Les implications éthiques dans le proverbe djimini entre discours de la raison et la raison du discours». Ce sujet appelle à réévaluer la dimension sociétale du proverbe pour montrer qu'il est l'expression d'une sagesse populaire liée à l'inconscient collectif et fondé sur le raisonnement. Cela conduit à la problématique suivante: Comment se décline la sémantique de cette praxis? Quelles valeurs s'affilient-elles au proverbe? Quels enjeux informent-ils sa pertinence idéologique?

À travers l'étude, l'objectif visé se dessine, alors, clairement: il s'agit d'amener à découvrir que le proverbe djimini définit d'énormes potentialités capables de garantir son existence, et montrer comment il constitue un véritable outil de communication, de persuasion et d'éducation de masse. L'hypothèse qui s'en suit peut être formulée de la manière suivante: le proverbe djimini est un moyen de communication et d'éducation.

Les analyses se feront à partir d'un corpus de proverbes collectés sur le terrain, auprès d'informateurs djimini. Les méthodes d'analyse sont l'ethnolinguistique et stylistique. La première permet d'examiner le fonctionnement du proverbe comme un discours de la raison, et la seconde, le marquage social lié au proverbe en tant que raison du discours.

1. Le proverbe djimini comme discours de la raison

Les remarques relatives à ce point de l'étude se fondent sur le proverbe ci-après: «Chaque oiseau se reconnaît par le chant de son village». Énoncé linguistique à deux visages (grammatical et littéraire), le proverbe est l'un des éléments de sagesse et de connaissance des valeurs sociales des peuples à travers les générations. Dans le discours, la présence du proverbe est normale et normative, parce qu'elle sert le projet argumentatif. Elle le rend valide, conformément à l'instance supérieure extérieure qu'est la sagesse populaire. Dans cette perspective, le rôle et le principe énonciatif du proverbe «Chaque oiseau se reconnaît par le chant de son village» montre qu'il constitue une mise en relief d'arguments, un système énonciatif capable de soutenir un message, une idée ou une vérité. Voilà pourquoi J.-B. Grize (1982) estime qu'«une situation d'argumentation est une situation dans laquelle un sujet A se propose d'intervenir sur le jugement, l'opinion ou le comportement d'un sujet B à l'aide - ou par le moyen - d'un discours» (p. 17).

L'argumentation informe donc une dynamique dialogique qui produit une interaction immédiate et directe entre l'émetteur et son interlocuteur. Si l'on postule que le proverbe est cette

catégorie de discours qui se fonde sur l'observation, l'expérience et la réalité des faits, il est bon de reconnaître qu'il est imprégné de vérités générales pour les besoins du groupe social. Voilà pourquoi, dans l'acte de communication, le proverbe obéit à une stratégie discursive de haut vol. Cela nous amène à examiner ce sous-titre : le proverbe djimini : une stratégie communicationnelle argumentative

1.1. Le proverbe djimini : une stratégie communicationnelle argumentative

Le proverbe qui soutient la réflexion dans la perspective de l'étude du proverbe djimini vu comme une stratégie communicationnelle argumentative est le suivant : «La poule et son plumage». Cet énoncé est émis par Massiata qui interpelle son fils qui, devenu cadre, se fait rare au village. Il ne prend plus de ses nouvelles. C'est donc pour l'exhorter à être raisonnable qu'elle formule ce propos pour lui dire qu'il ne doit pas s'éloigner d'elle, car elle demeure sa protection, sa sécurité. Tel qu'elle a été formulée, cette parémie développe une argumentation s'appuyant sur l'union du général («La poule» et du particulier («son plumage»). Sur cette base, on remarque qu'elle vise à donner une raison de persuader, une raison de valider un procès. En un mot, la parémie argumente. Mais qu'est-ce qu'argumenter? À l'effet d'apporter une réponse à la question, Simonet René et Jean Simonet (1998) font cette précision: «Argumenter, c'est donc motiver en prenant ce terme dans les deux sens qu'il recouvre: donner des motifs, des raisons et convaincre les personnes» (p. 16).

