



HAL
open science

Une étude comparative des métaphores de genre en français et en mandarin

Pei-Ci Li

► **To cite this version:**

Pei-Ci Li. Une étude comparative des métaphores de genre en français et en mandarin. Linguistique. Université de Paris, 2020. Français. NNT: . tel-03242980

HAL Id: tel-03242980

<https://theses.hal.science/tel-03242980v1>

Submitted on 31 May 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Université de Paris

École doctorale "Sciences du Langage" ED 622
EA 7538 PHILÉPOL

THÈSE DE DOCTORAT
SCIENCES DU LANGAGE

Pei-Ci Li

Une étude comparative des métaphores de genre
en français et en mandarin

Thèse co-dirigée par Valérie Brunetière et Fabienne Baider
Présentée et soutenue le 14 décembre 2020

Devant un jury composé de :

Arnaud Arslangul, Maître de conférences, INALCO

Fabienne Baider, Full Professor, Université de Chypre

Sophie Bailly, Professeure, Université de Lorraine (rapporteure)

Valérie Brunetière, Professeure, Université de Paris

Béatrice Fracchiolla, Professeure, Université de Lorraine

Christine Lamarre, Professeure, INALCO (rapporteure)

Julien Perrez, Associate professor, Université de Liège

Claire Saillard, Professeure, Université de Paris

Remerciements

Mes remerciements s'adressent tout d'abord à ma directrice, Valérie Brunetière qui a accepté d'encadrer ce travail et m'a accompagnée et encouragée tout au long de ce chemin. Grâce à la confiance qu'elle m'a témoignée et à ses conseils, chaque échange m'a nourri aussi bien psychologiquement qu'intellectuellement.

Je souhaite ensuite exprimer de chaleureux remerciements à Fabienne Baider, ma co-directrice qui a toujours trouvé le moyen et le temps de me rencontrer malgré la distance entre Chypre et Paris. Que nous nous trouvions dans un aéroport ou dans une gare, nos discussions étaient toujours éclairantes, stimulantes, et apaisantes.

Mes plus sincères remerciements vont aussi aux membres du jury de cette thèse : Christine Lamarre et Sophie Bailly qui ont accepté d'en être les rapporteuses, et je remercie chaleureusement Arnaud Arslangul, Béatrice Fracchiolla, Julien Perrez et Claire Saillard pour avoir accepté de participer à mon jury. Je tâcherai de faire bon usage de vos conseils et critiques constructives.

Je tiens à remercier Jason Zabée, Jean-Rémy Bure et Jean-Daniel Mohier pour les relectures de ma thèse. Merci à JD en particulier pour sa patience et son temps et pour m'avoir accompagnée tout au long de ce voyage linguistique. Grâce à toi, un autre monstre a été créé.

Mes remerciements s'adressent aussi à mon ancienne directrice de Master Wen-Yu Chiang de Université Nationale de Taïwan qui m'a encouragée à continuer à poursuivre mes études en doctorat. Son aide n'a pas seulement été académique, mais aussi humaine. Elle a sollicité son réseau pour que j'ai accès à un emprunt suffisant pour financer ma thèse, notamment grâce à Wu-hsiung Chen et ses amis.

Merci à mes amies et mes amis, pour leur soutien et leurs encouragements. Je repense à nos séances cinéma, à nos soirées happy hour, et à chaque jour passé ensemble à la bibliothèque du matin au soir. Sheng-Fu Wang, merci pour ton amitié malgré la distance, tu es toujours mon meilleur camarade, comme d'habitude, avec qui je partage toute ma passion académique. Yi-Jing Lin, heureuse de t'avoir dans ma vie, merci pour tout.

Merci à Jason et Gauthier, votre accompagnement quotidien me donne le sourire tous les jours. Vous êtes des compagnons parfaits !

Enfin, je souhaite adresser un grand merci à ma famille, notamment à mes parents qui respectent toujours mes choix et me soutiennent à 10000 kilomètres malgré les inquiétudes. Je n'aurais pas pu y arriver sans vous. Un merci spécial à ma mère, une femme comme l'eau, qui m'a donné le courage de découvrir les inégalités depuis mon enfance. Grâce à elle, je vais continuer sur ce chemin.

Une étude comparative des métaphores de genre en français et en mandarin

Résumé

Cette étude a pour objectif d'enquêter sur les métaphores de genre (MG désormais) qui décrivent les femmes (métaphores désignant les femmes, MF) et les hommes (métaphores désignant les hommes, MH) en français et en mandarin en se fondant sur la Conceptual Metaphor Theory. Pour chaque langue, les métaphores sont récoltées en adoptant deux sources de données : un dictionnaire et un questionnaire administré à 240 locuteurs (120 hommes, 120 femmes). Nous établissons par la suite une comparaison intra-langue ainsi qu'inter-langue.

Les résultats des dictionnaires montrent que même si l'utilisation des domaines sources diffère entre les deux langues, les métaphores s'adressant aux femmes et aux hommes sont asymétriques en quantité et qualité. Premièrement, le nombre de MF est plus élevé que le nombre de MH. Deuxièmement, les connotations de ces MF sont plus péjoratives que celles liées aux MH, particulièrement au sujet de la sexualité des femmes.

Les données des questionnaires sont analysées à trois niveaux : l'appartenance aux domaines sources (ANIMAUX, PLANTES), les types de MG (lions, fleurs) et les caractéristiques des MG (traits physiques, personnalité, fonctions et rôles sociaux). En analysant les MF et MH auprès des locuteurs et locutrices natifs du français et du mandarin, nous remarquons que même si l'utilisation des domaines sources et les caractéristiques soulignées sont différentes, des modèles similaires émergent dans les deux langues. Une *Théorie du script du genre linguistique* est par conséquent proposée afin d'interpréter ces modèles. Elle explique comment des métaphores conventionnelles concernant les deux sexes sont utilisées comme un script écrit pour guider les femmes et les hommes afin qu'ils jouent les rôles sociaux qui leur sont assignés.

Enfin, la comparaison inter-langue révèle certaines réalités sociales en montrant les différences de traitement entre les deux sexes en France et à Taïwan. De plus, nous montrons que la sélection des domaines sources et des caractéristiques qu'ils contiennent est associée à la cosmologie de ces deux cultures. Dans la culture française, la relation entre les humains et d'autres êtres est considérée comme verticale, expliquée par la structure hiérarchisée de LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE. En revanche, cette relation est vue comme horizontale dans la culture chinoise où les humains et l'univers sont perçus comme vivants en harmonie, ce qui est défini par la philosophie de l'*Unité de l'univers et du genre humain*.

Mots clés : Métaphores conceptuelles, genre et langage, métaphores et femmes, étude comparative, français, mandarin

A comparative study of gender metaphors in French and Mandarin

Abstract

The present study investigates gender metaphors (hereafter GM) describing women (Women Metaphors, WM) and men (Men Metaphors, MM) in French and Mandarin Chinese based on the Conceptual Metaphor Theory (Lakoff & Johnson 1980). For each language, we collect metaphors from two sets of data sources: a dictionary and a survey answered by 240 native speakers, evenly split according to their sex. We then make intra- and inter-language comparisons.

The results from dictionaries show that, although the use of source domains differ between languages, metaphors addressing women and men are asymmetrical on two levels: quantity and quality. First, there are many more WM than MM. Second, the connotations of WM are more derogatory than MM, especially in relation to women's sexuality.

The data mined from the questionnaires are analyzed on three levels: the source domains of GM (ANIMALS, PLANTS), the types of GM (lions, flowers) and the characteristics of GM (physical traits, personalities, social roles or functions). By analyzing WM and MM from the perspectives of female and male native speakers, we find that even though the use of source domains and their highlighted features is different, similar patterns emerge from the two languages. A model *Linguistic Theory of Gender Script* is proposed accordingly to interpret those patterns. It explains how conventional metaphorical expressions regarding two sexes serve as a written script to instruct men and women on how to perform their social roles.

Finally, the cross-linguistic comparison reveals some social realities by showing how gender equality is treated differently in France and in Taiwan. Furthermore, we show that the selection of source domains and their highlighted features are linked to cosmology in these two cultures. In French, the relation between human beings and other things is viewed as vertical and can be described by a hierarchical structure *The Great Chain of Being*. On the contrary, this relationship is considered horizontal in Chinese, as humans and the universe are said to coexist harmoniously, a point of view explained by the philosophy of *Unity of Universe and Mankind*.

Key words: Conceptual metaphors, language and gender, women metaphors, comparative study, French, Mandarin Chinese

Table des matières

INTRODUCTION	12
PREMIÈRE PARTIE	18
CHAPITRE 1 : ASPECTS THÉORIQUES	19
1.1 Genre et langage.....	19
1.1.1 Langage et genre en français	20
1.1.2 Langage et genre en mandarin	22
1.2 La métaphore	25
1.2.1 Métaphore et cognition.....	26
1.2.2 Métaphore et réalité.....	33
1.2.3 Métaphore et culture.....	36
1.3 Métaphore du genre	39
1.3.1 LES HUMAINS SONT DES ANIMAUX	39
1.3.2 LES FEMMES SONT DES ANIMAUX	43
1.3.3 LES FEMMES SONT DES OBJETS	47
1.3.4 LES FEMMES SONT DE LA NOURRITURE	48
Conclusion de la revue des métaphores de genre.....	50
1.4 Lacunes dans la recherche précédente	50
CHAPITRE 2 : RECUEIL DES DONNÉES	52
2.1 Données des dictionnaires.....	52
2.1.1 En français.....	54
2.1.1.1 Choix de dictionnaire.....	54
2.1.1.2 Étapes de recherche	55
2.1.2. En mandarin	58
2.1.2.1 Choix de dictionnaire.....	58
2.1.2.2 Étapes de recherche	59
2.2 Données des questionnaires	61
2.2.1 En mandarin	64
2.2.2 En français.....	64
2.3 Analyse des questionnaires	65
2.3.1 Catégorie des domaines sources.....	65
2.3.2 Type des domaines sources	67
2.3.3 Caractéristiques des sources cibles	68

2.4 Convention de présentation des données	70
2.5 Problèmes rencontrés	71
DEUXIÈME PARTIE	75
CHAPITRE 3 : ANALYSES DU DICTIONNAIRE FRANÇAIS	76
3.1 Le domaine HUMAINS	79
3.1.1 LES FEMMES SONT DES HUMAINS	79
3.1.2 LES HOMMES SONT DES HUMAINS	84
3.2 Le domaine ANIMAUX.....	88
3.2.1 LES FEMMES SONT DES ANIMAUX	88
3.2.2 LES HOMMES SONT DES ANIMAUX	100
3.3 Le domaine OBJETS	106
3.3.1 LES FEMMES SONT DES OBJETS	106
3.3.2 LES HOMMES SONT DES OBJETS	109
3.4 Le domaine SURNATUREL.....	110
3.4.1 LES FEMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS	111
3.4.2 LES HOMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS	112
3.5 Le domaine CORPS	114
3.5.1 LES FEMMES SONT DES PARTIES DU CORPS	114
3.5.2 LES HOMMES SONT DES PARTIES DU CORPS	115
3.6 Le domaine NOURRITURE	116
3.6.1 LES FEMMES SONT DE LA NOURRITURE	116
3.6.2 LES HOMMES SONT LA NOURRITURE	118
3.7 Le domaine PLANTES	119
3.7.1 LES FEMMES SONT DES PLANTES	119
3.7.2 LES HOMMES SONT DES PLANTES	120
3.8 Le domaine NATURE et Autres.....	120
Conclusion du chapitre 3	122
CHAPITRE 4 : ANALYSES DU DICTIONNAIRE MANDARIN	123
4.1 Le domaine PLANTES	126
4.1.1 LES FEMMES SONT DES PLANTES	126
4.1.2 LES HOMMES SONT DES PLANTES	136
4.2 Le domaine NATURE (1/2) – VUE PANORAMIQUE	136
4.2.1 LES FEMMES SONT LA VUE PANORAMIQUE	137
4.3 Le domaine NATURE (2/2) – SUBSTANCE.....	142

4.3.1 LES FEMMES SONT DES SUBSTANCES.....	142
4.3.2 LES HOMMES SONT DES SUBSTANCES.....	147
4.4 Le domaine ANIMAUX.....	147
4.4.1 LES FEMMES SONT DES ANIMAUX.....	148
4.4.2 LES HOMMES SONT DES ANIMAUX.....	153
4.5 Le domaine OBJETS.....	154
4.5.1 LES FEMMES SONT DES OBJETS.....	155
4.6 Le Domaine HUMAINS.....	158
4.6.1 LES FEMMES SONT DES HUMAINS.....	158
4.6.2 LES HOMMES SONT DES HUMAINS.....	159
4.7 Le domaine NOURRITURE.....	159
4.8 Le domaine COULEURS.....	164
4.9 Le domaine SURNATUREL.....	164
4.10 Le domaine CORPS.....	165
Conclusion du chapitre 4.....	166
TROISIÈME PARTIE.....	168
CHAPITRE 5. ANALYSE DES DONNÉES DU QUESTIONNAIRE FRANÇAIS.....	170
5.1 Niveau 1 : Appartenance à des domaines sources.....	170
5.1.1 Le domaine source HUMAINS.....	171
5.1.1.1 LES FEMMES SONT DES HUMAINS.....	172
5.1.1.2 LES HOMMES SONT DES HUMAINS.....	174
Conclusion du domaine HUMAINS.....	176
5.1.2 Le domaine OBJETS.....	177
5.1.2.1 LES FEMMES SONT DES OBJETS.....	177
5.1.2.2 LES HOMMES SONT DES OBJETS.....	180
Conclusion du domaine OBJETS.....	183
5.1.3 Le domaine ANIMAUX.....	184
5.1.3.1 LES FEMMES SONT DES ANIMAUX.....	184
5.1.3.2 LES HOMMES SONT DES ANIMAUX.....	188
Conclusion du domaine ANIMAUX.....	192
5.1.4 Domaine NATURE.....	192
5.1.4.1 LES FEMMES SONT LA NATURE.....	193
5.1.4.2 LES HOMMES SONT LA NATURE.....	199
Conclusion du domaine NATURE.....	205

5.1.5 Le domaine PLANTES	205
5.1.5.1 LES FEMMES SONT DES PLANTES.....	205
5.1.5.2 LES HOMMES SONT DES PLANTES.....	206
Conclusion du domaine PLANTES.....	207
5.1.6 Domaine NOURRITURE	207
5.1.6.1 LES FEMMES SONT DE LA NOURRITURE	208
5.1.6.2 LES HOMMES SONT DE LA NOURRITURE	210
Conclusion du domaine NOURRITURE.....	212
5.1.7 Le domaine SURNATUREL	213
5.1.7.1 LES FEMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS.....	213
5.1.7.2 LES HOMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS	214
Conclusion du domaine SURNATUREL	215
5.1.8 Le domaine CORPS	215
5.2 Type des domaines sources.....	215
5.2.1 Métaphores utilisées pour décrire les femmes les plus fréquentes.....	218
1. Fleurs	218
2. Roses.....	219
3. Hommes.....	220
4. Mamans	221
5. Soleil.....	222
6. Chats	223
7. Lionnes	224
8. Enfants	224
9. Rocs	225
10. Guerrières	225
5.2.2 Métaphores utilisées pour décrire les hommes les plus fréquentes.....	226
1. Enfants	226
2. Femmes.....	227
3. Animaux	228
4. Lions	229
5. Arbres	230
6. Vin	230
7. Rocs	231
8. Pères.....	231

9. Piliers	232
10. Voitures	233
Conclusion de 5.2	233
5.3 Caractéristiques des domaines cibles en français	236
5.3.1 Caractéristiques sociales	238
5.3.1.1 Caractéristiques sociales des femmes	238
5.3.1.2 Caractéristiques sociales des hommes	240
5.3.2 Caractéristiques physiques	242
5.3.2.1 Caractéristiques physiques des femmes	242
5.3.2.2 Caractéristiques physiques des hommes.....	243
5.3.3 Caractéristiques psychologiques	244
5.3.3.1 Caractéristiques psychologiques des femmes.....	246
5.3.3.2 Caractéristiques psychologiques des hommes.....	250
5.3.4 Caractéristiques de l'interaction	255
Conclusion de 5.3	257
CHAPITRE 6. ANALYSE DES DONNÉES DU QUESTIONNAIRE MANDARIN	258
6.1. Appartenances à des domaines sources	258
6.1.1 Domaine NATURE (1/2) – SUBSTANCE.....	260
6.1.1.1 LES FEMMES SONT LA SUBSTANCE	260
6.1.1.2 LES HOMMES SONT LA SUBSTANCE	268
Conclusion du domaine NATURE – SUBSTANCE	275
6.1.2 Domaine NATURE (2/2) – VUE PANORAMIQUE.....	275
6.1.2.1 LES FEMMES SONT LA VUE PANORAMIQUE.....	276
6.1.2.2 LES HOMMES SONT LA VUE PANORAMIQUE	287
Conclusion du domaine NATURE – VUE PANORAMIQUE.....	295
6.1.3 Domaine ANIMAUX	296
6.1.3.1 LES FEMMES SONT DES ANIMAUX	296
6.1.3.2 LES HOMMES SONT DES ANIMAUX	301
Conclusion du domaine ANIMAUX.....	305
6.1.4 Domaine OBJETS	305
6.1.4.1 LES FEMMES SONT DES OBJETS	306
6.1.4.2 LES HOMMES SONT DES OBJETS.....	309
Conclusion du domaine OBJETS	313
6.1.5 Domaine PLANTES.....	314

6.1.5.1 LES FEMMES SONT DES PLANTES.....	314
6.1.5.1 LES HOMMES SONT DES PLANTES.....	320
Conclusion du domaine PLANTES	325
6.1.6 Domaine HUMAINS.....	325
6.1.6.1 LES FEMMES SONT DES HUMAINS	325
6.1.6.2 LES HOMMES SONT DES HUMAINS	330
Conclusion du domaine HUMAINS	335
6.1.7 Domaine NOURRITURE.....	336
6.1.7.1 LES FEMMES SONT DE LA NOURRITURE	336
6.1.7.2 LES HOMMES SONT DE LA NOURRITURE	341
Conclusion du domaine NOURRITURE	342
6.1.8 Domaine SURNATUREL	343
6.1.8.1 LES FEMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS.....	343
6.1.8.2 LES HOMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS.....	344
Conclusion du domaine SURNATUREL	346
6.1.9 Domaine CORPS.....	346
6.1.9.1 LES FEMMES SONT LE CORPS	346
6.1.9.2 LES HOMMES SONT LE CORPS	346
6.1.10 Autres	348
6.1.10.1 Autres métaphores décrivant les femmes	348
6.1.10.2 Autres métaphores décrivant les hommes	349
6.2 Type des domaines sources.....	350
6.2.1 Métaphores les plus fréquentes décrivant les femmes en mandarin	352
1. 水 <i>shui</i> « eau »	352
2. 花 <i>hua</i> « fleurs »	353
3. 貓 <i>mao</i> « chats »	354
4. 月亮 <i>yue liang</i> « lune ».....	355
5. 玫瑰 <i>mei gui</i> « roses »	356
6. 海 <i>hai</i> « mer »	357
7. 雲 <i>yun</i> « nuages »	357
8. 兔子 <i>tu zi</i> « lapins »	358
9. 天氣 <i>tian qi</i> « le temps qu'il fait (taïwanaise) »	358

10. 綿羊 <i>mian yang</i> « moutons ».....	359
6.2.2 Métaphores les plus fréquentes pour décrire les hommes en mandarin.....	359
1. 樹 <i>shu</i> « arbres ».....	359
2. 獅子 <i>shi zi</i> « lions ».....	360
3. 石頭 <i>shi tou</i> « pierre ».....	361
4. 太陽 <i>tai yang</i> « soleil ».....	361
5. 山 <i>shan</i> « montagnes ».....	362
6. 狗 <i>gou</i> « chiens ».....	363
7. 牛 <i>niu</i> « buffles ».....	364
8. 小孩 <i>xiao hai</i> « enfants ».....	365
9. 木 <i>mu</i> « bois ».....	365
10. 風 <i>feng</i> « vent ».....	366
Conclusion de 6.2.....	368
6.3. Caractéristiques des domaines cibles en mandarin.....	370
6.3.1 Caractéristiques sociales.....	371
6.3.1.1 Caractéristiques sociales des femmes.....	371
6.3.1.2 Caractéristiques sociales des hommes.....	374
6.3.2 Caractéristiques physiques.....	376
6.3.2.1 Caractéristiques physiques des femmes.....	376
6.3.2.2 Caractéristiques physiques des hommes.....	377
6.3.3 Caractéristiques psychologiques.....	378
6.3.3.1 Caractéristiques psychologiques des femmes.....	380
6.3.3.2 Caractéristiques psychologiques des hommes.....	385
6.3.4 Caractéristiques de l'interaction.....	391
Conclusion de 6.3.....	393
Synthèse de la troisième partie.....	394
QUATRIÈME PARTIE.....	399
CHAPITRE 7 : COMPARAISON INTRACULTURELLE.....	400
7.1 Intralinguistique du français.....	400
7.1.1 Comparaison du dictionnaire et du questionnaire en français.....	400
7.1.2 Remarques concernant spécifiquement la langue française.....	405
7.2 Intralinguistique du mandarin.....	412

7.2.1 Comparaison du dictionnaire et questionnaire en mandarin	412
7.2.2 Remarques concernant spécifiquement le mandarin	415
7.3 Différences selon les sexes dans les deux langues.....	417
7.3.1 Données des deux langues en quatre perspectives	420
7.3.2 Modèle A.....	422
7.3.3 Modèle B	424
7.4 Script du genre linguistique	431
7.5 L'âge comme une variable sociale.....	438
Conclusion du chapitre 7	442
CHAPITRE 8 : COMPARAISONS INTERCULTURELLES	444
8.1 Comparaison des deux sources de données	444
8.1.1 Comparaison des analyses des dictionnaires.....	444
8.1.2 Comparaison des analyses des questionnaires	450
8.1.2.1 Retours d'expérience des personnes interrogées	450
8.1.2.2 Comparaison des métaphores récoltées des questionnaires	452
8.1.3 La relation entre les domaines sources, les types et les caractéristiques.....	459
8.1.3.1 Les domaines sources et les caractéristiques	460
8.1.3.2 Les types et les caractéristiques	462
8.2 Interprétations sociales et culturelles	465
8.2.1 Quelle réalité sociale ?	469
8.2.2 Interprétation culturelle	475
8.2.2.1 La culture française : MÉTAPHORE DE LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE NE DE LA VIE revisitée.....	476
8.2.2.2 La culture chinoise : l'unité de la nature et des humains.....	479
Conclusion de chapitre 8.....	488
CONCLUSION GÉNÉRALE	491
Perspectives.....	497
BIBLIOGRAPHIE.....	499
Tables des illustrations	528
Figures.....	528
Tableaux.....	529
Annexes.....	532

INTRODUCTION

Cette recherche porte sur des métaphores du genre, métaphores désignant les hommes et les femmes, en français métropolitain et en mandarin de Taïwan, en adaptant la théorie dite « Théorie de Métaphore Conceptuelle » (*Conceptual Metaphor Theory*) (Lakoff & Johnson, 1980 ; Lakoff & Turner, 1989 ; Lakoff, 1993). Nous étudierons dans chaque langue les métaphores récoltées dans deux sources de données : un dictionnaire qui présente des métaphores conventionnelles et un questionnaire administré à des locuteurs natifs de chaque langue.

De plus, nous effectuerons une comparaison intra-langue et inter-langue. Le but de l'analyse intra-langue est d'examiner comment les métaphores conventionnelles influencent ou sont liées aux métaphores données par les locuteurs et les locutrices, alors que l'objectif de la partie inter-langue est d'aboutir à une analyse des comparaisons interculturelles. Cette double comparaison permet de mettre en lumière la cognition des humains en analysant comment les noms dont les références, soit animées (*roi, lapin, fleur*), soit inanimées (*chiffon, soleil, montagne*), sont apparentées aux caractéristiques féminines ou masculines, et comment les locuteurs et les locutrices construisent différemment le genre en utilisant des métaphores. Par ailleurs, une telle étude interculturelle nous permet aussi de nous concentrer sur la question du genre dans des sociétés différentes, ainsi que sur les croyances cosmologiques et philosophiques dans des cultures différentes.

Traditionnellement, la métaphore a été considérée comme un phénomène littéraire et rhétorique¹ (Boys-Stones, 2003 ; Fludernik, 2012 ; Goodman, 1976 ; Moran, 1996). Revisitée par Lakoff et Johnson (1980), la métaphore a trouvé une nouvelle perspective dans la linguistique cognitive : elle a alors été considérée comme un mécanisme cognitif fondamental dans notre compréhension du monde (Gibbs, 1994, 2005 ; Glucksberg & Keysar, 1990 ; Grady, 1997a, 2005 ; Johnson & Malgady, 1979 ; Kövecses, 2003, 2005, 2010a ; Lakoff, 1993 ; Lakoff & Turner, 1989 ; Ortony, 1979 ; Radden, 2003). La définition de la métaphore en linguistique cognitive est « une projection sélective des traits d'un domaine conceptuel sur un autre » (Lakoff, 1993 : 1).

¹ Définition anglaise de *metaphor* dans le Merriam-Webster : « a figure of speech in which a word or phrase literally denoting one kind of object or idea is used in place of another to suggest a likeness or analogy between them » (Récupérée le 12 janvier 2019).

Définition française de *métaphore* dans le TLFi : « [P. réf. à Aristote] Figure d'expression fondée sur le transfert à une entité du terme qui en désigne une autre » (Récupérée le 12 janvier 2019).

Certains traits d'un domaine source, par exemple ANIMAUX, sont transférés à un domaine cible, par exemple FEMMES. La structure cognitive sous-jacente est appelée une métaphore conceptuelle, en l'occurrence LES FEMMES SONT DES ANIMAUX (Fontecha & Catalán, 2003 ; Hines, 1996, 1999 ; Kiełtyka & Kleparski, 2007 ; López Rodríguez, 2009 ; Maestre, 2015 ; Silaški, 2013 ; Tipler & Ruscher, 2019). Cette métaphore conceptuelle sous-tend des expressions linguistiques comme *poule*, *colombe*, et *biche* pour désigner des femmes (Baider & Gesuato, 2003 ; Michard, 2002 ; Yaguello, 1978). La métaphore « permet de comprendre quelque chose en ayant recours à quelque chose d'autre avec une structuration partielle (Lakoff & Johnson, 1980 : 15) ». En pratiquant cette projection entre domaines, nous pouvons structurer notre expérience du domaine cible. De plus, la métaphore peut influencer notre façon d'agir et notre pensée.

En effet, la métaphore est non seulement considérée comme un mécanisme important de la pensée humaine, mais également reconnue comme un moyen de refléter les valeurs et les normes culturelles qui sont souvent véhiculées par des personnes ayant du pouvoir sur d'autres personnes de niveaux socialement inférieurs (Charteris-Black, 2006, 2011). Des recherches qui portent sur la question des métaphores s'adressant aux migrants (Arcimaviciene, 2019 ; Arcimaviciene & Baglama, 2018 ; Baider & Kopytowska, 2017 ; Charteris-Black, 2006 ; Hart, 2011 ; Musolff, 2015 ; O'Brien, 2003 ; Salahshour, 2016 ; Santa Ana, 1999, 2002) ou aux homosexuels (Baider, 2018 ; Cameron, 1998 ; Lovecchio, 2019 ; Nilsen, 1996), par exemple, montrent comment le groupe dominant compare des minorités à d'autres domaines cibles, particulièrement celui des animaux, pour les déshumaniser et servir ainsi un but politique.

La relation de pouvoir entre les hommes et les femmes est universellement inégale. Comme Simone de Beauvoir le reconnaît dans *Le Deuxième Sexe* (1949), le statut inférieur des femmes a été intégré dans la conception des hommes. Le statut secondaire des femmes incite les hommes à utiliser des métaphores dépréciatives à propos des femmes. Les études sur la métaphore du genre sont donc vues comme une manière de révéler l'inégalité des genres dans la société.

Tout comme Kövecses (2005, 2010b) qui a souligné la relation importante entre la métaphore et la culture, d'autres recherches sur les métaphores interculturelles ont depuis été effectuées dans de nombreux domaines, comme les émotions (Gibbs et al., 1997 ; Hendricks & Boroditsky, 2017 ; Kövecses, 2003, 2005, 2010b ; Lakoff & Johnson, 1980 ; Lakoff & Kövecses, 1987 ; Yu, 1995, 2009), l'amour (Ahrens, 2002 ; Lakoff, 1993), la guerre (Cohen, 2011 ; Dilks, 2009), et le temps et l'espace (Boroditsky, 2001 ; Hendricks & Boroditsky,

2017 ; Pérez & Tavits, 2017 ; Radden, 2003). Ces études nous permettent d'observer les spécificités de chaque culture ainsi que les valeurs universelles qu'elles véhiculent.

Étant donné que le concept de genre est construit socialement et qu'il est culturellement spécifique (Aydt & Corsaro, 2003 ; Fiske & Stevens, 1993 ; Harlow & Hearn, 1995 ; Kyratzis, 2001 ; Wharton, 2009), une étude interculturelle de la métaphore du genre pourrait refléter les différentes conceptions culturelles du genre.

Objectifs et hypothèses

Cette étude porte donc sur les questions de recherche suivantes :

- (1) Comment les femmes et les hommes sont-ils conceptualisés par les métaphores conventionnelles en français et en mandarin ?
- (2) Comment les locuteurs et locutrices produisent-ils des métaphores de genre différemment en français et en mandarin ?
- (3) Quelles sont les différences entre les résultats des données issues des dictionnaires et celles des questionnaires dans ces deux langues ?
- (4) Comment ces différences sont-elles liées à la réalité sociale du genre dans ces deux cultures ?

En nous appuyant sur ces questions, nous posons des hypothèses intra-langue et inter-langues comme suit :

Intra-langue :

- Les résultats de l'analyse dictionnaire auront des influences sur les résultats du questionnaire, étant donné que la langue aura des influences sur la conception des locuteurs et locutrices (Franklin, Pilling & Davies, 2005 ; Özgen, 1998, 2002 ; Regier & Kay, 2009 ; Hendricks & Boroditsky, 2017 ; Radden, 2003 ; Slobin, 2005 ; Talmy, 1991) impactant ainsi les données des questionnaires.
- La seconde hypothèse intra-langue est que l'utilisation des métaphores du genre fournies par les locuteurs et par les locutrices sera différente. Comme Kövecses (2005 : 209) le suggère, les métaphores peuvent varier non seulement inter-culturellement, mais aussi intraculturellement. Puisque le genre est une dimension sociale, la création de nouvelles métaphores de genre ou les interprétations des métaphores conventionnelles pourraient varier selon le sexe des locuteurs.

Inter-langue :

- Les dictionnaires et les questionnaires devraient proposer des métaphores de genre différentes du fait que la langue française et la langue chinoise n'ont pas les mêmes toiles de fond culturelles.
- Malgré leurs différences, la façon dont la langue influence la pensée des personnes de sexe différent devrait partager un schéma semblable dans les deux langues.

Expliquons plus précisément cette hypothèse.

Bien que le genre soit socialement construit et que les rôles sociaux ainsi que les caractéristiques liées à la féminité et à la masculinité puissent être différents selon les cultures, la distinction des deux sexes est universelle. Comme l'anthropologue Capdeville (2018 : 19) le souligne : « Aucune société n'a encore fonctionné sans organiser des rôles différenciés pour les deux sexes. » Autrement dit, le fait que les deux sexes soient associés aux deux genres paraît universel.

Pour quelles raisons les locuteurs de différentes cultures utilisent-ils les mêmes métaphores pour lier les deux sexes à la nature et aux objets ? Quelles influences la langue a-t-elle sur la conception des locuteurs ? Est-il possible que les métaphores conventionnelles de deux cultures différentes aient un effet de la conceptualisation similaire des métaphores du genre par les locuteurs et les locutrices ?

Pour répondre aux questions ci-dessus et tester nos hypothèses, notre recherche s'articule en quatre grandes parties : la première partie a pour objet la présentation théorique, méthodologique et le recueil des données. La deuxième partie est consacrée à analyser les données des dictionnaires en français et en mandarin. Dans la troisième partie, nous discutons des analyses des données récoltées suite à l'administration d'un questionnaire à 240 locuteurs (120 hommes et 120 femmes) dans chaque langue. Enfin, la dernière partie introduit les analyses intra-langue ainsi qu'une comparaison inter-langue.

Le chapitre 1 a pour objectif de présenter le cadre théorique, et qui contient deux sous-chapitres. Le premier sous-chapitre présente des théories diverses concernant la métaphore, particulièrement la relation entre la métaphore et la cognition, la relation entre la métaphore et la culture, ainsi que la relation entre la métaphore et le pouvoir. Dans le deuxième sous-chapitre, nous abordons les recherches centrées sur des métaphores décrivant les deux sexes.

Le chapitre 2 détaille les modalités du recueil des données et la méthode d'analyse des deux types de données : dictionnaire et questionnaire. Nous expliquons le choix des dictionnaires

monolingues en français et en chinois mandarin : le Dictionnaire Chinois Mandarin *Révisé* (DMR) et le dictionnaire Trésor de la Langue Française informatisé (TLFi) sont utilisés comme base et nous expliquons comment nous y avons identifié les métaphores. En ce qui concerne les données récoltées via le questionnaire, nous présentons comment nous avons recruté les participants et présentons le protocole d'enquête. De plus, cette sous-partie vise à expliquer les méthodes d'analyses des données. Pour les analyses des données des dictionnaires, nous catégorisons les métaphores selon leurs appartenances à des domaines sources conformément à la théorie de la MÉTAPHORE LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE (*Great Chain Metaphor* : Lakoff & Turner, 1989 ; Kiełtyka, & Kleparski, 2005a), dans laquelle chaque être de l'univers est classé verticalement et où chaque niveau possède des caractéristiques hiérarchisées. Concernant les analyses des données recueillies grâce aux questionnaires, toutes les métaphores sont analysées non seulement selon leur appartenance à des domaines sources mais aussi selon leurs types et les motivations d'emploi des locuteurs.

Dans la deuxième partie, le chapitre 3 et le chapitre 4 sont des chapitres parallèles : le premier présente les métaphores recherchées dans le TLFi, alors que le second introduit celles récoltées dans le DMR. Nous obtenons ainsi ces domaines sources : HUMAINS, ANIMAUX, PLANTES, NATURE, SURNATUREL, NOURRITURE. Chaque chapitre montre respectivement les métaphores décrivant les femmes et celles désignant les hommes.

Les deux chapitres 5 et 6 contenus dans la troisième partie sont également présentés d'une manière parallèle : le premier a pour but d'analyser les données du questionnaire français et le second fait de même en mandarin. Trois niveaux d'analyses sont appliqués dans ces deux chapitres : (1) appartenance des domaines sources (ANIMAUX, PLANTES), (2) types de métaphores (*lion, fleur, eau*) et (3) caractéristiques des domaines cibles, qui sont encore divisés en trois sous-catégories : (a) rôles et fonctions sociaux, (b) traits physiques et (c) traits de la personnalité.

Après la présentation des deux groupes de données, (un représente les métaphores conventionnelles liées à la culture, l'autre représente les utilisations des métaphores de genre recueillies auprès des locuteurs), nous effectuons une comparaison intraculturelle dans le chapitre 7 qui ouvre la quatrième partie. Ce chapitre aborde tout d'abord des phénomènes de langue spécifiques liés aux métaphores du genre. En français, il s'agit de la cohérence entre le système du genre grammatical et les termes choisis destinés aux personnes des deux sexes. De plus, nous examinons la morphosyntaxe du genre. Plus précisément, comment l'utilisation des noms avec articles de forme définis / indéfinis, singuliers / pluriels (*une, la, des, les fleur(s)*) peut porter des fonctions diverses pour l'emploi des métaphores du genre. En mandarin,

comme il n'existe pas de système genré dans la grammaire, nous recherchons les connotations spécifiques du genre quand les préfixes signifiant *mâle* et *femelle* sont accolés à des noms d'animaux.

Par ailleurs, nous répertorions le nombre et les catégories de métaphores données par les locuteurs qui font écho aux métaphores conventionnelles afin de comprendre dans quelle mesure la conceptualisation métaphorique des deux sexes est liée aux expressions conventionnelles. Nous cherchons particulièrement comment chaque sexe va affirmer son point de vue par l'utilisation de métaphores :

- F-F : les métaphores émises par des femmes pour décrire les femmes
- H-F : les métaphores émises par des hommes pour décrire les femmes
- F-H : les métaphores émises par des femmes pour décrire les hommes
- H-H : les métaphores émises par des hommes pour décrire les hommes

Dorénavant, nous notons dans le corps du texte les métaphores décrivant les femmes comme MF et les métaphores décrivant les hommes comme MH.

A partir de l'analyse de ces différents points de vue, nous pensons trouver des schémas similaires d'utilisation des MH et des MF selon les perspectives des locuteurs et des locutrices dans les deux langues. Plus précisément, nous cherchons la façon dont les métaphores conventionnelles désignant les deux sexes influencent l'emploi des métaphores du genre par les deux sexes.

Le chapitre 8 sera consacré à comparer les données des dictionnaires et des questionnaires selon leurs appartenances aux domaines sources en français et en mandarin. Par la suite, nous examinons la similarité et la divergence de la relation entre chaque domaine source et leurs caractéristiques soulignées dans ces deux langues. Nous effectuons également une comparaison entre les raisons d'utilisation de ces métaphores par des locuteurs français et taïwanais. Des interprétations sociales et culturelles sont ensuite proposées. En nous fondant sur la réalité sociale de l'égalité/l'inégalité entre les deux sexes dans les deux sociétés, nous sollicitons les faits réels qui motivent la production de ces métaphores. Enfin, associer les femmes et les hommes à d'autres domaines sources permet de lier les humains à d'autres êtres dans l'univers. La dernière partie se tourne par conséquent vers l'interprétation cosmologique (Bynum, 1975 ; Cheng 1989, 2015 ; Lovejoy, 1936 ; Vandermeersch, 1997 ; Yu, 2014) dans les deux cultures afin d'observer précisément la différence profonde d'utilisation des métaphores des humains dans les cultures française et chinoise.

Première partie

ÉTAT DE L'ART ET MÉTHODOLOGIE

Cette première partie présente l'état des recherches essentielles pour étudier les métaphores du genre, ainsi que la méthodologie du présent travail. Le premier chapitre porte sur les études de la langue et du genre en français et en mandarin, puis expose les fonctions des métaphores en tant que mécanisme cognitif, un miroir de la réalité sociale et des cultures différentes. Une section est consacrée par la suite à revoir les études de métaphores du genre.

Le deuxième chapitre aborde la description de la collecte des données. Nous avons eu recours à deux types de données. Le premier type est compilé à partir d'un dictionnaire dans chaque langue dans lesquels nous recueillons les métaphores s'appliquant aux hommes et aux femmes. Le deuxième type de données provient d'un questionnaire administré à 240 locuteurs natifs du français et 240 locuteurs natifs du mandarin, répartis équitablement entre les deux sexes.

CHAPITRE 1 : ASPECTS THÉORIQUES

Ce chapitre vise à revoir brièvement les recherches sur le langage et le genre, ainsi que les métaphores mobilisées comme base de ce travail. Dans la section 1.1, nous aborderons tout d'abord le langage et le genre en français et en mandarin. Par la suite, la section 1.2 présente la métaphore dite cognitive et ses fonctions essentielles en reflétant les valeurs et les croyances sociales et culturelles dans des études inter-linguistiques. A l'égard de ces rôles cognitifs et sociaux, la partie 1.3 passe en revue les études liées à la métaphore et au genre. Historiquement, ce sont les hommes qui exercent le pouvoir et qui construisent un langage androcentrique (Spender, 1980). Les métaphores s'appliquant aux femmes sont plus nombreuses que celles décrivant les hommes, par conséquent elles composent la majorité de notre revue des métaphores du genre.

1.1 Genre et langue

Le livre *Language and woman's place* de Robin Lakoff (1973) met en évidence le fait qu'un nombre croissant de travaux se focalise sur la relation entre le genre et le langage. L'auteure a démontré les différents rôles des deux sexes dans la société en analysant l'association entre les pratiques linguistiques, les idéologies et « la parole des femmes » (*women's speech*) et des valeurs et des croyances représentant la manière dont on parle des femmes.

De là, on constate que les inégalités entre femmes et hommes sont représentées et reproduites **par le langage** et aussi **dans le langage**. Plus précisément, ces deux questions se posent :

(1) Comment les femmes et les hommes parlent-ils différemment ?

(2) Comment parle-t-on des femmes et des hommes d'une manière différente ?

Comme notre sujet, c'est à dire les métaphores désignant les deux sexes, concerne la deuxième question, nous nous focalisons sur cet état de fait.