On admet, donc, que le proverbe est une évocation du passage de l'argument à la finalité, dans une situation verbale d'échange dont l'objectif principal est de convaincre, de persuader, de donner raison. C'est, alors, dans cette veine qu'on peut comprendre toute la portée communicationnelle sociale du proverbe djimini. En guise d'illustration, nous citons le proverbe suivant: «Celui qui a recours à la violence se perd lui-même».

Ce proverbe est émis à l'endroit de deux personnes qui ont eu un démêlé. L'énonciateur, en l'émettant, invite ces deux personnes au calme, et à savoir garder raison, quelles que soient les circonstances. L'idée qui sous-tend les propos du réconciliateur, dans cette situation de communication, est la volonté de sauvegarder la paix entre les deux protagonistes (le vivre-ensemble), malgré les différences et les divergences d'opinions.

L'analyse du contexte d'emploi du proverbe achève de convaincre du désir de son énonciateur d'établir une relation dialogique directe entre lui et ses interlocuteurs dans cette situation de communication. L'argument développé par l'usage du proverbe s'appuie sur un mécanisme déductif propre à la logique naturelle des choses: «Celui qui a recours à la violence» court à la défaite, à sa chute, à l'humiliation, car il «se perd lui-même», puisqu'il n'est plus maître de lui-même.

La structure communicationnelle de ce propos montre la corrélation qu'il y a entre l'action de celui qui agit avec démesure et la conséquence de l'acte qu'il pose. Le raisonnement du locuteur exprime une norme indicative à ses interlocuteurs : il donne un avertissement justifié par un constat triste, afin que la manière de faire, dénoncée, dans le proverbe ne soit pas imitée. Dans cette dynamique praxique, le proverbe djimini susmentionné fonctionne sur la base du raisonnement conduisant à la déduction d'une norme, à la fin de la communication. En outre, le proverbe met l'accent sur l'aspect fonctionnel des êtres et des choses, sert d'instrument de connexion pour valider un procès. Pour le besoin de la cause, nous prenons le proverbe suivant comme exemple: «Quand tu n'as pas de trou, n'invites pas l'abeille à séjourner chez toi».

La signification de ce proverbe (un proverbe «logique», puisque le raisonnement qui en découle se fait avec justesse (cf. J. Y. Kouadio, 2012, p. 209) est construite sur deux situations dont la première a la seconde pour conséquence : « Quand tu n'as pas de trou » et « n'invite pas l'abeille à séjourner chez toi ». Cette manière de raisonner produit une relation de cause à effet.

Principe d'action et force immuable, ce proverbe est employé à l'endroit de Bakoussou qui, alors qu'il a pour chambre le salon de son cousin Noufou, s'est permis de faire venir une fille pour passer la nuit avec elle. Malheureusement, le cousin le surprend, nuitamment, en compagnie de la jeune fille dans son salon. C'est alors qu'il lui énonce le proverbe pour lui reprocher d'«inviter l'abeille à séjourner chez lui» (il fait venir une fille à la maison pour y passer la nuit), alors qu'il «n'a pas de trou» (il n'a pas de chambre où la recevoir).

L'énonciation de ce proverbe équivaut aussi à l'exhortation de Bakoussou à travailler, afin d'avoir son propre toit. En effet, la fonction discursive, argumentative de ce proverbe fonctionne sur la base du principe de la deuxième personne - «Tu» - à valeur universelle, parce que renvoyant à toute personne. Elle fait référence à l'action formée dans un discours qui fonctionne selon le principe du syllogisme. Cela confirme l'idée que «les proverbes, [...] vraisemblables et non vrais, donnent donc bien lieu à ce qu'Aristote entendait par enthymème» (S. Fournet, 2005, p. 41).

Ce proverbe logique, devenu proverbe moral pendant son énonciation, donne un conseil, et prescrit même ce qu'il faut éviter de faire, à savoir ne pas prendre d'engagement quand on n'a pas les moyens de tenir cet engagement. C'est donc une exhortation à la sagesse et au discernement, car Noufou démontre à Bakoussou qu'il faut avoir les moyens de ses ambitions avant de s'engager, au risque d'être ridicule devant l'élue de son cœur. La charge argumentative de ce propos de Bakoussou nous invite à saisir les comportements explicites de bonne conduite connus et acceptés de tous pour un épanouissement personnel et un bonheur inaccessible à tous et à chacun. Noufou est appelé à s'approprier cette sagesse populaire considérée comme une philosophie pure de la vie.

Le proverbe, règle d'action générale, dans un processus de communication, permet de déterminer ce que sont ou pourraient être les conduites des hommes dans une situation particulière et, ce, grâce au principe du syllogisme. Le syllogisme est un mode de raisonnement qui a la forme d'une implication dont l'antécédent est la conjonction de deux propositions appelées prémisses. En des termes plus clairs, le syllogisme peut être compris de la manière suivante : lorsqu'un élément d'un ensemble est concerné par une situation, la totalité de cet ensemble se sent aussi concernée par la même situation. C'est cet enseignement qui ressort du proverbe moral : «Quand l'œil pleure, le nez ne se réjouit pas».

On voit clairement que ce proverbe a la capacité, dans la situation de communication, de donner du poids et de l'assurance au discours de l'émetteur qui entend inculquer une norme à respecter : être solidaires dans le malheur. En effet, les yeux et le nez faisant partie du visage, donc étant liés, la douleur ressentie par un œil ou les deux yeux est aussi ressentie par le nez. La preuve en est que, lorsqu'on pleure, les morves coulent. Par conséquent, le nez ne doit donc pas se réjouir. En somme, lorsque, dans une communauté, un membre est en difficulté, les autres membres devraient le soutenir. Cette vérité s'impose tous au nom de la morale. Rodegem (1986), de cet avis, précise: «La parémie s'intègre, en effet, dans le processus global de communication (...). Un émetteur en contact avec un destinataire, lui adresse un message d'un type social, conventionnellement codé et se réfère à un contexte» (p. 121).

1.2. Le proverbe djimini: entre vérité d'expérience et conseil de sagesse

Le proverbe, issu de la fragmentation, est une expérience du discours à l'intérieur du discours. En tant que rejeton de la parole brisée, il est subordonné à la parole ramassée, à la parole nouée, à la parole densifiée pour soutenir un projet de communication et d'argumentation. Le proverbe, selon J. Pineaux (1973, p. 6), est donc une formule nettement frappée, de forme généralement métaphorique, par laquelle la sagesse populaire exprime son expérience de la vie». Et «cette vérité est enfermée dans une moule dont les éléments relèvent de la réalité la plus quotidienne» (M. Kane, 1983, p. 40).

Fait présent, passé et futur, le proverbe obéit à des circonstances d'énonciation diverses qui font qu'il constitue un discours de la raison. Il est émis à l'effet de servir l'argumentation de celui qui l'emploie. Mode de communication le plus prisé dans l'univers traditionnel africain, le proverbe véhicule la vision du monde des Djimini, leur mode de penser, ainsi que les représentations sociales et culturelles qui s'imposent. Voilà pourquoi J. Chevrier (2005)) soutient que «si le proverbe ne peut être étudié comme un fait linguistique isolé, c'est parce qu'il est, par définition une parole «ouverte», c'est-à-dire une parole qui recouvre une multitude de situations auxquelles elle est susceptible de s'appliquer» (p. 346).

Il est clair que l'énoncé proverbial n'acquiert sa valeur sémantique et son épaisseur qu'à l'intérieur d'un discours déterminé et selon l'intention de l'énonciateur et, plus exactement, son ancrage dans une culture avec laquelle il entretient une relation étroite. Discours neutre et disponible, le proverbe est cet ingrédient essentiel de la culture djimini. Il est comme une arête vive de la pensée que le Djimini inscrit dans son propos pour convaincre de la validité de son argument dans une situation de communication. Dès lors, le proverbe joue, à la fois un rôle rhétorique, argumentatif, démonstratif et didactique. L'exemple suivant soutient notre idée: «L'abeille pique l'imbécile dans ses narines».

Le proverbe a été formulé et codifié à partir d'une observation d'un fait réel: lorsqu'il y a des abeilles quelque part, pour éviter de se faire piquer par elles, on prend des précautions en se couvrant, par exemple, la tête; il faut donc être un «imbécile», c'est-à-dire dépourvu d'intelligence (ou stupide) pour s'exposer de sorte à laisser une abeille entrer dans les narines. Le thème qu'aborde ce proverbe est donc celui de l'imprudence.