Dans le discours, des chercheurs ont proposé que les femmes et les hommes parlent d'une manière différente au niveau de la prononciation, de la grammaire, du lexique et du discours (Bailly, 1992 ; Dubois & Crouch, 1975 ; Eckert, 1989, 2000 ; Eckert & McConnell-Ginet, 2013 ; Holmes & Meyerhoff, 2008 ; Labov, 1990). Par exemple, les femmes utilisent plus de termes de politesse et des constructions interrogatives ou interronégatives. De plus, elles finissent plus souvent une phrase avec une intonation et hauteur de voix ascendante afin d'exprimer leur incertitude ou/et pour solliciter l'approbation. En revanche, les hommes utilisent plus de termes vulgaires et ils ont davantage tendance à interrompre et guider un sujet dans une conversation. La raison essentielle de ces comportements langagiers réside dans la marginalité et l'impuissance des femmes qui ont recours par conséquent à ces pratiques langagières afin d'adoucir le ton et d'être plus polies. (Cook-Gumperz, 2004 ; Lakoff, 1973, 2004 ; O'Barr & Atkins, 1980 ; Penelope, 1990 ; Thorne & Henley, 1975).

Concernant la façon différente dont on parle des deux sexes dans le langage, Dale Spender (1980) illustre dans son œuvre *Man-Made Language* comment les hommes ont historiquement construit un langage sexiste et l'utilisent en tant que moyen de contrôle pour dominer les femmes. Selon elle, le langage forme les limites de notre réalité. C'est notre manière d'ordonner, de classer et de manipuler le monde. Puisque les hommes se considèrent comme le premier genre, les femmes qui ne se conforment pas à leurs standards sont marquées comme amORAles et anORmales.

Dans ce contexte, sont apparues plusieurs études examinant les termes dépeignant les femmes sous un jour défavorable, en ayant recours à des noms d'humains féminins (prostituée, maîtresse, etc.) ou des termes blessants adressés à celles-ci. Ce phénomène appelé *semantic derogation*, *semantic degeneration* ou *semantic polarization* (Eakins & Eakins, 1978 ; Miller & Swift, 1976 ; Schulz, 1975 ; Sutton, 2001), est bien étudié dans la langue anglaise. Ces études attestent que les termes dévalorisants concernent souvent la sexualité des femmes révélant le point de vue masculin.

1.1.1 Langage et genre en français

Dans la langue française, la dissymétrie grammaticale et la dissymétrie sémantique sont deux sujets qui focalisent l'attention des chercheurs (Yaguello, 1978). Comme le français possède

un système de genre grammatical, la règle de grammaire *le masculin l'emporte sur le féminin* est une représentation symbolique de la domination masculine qui rend les hommes plus importants et par ailleurs invisibilise les femmes (Arrivé, 2013 ; Fracchiolla, 2008 ; Khaznadar, 2002, 2015 ; Michard, 2003 ; Scullen, 2003 ; Théry, 2007)². L'inclusion et l'absorption du féminin par le masculin sont résumées par Michard (2003 : 68) comme suit :

« Le genre masculin a une capacité référentielle plus grande que celle du genre féminin : le genre féminin ne s'applique qu'aux femelles, le genre masculin ne s'applique pas seulement aux mâles. »

Cette dissymétrie est également incontestable pour les noms faisant référence aux humains, et où la *dérogation sémantique* est un autre sujet qui attire beaucoup l'attention des chercheurs. Comme le signale Yaguello (1978 : 142-143):

« Les dissymétries les plus criantes, en fin de compte, sont celles qui se cachent dans le sens de mots en apparence symétriques. Ces dissymétries *sémantiques* proviennent de la péjoration généralisée de tout ce qui sert à qualifier ou à désigner les femmes. Si nombre de mots masculins n'ont pas d'équivalent féminin, là où coexistent masculin et féminin, ils sont souvent connotés différemment. »

Une comparaison des dictionnaires courants centrée sur les mots *homme* et *femme* et leurs aires sémantiques respectives a fait couler beaucoup d'encre, d'autres travaux examinent les contextes d'utilisation de ces deux mots (Baider, 2004 ; Benhamou, 1986, Beaujot, 1979 ; Scullen, 2003).

Chronologiquement ou synchroniquement, le mot *homme* est utilisé dans le sens générique *être humain* ou *être masculin*, alors que le mot *femme* se rapporte seulement à un *être féminin* ou à *épouse*. Cela implique que le mot *femme* est plus un hyponyme d'*homme* que son co-hyponyme syntagme. En outre, selon le contexte, *homme* en tant qu'être masculin est décrit comme un être social, tandis que *femme* est davantage décrit comme un être sexualisé (Baider & Jacquy, 2008).

Voici quelques synthèses de dissymétries sémantiques concernant des termes *femme* (Baider, 2004 ; Michard, 2002 ; Houdebine-Gravaud, 1999 ; Yaguello, 1978) :

² Cf. les recherches sur d'autres langues où le genre grammatical est présent avec le genre masculin utilisé comme non-marqué (*unmarked*) et le genre féminin utilisé comme marqué (*marked*) : en arabe marocain (Hachimi, 2001) ; en hébreu moderne (Tobin, 2001) en russe (Schmid, 2001 ; Nikunlassi, 1999) ; en néerlandais (Gerritsenm, 2002), en espagnol (Nissen, 2002 ; Perissinotto, 1983), etc.

(1) Il existe une dérogation systématique qui considère la femme comme un être faible et sexualisé. Les noms d'humains féminins concernent fréquemment une dérogation péjorative ou sexuelle, alors que la connotation de l'être masculin reste neutre ou noble [*coureur* vs. *coureuse* (femme de mœurs légères) ; *entraîneur* (métier) vs. *entraîneuse* (sexualisé) ; *courtisan* (nom de fonction) vs. *courtisane* (prostituée)].

(2) Des termes discriminants destinés aux femmes n'ont pas d'équivalence pour décrire les hommes (*putain, salope*).

(3) Certains adjectifs sont sexualisés quand ils sont en collocation avec *femme* ou *filles*, mais ce n'est pas le cas pour leurs homologues masculins (une femme facile, une femme légère, une femme galante, une femme publique sont connotés sexuellement mais pas les versions au masculin).

De même, les noms de métiers sont essentiellement masculins sauf pour les métiers associés aux femmes, comme infirmière ou sage-femme. Dès la fin des années 70, Houdebine (1992, 1999) a initié la féminisation des noms de métiers. Jusqu'à nos jours, ce sujet est toujours d'actualité (Brunetière, 1998 ; Fracchiolla, 2008 ; Fujimura, 2005 ; Paveau, 2002).

En 2019, l'Académie française s'est prononcée en faveur d'une ouverture à la féminisation des noms de métiers, de fonctions³, de titres et de grades, bien qu'elle ait été longtemps⁴ réfractaire à cette politique en raison de « l'euphonie ou [du] procès en laideur⁵ ».

Cette approbation réduit le décalage entre les réalités sociales et leur traduction dans le langage et réajuste la représentation symbolique où le masculin englobe le féminin.

1.1.2 Langage et genre en mandarin

Des recherches sur le genre et le langage ont émergé à partir des années 1980 à Taïwan, sous l'influence des études de Robin Lakoff (1973). En 1984, Shih est pionnière en effectuant une

³ L'Académie française (2019, le 28 février). La féminisation des noms de métiers et de fonctions, l'Académie française. Disponible en ligne : http://www.academie-francaise.fr/sites/academie-francaise.fr/files/rapport_feminisation_noms_de_metier_et_de_fonction.pdf

⁴ Florian Maussion (2016, le 8 mars). DANS LE RETRO. La féminisation des noms, une querelle de 30 ans. *Le Parisien*.

⁵ Vincent Gautier (2019, le 28 février). Ces arguments récurrents contre la féminisation des noms de métiers. *Le Parisien*.

« “Dès les années 1650-1670, il y a les premières condamnations d'usage de mots correspondant à des activités portant sur la parole publique, la création, le savoir. Ce sont des activités que certains hommes estiment à l'époque être le monopole des hommes”, souligne Eliane Viennot, qui a dirigé l'ouvrage “L'Académie contre la langue française” paru en 2016. »

« Euphonie, nom féminin : harmonie de sons agréablement combinés, par opposition à cacophonie », indique le dictionnaire de l'Académie française. En clair, pour ses opposants, la féminisation des noms de métiers signifierait un enlaidissement de la langue. En 2005, dans un article rédigé pour le magazine Lire, Frédéric Beigbeder qualifiait le mot « écrivaine » de « terme immonde » provoquant chez lui des « éruptions cutanées ».


analyse systématique sur des sujets divers relevant du genre et du langage en mandarin. Elle a tout d'abord présenté le contexte de l'impuissance des femmes au long de l'histoire patriarcale dans la société chinoise. Même si les inégalités entre les deux sexes se réduisent progressivement, les notions traditionnelles comme 男尊女卑 *nan zun nü bei* « homme supérieur femme inférieure », 重男輕女 *zhong nan qing nü* « privilégier les hommes et déprécier les femmes » et 男主外女主內 « les hommes dirigent à l'extérieur et les femmes à l'intérieur » sont toujours d'actualité. Par la suite, Shih a décrit le sexisme représenté par la langue chinoise selon plusieurs perspectives.

Premièrement, comme les caractères chinois sont logographiques, elle a examiné les caractères qui portent la clé⁶ 女⁷ *nü* « femme » et leurs significations. La définition du caractère 婦⁸ *fu* « femmes mariée ; épouse » par exemple, se compose d'une femme (女) et d'un balai (帚), représentant leur rôle à la maison pour des tâches ménagères.

Quand la société primitive chinoise était encore matriarcale, certains caractères portaient des sens neutres ou positifs. Par exemple, 姓 *xing* « porter le nom de famille de... » est composé des deux éléments : 女 *nü* « femme » et 生 *sheng* « naître ». Cependant, il existait encore plus de caractères connotés péjorativement tels que 奴 *nu* « esclave », 姦 *jian* « violer », 妓 *ji* « prostituée », 嫉妒 *ji du* « être jaloux » (Shih, 1984 : 215).

Deuxièmement, le sexisme est reflété par des lexiques, notamment par des noms de métiers et des insultes. Comme en français, le sexe des noms de métiers est interprété comme référant à des hommes (particulièrement pour décrire les statuts socio-économiques élevés), comme 市長 « maire » et 醫生 « médecin ». S'il faut préciser que l'on parle d'une femme, le préfixe 女 *nü* « femme » est ajouté, donnant 女醫生 « médecin femelle » et 女市長 « maire femelle ». Par ailleurs, les insultes qui sont adressées aux femmes sont plus nombreuses que celles destinées aux hommes. Ces appellations sont destinées à faire référence aux femmes « anormales » et « amORAles », telles que 潑婦 *po fu* « mégère », 騷貨 *sao huo* « sao : odeur

⁶ Les clés des sinogrammes sont des éléments graphiques qui entrent dans leur composition et ont parfois une certaine cohérence sémantique. Ainsi, des sinogrammes partageant la même clé appartiendront parfois, voire souvent, à un même champ lexical. Par exemple, les caractères 媽 *ma* « mère », 姐 *jie* « sœur aînée », 妹 *mei* « sœur cadette », 奶 *nai* « grand-mère », partagent tous la clé 女 *nü* « femme » et font tous référence aux humains du sexe féminin.

⁷ Le caractère de 女 *nü* « femme » est un pictogramme signifiant une femme à genou. Voici l'inscription de ce caractère en écriture ossécaille (sur des écailles de tortue), premier script d'écriture en chine (du XVe siècle au Xe siècle av. J.-C.) :  (le trait en haut représente la tête de la femme, le corps et les bras croisés au milieu forment un carré, la partie basse signifie les jambes pliées d'une femme à genoux).

⁸ Les définitions de 婦 *fu* selon le DMR : (1) 已嫁女子 « femme mariée » (2) 妻 « épouse » (3) 兒媳、子之妻 « belle-fille (seulement la femme du fils) » (4) 女性的通稱 « femme en général ».

fétide des animaux, *huo* : objet, *sao huo* : femme de mœurs légères », et 長舌婦 *chang she fu* « longue-langue-femme : commère » (idem : 216).

Troisièmement, la hiérarchie homme-femme est également représentée symboliquement dans l'ordre des mots. Dès qu'il y a une juxtaposition des caractères concernant les personnes des deux sexes, la femme vient après l'homme. Des exemples tels que : 男女 *nan nü* « homme et femme », 夫妻 *fu qi* « mari et femme » et 兒女 *er nü* « fils et fille » illustrent cette idée (idem : 216-217). Il est à noter que, contrairement au français qui autorise à transformer l'expression « les hommes et les femmes » en « les femmes et les hommes » pour correspondre au changement social, le mandarin considèrera cette inversion comme agrammaticale et inacceptable car ces termes sont en effet des mots figés et leur morphologie n'est pas transformable.

Quatrièmement, Shih (idem : 217) montre comment la dénomination des filles et des garçons est différente et comment les caractères choisis pour les prénoms représentent les attentes et les stéréotypes de la société. Des mots évoquant la force, la grandeur, la réussite, l'héroïsme et les animaux féroces etc. sont préférés pour nommer des garçons, tandis que ceux liés à la beauté, à la vertu, à la douceur, aux plantes, à la lune, et ainsi de suite, sont perçus comme idéaux pour nommer une fille⁹.

Enfin, des expressions conventionnelles et des proverbes sont examinés pour dévoiler des stéréotypes sous-jacents (idem : 217-219)¹⁰. Sans surprise, les expressions associées aux femmes sont connotées plus négativement¹¹. A titre d'exemple, les expressions 最毒婦人心 « le cœur des femmes, le plus vicieux » montre la noirceur du caractère des femmes et 家花哪有野花香 « une fleur domestique sent moins bon qu'une fleur sauvage / une épouse est moins bonne qu'une maîtresse » dévoile la pensée patriarcale.

⁹ En français, la formation des prénoms est moins libre qu'en chinois. Les prénoms trouvent généralement leur origine dans des références à des personnages religieux ou mythologiques. L'asymétrie où le masculin est considéré comme non-marqué et le féminin comme marqué est également représentée par l'utilisation des prénoms : « On dérive les prénoms féminins à partir des prénoms masculins généralement en ajoutant un *e* : André - Andrée, Désiré - Désirée, Paul - Paule » (Sekvent, 1966 : 101). Par ailleurs, le fait que les fleurs sont associées aux femmes contribue de nombreux prénoms basés sur les fleurs réservés aux femmes : *Fleur, Flora, Florentine, Rose, Iris, Camélia, Violette* en sont quelques exemples. En revanche, les noms de plantes ne sont pas systématiquement applicables aux garçons (ex. Florent, Florentin).

¹⁰ D'autres recherches sur la représentation des deux sexes dans les proverbes chinois, cf. Lee, 2015 ; Yan, 2008 ; Yang, 2001 ; Zhang, 2002.

¹¹ Cf. les études sur la représentation des hommes et des femmes dans des proverbes dans d'autres langues : en soudanais (Mubarok, 2017) ; en malais et coréen (Kim, et al., 2019) , en japonais (Storm, 1992), en turque (Dorn, 1986), en pakistanais (Sanauddin, 2015) ; en persan (Nakhavaly, & Sharifi, 2013) ; en marocain (Webster, 1982) ; et dans d'autres langues africaines (Asimeng-Boahene, 2013; Balogun, 2010 ; Hussein, 2009).

En se fondant sur le travail de Shih, Farris (1988) analyse le genre grammatical en mandarin en adoptant la notion de *catégorie évidente* et *latente (covert et overt)* de Whorf (1956). Elle illustre que même s'il n'existe pas de genre grammatical en chinois, il existe effectivement des façons diverses de marquer le genre dans le lexique¹². Elle a examiné des termes faisant référence aux humains : noms de parenté, noms de métiers, expressions négatives s'adressant aux deux sexes, ordre des mots concernant les deux sexes, et verbes et adjectifs qui sont en collocation avec un sexe en particulier. Elle conclut qu'en mandarin, le masculin est le genre non-marqué (*unmarked*) et canonique dans la plupart des cas, ce qui révèle des croyances sexistes dans la culture chinoise, transmises et interprétées par le code symbolique du langage. D'autres études similaires explorent la relation entre le lexique et le sexisme telles que celles de Fan (1996), Etnner (2002), et Moser (1997).

Après une brève présentation du genre et du langage, il apparaît qu'universellement (cf. les notes 2, 9-10), la place secondaire des femmes est représentée et reproduite par la langue du mépris (Yaguello, 1978 : 10), utilisée en tant qu'outil pour maintenir l'idéologie portée par les hommes. Cette présupposition peut être utilisée pour l'étude de métaphores car elle fait également partie d'un des mécanismes langagiers essentiels.

1.2 La métaphore

Depuis Aristote, la métaphore est traditionnellement considérée comme un phénomène littéraire et rhétorique. Une relation analogique est mise en parallèle entre deux objets ou phénomènes et exprime leur ressemblance.

En mandarin, dans le premier recueil poétique *Le livre des odes*¹³, la métaphore est vue comme un des trois procédés de composition des textes (Cheng, 1979), appelé *bi*, signifiant *comparer*. Le lettré Zhu Xi définit ainsi ce procédé : 比者，以彼物比此物也¹⁴ « *Bi*, comparer une chose à une autre ». Dans la littérature chinoise, le *bi* est toujours considéré comme une figure de style importante pour mettre en avant les points similaires et rendre le texte plus vivant.

¹² Cf. les recherches sur d'autres langues où le genre grammatical n'est pas présent mais où un sexisme latent existe, tels qu'en anglais (Hellinger, 2001 ; MacKay & Fulkerson 1979 ; Newman, 1998) ; Romaine, 2001) ; en turque (Braun, 2001, 2013) ; en indonésien (Kuntjara, 2001), en finnois (Engelberg, 2002).

¹³ 詩經 « *Le livre des odes* » compte trois cent cinq poèmes. Il s'agit d'une anthologie rassemblant des textes composés entre le XIe et le Ve siècle av. J.-C. Cf. l'édition moderne : Rao, Chen et Li (2016).

¹⁴ Zhu Xi, Shijizhuan, 1186. 朱熹 « 詩集傳 ». Cf. l'édition moderne : Zhu (2008).

1.2.1 Métaphore et cognition

Avec l'œuvre *Metaphors We Live By* de Lakoff & Johnson (1980), la métaphore a trouvé une nouvelle perspective dans la linguistique cognitive où elle est considérée comme un mécanisme cognitif fondamental dans notre compréhension du monde (Gibbs, 1992, 2008 ; Gibbs et al., 1997 ; Glucksberg, 2003 ; Glucksberg, Gildea, & Bookin, 1982 ; Grady, 1997a, 2005 ; Johnson & Malgady, 1979 ; Lakoff & Johnson, 1980 ; Kövecses, 2005, 2010a ; Reddy, 1979). La définition de la métaphore présentée par la Théorie de Métaphore Conceptuelle (*Conceptual Metaphor Theory*) est « une projection sélective des traits d'un domaine conceptuel sur un autre » (Lakoff, 1993 : 1).

Un domaine conceptuel peut être une organisation cohérente de l'expérience humaine, comme l'amour, le voyage et l'émotion. Selon Radden et Dirven (2007 : 11), « un domaine conceptuel est la sphère générale à laquelle appartient une catégorie ou un cadre dans une situation donnée¹⁵. » Par exemple, un couteau appartient au domaine MANGER quand on le trouve sur la table du petit déjeuner, mais il peut faire partie du domaine COMBAT s'il est utilisé pour attaquer.

On choisit des traits pour décrire les autres domaines, par exemple, l'argent, dans un domaine source, et on transfère ces caractéristiques à un domaine cible que nous essayons de comprendre, par exemple LE TEMPS. A priori, un domaine cible détient une nature plus abstraite, alors qu'un domaine source est plus concret. La fonction principale des métaphores est de nous aider à comprendre des notions plus abstraites ou plus difficiles à l'aide de notions plus concrètes ou plus faciles.

Une métaphore conceptuelle représente la structure cognitive sous-jacente, exprimée en majuscule en A EST B (A IS B), comme LE TEMPS C'EST DE L'ARGENT (TIME IS MONEY, Lakoff & Johnson, 1980 : 7-9).

Deux catégories de métaphores

Selon la nature des domaines sources et cibles, deux types de métaphores se distinguent (Mendoza Ibáñez, 2000) : *métaphores à plusieurs correspondances* (*many-correspondence metaphors*) et *métaphores à une correspondance* (*one-correspondence metaphors*).

D'un côté, si un domaine cible détient une nature abstraite, tels que l'amour et le temps, il s'agit généralement d'une *métaphore à plusieurs correspondances*, car il nous faut des

¹⁵ Radden & Dirven (2007 : 11) : « A conceptual domain is the general field to which a category or frame belongs in a given situation. »

expériences systématiques d'un domaine pour comprendre celles d'un autre. De l'autre côté, un domaine cible dont la nature est concrète, comme les humains, concerne une *métaphore à une correspondance* (idem : 112)¹⁶.

Pour la première catégorie, *métaphore à plusieurs correspondances*, l'exemple LE TEMPS C'EST DE L'ARGENT (TIME IS MONEY, Lakoff & Johnson, 1980 : 7-9) est un cas représentatif où les éléments du domaine TEMPS sont concrétisés systématiquement à l'aide des éléments du domaine ARGENT. Sous ce concept métaphorique, le temps est vu comme une ressource limitée et une marchandise précieuse. Tout comme l'argent, le temps peut être gagné, économisé, dépensé, gaspillé et investi. Des multi-correspondances telles que LE TEMPS C'EST DE L'ARGENT, LE TEMPS EST UNE RESSOURCE, et LE TEMPS EST UNE MARCHANDISE PRECIEUSE sont basées sur les implications (*entailments*, Lakoff & Johnson, 1980 : 89-91), qui englobent les relations des sous-catégorisations de la métaphore. Dans cet exemple, LE TEMPS C'EST DE L'ARGENT inclut (*entails*) une notion plus précise : LE TEMPS EST UNE RESSOURCE. En assimilant le temps à une ressource, cette métaphore implique que le temps est précieux, et renferme (*entails*) donc une autre métaphore d'un niveau plus précis : LE TEMPS EST UNE MARCHANDISE PRECIEUSE.

Cette métaphore conceptuelle englobe des expressions linguistiques comme ci-dessous :

- a. Je ne peux pas *gaspiller* mon temps sur ton projet. (I can't *waste* my time on your project.)
- b. Je n'*ai pas assez* de temps pour ton projet. (I *haven't got enough* time for your project.)
- c. Je ne peux pas *donner* plus de mon *précieux* temps pour ton projet. (I can't *give* any more of my *valuable* time to your project.)

Avec ces exemples, nous voyons comment les expériences de l'argent sont comparées à celles du temps afin de nous en faciliter la compréhension. Par ailleurs, les métaphores se produisent non seulement dans notre système conceptuel, mais elles sont également intégrées au niveau de la grammaire et dans le lexique (Ahrens, 2002, 2010). Comme le montre les exemples ci-dessus, les actions, les verbes *gaspiller* ou *avoir* l'argent sont mises en parallèle avec les actions de *gaspiller* ou d'*avoir* le temps ; la qualité, l'adjectif, *précieux* de l'argent est assimilée à celle du temps ; les adverbes *pas assez* ou *beaucoup* peuvent modifier à la fois l'argent et le temps.

De plus amples études ont examiné des métaphores de cette nature. En faisant cette projection entre domaines, nous pouvons structurer notre connaissance du domaine cible,

¹⁶ Mendoza Ibáñez (2000 : 112) : « It is interesting to observe that in one-correspondence metaphors the target domain has a non-abstract nature. In many-correspondence metaphors, on the other hand, the target domain is abstract, which is why we need to make use of more concrete experience to deal with them. »

particulièrement des expériences plus abstraites telle que l'émotion à l'aide d'autres expériences plus physiques (Baider, 2013 ; Gibbs et al., 1997 ; Kövecses, 2003, 2005, 2008, 2010a ; Lakoff & Johnson, 1980 ; Lakoff & Kövecses, 1987 ; Maalej, 2004 ; Pirzad Mashak, Pazhakh & Hayati, 2012 ; Matsuki, 1995 ; Türker, 2013 ; Yu, 1995, 1998, 2009, entre autres).

La deuxième catégorie concerne *la métaphore à une correspondance* où la nature du domaine cible est concrète (Mendoza Ibáñez, 2000 : 112-114). Voici un exemple de Lakoff et Turner (1989 : 196) :

Achilles is a lion (Achille est un lion).

D'après les auteurs, nous comprenons cette expression comme une métaphore générique LES HUMAINS SONT DES ANIMAUX (PEOPLE ARE ANIMALS), en se fondant sur deux modèles : LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE (GREAT CHAIN METAPHOR) et métaphore GÉNÉRIQUE EST SPÉCIFIQUE (GENERIC IS SPECIFIC METAPHOR, (Lakoff & Turner, 1989). La théorie de METAPHORE DE LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE explique que tous les êtres sont classés d'une manière hiérarchisée (Dieu, humains, animaux, plantes et éléments minéraux). Chaque niveau possède ses propres caractéristiques qui sont supérieures à celles d'un niveau plus bas. Par exemple, on considère que les humains possèdent l'intelligence, l'amour et la créativité, alors que les animaux se caractérisent par leurs instincts et besoins biologiques comme se reproduire et manger ; les plantes n'ont pas de capacité à se déplacer et n'ont pas de sensations mentales (Bynum, 1975 ; Lakoff & Turner, 1989 ; Lovejoy, 1936).

Selon la direction de comparaison de LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE, il existe des opérations ascendante ou descendante (Kieltyka, & Kleparski, 2005a). Par exemple, comparer les humains aux animaux concerne une opération descendante (*downward mapping*). A l'inverse, une opération ascendante (*upward mapping*) associe un domaine cible à un autre dont la hiérarchie est supérieure, comme comparer le monde minéral aux humains. En mettant en parallèle un être avec un autre de classement différent, on implique que les attributs appartenant à un niveau sont transposés à un autre.

Le deuxième modèle, métaphore GÉNÉRIQUE EST SPÉCIFIQUE, met en lumière une relation entre la structure d'une connaissance spécifique et sa structure de niveau générique (Lakoff, 1993 : 30). Avec cette abstraction de la structure, nous pouvons interpréter des formes comme les proverbes, fables et allégories.

La combinaison de ces deux modèles nous permet de comprendre des caractéristiques humaines au travers des comportements des animaux. Dans l'exemple *Achilles is a lion*, le courage de cet animal est utilisé pour mettre celui d'Achille en avant.

Par rapport à la première catégorie *métaphore à plusieurs correspondances* où le domaine cible est abstrait (le temps, l'amour, l'émotion), la nature des domaines concernés d'une *métaphore à une correspondance* est relativement concrète (Mendoza Ibáñez, 2000 : 4). Il apparaît logique de la coordonner avec le modèle de LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE car ce classement vertical définit effectivement des caractéristiques de chaque être, qui interprètent les métaphores utilisant les attributs animaliers pour désigner ceux des humains par exemple.

Comme la nature des humains reste concrète (par rapport aux émotions), la métaphore désignant les deux sexes devrait concerner plus fréquemment les *métaphores d'une correspondance*, comme l'est *Achilles is a lion*. Toutefois, si on souligne des attributs abstraits chez les humains, cela peut concerner en même temps la *métaphore à une correspondance* et la *métaphore à plusieurs correspondances*.

Prenons le domaine BONHEUR comme exemple. Puisque le bonheur est un état abstrait, les domaines LUMIÈRE et CHALEUR sont utilisés pour évoquer métaphoriquement cette sensation (Kövecses, 2002 ; Sullivan, 2006), nous avons donc la métaphore LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE (HAPPINESS IS LIGHT) dans plusieurs langues comme en anglais, en français et en mandarin. Ensuite, si une personne est considérée comme une source de bonheur, elle est comparée à une source de lumière. Par exemple, il est courant de comparer ceux que l'on aime au soleil, comme ces paroles le montrent : « Tu es mon soleil / Éclaire mes jours, mes nuits »¹⁷ et en anglais « You are my sunshine, my only sunshine / You make me happy when skies are grey »¹⁸ Dans cette métaphore, des multi-correspondances sont impliquées telles que l'intensité, la source de lumière et le récepteur de lumière.

La métaphore UNE PERSONNE EST LE SOLEIL implique par conséquent ces étapes :

1. Le domaine LUMIÈRE est utilisé comme domaine source pour comprendre le bonheur (LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE)
2. Une personne nous amène la sensation de bonheur
3. Cette personne est comparée à la source de lumière (comme le soleil)
4. Cette personne est comparée au soleil

Avec cet exemple, nous voyons que même si la nature des humains est concrète, les attributs concernés par la métaphore peuvent être abstraits (BONHEUR), qui tombe sous la catégorie de *métaphore à plusieurs correspondances*.

¹⁷ Delannay & Neret (2003).

¹⁸ Davis. (1939).

Métaphore d'image

Hormis les métaphores présentées ci-dessus, il existe un autre type de métaphore fondé sur la similarité de la structure interne de l'image mentale entre deux domaines, appelée *métaphore d'image* par Lakoff (*image metaphor*, Lakoff, 1987 ; Lakoff & Turner, 1989) ou *métaphore de ressemblance* (*resemblance metaphor*) par Grady (1999).

Un exemple illustré par Lakoff (idem : 219) : *My wife...whose waist is an hourglass* (Ma femme...dont la taille est un sablier). Dans ce cas, la partie centrale étroite du sablier est comparée à la taille de la femme.

Selon Lakoff (1987), la métaphore d'image est différente de la métaphore conceptuelle sur plusieurs points (Idem : 221, notre traduction) :

- (1) Elle effectue une correspondance d'un seul coup (*one-shot mapping*), cela veut dire qu'elle n'est pas conventionnelle
- (2) Elle n'est pas utilisée pour le raisonnement
- (3) Il n'y a pas d'expressions systématiques ni de tournures idiomatiques qui se fondent sur la métaphore d'image
- (4) C'est la structure d'image au lieu de la structure propositionnelle qui est concernée
- (5) Nous ne comprenons pas une notion abstraite à l'aide de l'autre
- (6) Elle n'est pas basée sur l'expérience et la connaissance encyclopédique lorsque l'on décide quel élément correspond à quel élément¹⁹

Cependant, d'autres études suggèrent que la métaphore d'image n'est pas ponctuelle comme l'explique Lakoff mais basée sur notre système cognitif (Ureña & Faber, 2010 ; Van Weelden, Schilperoord, & Maes, 2014). Elle est également liée au système de la métaphore conceptuelle, à notre expérience et à nos connaissances (Gleason, 2009 ; Li, 2012).

Selon les études psychologiques, les ressemblances d'image peuvent se produire en se fondant sur la ressemblance de la forme, de la couleur, de la texture, et de la taille (Kosslyn, 1980, 1994 ; Van Weelden et al., 2011). En plus des images statiques, la métaphore d'image peut aussi se fonder sur la ressemblance entre deux mouvements dynamiques (Ureña & Faber, 2010). Enfin, la métaphore d'image n'est pas uniquement « une correspondance d'un seul

¹⁹ Lakoff (1987 : 221) : « [I]mage metaphors are to be distinguished from very general conceptual metaphor in important ways: 1. One-shot mappings, as their name implies, are not used over and over again; that is, they are not conventionalized. 2. They are not used in everyday reasoning. 3. There is no system of words and idiomatic expressions in the language whose meaning is based on them. 4. They map image structure instead of propositional structure. 5. They are not used to understand the abstract in terms of concrete. 6. They do not have a basis in experience and commonplace knowledge that determines what gets mapped on to what. »

coup (*one-shot mapping*, Lakoff (1987 : 221) », mais elle peut devenir une expression conventionnelle.

Par exemple, en mandarin, il existe de nombreuses métaphores d'image conventionnelles qui décrivent les parties du corps des femmes à l'aide des plantes et de la nourriture : la couleur, la taille, la forme, la texture de leurs parties corporelles telles que les sourcils, les cheveux, la peau, la bouche, les yeux, les pieds, ou leur mouvement, peuvent être représentés, notamment, par des fleurs et des desserts (Li, 2012 et voir chapitre 4). Ces expressions sont, en effet, intégrées dans les métaphores conceptuelles LES FEMMES SONT DES FLEURS et LES FEMMES SONT DES DESSERTS. En faisant cela, les *implications* (*entailments*) de la métaphore conceptuelle LES FEMMES SONT DES FLEURS comme LES ÉTAPES DE LA VIE DES FEMMES SONT LE CYCLE DES FLEURS et DES FEMMES DIFFÉRENTES SONT DES FLEURS D'ESPÈCES SPÉCIFIQUES sont en même temps impliquées dans la métaphore d'image où les parties du corps des femmes sont comparées aux couleurs ou aux formes des fleurs en se basant sur leurs similarités d'image. Les éléments de ces domaines deviennent de meilleurs candidats pour décrire les femmes que d'autres images qui ne présentent pas ce type de raisonnement en toile de fond.

Dans cette étude, les métaphores d'image sont assez communes, car les parties du corps ou les caractéristiques physiques des deux sexes sont régulièrement les cibles de descriptions métaphoriques.

La forme linguistique et la compréhension des métaphores

Rhétoriquement, la *métaphore* (*metaphor*) est distinguée de la *comparaison* (*simile*), par l'utilisation du terme *comme* qui exprime explicitement le lien entre les deux éléments comparés. Les expressions *être laid comme un pou* et *être rusé comme un renard* sont des exemples de comparaison.

En se fondant sur la linguistique cognitive, la métaphore se définit comme « une projection sélective des traits d'un domaine conceptuel sur un autre. » Sous ce cadre, la métaphore et la comparaison impliquent toutes deux des correspondances de traits entre différents domaines. Ces deux figures de style sont par conséquent considérées comme des métaphores d'un point de vue cognitif.

Concernant leurs différences, les psycholinguistes suggèrent que la métaphore et la comparaison ont tendance à être associées à différentes stratégies de compréhension : la métaphore (*metaphor*) crée une relation taxonomique entre des domaines, tandis que la comparaison (*simile*) est encline à faire une comparaison métaphorique (Bowdle & Gentner,

2005 ; Glucksberg, 2008 ; Glucksberg & Haught, 2006) Par exemple, pour la phrase *John est une girafe* (*John is a giraffe*, Blasko & Connine, 1993 : 295), la construction la définit comme une métaphore (A est B), *John* est classé temporairement dans la catégorie créée par le mot *giraffe* « quelque chose qui est très grand ». Dans une autre phrase *John est comme une girafe*, la construction représente la comparaison qui transfère l'attribut saillant du domaine source *giraffe* au domaine cible *John*.

En plus de la forme linguistique, la conventionnalité (Bowdle & Gentner, 2005 ; Gentner & Wolff, 1997 ; Gibbs, 1980 ; Glucksberg & McGlone, 2001 ; Thibodeau & Durgin, 2011), la familiarité (Blasko & Connine, 1993), la fréquence (Onifer & Swinney, 1981 ; Rayner & Duffy, 1986), et le contexte (Rayner, Pacht, & Duffy, 1994) jouent également un rôle important pour la compréhension des métaphores. Giora (1997, 2003) propose un principe plus global, soit *principe de saillance* (*salient principle*), afin d'englober ces facettes dans le cadre de la compréhension du langage figuratif ainsi que littéral : le sens saillant (e.g., conventionnel, familial, fréquent, appris récemment) d'un mot ou d'une phrase est toujours accédé en premier.

Puisque la conventionnalité et la familiarité sont deux aspects que nous allons utiliser pour analyser l'interaction des données provenant des dictionnaires et des questionnaires, nous abordons particulièrement ces deux notions.

Selon Nunberg, Sag et Wasow (1994 : 492), « la conventionnalité est une relation au sein d'une régularité linguistique, une situation d'utilisation et une population qui a implicitement accepté de se conformer à cette régularité par préférence pour l'uniformité générale²⁰. » Pour cette caractéristique, une des fonctions des dictionnaires est de fournir des locutions conventionnelles. Comme l'explique Jackson dans son livre *Lexicography* (2002 : 6) : « les expressions idiomatiques, typiquement métaphoriques ou figuratives, ont des structures diverses qui vont d'un syntagme nominal à une phrase entière. Les expressions idiomatiques ont deux caractéristiques essentielles : leur signification est plus que le sens de la somme de leurs parties, généralement figuratives ; et elles ont une structure relativement fixe.²¹ »

Puisqu'une partie de nos données provient d'un dictionnaire du français et d'un dictionnaire du mandarin, nous adoptons les dictionnaires comme un critère de la conventionnalité. Les

²⁰ Nunberg, Sag & Wasow (1994 : 492) : « Conventionality a relation among a linguistic regularity, a Situation of use, and a population that has implicitly agreed to conform to that regularity in that Situation out of preference for general uniformity. »

²¹ Jackson (2002 : 6) : « ...[I]dioms are typically metaphorical or figurative in meaning, which have a range of structures from phrase up to whole sentence. An idiom has two essential characteristics: its meaning is more than the meaning of the sum of its parts, and usually figurative; and it has a relatively fixed structure. »

expressions métaphoriques récupérées des dictionnaires, ainsi que celles provenant des questionnaires et qui font référence aux expressions conventionnelles, sont également considérées comme *conventionnelles*. Par ailleurs, les métaphores qui sont créées par les locuteurs qui n'ont pas de correspondances dictionnaires, sont comptées comme *nouvelles*.

Outre la conventionnalité, la familiarité d'une métaphore influence également sa compréhension. En voici la distinction :

« La familiarité est une propriété d'une expression entière. Une métaphore ou une comparaison familière implique un appariement particulier entre le domaine source et le domaine cible qui a déjà été rencontré. En revanche, la conventionnalité est déterminée par le domaine source d'une expression : les métaphores et les comparaisons conventionnelles contiennent des domaines sources qui sont devenus polysémiques en raison d'un usage figuratif répété et cohérent. Pour cela, une expression figurative conventionnelle peut être familière ou non-familière selon que si le domaine cible a été apparié avec le domaine source (Bowdle & Gentner, 2005 : 204)²². »

L'étude de Blasko et Connine (1993) démontre également la distinction entre la familiarité et la conventionnalité. En demandant aux locuteurs d'interpréter des métaphores, ils ont conclu que l'accès au sens figuratifs est aussi rapide que celui au sens littéraux pour les métaphores familières, mais pas pour les métaphores non-familières.

Par ces études empiriques, nous voyons que la forme linguistique, la conventionnalité, et la familiarité, l'aptitude, et la fréquence jouent toutes un rôle pour la pertinence et la compréhension des expressions figuratives. Bien que la présente recherche ne soit pas basée sur une méthodologie expérimentale de la compréhension des métaphores, ces éléments constitutifs pourraient attribuer un sens à l'utilisation des métaphores données par les locuteurs.

1.2.2 Métaphore et réalité

La métaphore est un mécanisme essentiel de notre cognition, en même temps, elle est aussi importante pour révéler la réalité sociale. Proposée par Lakoff and Johnson (1980 : 157, notre traduction), une des fonctions de la métaphore est de « définir la réalité à travers un réseau

²² Bowdle & Gentner, 2005 : 204 : « Familiarity is a property of an entire expression, and a familiar metaphor or simile involves a particular target - base pairing that has been encountered before. Conventionality, in contrast, is determined primarily by the base term of an expression: Conventional metaphors and similes contain base terms that have become polysemous because of repeated and consistent figurative use. Because of this, conventional figurative expressions can be either familiar or unfamiliar, depending on the target term that has been paired with the base. »

cohérent d'*implications* (*entailments*) qui mettent en lumière certaines caractéristiques de la réalité et permettent d'en cacher d'autres »²³. Ce point de vue a reçu le soutien de Chilton (1996 : 74, notre traduction) : « les métaphores peuvent contribuer à une situation où elles privilégient une compréhension de la réalité par rapport aux autres »²⁴.

À cet égard, la métaphore n'est pas exclusivement un sujet de sémantique, mais elle est également un sujet de pragmatique (Levinson, 1983 ; Morgan, 1979 ; Searle, 1985). Comme l'intention des locuteurs joue un rôle important pour comprendre les métaphores, identifier l'évaluation et le système émotionnel des locuteurs est central pour révéler l'acte de langage (Austin, 1962 ; Searle, 1969) et l'utilisation de la métaphore (Charteris-Black, 2004 ; Hunston & Thompson, 2000).

C'est pourquoi, il est nécessaire d'analyser des métaphores dans le discours afin de les replacer dans un contexte réel, comme le suggère Charteris-Black (2004 : 9, notre traduction) :

« L'approche cognitive sémantique doit également être complétée par une analyse des facteurs pragmatiques car les métaphores sont toujours utilisées dans un contexte de communication spécifique qui détermine leur rôle. Par conséquent, leurs caractéristiques cognitives ne peuvent pas être traitées indépendamment de leur fonction persuasive dans le discours »²⁵.