Ce proverbe définit une norme préventive ou prescriptive dans le comportement de l'interlocuteur en termes de conseil, de mesure, de savoir raison garder dans l'action. Dans ses dimensions démonstrative, argumentative et pragmatique, ce proverbe invite l'homme à ne pas forcer le destin, car forcer le destin nous attire, quelques fois, le malheur. La résignation, souventes fois, constitue une norme à admettre dans le comportement et dans le quotidien des hommes, car le message porté par et dans ce proverbe est positif. Le proverbe est, de ce point de vue, la représentation explicite des règles de conduites admises au sein du groupe. Voilà pourquoi, le proverbe est «[...] en toute langue, une phrase pleine de sagesse et de poids qui invite à l'adhésion» (Meschonic, 1976 repris par I. Tamba, 2000, p. 112).

Le proverbe est, donc, le porteur des représentations du monde djimini, des images et des modèles mentaux plus ou moins complexes des individus qui participent à sa production pour rendre compte de l'imaginaire collectif des hommes. C'est la raison pour laquelle P. Diarra (2002, p. 12) définit le proverbe comme une vérité d'expérience ou un conseil de sagesse pratique et

populaire commun à tout groupe social, notamment au groupe djimini. Le proverbe ci-dessous illustre bien cette idée: «On ne jette pas ses dents à cause de la famine».

Une lecture attentive de ce propos anonyme et impersonnel montre que le proverbe, moyen infaillible d'expression des vérités immédiates et atemporelles, reste un véritable outil de communication efficace. Il sert d'instrument d'avertissement, de conscientisation et de persuasion de l'Homme. Il pousse, dans une situation de communication, l'individu à qui il est adressé à adhérer à la thèse avancée. C'est à juste titre que J.-C. Anscombe (2000, p. 11), précise qu'«évoquer un proverbe, c'est faire entendre la voie de la "sagesse des nations", "la sagesse populaire, etc. un ON-locuteur». En effet, l'emploi du pronom personnel indéfini «On» dans cette situation de communication fait référence à tout individu - cette présence impersonnelle montre que le proverbe porte un jugement collectif.

Dans ce processus de communication et d'argumentation, le locuteur essaie de faire accepter à son interlocuteur une conclusion observable. Nous entendons par observable une conclusion qui exprime une demande de comportement, d'attitude vis-à-vis d'une situation définie temporaire.

Le proverbe est, donc, cette sorte d'indexation de la sagesse populaire. Cet exemple, à l'instar des autres *supra* cités apporte la preuve que le proverbe est un véritable support de communication dans la société djimini, aussi bien traditionnelle que moderne. Malgré son caractère intemporel et universel, il continue d'être utile de nos jours.

Au regard de ses leçons, l'on retient que le proverbe informe la raison du discours pour donner droit de citer à un acte de communication.

2. Le proverbe djimini: la raison du discours

Le vocable « raison », si dans son acception générale, renvoie à la faculté intellectuelle par laquelle l'Homme connaît, apprécie, juge et se conduit ou à l'ensemble des principes philosophiques de la connaissance ou de l'action, dans le contexte de la présente contribution, il se rapporte au bon sens, au bon usage de la raison, à la sagesse et à la justesse d'esprit. En d'autre propos, il constitue une preuve par le discours ou par une argumentation. Entendu comme un propos de la communication, le discours est le propos de la conversation dans le commerce habituel de la vie ou plus simplement une suite de mots que l'on emploie concrètement pour exprimer sa pensée.