C'est dans ce contexte que la méthode d'*analyse critique des métaphores* (*critical metaphor analysis*, ci-après *CMA*), une approche interdisciplinaire qui incorpore la linguistique cognitive et d'autres disciplines des sciences humaines telles que la sociologie, la politique et l'histoire, a été développée (Charteris-Black, 2004), ce qui permet d'analyser l'idéologie cachée sous l'utilisation des métaphores. Cette méthode intègre la théorie de métaphore conceptuelle, la théorie d'analyse du discours critique (*Critical discourse analysis*, *CDA* : Fairclough, 1992 ; Fairclough & Wodak, 1997 ; Van Dijk, 1997 ; Wodak, 2001), et la linguistique de corpus.

L'idéologie, selon Van Dijk (1998, 2001), concerne une forme de cognition ou un système de croyances partagées dans un groupe. Elle est définie comme « le fondement des

²³ Lakoff & Johnson (1980 : 157) : « Metaphors play an important role in the construction of social and political reality through a coherent network of entailments that highlight some features of reality and hide others. »

²⁴ Chilton (1996: 74) : « Metaphors can contribute to a situation where they privilege one understanding of reality over others. »

²⁵ Charteris-Black (2004 : 9) : « Cognitive semantic approach also needs to be complemented with an analysis of pragmatic factors as metaphors are always used within a specific communication context that governs their role. Therefore, their cognitive characteristics cannot be treated in isolation from their persuasive function in discourse. »

représentations partagées par les membres d'un groupe » (Van Dijk, 1998 : 8). Plus précisément, des idéologies permettent aux membres d'un groupe de déterminer ce qui est bon ou mauvais, ce qui est bien ou mal, et de réagir en conséquence.

Grâce à son interdisciplinarité, l'approche de la CMA est largement adoptée pour étudier la représentation de nombreux sujets sociaux dans le discours politique provenant des médias et dans le discours politique citoyen, comme par exemple les migrants (Arcimaviciene, 2019 ; Arcimaviciene & Baglama, 2018 ; Baider & Kopytowska, 2017 ; Charteris-Black, 2006 ; Hart, 2011 ; Musolff, 2011, 2012, 2015 ; O'Brien, 2003 ; Salahshour, 2016 ; Santa Ana, 1999, 2002 ; Van Dijk, 2000), la maladie (Chiang & Duann, 2007 ; Joye, 2010 ; Magaña & Matlock, 2018 ; Semino, Demjén & Demmen, 2018 ; Sontag, 1989 ; Wallis & Nerlich, 2005 ; Washer, 2004), les homosexuels (Baider, 2018 ; Nilsen, 1996), la perception citoyenne du fédéralisme, (Perrez, 2019 ; Perrez & Reuchamps, 2015), ou encore les relations internationales (Chilton & Ilyin, 1993 ; Musolff, 2000 ; Drulák, 2006).

Prenons comme exemple des métaphores en rapport avec les migrants et les réfugiés. En examinant ces métaphores, la notion de l'opposition binaire LE SOI et L'AUTRE est mise en évidence. Ces études montrent que des migrants ou des réfugiés sont abordés métaphoriquement de manière déshumanisée, en ayant recours à des images d'animaux, d'objets, de marchandises, de phénomènes naturels, ou des images liées au crime, ou au terrorisme (Arcimaviciene, 2019 ; Arcimaviciene & Baglama, 2018 ; Baider & Kopytowska, 2017 ; Charteris-Black, 2006 ; Hart, 2011 ; Musolff, 2011, 2012, 2015 ; O'Brien, 2003 ; Salahshour, 2016 ; Santa Ana, 1999, 2002). En leur ôtant leur humanité et leur agentivité en termes politiques et économiques, une frontière sociale est créée en délégitimant ce qui est « eux » et en légitimant un « nous ».

La construction impliquant LE SOI et L'AUTRE peut être également attestée différemment selon des orientations politiques divergentes (Charteris-Black, 2006, 2011 ; Chilton, 1994 ; Musolff, 2016 ; Van Dijk, 1993). Par exemple, le travail de Chiang et Duann (2007) analyse la métaphore conceptuelle LA MALADIE C'EST LA GUERRE (DISEASE IS WAR) liée au SRAS dans trois grands journaux à Taïwan et en Chine dont les positions politiques divergent. Bien que les trois journaux utilisent cette même métaphore de guerre, le choix de l'ennemi contre qui « nous » luttons est différent d'après l'idéologie respective de chaque journal. Celui favorable à l'indépendance de Taïwan souligne l'origine chinoise du virus et indique qu'il faut lutter non seulement contre cette maladie mais aussi contre les tentations d'annexion de ce voisin. L'autre journal taïwanais, tendant à défendre une identité nationaliste chinoise, ne conteste pas la source du SRAS mais met en cause l'incapacité du parti au pouvoir (auquel il s'oppose)

et met en avant la guerre contre la maladie. Le troisième journal, considéré comme un « porte-parole » du Parti communiste chinois en Chine, soutient le point de vue du gouvernement qui dirige le peuple dans la lutte contre cette pneumonie atypique. Il convient de signaler que le sujet du SRAS est en fin de compte un sujet relevant dans ces cas-là plus souvent du domaine politique que du domaine médical.

Puisque la métaphore est une façon de créer un sens cognitif et affectif, étudier la métaphore en adoptant une approche critique nous permet d'identifier la motivation qui entraîne le choix et l'utilisation de telles ou telles métaphores et de mettre en question la manière conventionnelle dont nous pensons et ressentons les divers comportements humains et notre relation à la langue (Charteris-Black, 2004 : 251-252). Par ailleurs, nous constatons que l'opposition binaire LE SOI et L'AUTRE ressort régulièrement dans l'utilisation de métaphores dans les discours démagogiques. Cette dichotomie est également adoptée comme un instrument récurrent dans le sujet des métaphores du genre où les hommes sont conceptualisés comme LE SOI, et les femmes comme L'AUTRE.

Avant d'aborder la littérature sur ce sujet, tournons-nous à présent vers la dernière pierre angulaire de la métaphore, la fonction interculturelle.

1.2.3 Métaphore et culture

La relation entre la langue et la culture est étudiée assidûment dans la linguistique et l'anthropologie depuis l'hypothèse de Sapir-Whorf (Gumperz & Levinson, 1991 ; Sapir, 1949, 1985 ; Slobin, 2003 ; Whorf, 1956 ; Wolff & Holmes, 2011). La version radicale suggère que la façon dont on perçoit le monde est déterminée complètement par les catégories lexicales et grammaticales. Selon la version modérée, il existe une corrélation entre la vision du monde et la langue de ses locuteurs. Peu importe la version soutenue, les chercheurs s'accordent à dire unanimement que le langage joue véritablement un rôle sur la représentation mentale des humains. De plus, il est incontestable que le lexique d'une langue reflète les aspects importants de la vie des membres d'une société qui sont soulignés de façon correspondante par le vocabulaire et la syntaxe. Ces recherches englobent des sujets comme la catégorisation des couleurs (Biggam, 2012 ; Franklin, Pilling & Davies, 2005 ; Özgen & Davies 1998, 2002 ; Regier & Kay, 2009 ; Roberson et al., 2005), de l'espace et du temps (Boroditsky, 2001 ; Hendricks & Boroditsky, 2017 ; Pérez & Tavits, 2017 ; Radden, 2003), des procès spatiaux de localisation et de déplacement (*motion events*) (Athanasopoulos & Bylund, 2013 ; Arslangul, 2015 ; Gennari et al., 2002 ; Slobin, 2005 ; Tai, 2003 ; Talmy, 1991, 2000), etc.

Métaphore interculturelle

Comme la métaphore est un outil important qui reflète nos visions cognitives, elle est considérée comme instrument important pour comprendre les similarités et les divergences inter-linguistique. Certaines métaphores apparaissent universellement ou quasi universellement et se basent sur des expériences communes du corps humain. Ce qui est appelé *embodiment*, par Gibbs (2005 :1), qui consiste à « comprendre le rôle du corps d'un agent dans la vie quotidienne, d'un point de vue cognitif »²⁶.

Ces métaphores, appelées « métaphores primaires » (*primary metaphors*) par Grady (1997a), proviennent de la corrélation entre une expérience subjective et une expérience physique, comme par exemple le lien entre la colère et la chaleur (ANGER IS HEAT : Gibbs et al., 1997 ; Kövecses, 2003, 2005, 2010b ; Lakoff & Johnson, 1980 ; Lakoff & Kövecses, 1987 ; Yu, 1995, 1998), entre la connaissance et la lumière (KNOWING IS SEEING : Gibbs, 1992 ; Johnson, 1999 ; Sullivan, 2006, Vidali, 2010), et entre la quantité et la verticalité (MORE IS UP : Grady, 1999 ; Lakoff, 1993 ; Lakoff & Johnson, 1980).

Selon Grady (1997a, 1999), des métaphores primaires (e.g., LOGICAL ORGANIZATION IS PHYSICAL STRUCTURE) peuvent être composées de façon à obtenir une structure plus grande, c'est-à-dire des métaphores complexes (*complex metaphors*, e.g., THEORIES ARE BUILDINGS). Les premières ont tendance à être universelles « car elles sont motivées par des corrélations qui sont si fondamentales et inévitables qu'elles ne varient pas d'une culture à une autre » (Grady, 2005 : 1600, notre traduction).

Bien qu'il existe des métaphores inter-linguistiques comparables grâce à des expériences corporelles communes, les contextes culturels jouent également un rôle essentiel sur l'utilisation des métaphores.

Les émotions sont un des thèmes les plus étudiés dans l'analyse des similarités et les divergences interculturelles. Puisque les humains partagent les mêmes réactions physiologiques en éprouvant une émotion, la façon dont ces expériences sont conceptualisées par le biais des métaphores intrigue les chercheurs. Par exemple, la métaphore primaire LA COLÈRE EST LA CHALEUR (ANGER IS HEAT) est attestée dans plusieurs langues, comme en anglais (Kövecses, 1995, 2003, 2010b ; Lakoff & Johnson, 1980 ; Lakoff & Kövecses, 1987), en mandarin (Yu, 1995, 1998), en japonais (Matsuki, 1995), en hongrois (Kövecses, 1995), en persan (Mashak, Pazhakh & Hayati, 2012), et en arabe tunisien (Maalej, 2004), et est donc suggérée comme quasi-universelle (Kövecses, 2010b). Cette universalité est associée à des

²⁶ Gibbs (2005 : 1) : « understanding the role of an agent's own body in its everyday, situated cognition ».

effets somatiques chez la personne en colère : la température corporelle, la fréquence cardiaque et la tension artérielle augmentent (Ekman, Levenson & Friesen, 1983), ce qui mènent à des expressions métaphoriques qui comparent la colère à la chaleur, et le corps à un contenant qui subit une pression.

Cependant, la conceptualisation de la même métaphore liée à l'*embodiment* dépend des contextes, qui pourrait se caractériser selon la situation physique, sociale, culturelle, et discursive (Kövecses, 2005 : 204) amenant à des interprétations diverses.

Une autre version de la métaphore ANGER IS HEAT en anglais est allouée au liquide, faisant ANGER IS THE HEAT OF A FLUID IN A CONTAINER (e.g. *You make my blood boil*, exemple de Lakoff & Kövecses, 1987 : 195). Contrairement à la version du liquide, la chaleur de la colère a recours au gaz en mandarin, apportant une autre interprétation ANGER IS THE HOT GAS IN A CONTAINER (Yu, 1995). Puisque la notion du gaz (*qi*) est liée à la philosophie et à la médecine chinoise, cela conduit à cette métaphore culturellement spécifique.

Métaphore intraculturelle

Comme le montrent les résultats fructueux d'abondantes études sociolinguistiques, l'utilisation du langage varie selon le sexe, l'âge, la classe sociale, la région, le niveau d'éducation, l'appartenance ethnique, et ainsi de suite (Chambers, 1995 ; Eckert, 2000 ; Guy, 1988 ; Labov, 1990 ; Mesthrie, 2011 ; Saillard, 2000 ; Wardhaugh, 2011 ; Wodak & Gertraud, 2017). Bien qu'il n'y ait pas encore de recherches systématiques sur la variation intra-langue des métaphores, il semble que les variations sociales entraînent des phénomènes langagiers spécifiques. Comme suggéré par Kövecses (2005 : 209), « les métaphores varient non seulement inter-culturellement mais aussi intraculturellement. Cette variation peut se produire dans plusieurs dimensions, notamment les dimensions sociale, régionale, ethnique, de style, sous-culturelle, diachronique et individuelle²⁷. » Cet auteur donne un exemple pour montrer comment la dimension sociale peut varier selon le genre des locuteurs et comment elle diffère en fonction de la façon dont les hommes parlent des femmes, de la façon dont les femmes parlent des hommes, et de la façon dont les deux sexes parlent du monde en général.

Tout en gardant l'importance de la métaphore interculturelle et intraculturelle à l'esprit, nous pensons qu'une étude qui porte sur les métaphores interculturelles du genre nous permettra d'éclairer de mettre les questions suivantes :

²⁷ Kövecses (2005 : 209) : ...[M]etaphors vary not only cross-culturally but also within cultures. This variation can occur along a number of dimensions including the social, regional, ethnic, style, subcultural, diachronic, and individual dimensions.

1. Comment les noms dont les références sont, soit animées (animaux, plantes), soit inanimées (objets, paysage), sont-ils apparentés aux caractéristiques féminines ou masculines ? (e.g. comment un lapin ou une montagne sont-ils perçus (sémantiquement) comme masculin ou féminin ?)
2. Quelles sont les caractéristiques saillants qui sont soulignées chez les deux sexes à l'aide des métaphores ?
3. En fonction de la dimension sociale, les locuteurs des deux sexes conceptualisent-ils différemment leur propre sexe et le sexe opposé au travers de métaphores ?

Dans cette optique, les études sur la métaphore du genre mettent en valeur non seulement la cognition des humains, mais sont aussi positivement en lien avec les études de langue et de genre. En outre, une telle étude interculturelle nous permet également de nous concentrer sur la question du genre dans des sociétés différentes.

Tournons-nous à présent vers une présentation des études sur les métaphores de genre.

1.3 Métaphore de genre

Suite à ce raisonnement concernant le genre et la langue, nous constatons que la métaphore elle aussi, peut servir à véhiculer et à reproduire l'idéologie fondée sur la dominance masculine (Altman, 1990 ; Kittay, 1988 ; Rudman & Mescher, 2012).

Les domaines les plus utilisés pour représenter les femmes sont ceux des ANIMAUX et des OBJETS, et concernent tous les deux la déshumanisation (Rudman & Mescher, 2012) : la nature et l'expérience humaine des femmes sont niées, leur agentivité et leurs compétences sont également rejetées. De plus, les caractéristiques des femmes sont animalisées ou réduites à de pures fonctions.

Morris et Goldenberg (2015) démontrent que même si l'animalisation et l'objectification des femmes impliquent toutes les deux la déshumanisation, la première est plus régulièrement associée à la sexualité des femmes, tandis que la seconde insiste plus fréquemment sur la beauté de celles-ci.

Puisque la nature et la quantité des métaphores ANIMAUX et OBJETS ne sont pas identiques, nous les introduisons séparément.

1.3.1 LES HUMAINS SONT DES ANIMAUX

Les animaux sont depuis toujours un domaine très sollicité pour évoquer métaphoriquement des caractéristiques et des comportements des humains dans chaque langue. Leur présence

dans des proverbes et des expressions apparaît universelle. Comme Kövecses (1997, 2010a) le suggère, beaucoup des comportements humains sont métaphoriquement compris en termes de ceux des animaux. Sous le cadre de la linguistique cognitive, de nombreuses études (Fontecha et Catalán, 2003 ; Dalbera, 2006 ; Talebinejad & Dastjerdi, 2005 ; Haslam, Loughnan & Sun, 2011 ; Hsieh, 2004 ; Kiełtyka & Kleparski, 2005b ; Rakusan, 2004), unilingues ou interlinguistiques, sur la métaphore d'animaux posent cette question : comment les termes associés aux animaux sont métaphorisés, et comment ils peuvent nous aider à comprendre quelles métaphores conceptuelles sont universelles et comment d'autres sont culturellement spécifiques ?

Comme nous le présentons plus haut, le modèle culturel METAPHORE DE LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE et LE GÉNÉRIQUE EST SPÉCIFIQUE (Lakoff & Turner, 1989) offrent une explication de comment nous comprenons des comportements et des caractéristiques des humains par ceux et celles des animaux. Avant d'aborder la métaphore LES FEMMES SONT DES ANIMAUX, examinons-en une plus générique : LES GENS SONT DES ANIMAUX (PEOPLE ARE ANIMALS).

Selon Kövecses (2010a : 125), afin de comprendre les comportements des humains par l'intermédiaire de ceux des animaux, les animaux sont tout d'abord personnifiés : « les humains attribuent des caractéristiques humaines aux animaux puis réappliquent ces caractéristiques aux humains²⁸ ».

Pour élucider la connotation associée aux métaphores d'animaux, le modèle LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE (*Great Chain Metaphor*) de Lakoff et Turner (1989) nous permet de comprendre les attributs d'un niveau par ceux d'un autre.

Les métaphores LES HUMAINS SONT DES ANIMAUX (PEOPLE ARE ANIMALS) et LE COMPORTEMENT HUMAIN EST UN COMPORTEMENT ANIMAL (HUMAN BEHAVIOR IS ANIMAL BEHAVIOR) concernent l'indésirabilité (objectionability et undesirability) que peuvent comporter au moins celles-ci selon Kövecses (1997, 2010a), ainsi que quelques expressions linguistiques les illustrent :

LES HUMAINS SONT DES ANIMAUX (HUMANS ARE ANIMALS)

Achilles is a lion. (Lakoff & Turner, 1989 : 198). (« Achille est un lion » lorsque les gens courageux sont comparés aux lions)

²⁸ Kövecses (2010a : 125) : « Humans attributed human characteristics to animals and then reapplied these characteristics to humans. »

He is a complete *pig* to women in his life. (Kövecses, 1997 : 36). (« C'est un porc avec les femmes dans sa vie quotidienne » où *un porc* représente un homme dont l'attitude morale envers les femmes suscite un profond dégoût.)

LE COMPORTEMENT PROBLÉMATIQUE HUMAIN EST UN COMPORTEMENT ANIMAL
(OBJECTIONABLE HUMAN BEHAVIOR IS ANIMAL BEHAVIOR)

This is a research site. Not the best place for a couple of boys to be *horsing around* (Kövecses, 1997 : 35). (« Ceci est un site de recherche. Pas le meilleur endroit pour deux de garçons pour *faire des âneries* », signifiant qu'il ne faut faire des bêtises ou être bruyant dans cet endroit.)

LES GENS INDÉSIRABLES SONT DES ANIMAUX (OBJECTIONABLE PEOPLE ARE ANIMALS)

That man was a *brute*, he spent the little he earned on drink (Kövecses, 1997 : 36). (« Cet homme était *une brute*, il dépensait le peu qu'il gagnait en alcool », où *brute* décrit une action sans modération.)

LES CHOSES DIFFICILES À MANIPULER SONT DES CHIENS (DIFFICULT-TO-HANDLE THINGS ARE DOGS)

It's going to be a *bitch* to replace him (Kövecses, 1997 : 35). (« Cela sera *une chienne* pour le remplacer » où *une chienne* représente la nature difficile pour manipuler.)

LES FEMMES SEXUELLEMENT ATTRACTIVES SONT DES CHATONS (SEXUALLY ATTRACTIVE WOMEN ARE KITTENS)

...French *sex kitten* Brigitte Bardot (Kövecses, 1997 : 35). (*un chaton* figure une femme sexy)

Par ailleurs, on a souvent eu recours à des instincts animaux pour dénoter les émotions et les désirs humains, notamment la colère et la luxure :

LA COLÈRE EST UN COMPORTEMENT ANIMAL (ANGER IS ANIMAL BEHAVIOR, Gibbs, 1997)

LES PASSIONS SONT DES BÊTES A L'INTÉRIEUR DE NOUS (PASSIONS ARE BEASTS INSIDE US, Lakoff & Kövecses, 1987)

UNE PERSONNE LUBRIQUE EST UN ANIMAL (A LUSTFUL PERSON IS AN ANIMAL, Lakoff, 1987)

LA LUXURE EST UN COMPORTEMENT ANIMAL (LUST IS ANIMAL BEHAVIOR/WILDNESS, Csábi, 1999 ; Kövecses, 2003)

LE CONTRÔLE D'UNE FORCE IMPRÉVISIBLE OU INDÉSIRABLE EST LE CONTRÔLE D'UN CHEVAL PAR LE CAVALIER (CONTROL OF AN INPREDICTABLE/UNDESIRABLE FORCE IS A RIDER'S CONTROL OF A HORSE, MacArthur, 2005)

Puisque les humains sont considérés comme pouvant se contrôler, l'impulsion incontrôlable est par conséquent conceptualisée comme animale. Comparer les caractéristiques animales (besoins et instincts biologiques) aux humains, implique une dégradation de l'humanité (pensée, raisonnement, amour). C'est pourquoi des métaphores d'animaux sont souvent utilisées pour déprécier des groupes minoritaires comme les homosexuels, les migrants et les femmes, considérés comme L'AUTRE par le groupe dominant qui s'identifie comme LE SOI (Arcimaviciene, 2019 ; Arcimaviciene & Baglama, 2018 ; Baider, 2018 ; Charteris-Black, 2006 ; Hart, 2011 ; Musolff, 2011, 2012, 2015 ; Nilsen, 1996 ; O'Brien, 2003 ; Salahshour, 2016 ; Santa Ana, 2002 ; Van Dijk, 2000).

Dans la langue française, Pierre Guiraud a été l'un des pionniers dans la recherche de la métaphorisation des femmes. Comme il travaille sur le symbole de la relation sexuelle homme-femme, il suggère que « le rôle de la sexualité dans le système de l'injure est donc purement métaphorique. Dans une culture où la relation sexuelle (homme-femme) est un symbole de l'action et de la volonté de puissance, toute défaillance ou inversion de l'activité sexuelle métaphorise une défaillance de l'activité de la puissance » (1978a : 105).

À cet égard, la structure grammaticale ainsi que le vocabulaire représentent à l'unanimité cette relation : les rapports sexuels sont exprimés par des verbes transitifs, et d'un sujet-agent masculin sur un objet-patient féminin.

Dans son œuvre *Dictionnaire érotique* (1978b), il démontre la richesse des mots associés à la sexualité : 1500 mots pour désigner le « coït », 600 pour le « pénis », autant pour le vagin et le reste à l'avenant (1978a : 109). Guiraud a récapitulé comment le pénis et le vagin sont associés aux objets selon leurs emblèmes (idem : 111) : « le pénis est régulièrement représenté comme un instrument (instrument artisanal tel que *bâton, manche, cognée* ; instrument de musique comme *pipeau, pine* ; instrument militaire à l'exemple de *pique, flèche, poignard*, etc.), tandis que le vagin est un creux : instrument creux (*pot, sac, étui*, etc.) ; un creux naturel (*fente, brèche, fosse*, etc.), ou une pièce (*réduit, cabinet, forteresse*) ».

En outre, Guiraud a également attesté que les femmes sont liées aux animaux d'une manière péjorative (idem, 127). Par exemple, une femme réputée pour leur lascivité sont désignées comme une *chienne*, une *truie*, ou une *guenon* ; une *poule* représente une femme *pondeuse*, et d'autres mots liés aux gallinacés, *caille, pintade, cocote*, sont typiquement appliqués aux femmes.

Par la suite, nous abordons des recherches sur des métaphores des femmes en nous fondant sur la Théorie des Métaphores Conceptuelles.

1.3.2 LES FEMMES SONT DES ANIMAUX

En se fondant sur le cadre théorique de Lakoff et Johnson (1980), Hines (1999) a étudié les termes d'animaux adressés aux femmes dans la littérature. Elle montre la métaphore des FEMMES FATALES (WOMEN AS FEMME FATALE), mettant en lumière le fait que les femmes sont souvent conceptualisées comme des créatures irréelles, fabuleuses, séduisantes ou destructrices (e.g. *siren, wildcat, vixen*). Un autre de ses travaux démasque la métaphore LA FEMME DÉSIRÉE EST UN ANIMAL DE PETITE TAILLE (DESIRED WOMAN AS SMALL ANIMAL. e.g. *alley cat, doe, bird*), (Hines, 1996). Ces animaux chassés ou possédés évoquent particulièrement non seulement le désir sexuel mais aussi le contrôle des hommes. En outre, cette métaphore montre également une iconicité entre des traits phonétiques et des caractéristiques sémantiques d'après ces termes dépréciatifs.

Nilsen (1996) est l'une des premières études à avoir demandé aux participants (environ 100 étudiants à l'université, dont les deux tiers étaient de sexe féminin et un tiers de sexe masculin) d'associer 20 noms d'animaux aux humains afin d'examiner comment ces noms sont liés spécifiquement à un certain genre et quelles sont leurs caractéristiques associées. Les résultats montrent les stéréotypes genrés connotés par les noms d'animaux en anglais comme la taille, la force, et l'intelligence. Néanmoins, cette étude ne précise pas les différentes perspectives des locuteurs et des locutrices.

Le travail de James (1998) pose la question suivante : comment les femmes et les hommes (90 femmes et 35 hommes à l'université) utilisent-ils différemment 15 termes dépréciatifs en anglais (y compris des insultes non-métaphoriques et métaphoriques) ? En premier lieu, l'auteur démontre l'usage d'*images idéales* construites pour les deux sexes en attestant l'utilisation d'insultes envers ceux qui ne correspondent pas aux attentes de la société. En deuxième lieu, elle remarque que les femmes acceptent la création des définitions de la masculinité et de la féminité d'un point de vue androcentrique, mais elles résistent aussi par la création de termes négatifs adressés aux hommes.

Baider et Gesuato (2003) testent la validité inter-linguistique des conclusions de Hines sur les métaphores anglaises des animaux. Ces études montrent que des métaphores comparables sont également disponibles en français et en italien. Ces métaphores se concentrent sur le désir physique et le dénigrement sexuel des femmes, de plus l'aspect trivial est montré dans ces deux langues.

La même année, Fontecha et Catalán (2003) présentent une analyse cognitive contrastive de dérogation sémantique en examinant les métaphores des femmes et des hommes en anglais et

en espagnol. Ils ont constaté que, même si les mêmes métaphores d'animaux des deux sexes sont présentes en anglais (*fox/vixen* et *bull/cow*) et en espagnol (*zorro/zorra* et *toro/vaca*), les significations métaphoriques des termes des femmes véhiculent des connotations et des stéréotypes plus négatifs que ceux véhiculés dans les métaphores des hommes.

Un autre travail sur les métaphores des femmes en anglais et en espagnol est mené par López Rodríguez (2009). Elle étudie comment les femmes sont conceptualisées en termes d'usage comme animaux de compagnie, animaux de ferme, et animaux sauvages. Ces métaphores renforcent les caractéristiques stéréotypées des femmes qui sont considérées comme désirables pour les hommes, telles que la jeunesse, la beauté et la sveltesse, et indiquent le besoin des hommes de conquête, de domestication et de contrôle étroit.

Kieltyka (2005) présente l'histoire sémantique et le développement des métaphores de trois catégories qui sont destinées aux êtres féminins en se basant sur les sources des dictionnaires : les canidés (e.g. *bitch*, *puppy*, *minx*), les félins (e.g. *cat*, *pussy*, *gib*) et les équidés (e.g. *jade*, *nag*, *mule*). L'auteur conclut que les comportements sexuels des femmes sont le thème principal quand on les compare aux animaux. De plus, leur laideur et leur âge sont également des domaines qui subissent une attention négative.

En plus des données recueillies dans la littérature et des dictionnaires, la presse fournit un contexte d'utilisation des métaphores des femmes. López Rodríguez (2007) effectue une analyse diachronique sur la métaphore FEMME EN TANT QUE POULET (WOMEN AS CHICKEN) en adaptant les données du magazine féminin *Cosmopolitan*. L'auteure montre qu'il existe un décalage entre le sens apparent et le sens profond. D'un côté, ces expressions sont utilisées par les adolescentes afin d'exprimer leur identité sociale ; d'un autre côté, l'association entre les femmes et l'expression *chicken* réside dans des attributs négatifs qui correspondent aux valeurs patriarcales comme « petite, dépendante, faible, têtue, pas intelligente, bavarde », qui pond des œufs et offre leur viande pour l'utilité des humains.

En outre, la métaphore LES FEMMES SONT DES ANIMAUX est associée à une autre qui concerne leurs chasseurs. L'article de Maestre (2015) discute les métaphores de l'amour et du désir où les hommes sont conceptualisés comme des chasseurs et les femmes comme des proies en analysant les données de sources diverses, y compris la littérature et des magazines féminins. L'auteure signale qu'utiliser les métaphores L'AMOUR EST UNE CHASSE (LOVE IS A HUNT) et LE DÉSIR SEXUEL EST UNE CHASSE (SEXUAL DESIRE IS A HUNT), construit et renforce les idéologies genrées disant que les femmes sont plus faibles et qu'elles deviendront les proies des hommes. De plus, certaines expressions pourraient jouer un rôle de normalisation

de la violence sexuelle sur les femmes, en valorisant la chasse masculine comme positive et ramenant les femmes au statut de proies sexuelles dont on peut jouir.

Le travail de Rudman et Mescher (2012) fait écho à ce point de vue en utilisant un test d'association implicite sur deux formes de déshumanisation : comparer les femmes aux animaux et aux objets. Le résultat montre que les hommes qui associent automatiquement les femmes aux animaux ou aux objets ont plus tendance à justifier des agressions et le harcèlement sexuel.

L'étude de Tipler et Ruscher (2019) montre également que l'utilisation des métaphores influence notre attitude en testant deux types des métaphores animales s'adressant aux femmes : LES FEMMES SONT DES PRÉDATRICES (WOMEN ARE PREDATORS) et LES FEMMES SONT DES PROIES (WOMEN ARE PREYS). Le premier type comprend des animaux sauvages tels que *cougar*, *vixen* et *tiger*, tandis que le second concerne des animaux de compagnie et des animaux de ferme comme *bunny* et *mules*. En se basant sur la théorie du sexisme ambivalent développée par Glick et Fiske (1996, 1997), les auteures supposent qu'en lisant des articles où des métaphores de type différent sont intégrées, des locuteurs développeront un degré différent de *sexisme hostile*²⁹ (*hostile sexism*) par rapport au *sexisme bienveillant*³⁰ (*benevolent sexism*). Les résultats signalent effectivement que les participants (locuteurs et locutrices) exposés à des métaphores de prédatrices montrent plus d'accord avec le sexisme hostile que ceux qui sont exposés à des métaphores de proies. Bien que ce travail ne montre pas d'impact en fonction du genre des participants, les auteurs supposent une possibilité que le genre pourrait avoir un effet sur l'utilisation des métaphores, dans la mesure où les hommes sont plus susceptibles que les femmes d'approuver des attitudes hostiles envers les femmes.

Silaški (2013) examine les métaphores LES FEMMES SONT DES ANIMAUX en Serbie en prenant le sexe des participants en considération. Vingt noms d'animaux ont été sélectionnés, y

²⁹ *Le sexisme hostile* a besoin de peu d'explication : il s'agit de « l'hostilité envers les femmes (i.e., affect hostile et stéréotypes négatifs) et l'approbation des rôles traditionnels de genre (i.e., restreindre la conduite des femmes pour correspondre aux prescriptions de la société et confiner les femmes à des rôles accordant moins de statut et de pouvoir que ceux des hommes). » (Glick et Fiske, 1997 : 119).

« Definitions of sexism generally emphasize two components: hostility toward women (i.e., hostile affect and negative stereotypes) and the endorsement of traditional gender roles (i.e., restricting women's conduct to fit societal prescriptions and confining women to roles according less status and power than those of men). »

³⁰ Définition du *sexisme bienveillant* (Glick & Fiske, 1996 : 491, traduction de l'auteure) : « Nous définissons *le sexisme bienveillant* comme un ensemble d'attitudes interdépendantes envers les femmes qui sont sexistes en termes de perception des femmes de manière stéréotypée et dans des rôles restreints, mais qui ont un ton subjectif positif (pour le perceuteur) et qui ont également tendance à susciter des comportements généralement classés comme prosociaux (par exemple, aider les femmes) ou recherche d'intimité. »

« We define benevolent sexism as a set of interrelated attitudes toward women that are sexist in terms of viewing women stereotypically and in restricted roles but that are subjectively positive in feeling tone (for the perceiver) and also tend to elicit behaviors typically categorized as prosocial (e.g., helping) or intimacy seeking. »

compris des animaux domestiques et sauvages, afin de savoir lesquels sont associés positivement ou péjorativement aux caractéristiques psychologiques et physiques des femmes. De plus, l'auteure formule l'hypothèse que des locuteurs de sexes différents signaleront des attitudes différentes par rapport à l'utilisation de ces métaphores : les locuteurs de sexe masculin ont montré un niveau plus élevé de dérogation sémantique au regard des locutrices, en se basant sur la prémisse que des expressions métaphoriques d'animaux ont été créées par les hommes et sont utilisées, à l'origine, pour leur propre bénéfice.

Les résultats montrent que même si la plupart des noms sont utilisés négativement par les deux sexes une fois associés aux femmes, les connotations présentes à l'esprit les deux sexes peuvent être différentes. Par exemple, selon le point de vue masculin, *tigrice* « tigresse » représente les femmes sexy et lubriques, alors que pour les locutrices, cela implique une femme fatale, belle et dangereuse, parfois vaniteuse. Par ailleurs, les locutrices n'utilisent aucun de ces noms d'animaux pour seulement dénoter positivement des caractéristiques entre elles, alors que les locuteurs masculins les utilisent plus souvent d'une façon positive pour désigner leurs homologues, particulièrement la beauté et l'attraction³¹. L'auteure infère que même si les métaphores animales portent une valeur androcentrique, les femmes ont tendance à suivre et à intérioriser ces principes, ce qui conserve et reproduit la norme masculine dans la société serbe.

Cette étude (Silaški, 2013) est une des premières à tenir compte du sexe des locuteurs pour ce qui concerne l'utilisation des métaphores du genre. Même si l'échelle est petite et homogène (30 femmes et 30 hommes à l'université), le résultat diversement appliqué par des locuteurs et des locutrices à des expressions genrées est une source d'inspiration pour notre étude sociolinguistique.

En se fondant sur ce travail effectué en Serbie, Kilyeni et Silaški (2014) effectuent une autre étude en incluant la langue roumaine. La méthodologie est identique à la précédente : 30 noms d'animaux ont été choisis et les locuteurs de sexe masculin ainsi que féminin ont dû lier ces noms aux femmes et donner des caractéristiques correspondantes. L'analyse met l'accent sur la comparaison interculturelle de l'utilisation des métaphores entre ces deux langues. En outre, les auteures essayent également d'intégrer la perspective des participants mâles et femelles sur l'emploi de ces expressions métaphoriques. Le résultat montre que dans les deux langues, même si les femmes subissent plus de dérogation sémantique, les locutrices sont encore plus critiques envers les femmes. Cela indique qu'elles associent plus fréquemment

³¹ Les caractéristiques qui sont classées comme « positives » dans l'article de Silaški (2013) concernent en effet la sexualité et la séduction des femmes, qui ne sont pas considérées comme positives dans cette présente étude.

des noms d'animaux aux femmes de manière péjorative que ne le font des locuteurs masculins. Enfin, les locutrices roumaines sont encore plus critiques que les locutrices serbes.

Ces études impliquent deux choses. Premièrement, dans deux langues et deux cultures différentes, les mêmes noms d'animaux impliquent des associations différentes. Cela apparaît de façon notoire dans une étude interculturelle comme le souligne López Rodríguez (2009 : 94, notre traduction)³² : « les métaphores d'animaux n'ont pas seulement une base cognitive mais elles sont également motivées par la culture, c'est-à-dire qu'elles reflètent les attitudes et les croyances d'une communauté spécifique envers certains animaux, et cela varie donc dans chaque culture, dans le temps et dans l'espace. » Deuxièmement, les locuteurs de sexes différents peuvent développer des attitudes diverses envers les mêmes noms d'animaux destinés aux femmes.

1.3.3 LES FEMMES SONT DES OBJETS

La deuxième manière de déshumaniser les femmes consiste à les comparer à des objets ou des marchandises. Sans avoir la capacité de se déplacer et de se reproduire comme les animaux (ce qui les lierait aux caractéristiques chassées et sexualisées), la métaphore LES FEMMES SONT DES OBJETS retire l'agentivité des femmes et a recours à leur apparence, et surtout à leur beauté (Morris & Goldenberg, 2015). De plus, elles sont réduites à des objets connotés sexuellement avec une insistance sur la marchandisation et la mise à disposition de celles-ci.

Bratić et Stamatović (2017) examinent la métaphore LES FEMMES SONT DES VOITURES (WOMEN ARE CARS) à l'aide des données recueillies en ligne dans les Balkans (bosniaque / croate / monténégrin / serbe). Sous cette métaphore, les hommes sont considérés comme propriétaires et les femmes comme marchandises qui peuvent être achetées ou vendues. Par ailleurs, les parties du corps des femmes sont également comparées à des pièces de voitures. Par exemple, les seins des femmes sont décrits comme des parechocs avant, et leurs fesses comme des parechocs arrière. Cette métaphore conceptuelle révèle la place inférieure et subordonnée des femmes par rapport aux hommes, et particulièrement la marchandisation des premières. L'objectivisation du corps des femmes est fréquemment utilisée dans les médias (Brunetière, 2002 ; Goffman, 1979), car la nature métaphorique n'est pas seulement verbale, mais aussi picturale (Forceville, 1996).

Velasco-Sacristán et Fuertes-Olivera (2006) examinent les métaphores du genre dans les publicités en anglais d'un point de vue cognitif-pragmatique en combinant l'analyse critique

³² López Rodríguez (2009:94) « [A]nimal metaphors not only have a cognitive basis, but are also culturally motivated, that is, they reflect the attitudes and beliefs held by a particular community towards certain animal species, and, therefore, may vary from culture to culture, in time and space. »

du discours. Une métaphore récurrente dans les publicités est identifiée : UNE FEMME EST UN OBJET SEXUEL TEMPÉRÉE PAR LES HOMMES (A WOMAN IS A SEXUAL OBJECT WHICH IS APPEASED BY MEN). En révélant l'idéologie sous-jacente, ces métaphores verbo-picturales renforcent les stéréotypes des caractéristiques ou de la relation entre les deux sexes.

Mensah et Nkamigbo (2016) étudient les métaphores concernant le sexe dans la langue parlée par des jeunes au Nigéria. Les organes sexuels et le corps féminin sont conceptualisés en objets à l'aide de métaphores d'image, les parties du corps tels que la taille, les fesses et le corps lui-même sont également représentés métonymiquement comme l'organe sexuel féminin.

Le domaine de la NOURRITURE est généralement analysé dans le cadre du domaine OBJETS, alors qu'il s'agit d'une autre métaphore conceptuelle L'ACTE SEXUELLE EST MANGER. Avec les expériences gustatives telles que l'appétit et la satisfaction (DESIRE IS HUNGER : Lakoff, 1987 ; Gibbs, Lima & Francozo, 2004), la façon dont on savoure les aliments et l'agent (celui qui mange), fait ressortir que la métaphore LES FEMMES SONT DE LA NOURRITURE est plus sexualisée que celles utilisant seulement des objets.

1.3.4 LES FEMMES SONT DE LA NOURRITURE

Les recherches de Hines (1994, 2000) sont pionnières et révèlent que les femmes sont comparées aux desserts en anglais, ce qui encode les positions idéologiques dominées par les hommes dans la société anglophone occidentale. La métaphore LES FEMMES SONT DES DESSERTS est basée sur ces notions plus élémentaires : LES HUMAINS SONT DES OBJETS, et LES FEMMES SONT SUCRÉES. De plus, le processus ATTEINDRE UN OBJET DESIRÉ est comparé à PRENDRE QUELQUE CHOSE À MANGER. Dans cette métaphore, les hommes intègrent leur rôle d'agent en tant que mangeurs, et réduisent les femmes à être un objet de désir en impliquant leur impuissance et procurabilité.

Cette métaphore est associée à une autre métaphore plus active : L'ACTE SEXUEL EST MANGER (Kövesces, 2006). Comme le suggèrent Ger, Belk et Askegaard, (1996), la notion du « désir apéritif » est apparentée aux désirs du sexe, à la faim et aux addictions. Pour cela, certaines expressions linguistiques liées à la nourriture et au sexe sont interchangeables.

Fernández (2008) analyse les euphémismes et les dysphémismes liés au sexe en anglais. L'auteur mentionne que l'association particulière entre les domaines de l'acte sexuel et de la nourriture donne aux locuteurs une manière alternative de parler d'un sujet sexuel considéré comme un tabou et en facilite l'atténuation sexuelle.