Privilégiant le caractère communicationnel du discours, en pays djimini et partout ailleurs, la communication est l'objectif et le fruit de la pratique proverbiale comme le confirme C. T. Zesseu (2011, p. 37): «De par sa nature, le proverbe est donc un matériau de communication à l'aide duquel les personnages expriment un message explicite pour faire entendre ou laisser entendre une pensée implicite.» Dans cette perspective, le proverbe est un produit d'ensemble ou du groupe communautaire. Il n'est, à ce titre, la propriété exclusive d'aucun individu, mais plutôt celle du groupe, destiné au groupe et consommé par le groupe. Tout constat qui fait dire à J. Y. Kouadio (2006, p. 227) que « l'œuvre littéraire à caractère oral, a généralement pour auteur la collectivité dont elle émane et s'inspire de l'esthétique de celle-ci ». Le proverbe est, à cet égard, le reflet d'une communication démocratique à la portée de tous au sein de la même communauté, mais aussi d'une démocratisation communicationnelle entre les différents peuples. Cette posture

démocratique lui confère un caractère universel en ce sens que son déploiement dépasse les limites ethniques et les frontières géo-politico-économiques.

Chez le peuple djimini comme chez tant d'autres, toute communication parémiologique répond à un objectif. Quels sont ceux qui sous-tendent l'emploi de ce genre oral dans l'espace culturel djimini?

2.1. Le proverbe djimini: une argumentation dissuasive

Si dans son acception la plus élargie, un argument est un raisonnement construit selon certaines règles, par lequel on tire méthodiquement une conséquence d'une ou de deux propositions, dans la présente étude, il est un indice, une preuve qui sert à affirmer ou à nier un fait. Autrement dit, il est un moyen pour convaincre à l'occasion des joutes oratoires. Un proverbe est, donc, usuellement employé dans l'objectif de servir de projet argumentatif. Ainsi, pour C. Perelman (1988), «l'argumentation se propose d'agir sur un auditoire, de modifier ses convictions ou ses dispositions par un discours qu'on lui adresse et qui vise à gagner l'adhésion des esprits ».

La dissuasion, elle, est l'acte qui consiste à détourner quelqu'un de l'exécution d'un dessein ou d'une résolution. En d'autres propos, elle vise à empêcher une personne d'accomplir une action qui pourrait lui être préjudiciable. Dans l'univers des énoncés proverbiaux, ce caractère dissuasif apparaît à travers l'emploi de la négation «ne...pas» qui traduit l'idée de renoncement, de rejet, d'abandon, voire d'interdiction. Il plaie d'apprécier ce proverbe djimini: «On ne mord pas la main qui nourrit.»

Dans cette locution proverbiale, le projet argumentatif dissuasif consiste à détourner le destinataire de l'ingratitude et, par ricochet, à le faire adhérer à l'idée ou à la nécessité de reconnaître le bienfait. En effet, aucune vie n'est envisageable sans nourriture, sans alimentation. La main qui donne à manger contribue alors à l'entretien ou au maintien du souffle de vie. Mais, si l'on fait du mal à cette main, elle ne sera plus en mesure de jouer son rôle. Fonctionnant par image et anaphore, la main renvoie, ici, à une personne généreuse qui rend service à ses semblables. Quant au verbe «mordre», il exprime l'idée du mal, de la douleur.

Ce proverbe, dans sa signification, traduit l'idée selon laquelle il faut éviter de faire du mal à ceux ou à celles qui nous assistent dans certaines circonstances données. Plus concrètement, il proscrit l'ingratitude et promeut la reconnaissance. Par la force de son argument, ce proverbe rétablit l'ordre à l'effet de bannir l'ingratitude parce qu'elle constitue un défaut qui porte atteinte au maintien et à la consolidation des rapports sociaux, car à l'instar de la main mordue ou blessée qui ne sera plus en mesure de nous donner à manger, les âmes généreuses se réserveront le droit de ne plus compatir aux souffrances des autres si on leur réserve l'ingratitude comme rétribution.

Ce proverbe, dans son fonctionnement, se caractérise par des traits métaphoriques et sémantico-pragmatiques avec des visées argumentatives. Il est, donc, cette entité phrastique lapidaire douée et dotée «d'un contenu sentencieux» et sa valeur prescriptive dont la fondation est « l'expression d'une vérité générale » est basée sur l'expérience. Voilà pourquoi, malgré son ancienneté, il se transmet, de génération en génération, avec un lexique spécial, pour servir de puissant outil de communication.