Baider (2004) a montré dans ses travaux en français que les parties du corps féminin sont fréquemment comparées à la nourriture, la tête de la femme peut être comparée à une *poire*, à une *pomme* et à une *fraise* par exemple (*Tu la ramènes moins ta fraise ?*). En outre, les concepts du domaine aliment sont particulièrement utilisés pour se référer au corps féminin : une jolie fille *est appétissante, bonne ; on en mangerait* (Idem : 194). Pour décrire les seins des femmes on a recours aux formes alimentaires pleines tels que *des mandarines, des framboises, des pommes, des œufs au plat*.

Une étude comparative (López Rodríguez, 2008) sur la métaphore LES FEMMES SONT DES DESSERTS est effectuée en anglais et en espagnol à l'aide de données récoltées dans les journaux et les magazines. Tout d'abord, l'auteure explique l'association entre les femmes et la nourriture à travers des trajectoires biologiques, historiques et anthropologiques, suivie d'une analyse montrant les réseaux métaphoriques dans les deux langues où ils partagent la ressemblance : la désirabilité sexuelle des femmes est le sujet essentiel.

Ces résultats concernant LES FEMMES SONT DES DESSERTS sont également attestés en mandarin. L'étude de Li (2012) montre que les objets sucrés, notamment des fruits et des desserts, sont des images parlantes pour décrire les parties du corps de la femme (櫻桃小嘴 « petite bouche cerise »), et les termes désignant l'appétit sont employés pour évoquer le désir sexuel des hommes (秀色可餐 « cette femme a l'air si bonne qu'on en mangerait »).

Tsang (2009) examine les métaphores liées au sexe dans les journaux chinois à Hong Kong. Dans ses données concernant L'ACTE SEXUEL EST MANGER, on constate que les agents qui cherchent à manger sont principalement masculins (un homme célibataire cherche à rencontrer une fille, un homme marié cherche une liaison) pendant que les femmes sont comparées aux objets consommables.

Makoni (2015) analyse les métaphores décrivant l'organe génital féminin en Afrique du Sud en demandant aux participants de fournir des noms à y associer. Le résultat montre que la catégorie NOURRITURE représente la métaphore la plus importante (47%) parmi tous les noms fournis par les participants. En outre, à la différence de la représentation métaphorique dans les langues indo-européennes, des expressions concernant la viande jouent un rôle prépondérant, représentant plus d'une moitié (56%) des métaphores alimentaires, suivie de la métaphore des desserts et des fruits. Cela atteste d'une spécificité culturelle à l'Afrique du Sud où la viande est l'aliment indispensable valorisé traditionnellement.

Bien que le sexe des participants ne soit pas pris en considération dans cette étude, l'auteur fait une analyse préliminaire sur la différence d'utilisation par les locuteurs et locutrices.

Premièrement, il n'y a pas de distinction entre les choix de mots fournis par les femmes et les hommes. Cela montre que les femmes intériorisent et rendent inconsciemment raisonnables les termes s'adressant à elles et reproduisent la valeur hégémonique menée par les hommes. Deuxièmement, malgré l'utilisation homogène des termes, les locutrices développent des nouvelles interprétations sur ces mots, représentant une réappropriation des significations négatives. Par exemple, certaines locutrices associent la métaphore de la nourriture à la force cachée des femmes pour soutenir la vie, alors que les locuteurs masculins lient principalement cette métaphore de la nourriture à leur désir et à la faiblesse des femmes.

En reprenant la remarque de l'étude de Silaški (2013), les femmes donnent des interprétations plus négatives sur les termes qui décrivent les femmes que ne le font les hommes en serbe, mais le travail de Makoni (2015) montre au contraire que les femmes effectuent une réappropriation sur des mots dont les implications sont péjoratives. Bien que ces deux recherches dévoilent deux directions différentes, elles affirment que le sexe des locuteurs peut effectivement jouer un rôle pour les métaphores genrées.

Conclusion de la revue des métaphores de genre

Dans la littérature, les femmes sont plus régulièrement conceptualisées en tant qu'animaux ou objets que ne le sont les hommes. Cependant, ces deux métaphores conceptuelles ne sont pas nécessairement séparées nettement. Une femme peut être considérée comme un animal de ferme ou du gibier, ce qui souligne sa fonction sexuelle et reproductrice, ou sa passivité dans une relation amoureuse (être chassée). Par la suite, cet animal chassé ou acheté devient un aliment posé sur la table, dont l'agentivité a été retirée. En même temps, l'objet de la métaphore n'est plus la fonction de cet animal, mais la dégustation de cet aliment, lié à la métaphore du désir et du sexe. En outre, les parties du corps sont également comparées aux mêmes domaines sources (ANIMAUX, OBJETS), notamment en se fondant sur la ressemblance d'image.

Le point commun parmi ces utilisations réside dans le fait que les femmes sont regardées comme L'AUTRE d'un point de vue du SOI des hommes, qui créent et imposent leurs valeurs représentées par la langue.

1.4 Lacunes dans la recherche précédente

En dépit de la richesse de la littérature, trois lacunes subsistent. Premièrement, peu d'études sur la métaphore de genre ont été effectuées, sauf sur les langues indo-européennes, dans lesquelles la métaphore LES FEMMES SONT DES ANIMAUX a été principalement découverte.

Deuxièmement, les sources de données des études précédentes proviennent essentiellement des dictionnaires, qui se limitent à refléter des valeurs actuelles et qui n'ont pas de perspectives ouvertes, c'est-à-dire qu'elles se limitent à celles de leurs auteurs qui sont principalement des hommes. D'un autre côté, certaines recherches effectuent un sondage en intégrant la perspective du sexe, alors que les chercheurs ont présélectionné certains termes ou domaines (Cameron, 1998 ; Nilsen, 1996 ; Silaški, 2013 ; Kilyeni & Silaški 2015). Cela permet de connaître l'utilisation de ces métaphores par les locuteurs mais, nous sommes limités aux métaphores qui sont découvertes et choisies par les chercheurs : existe-il d'autres comparaisons métaphoriques ?

Troisièmement, les langues ciblées dans les études inter-langues et interculturelles sont principalement des langues relativement proches, notamment indo-européennes, comme la comparaison entre l'anglais et l'espagnol (López Rodríguez, 2009), entre l'anglais, le français et l'italien (Baidar & Gesuato, 2004), et entre des langues balkaniques (Bratić & Stamatović, 2017). Par conséquent, la similarité repérée ne représente pas totalement l'universalité.

Pour combler ces lacunes, notre étude sera consacrée à trouver les métaphores de genre au sein de deux langues historiquement éloignées, le français et le mandarin, en adoptant deux sources de données, dictionnaire et questionnaire, avec une comparaison interculturelle entre l'occident et l'orient. Le chapitre suivant introduit la méthodologie et le recueil des données.

CHAPITRE 2 : RECUEIL DES DONNÉES

Cette section présente les deux sources que nous avons utilisées pour collecter les données de notre étude : le dictionnaire et le questionnaire. Nous rappelons que nous nous référons au français parlé en France métropolitaine et au mandarin parlé à Taïwan, puisque les sources de nos données, qu'il s'agisse des dictionnaires ou des locuteurs en sont originaires.

2.1 Données des dictionnaires

Nous avons sélectionné les dictionnaires comme documents de recherche pour deux raisons qui sont liées l'une à l'autre : l'une d'ordre sémantique, l'autre sociologique.

En premier lieu, le travail sur les dictionnaires consiste à créer des entrées et à fournir des définitions qui sont conformes aux valeurs actuelles. Selon Mortureux (1997), « définir un mot, c'est donc le mettre en équivalence avec une suite d'autres mots censés dire la même chose que lui, c'est à dire produire du sens lexical. » De plus, « l'objet-lexique du dictionnaire est formé de milliers de stéréotypes au sens large. » (Dotoli, 2008 : 131) Dans un deuxième temps, ces entrées et définitions changent dans le temps au fil de l'évolution de la société où les dictionnaires sont établis et où les exemples sont trouvés, comme souligné Yaguello (1978 : 165) :

« Le dictionnaire est une création idéologique. Il reflète la société et l'idéologie dominante. En tant qu'autorité indiscutable, en tant qu'outil culturel, le dictionnaire joue un rôle de fixation et de conservation, non seulement de la langue mais aussi des mentalités et de l'idéologie. »

Prenons un cas mis en avant par cette auteure (Idem : 167). En 1940, le Larousse donne pour *homme* : « 1) être mâle, 2) représentant de l'espèce » alors qu'il définissait le mot *femme* : comme « 1) compagne de l'homme, et 2) épouse : celle qui est ou qui a été mariée ». L'édition de 1976 fait un net progrès sur la définition de *femme* : « 1) être humain de sexe féminin, 2) épouse : celle qui est ou a été mariée ». A cette époque-là, la définition du lexème *femme* ne faisait pas d'elle un être indépendant de l'homme et la référence au statut marital était prépondérante.

Dans cette optique, les exemples donnés pour chaque mot fournissent des contextes d'utilisation selon le temps situé. Comme suggéré par Cusin-Berche (2003 : 18) : « le sémantisme d'un vocable n'est en effet accessible qu'en contexte ; ce n'est qu'au regard de

l'insertion du mot dans une phrase que l'on peut envisager par exemple qu'un lexème tel que 'femme' a deux valeurs ou deux acceptions. »

Dans un autre cas extrait du *Dictionnaire mandarin chinois Révisé* le terme 破鞋 *poxie*, signifie littéralement « chaussures cassées ». Il s'agit d'une injure métaphorique à l'adresse d'une prostituée ou d'une femme ayant une vie sexuelle jugée immorale. Dans la version de 1998, la définition et l'exemple de *poxie* étaient :

俗指私娼或亂搞不正當男女關係的女人。如：「北平的破鞋全聚集在八大胡同裡。」 « Se dit des prostituées ou des femmes qui ont une relation immorale avec des hommes. Exemple : *Toutes les poxie sont rassemblées dans le quartier Bada Hutong à Beiping.* »

Dans la version révisée de 2015, ce dictionnaire a subi une modification complète. Selon les auteurs : « Cette version a ajouté des éléments contemporains de façon pragmatique, et tient compte des connaissances techniques, et des valeurs sociales afin de représenter la réalité générale et la conscience actuelle (par exemple, concernant des sujets tels que l'égalité entre les sexes, les groupes ethniques, les droits de l'homme) ».

L'entrée *poxie* selon cette version est la suivante :

俗指私娼或比喻男女關係複雜的女人，貶義詞。如：「固然她的男女關係較為複雜，逕自喊人家破鞋也是不合宜的。」

« Se dit des prostituées ou des femmes qui ont des relations immorales avec des hommes, un terme péjoratif. Exemple : Même si sa relation avec les hommes est compliquée, il n'est pas approprié de l'appeler *poxie*. »

En indiquant que c'est un terme péjoratif et en ajoutant un jugement de valeur dans l'exemple, les éditeurs du dictionnaire prennent en compte que l'égalité des sexes progresse dans la société taïwanaise contemporaine. Le dictionnaire est donc utile pour compléter les fonctions sémantiques et sociales selon l'époque étudiée.

Pour construire notre corpus avec des données conventionnelles, nous avons besoin d'un dictionnaire dans chaque langue. En français, nous avons choisi *Le Trésor de la Langue Française Informatisé* (TLFi), et en mandarin, le *Dictionnaire Mandarin Chinois Révisé* (DMR)³³.

³³ La nouvelle édition de ce dictionnaire date de 2015, sa précédente édition date de 1994. Cette version a modifié 5000 entrées en rapport avec les sujets des droits de l'homme, de l'égalité des sexes pour adapter ses valeurs à la société contemporaine.

2.1.1 En français

Nous présentons d'abord les raisons du choix du dictionnaire, le TLFi, puis les étapes de recherche et l'identification des métaphores.

2.1.1.1 Choix du dictionnaire

Dans un premier temps, nous avons effectué un choix parmi trois dictionnaires importants accessibles en ligne. Le Larousse et le Robert représentent les deux dictionnaires les plus utilisés en France (70% et 20% respectivement³⁴), le TLFi, quant à lui, est édité par un établissement de recherche publique, le Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS).

Pour faire notre choix nous avons comparé différents mots et la façon dont ils étaient traités dans chacun des dictionnaires. Prenons par exemple le mot *biche* qui est une métaphore déjà identifiée pour décrire les femmes (Baider & Gesuato, 2003 ; Michard, 2002 ; Yaguello, 1978). Les résultats de cette première recherche (pour la partie des définitions qui concernent les femmes) sont présentés ci-dessous :

Dictionnaire ³⁵	Les résultats de recherche
Larousse	Vieux. Femme entretenue. Fam. Ma biche , terme d'affection adressé à une femme.
Grand Robert	(1837). Fig., fam. Terme d'affection envers une femme, une petite fille. → Bibiche, bichette. Ma petite biche, ma biche.
TLFi	<p>2. Domaine hum.</p> <p>a) [En parlant de parties du corps ou de la manière d'être d'une femme] <i>Avoir un cou, des yeux de biche ; à pas de biche ; être légère, timide, douce, vive comme une biche ; bondir, courir comme une biche ; s'élaner, se sauver comme une biche. Des yeux de biche, peureux et tendres (supra ex. 1).</i></p> <p>b) Fam. Terme d'affection adressé à une femme, à une jeune fille. <i>Ma belle, ma chère, ma pauvre, ma petite biche :</i></p> <p>3. — Mais tu n'es pas raisonnable, ma biche. Est-ce à trente-sept ans, fraîche et jolie comme tu l'es, que tu peux aller t'enfermer à Chinon? (BALZAC, <i>César Birotteau</i>, 1837, p. 21)</p> <p>— Arg., vieilli. Femme entretenue. <i>Avoir l'air (de) biche. La biche est une apprentie lorette</i> (H. FRANCE, <i>Dict.-journal</i>, 1907) :</p> <p>4. À trois pas de moi, dans ma chapelle, une jeune femme, mantelet noir, robe à queue (...) et l'air assez biche, m'offrait un profil chiffonné sortant d'un gros chignon, et ratatiné par son odieux petit chapeau rond. (BARBEY D'AUREVILLY, <i>Memorandum pour l'A... B...</i>, 1864, p. 425)</p>

Tableau 1. Comparaison des définitions du terme *biche* dans les trois dictionnaires

³⁴ RENOUE, Fabien. Larousse loin devant Robert. *JDN Economie*. Récupéré de : <http://www.journaldunet.com/economie/face-a-face/larousse-robert/1-marche.shtml>

³⁵ Recherches effectuées en novembre 2016.

On constate donc que Le Larousse ne propose malheureusement que des définitions simples sans exemple. Or, les exemples sont essentiels pour replacer les mots dans leurs contextes.

De même, la nécessité d'effectuer des recherches avancées nous a conforté dans l'éviction du dictionnaire Larousse. En effet, une recherche des termes *homme* et *femme* ne renvoie dans ce dictionnaire qu'aux entrées *homme* et *femme*. Par conséquent, une recherche pour *homme* et *femme* ne renverra pas à l'entrée *biche, chat, lapin, coq* etc.

En ce qui nous concerne, il est nécessaire qu'une recherche des termes *homme* et *femme* renvoient à toutes les définitions où ces termes apparaissent.

Le Robert et le TLFi fournissent des définitions complètes et des exemples variés, mais le TLFi est, de plus, un dictionnaire historique fournissant l'étymologie des mots, ce qui nous permet de discerner certaines métaphores qui ne sont plus aisément compréhensibles de nos jours. Par exemple *salope*, sale + oiseau³⁶ est une métaphore animale visant à dévaloriser les femmes, même si la référence aux oiseaux n'est plus présente aujourd'hui. Ces qualités nous ont donc poussée à choisir le TLFi³⁷.

	TLFi	Le Grand Robert	Larousse
Gratuit en ligne	x		x
Recherche avancée	x	x	
Définitions détaillées	x	x	
Exemples variés	x	x	
Explications historiques	x		

Tableau 2. Caractéristiques des dictionnaires

2.1.1.2 Étapes de recherche

1. Recherche complexe dans le TLFi

Nous indiquons ici comment nous procédons à une recherche dans le TLFi. La figure ci-dessous reprend la page de recherche disponible sur le site de ce dictionnaire :

³⁶ L'exemple repris de Baider (2004 : 185).

³⁷ Ce dictionnaire contient 270000 définitions et 100000 mots avec leur histoire.

[Aide](#) [Recherche d'un mot](#) [Recherche assistée](#) [Recherche complexe](#) [Listes de mots](#) [Historique](#) [Préférences](#)

Recherche complexe : la manière la plus avancée d'interroger le TLF.

La pleine maîtrise du formulaire ci-dessous nécessite la lecture des documents : [Les recherches complexes](#), [Définition du contenu](#) et [Les types d'objets du TLF](#)

Commentaire facultatif

N° d'objet	Type de l'objet	Liens	Contenu
1	Définition	Inclus dans l'objet 2 Dépendant de l'objet 2	femme
2	Auteur d'exemple Code grammatical Construction	Inclus dans l'objet 1 Dépendant de l'objet 1	
3	Crochets Date d'exemple	Inclus dans l'objet 1 Dépendant de l'objet 1	
4	Définition Domaine général	Inclus dans l'objet 1 Dépendant de l'objet 1	
5	Domaine technique Entrée	Inclus dans l'objet 1 Dépendant de l'objet 1	
6	Entrée principale Entrée secondaire Exemple	Inclus dans l'objet 1 Dépendant de l'objet 1	
	Exemple détaché Exemple enchaîné Indicateur Langue empruntée Localisation d'exemple Mot vedette Paragraphe		

Remise à zéro Valider

Figure 1. La page de recherche du TLFi

Comme nous l'avons mentionné précédemment, la recherche complexe nous amène à examiner tous les mots dont un ou plusieurs sens sont liés aux femmes ou aux hommes. Nous avons tout d'abord défini quatre appellations générales pour les êtres féminins et masculins : *filles*, *femme*, *garçon*, *homme* que nous avons saisi dans la colonne *contenu*.

La colonne *Type de l'objet* permet de sélectionner les données englobant les quatre mots cibles qui nous intéressent. Ici, nous choisissons *définition*. Ainsi, les définitions qui contiennent les mots ciblés *filles*, *femme*, *garçon*, *homme*, apparaissent en résultat de recherche.

2. Résultats de recherche

Les résultats sont les suivants :

	Mots ciblés		Nombre d'occurrence
Féminin	femme	filles	Total
	1449	345	1794
Masculin	homme	garçon	Total
	2182	87	2269
Total	4063		

Tableau 3. Les résultats de la recherche des mots cibles dans le TLFi

La recherche du mot *femme* a renvoyé 1449 résultats et celle du mot *filles* 345, soit 1794 entrées. Leurs définitions comportent toutes des référents généraux des êtres féminins.

La recherche du mot *homme* a renvoyé 2182 résultats et celle du mot *garçon* 87, soit 2269 entrées. Leurs définitions comportent toutes des référents généraux des êtres masculins.

3. Identification des métaphores

Ces entrées ont été examinées une par une afin d'éliminer celles non-métaphoriques et d'identifier les métaphores.

Reprenons la définition des métaphores de Lakoff et Johnson (1980) : « L'application d'un domaine conceptuel A, le domaine source, sur un domaine conceptuel B, le domaine cible ».

Le but est d'identifier les métaphores et leurs domaines conceptuels sources. Par exemple, l'entrée **AIGLON, ONNE** se définit comme « Petit de **l'aigle** *Argot*. **Femme** laide et sans goût, **fil**le de rien. » La définition mentionne la cible (le domaine FEMME) et l'entrée *aiglon* (le domaine source ANIMAL) dont les caractéristiques sont transférées au domaine FEMME. Nous avons alors identifié cette métaphore et enregistré son domaine source comme étant ANIMAUX.

Un problème que nous avons rencontré durant l'identification des métaphores est la polysémie des mots *homme* et *femme* : le terme *homme* est défini comme « l'espèce humaine » et « un individu mâle », alors que le mot *femme* a comme sens « l'épouse de l'homme » et « un être féminin ».

Afin de résoudre ce problème, nous nous fondons sur la méthode d'analyse des métaphores critiques (*critical metaphor analysis*), proposée par Charteris-Black (2004), selon laquelle il existe deux étapes permettant l'identification des métaphores. Premièrement, elle demande une lecture attentive d'un échantillon de textes dans le but d'identifier des métaphores candidates qui portent souvent un sens métaphorique. Deuxièmement, une analyse qualitative sera examinée dans les contextes du corpus afin de décider si chaque usage d'un mot-clé est métaphorique ou littéral.

Avec cette méthode, nous examinons donc les contextes des exemples fournis dans le dictionnaire et si besoin, l'opinion de locuteurs français est demandée. Cette analyse qualitative nous permet de déterminer les métaphores concernant effectivement les deux sexes.