Le proverbe «On ne jette pas ses dents à cause de la famine» intervient dans une situation de communication où l'interlocuteur est enclin au doute, au désespoir ou au découragement à la

suite d'une difficulté. En prenant ce proverbe pour projet argumentatif, l'émetteur, par le truchement des procédés imagiers et anaphoriques, invite son interlocuteur à renoncer au découragement, à la démission lorsque surviennent des difficultés. Il invite l'Homme à faire preuve de résilience, de patience, car cette période de disette (la famine) n'est que passagère. Si l'on jette ses dents pendant ce moment, on risquerait de ne pouvoir se nourrir en période d'abondance, de prospérité. Par analogie, si la famine renvoie aux difficultés et vicissitudes de la vie, les dents, elles, ont trait au courage, à la patience, à la détermination. Quant au verbe « jeter », il fait référence à l'abandon, à l'abdication, au renoncement, à la démission. Ce proverbe est donc évocateur des dures contingences de l'existence.

La vie étant un combat perpétuel, il faut s'armer de courage et ne point abandonner pendant les temps de difficultés que l'on pourrait connaître ou faire face. Le proverbe djimini est donc cette sorte d'indexation de la sagesse populaire. Ce texte laconique apparaît comme une citation à relent argumentatif qui est utilisé par un émetteur en vue de dissuader l'interlocuteur de l'exécution d'une action aux conséquences fâcheuses garantissant ainsi un savoir collectif emmagasiné dans le répertoire culturel. C'est en cela que, parlant des proverbes dans son article intitulé «Proverbes et formes proverbiales: valeur évidentielle et argumentative», J. C. Enscombe (1994) affirme que «les proverbes, marqueurs de leur propre provenance, ne sont en fait pas destinés à fournir de l'information par eux-mêmes, mais à servir de cadre et de garant à un raisonnement développé dans d'autres énoncés» (p. 95).

Fonctionnant comme l'endroit et l'envers d'une médaille, l'argumentation, outre son caractère dissuasif, revêt aussi une visée persuasive dans le discours parémiologique djimini, conformément à la description que le rhétoricien sophiste Hermogènes fait du proverbe depuis le deuxième siècle lorsqu'il dit: «Un proverbe est une parole concise qui, insérée dans une déclaration d'application générale, dissuade ou persuade quelqu'un de faire quelque chose.» (Hermogènes, cité par W. Whiting, 1994, p. 277).

2.2. Le proverbe djimini: une parole à visée persuasive

La persuasion consiste à amener une personne à croire ou à vouloir quelque chose ou encore à faire croire, inspirer quelque chose à quelqu'un. Par la persuasion, il s'agit d'encourager et donner sa caution à l'exécution d'une action pour le bonheur de l'exécutant. Le proverbe «Au lieu de mettre le sel à sa bouche, il faut le mettre à ses actes » est, à cet égard, illustratif. Il a été émis à l'endroit d'un hâbleur au cours d'une situation de communication. En énonçant ce proverbe, le locuteur invite son interlocuteur à privilégier la concrétisation de ses actes au détriment de leur veine évocation verbale, car la parole n'a de valeur que par les actes. Le sel est un ingrédient qui entre dans l'assaisonnement des aliments en vue de les rendre plus agréables au goût parce qu'un aliment sans sel peut être un aliment fade, sans saveur.

L'émetteur de cet énoncé proverbial, par le jeu de la métaphore et de l'image, établit une correspondance entre le sel qui donne du goût aux aliments et les paroles flatteuses. Ainsi, mettre le sel à sa bouche renvoie aux boniments tandis que mettre du sel à ses actes consiste à leur donner une existence en les rendant visibles par leur réalisation concrète. L'énonciateur de ce proverbe exhorte l'interlocuteur à l'honnêteté, à la franchise en joignant l'acte à la parole ou le dire au faire. Pour y parvenir, il convoque le verbe de modalité «falloir» qui a un caractère de devoir, de nécessité, d'obligation et de bienséance. «...le mettre à ses actes» constitue alors la conclusion argumentative ou l'action modalisée qu'induit ce verbe à caractère injonctif. Ce processus argumentatif achève de convaincre sur la portée persuasive de cet énoncé proverbial djimini.

Cet autre proverbe «Quand on te lave le dos, lave-toi le ventre» s'inscrit aussi dans cette visée argumentative persuasive. Il est adressé à une personne qui ne veut pas fournir d'efforts personnels parce que bénéficiant du soutien des autres. Ce proverbe lui est adressé en vue de l'exhorter à fournir un minimum d'effort pour son propre bonheur, en dépit de la contribution d'autres personnes. Ce message lui est donné à travers l'image d'une personne qui se lave. En effet, au cours du bain, le ventre est la partie du corps dont l'accès est plus facile pour celui qui se lave que le dos. Donc, s'il bénéficie du concours d'une personne qui lui lave le dos, c'est-à-dire la partie de son corps difficile d'accès, il peut et doit, lui-même, se laver aisément le ventre, car facilement accessible. Dès lors, il ne doit pas attendre qu'autrui lave tout son corps à sa place.

Ce proverbe projette cette réalité sur la scène sociale de tous les jours en invitant l'individu à l'effort personnel même s'il peut compter sur le soutien des autres. En clair, pendant que les autres font le plus difficile, le sujet doit, lui-même, effectuer le plus facile. Autrement dit, il s'agit, pour l'individu, d'aider les autres à l'aider au risque de les contrarier dans leur engagement. Ce proverbe exhorte chacun à l'effort personnel et fustige, par la même occasion, la facilité et la passivité. La force argumentative et persuasive de cet énoncé réside dans l'emploi de l'impératif «lave-toi» qui est une injonction par laquelle obligation est faite à l'allocutaire d'obéir. Il lui revient, alors, d'être un acteur de son propre bonheur en donnant fait et écho à cet énoncé proverbial français: «Aide-toi et le Ciel t'aidera».

Au regard des réflexions faites, l'on remarque que les proverbes djimini constituent une force argumentative dans les situations de communication à visée argumentative comme le corrobore F. Rodegem (op. cit., p. 124-125) quand il écrit: « Le proverbe est un argument d'autorité. C'est la norme qui fonde ce genre d'argument et se situe au niveau de l'implicite, du non-dit.». Sa maîtrise et son emploi à propos, confère à son émetteur un sentiment de satisfaction en raison de sa capacité à convaincre.

Conclusion

Les différentes analyses faites dans l'étude du sujet («Les implications éthiques dans le proverbe djimini entre discours de la raison et la raison du discours») ont permis de prendre conscience du contenu social, et surtout moral de proverbe djimini. À travers la lecture et l'analyse du proverbe, nous avons fait un voyage qui a favorisé la découverte et la connaissance du peuple djimini dans la stricte altérité de Levinas. L'objectif fondamental de la présente contribution est d'appréhender le Djimini dans sa globalité, pour mieux connaître et comprendre ce peuple à travers ses proverbes. Pratique sans doute issue de l'animisme, l'interprétation du proverbe djimini montre un symbolisme inhérent à une inspiration cosmique.

Le proverbe est donc une expression de sagesse populaire et une vérité d'expérience qui permet de communiquer une raison. Il permet d'engager l'Homme sur le chemin de la sagesse, sur la voie philosophique propre au peuple djimini. Au total, le traitement littéraire de cette pédagogie orale et ancestrale, une esthétique à vocation éthique, procède d'un poncif anthropologique qui dénote de la spécificité et de la diversité de ce peuple de Côte d'Ivoire.

Annexes

1-ngolo /nɔ /na wi /sire.

Poulet / mère / et ses / plumes.

«La poule et son plumage».

2- sandjɛgɛ / ke / ma /ke ye /djɛn / yurugo kɔgɔ / na.

Oiseaux / eux / en train /eux-mêmes / connaître/ chanson chanter / dessus.

«Chaque oiseau se reconnaît par le chant de son village».

3-Fanga / fɔ / la mun /mbe / pugo /wi ye nan.

Violence / propriétaire / lui ne dure / pour / perdre / lui-même avec».

«Celui qui recourt à la violence, se perd lui-même».

4-Na /lara / saga / woro / man yeri / man ka ka / sɛrɛgɛ /tugu /ma/ go /ni.

Si /cacher/ endroit /n'est pas / toi avec / toi ne pas / abeille / héberger / ta /maison / avec.

«Quand tu n'as pas de trou, n'invite pas l'abeille à séjourner chez toi».

5-Na / yeɛ / ka nan / gbele / numalan / la pie/ mba / yɔgɔri.

quand/ œil /en train / pleurer / nez / ne pas /en train / réjouir

«Quand l'œil pleure, le nez ne se réjouit pas».

6-Sɛrɛgɛ / ki man /sɛcɛɛ / sun /wa /wi / numawegele.

abeille / elle cela / l'imbécile /piquer / dans / ses /narines

«L'abeille pique l'imbécile dans ses narines».

7-Yɔn /tanga / la / kala /pié.

Bouche / tranchante / elle ne / cela acte / faire

«Au lieu de mettre le sel à sa bouche, mets-le à tes actes».

8-Na /pe / na / ma / kukɔɔ / djori / bamba maa / ma / lara /ti turugu.

si /eux /en train / ton / dos / laver / contre pour / ton / ventre / laver.

«Quand on te lave le dos, lave-toi le ventre».

9- Paa / wele /fugo / togo / na mbe/ ngannganla/ cɔlogi / mbe ke /wari.

On ne / regarder/faim / tomber/ pour / dents /déterrer/ pour elles / jeter.

«On ne jette pas ses dents à cause de la famine».

10-Cɛ /ga na / ma / kaan / ma na /kaa /paa / ki/ nɔ

Main/ cela en train /toi/ donner/ toi en train /manger/ on ne pas/ cela/ mordre

«On ne mord pas la main qui nous nourrit».

Bibliographie

ANSCOMBRE Jean-Claude, 1994, «Proverbes et formes proverbiales: valeur évidentielle et argumentative», in *Revue trimestrielle Langue française n° 102*, p. 95-107.

ANSCOMBRE Jean Claude, 2000, «Parole proverbiale et structure métrique», *Revue Langage*, n° 139, p. 6-26.

LACOUÉ-LABARTHE Philippe et JEAN-LUC Nancy, 1979, *L'Absolu littéraire, Théorie de la littérature du romantisme allemand*, Paris, Seuil.

KANE Mohamadou ,1983, *Roman africain et tradition*, Paris, Nouvelles Éditions Africaines.

JACQUES Pineaux,1973, *Proverbes et dictons français, Que sais je ? N° 706*, Paris, PUF.

JACQUES Chevrier, 2005, *Le Lecteur d'Afriques*, Paris, Honoré Champion, Bibliothèque de Littérature Générale et comparée n° 57.

FOURNET Fayard Sonia, 2005, «Le processus argumentatif révélé par le proverbe», in *Revue Travaux de Linguistiques*, n°51.

TAMBA Irène, 2000, «Formules et dire proverbial» in *Revue Langage*, n°139.

DIARRA Pierre, 2002, *Proverbe et philosophie, Essai sur la Pensée des Bwa du Mali*, Paris, Karthala.

GRISE Jean-Blaise ,1982, *De la logique à l'argumentation*, Genève et Paris, Droz.

KOUADIO Yao Jérôme, 2006, *Les Proverbes baoulé (Côte d'Ivoire): types, fonctions et actualité 2^{ème} édition revue et corrigée*, Abidjan, Les Éditions DAGEKOF.

KOUADIO Yao Jérôme, 2012, *Les Proverbes baoulé (Côte d'Ivoire): types, fonctions et actualité 3^{ème} édition revue et corrigée*, Abidjan, Les Éditions DAGEKOF.

PIRELMAN Chaïm ,1988, *L'Empire rhétorique*, Librairie philosophique, J. Vrin.

RODEGEM Firmin., 1986 «La parole proverbiale» dans *Richesse du proverbe* », vol.1 Études réunies par S. Suard et Cl. Buridan, P.U.L.

WHITING William ,1994, «The Nature of the Proverb» When Evensong and Morrowsong Accord: Three Essays on the Proverb. Harris, J. et W. Mieder (dirs.), Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press. Publié pour la première fois dans *Harvard University Studies and Notes in Philology and Literature* 14 (1932): p. 273-307.

ZESSEU Claude Tankwa, 2011, *Le Discours proverbial chez Ahmadou Kourouma*, Thèse de doctorat en philosophie, Département de français, Université de Toronto.