Dans les exemples contextualisés, les cooccurrences des mots ciblés jouent un rôle important. Par exemple, quand *homme* porte le sens de « l'espèce humaine », il est plus probablement en collocation avec *le Dieu* ou *les animaux*, qui sont également présents dans la hiérarchie de LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE (GREAT CHAIN OF BEING, Lakoff & Turner, 1989 ; Kiełtyka, & Kleparski, 2005a). Alors que si le sens est bien « un adulte de sexe masculin », ses collocations sont plus souvent liées avec *jeune* (e.g. *Jeune homme élégant, qui vit dans le luxe et l'oisiveté*), ou *femme* (e.g. *Homme sensuel, qui fait la cour aux femmes*).

Après l'identification des métaphores, celles qui apparaissent plus d'une fois pour les différents mots-clés (*femme/fille, homme/garçon*) ne sont pas prises en compte. Par exemple, l'entrée *biche* apparaît dans les résultats de *femme* et *fille* or nous ne l'avons répertoriée qu'une fois pour l'analyse (i.e, BICHE – Terme d'affection adressé à une **femme**, à une jeune **fil**le).

4. Classification des métaphores

Ensuite, nous avons rassemblé toutes les entrées selon leurs domaines sources, et nous avons défini les métaphores des femmes et des filles comme étant les métaphores des FEMMES. Nous avons adopté la même logique pour les hommes et les garçons sous l'appellation HOMMES. La distribution de leurs domaines sources et leurs analyses seront présentées dans la partie 2.

2.1.2. En mandarin

Cette partie est analogue à celle du français. Les raisons de la sélection du *Dictionnaire Mandarin Chinois Révisé* sont introduites, suivies des étapes de recherche et d'identification des métaphores.

2.1.2.1 Choix de dictionnaire

*Le Dictionnaire Mandarin Chinois Révisé*³⁸ (DMR) du Ministère de l'Éducation de Taïwan a été choisi dans le but de consulter des métaphores conventionnelles en mandarin. Conçu par le Ministère de l'éducation, ce dictionnaire est le plus prestigieux et le plus utilisé à Taïwan.

Les mêmes critères que pour le TLFi ont été examinés : en premier lieu, le DMR permet des recherches complexes.

De plus, c'est un dictionnaire historique qui fournit des définitions détaillées avec des exemples modernes et historiques. Nous faisons une comparaison des caractéristiques entre le TLFi et le DMR dans Tableau 4 :

Caractéristiques	TLFi	DMR
Édité par un établissement de recherche publique	x	x
Gratuit en ligne	x	x
Recherche avancée	x	x
Définitions détaillées	x	x
Explications historiques	x	x
Des exemples variés	x	x

Tableau 4. Comparaison des caractéristiques entre le TLFi et le DMR

³⁸ La première édition de ce dictionnaire date de 1945. Après 1949, le gouvernement taïwanais a modifié la première édition entre 1976 et 1979. Cette version imprimée en 1981 a vu son contenu augmenter de 50%, englobant 123000 entrées, et héritant ainsi de son nom « révisé ». En 1994, la version informatisée a été mise en ligne et enrichie pour atteindre environ 160000 mots embrassant des sous-catégories comme des proverbes, des termes techniques ainsi que des mots d'emprunts. Entre 1994 et 2015, le dictionnaire a connu plusieurs modifications. La présente étude a adopté la version actuelle parue en 2015.

2.1.2.2 Étapes de recherche

Les étapes de recherche sont identiques à celles menées à partir du TLFi.

1. Recherche complexe

La figure ci-dessous montre la page de recherche du DMR et la traduction des colonnes.



Figure 1. La page de recherche du DMR

Dans le contenu de recherche, nous avons fait émerger trois appellations générales pour se référer aux deux sexes : 男 *nan*³⁹ « masculin », 女 *nü* « féminin », et 婦 *fu* « femme mariée ». 男 *nan* est à la fois un mot et un préfixe permettant de se référer aux hommes et aux individus masculins et 女 *nü* est son équivalent féminin. En les combinant avec d'autres suffixes/mots plus généraux « personne, individu, enfant » pour se référer aux individus, nous obtenons des *hommes*, des *femmes*, des *garçons*, et des *filles* :

M/F suffixe	男 <i>nan</i> « masculin »	女 <i>nü</i> « féminin »
人 <i>ren</i> « humain »	男 <i>nan</i> 人 <i>ren</i> masculin humain « les hommes »	女 <i>nü</i> 人 <i>ren</i> féminin humain « les femmes »
子 <i>zi</i> « individu, enfant »	男 <i>nan</i> 子 <i>zi</i> masculin individu « les hommes »	女 <i>nü</i> 子 <i>zi</i> féminin individu « les femmes »
孩 <i>hai</i> « enfant »	男 <i>nan</i> 孩 <i>hai</i> masculin enfant « les garçons »	女 <i>nü</i> 孩 <i>hai</i> féminin enfant « les filles »

Tableau 5. Combinaison des noms généraux « humains » et des mots cibles concernant les deux sexes dans le DMR

³⁹ Pinyin, système phonétique utilisé pour illustrer le son des caractères chinois.

Cependant, nous avons remarqué une catégorisation de certaines femmes exclues des possibilités de recherche : les femmes mariées. Cette précision se reflète dans la langue : un autre terme 婦 *fu* décrit les femmes mariées, alors que son équivalent masculin ne peut être trouvé.

婦 *fu* est souvent en collocation avec 女 *nü*. 婦女 *funü* représente les femmes en général, mais implique surtout les femmes mariées. Une variante de 婦女 *funü* est 婦人 *furen*, qui se compose de 婦 *fu* « femme mariée » et 人 *ren* « humain ». Par conséquent, les recherches par 男 et 女 ne sont pas suffisantes. Nous avons donc ajouté 婦 *fu* pour compléter les mots-clés de recherche.

Pour la catégorisation des entrées, nous sélectionnons 全部類型 « tout », ce qui nous permet d’englober toutes les données du dictionnaire (y compris des expressions idiomatiques, des emprunts, des termes techniques, etc.). Enfin, comme dans le TLFi, la colonne *Type de l’objet* permet de sélectionner les données englobant les trois mots cibles 男, 女, 婦 qui nous intéressent. Ici, nous choisissons *définition*. Ainsi, les définitions qui contiennent ces mots ciblés apparaissent en résultat de recherche.

2. Résultats de recherche

Les résultats de recherche sont présentés dans le Tableau 6 :

Mots ciblés			Nombre d’occurrences
Féminin	女 <i>nü</i> « femme / féminin »	婦 <i>fu</i> « femme mariée »	Total
	9015	2993	12008
Masculin	男 <i>nan</i> « homme / masculin »		Total
	2147		2147
Total	14155		

Tableau 6. Résultats de la recherche des mots cibles dans le DRM

Nous obtenons 9015 résultats pour 女 *nü* « féminin / femme » et 2993 婦 *fu* « femme mariée », soit 12008 entrées pour les référents féminins.

La partie masculine renvoie à 2161 entrées pour 男 *nan* « masculin / homme ». Nous observons donc une grande dissymétrie quantitative entre les deux sexes. Les termes désignant les femmes sont beaucoup plus nombreux que ceux décrivant les hommes.

3. Identification des métaphores

Comme nous l’avons fait avec le français, nous avons examiné ces entrées et leurs exemples attentivement pour trouver des liens sous-jacents entre deux domaines. Par exemple :

« 敗柳殘花：枯頹凋零的柳樹和花朵。比喻行為放蕩或受人蹂躪遺棄的婦女。 »

Saule pleureur battu fleur abîmée : Des saules et fleurs flétris, décrivant les femmes faciles ou des femmes maltraitées et abandonnées. »

Dans cet exemple, le saule et la fleur relèvent du domaine des PLANTES et sont une image pour décrire le domaine des FEMMES. L'adjectif *flétri* du domaine PLANTES est aussi employé métaphoriquement pour désigner les femmes avec certains attributs : faciles, maltraitées, et abandonnées. Cette entrée est donc identifiée à une métaphore. Un autre exemple d'une métaphore pour les hommes :

« 彪形大漢：形容身材高大，健壯如虎的男子。 »

Tigre forme grand type : décrit les hommes physiquement grands, forts comme des tigres. »

Le tigre du domaine ANIMAUX est utilisé pour décrire les hommes. Les attributs physiques des tigres, grand et fort, sont adoptés pour désigner la taille et la force des hommes. Cette entrée est notée comme une métaphore décrivant les hommes sous la rubrique ANIMAUX.

4. Classification des métaphores

Nous appliquons la même logique que dans la section dédiée au dictionnaire français.

Pour calculer les quantités, s'il s'agit d'expressions qui concernent deux domaines sources, telle que 如花似月 « comme-fleur-comme-lune/belle, belle », nous comptons une occurrence pour chaque domaine car nous considérons cette expression comme ayant deux métaphores conceptuelles, LES FEMMES SONT DES PLANTES et LES FEMMES SONT LA NATURE. Dans ce cas-là, le domaine PLANTES reçoit une occurrence grâce à *fleur*, et le domaine NATURE reçoit aussi une occurrence grâce à *lune*.

2.2 Données des questionnaires

Puisque les deux dictionnaires sélectionnés en tant que source première de données sont des dictionnaires historiques, certaines expressions ne représentent plus les utilisations actuelles. Dans ce contexte, les données recueillies grâce aux questionnaires administrés aux locuteurs représentent les perspectives récentes, complétant cette lacune de l'ancienneté.

A notre connaissance, il n'existe pas beaucoup d'études de métaphores du genre qui prennent les perspectives des locuteurs des deux sexes en considération. La majorité des données des études précédentes proviennent des dictionnaires, de la littérature, ou des magazines des médias (Baider, 2004 ; Guiraud, 1978a ; Hines, 1994, 1996, 1999 ; Kiełtyka, 2005 ; López

Rodríguez, 2008, 2009 ; Maestre, 2015 ; Tipler & Ruscher, 2019 ; Tsang, 2009 ; Velasco-Sacristán, 2006).

Le tableau ci-dessous récapitule les études qui fournissent une analyse selon les perspectives des deux sexes des participants (cf. chapitre 1.3 l'état de l'art des études de métaphores du genre pour une revue plus détaillée) :

Auteur(e)s	Langue	Participants	Méthode
Nilsen (1996)	anglaise	100 étudiants de l'université (2/3 d'étudiantes et 1/3 d'étudiants)	Leur demander d'associer 20 noms d'animaux aux humains et de faire des phrases avec ces noms
James (1998)	anglaise	90 étudiantes et 35 étudiants de l'université (18-30 ans)	Leur demander comment utiliser 15 termes d'insultes liés aux deux sexes
Silaški (2013)	serbe	30 étudiantes et 30 étudiants de l'université (21-23 ans)	Leur demander d'associer 20 noms d'animaux aux femmes
Kilyeni & Silaški (2015)	serbe et roumaine	30 étudiantes et 30 étudiants de l'université (21-23 ans)	Leur demander d'associer 20 noms d'animaux aux femmes
Makoni (2015)	sud-africaine	18 étudiantes et 32 étudiants de l'université (18-22 ans)	Leur demander de donner une liste de noms décrivant le sexe des femmes

Tableau 7. Études des métaphores du genre fournissant une analyse selon les perspectives des participants des deux sexes

A la lecture de ces études, nous remarquons qu'il existe trois lacunes par rapport à l'adoption de questionnaire.

Premièrement, les interlocuteurs interviewés sont homogènes : ils participent tous à ces études dans le cadre universitaire et ils sont tous âgés de 18 ans à 30 ans (Cameron, 1998 ; Kilyeni & Silaški 2015 ; Makoni, 2015 ; Nilsen, 1996 ; Silaški, 2013). Deuxièmement, les chercheurs ont présélectionné certains termes ou domaines sources (James, 1998 ; Kilyeni & Silaški 2015 ; Nilsen, 1996 ; Silaški, 2013), et ils ont demandé aux participants de les associer aux humains selon leurs caractéristiques. Cela nous permet de découvrir l'emploi de certaines métaphores selon des locuteurs et des locutrices mais nous sommes limitées à celles déjà explorées par les auteurs.

Malgré les limitations dues à l'homogénéité des locuteurs et la présélection des métaphores, ces études aboutissent à des résultats intéressants : les locuteurs de sexes différents adoptent des attitudes diverses concernant les mêmes métaphores. Les études de Kilyeni & Silaški (2015) et Silaški (2013) attestent que les femmes utilisent d'une manière plus négative les métaphores destinées aux femmes que ne le font les hommes, tandis que Nilsen (1996) et

Makoni (2015) dévoilent que les femmes réinterprètent les métaphores des femmes d'une nouvelle façon.

En gardant ces études fructueuses à l'esprit, l'utilisation des questionnaires dans cette étude a pour objectif de (1) rechercher les perspectives actuelles d'utilisations des métaphores auprès des sujets parlants, (2) de prendre en considération le sexe des locuteurs et de réduire leur homogénéité, et (3) d'explorer des métaphores du genre hors de celles conventionnelles.

Pour atteindre ces buts, le questionnaire a été construit en prenant en compte l'âge et le sexe des participants afin d'examiner comment les métaphores de genre varient selon le point de vue des utilisateurs en fonction du sexe, et d'avoir des participants d'âges divers offrant ainsi un panel plus varié que celui disponible dans le seul cadre universitaire.

Ces questionnaires ont été administrés à 240 locuteurs natifs du français et 240 locuteurs natifs du mandarin que nous avons classés selon quatre tranches d'âge : 20-29 ans, 30-39 ans, 40-49 ans, et 50-59 ans. Chaque tranche d'âge se compose de 30 femmes et de 30 hommes comme le montre le Tableau 8.

âge \ sexe	Femme		Homme		Total	
	français	mandarin	français	mandarin	français	mandarin
20-29	30	30	30	30	60	60
30-39	30	30	30	30	60	60
40-49	30	30	30	30	60	60
50-59	30	30	30	30	60	60
Sous-total	120	120	120	120	240	240
Total	240		240		480	

Tableau 8. Répartition des participants aux questionnaires

Puisque nous avons l'intention de découvrir toutes les métaphores possibles, nous ne présélectionnons ni les termes (tels que *tigresse*, *vache*) ni les domaines (tels qu'ANIMAUX).

Seules deux questions concernant les métadonnées sont proposées : le sexe et l'âge du sujet parlant. Puis, deux questions ouvertes sont présentées : donner trois noms pour décrire les hommes et trois noms pour décrire les femmes. Afin de faciliter l'association, une construction pour faire des comparaisons métaphoriques est fournie : « Les femmes sont comme... parce que... ». Pour confirmer les correspondances établies entre deux domaines et éviter des comparaisons au hasard, il est demandé aux participants de fournir les raisons de l'utilisation de chaque métaphore.

2.2.1 En mandarin

Le questionnaire de la version en mandarin a été effectué à Taïwan en 2012 dans le cadre du master de Li (2012) sous la direction de la professeure Wen-yu Chiang à l'Institut supérieur de linguistique, Université Nationale de Taïwan de Taïpei.

Voici les deux questions posées aux locuteurs taïwanais :

1. 請依你個人的意見，寫出三個形容女人的名詞，並解釋原因，原因越詳盡越好。(請使用此句型：「女人像...因為...」)

« Décrivez les femmes par trois noms communs, et expliquez les raisons autant que vous le pouvez. (Utilisez cette construction : Les femmes sont comme... parce que...) »

2. 請依你個人的意見，寫出三個形容男人的名詞，並解釋原因，原因越詳盡越好。(請使用此句型：「男人像...因為...」)

« Décrivez les hommes par trois noms communs, et expliquez les raisons autant que vous le pouvez. (Utilisez cette construction : Les hommes sont comme... parce que...) »

Comme nous l'avons mentionné plus haut, l'objectif des trois noms communs est d'explorer les domaines sources et ainsi d'en expliquer les raisons pour découvrir les motivations de ces métaphores.

La construction donnée entre parenthèses après les questions : « 女人/男人像...因為... » « les femmes/hommes sont comme... parce que... » vise à aider les locuteurs à produire des noms, des métaphores, et des motivations fondées sur ce syntagme.

Ces questions ont été testées sur un groupe de onze étudiants du séminaire *métaphore, cognition, et culture* (2012). Une fois validée l'aptitude de tous les participants à comprendre et à répondre aux questions, le questionnaire était prêt à être distribué.

Il a été diffusé d'abord par le réseau de l'auteure, administré par internet à l'aide de *Google form* ainsi que par des interviews réalisées dans les rues de Taïpei. Les participants n'ont pas été rémunérés.

2.2.2 En français

Parallèle à la partie en mandarin, les deux questions du questionnaire en français sont présentées comme ci-dessous :

1. Selon vous, décrivez les femmes par trois noms communs, et expliquez les raisons autant que vous le pouvez. (Les femmes sont comme... parce que...)

2. Selon vous, décrivez les hommes par trois noms communs, et expliquez les raisons autant que vous le pouvez. (Les hommes sont comme... parce que...)

Nous avons administré un questionnaire pilote auprès de 13 personnes pour examiner leurs réactions et opinions. Puis, le questionnaire quantitatif a été lancé, équivalent à la version en mandarin.

Diffusion du questionnaire

Le questionnaire a été réalisé en France, distribué en premier lieu sur les réseaux sociaux de l'auteure au travers de *Google form*, comme cela a été fait en mandarin. Après une année de diffusion et de relance, le retour était largement insuffisant.

Nous avons donc sollicité un institut de sondage⁴⁰, qui nous a proposé de diffuser le questionnaire selon les quotas croisés sexe et âge, ainsi que des quotas par région (UDA5) : Région Parisienne, Nord Est, Nord-Ouest, Sud-Ouest, et Sud-Est.

Au total, 60 participants recrutés par *Google form* et 180 personnes⁴¹ recrutées par l'institut de sondages constituent l'échantillon de cette étude. Cela a amélioré la représentativité du questionnaire du côté français.

2.3 Analyse des questionnaires

Les métaphores sont analysées en fonction de trois niveaux : catégorie des domaines sources, type des domaines sources, et caractéristiques des sources cibles.

2.3.1 Catégorie des domaines sources

La catégorie se réfère aux appartenances des domaines sources de chaque métaphore. Toutes les métaphores sont catégorisées selon leurs domaines sources. Les domaines adoptés dans les recherches précédentes sont réutilisés, comme ANIMAUX, PLANTES, OBJETS et NOURRITURE. Les métaphores qui ne peuvent pas être catégorisées par ces domaines conventionnels sont définies en adoptant une approche ascendante. Par exemple, il y a des métaphores convoquant des créatures mythiques, appartenant à des religions, à des mythologies ou encore à des contes, comme *des anges*, *des déesses*, *des fées*, etc. Il y a aussi des personnages de films ou de

⁴⁰ Nous avons sollicité Ipsos, une entreprise de sondages français et une société internationale de marketing d'opinion.

⁴¹ L'auteure a demandé que le questionnaire soit administré à un échantillon représentatif de 220 personnes. L'étude lancée par l'institut de sondage a été facturée 2 820 euros, payés par l'auteure. Parmi les retours des 220 participants, nous avons éliminé les réponses les plus invalides, comme les réponses vides ou au hasard.

bandes dessinées comme *Superman*, *Hulk*, et *Gollum*. Ces personnages ont des pouvoirs et des caractéristiques que les humains n'ont pas : le domaine SURNATUREL est donc créé par l'auteure pour pouvoir englober ces métaphores.

Nous avons de plus consulté des dictionnaires, une ressource lexicale sémantique et ontologique en français (Le WOLF⁴², Sagot & Fišer, 2008) et en mandarin (Chinese Wordnet, Huang et al., 2010), pour obtenir les connaissances ontologiques de chaque lexème et donc les catégoriser.

La définition et quelques exemples de chaque domaine sont présentés ci-dessous.

(1) SURNATUREL : des créatures surnaturelles ou mythiques qui ont des pouvoirs ou des caractéristiques que les humains ne possèdent pas. Ex : *déeses*, *Superman*, *Gollum* et *extraterrestre*.

(2) HUMAINS : les êtres humains, y compris les appellations de la parenté et les métiers. Ex : *maman*, *ami*, *frère*, *guerrière*.

(3) ANIMAUX : êtres vivants non végétaux et non humains. Ex : *lions*, *oiseaux*, *fourmis*, des *papillons*.

(4) PLANTES : êtres vivants multicellulaires du règne végétal. Ex : *fleurs*, *herbes*, *roseaux*.

(5) NATURE : deux sous-catégories sont créées. La première sous-catégorie VUE PANORAMIQUE comprend des éléments du paysage comme *rivière*, *montagne* ou des phénomènes naturels tels que *nuages*, *vent*, *saisons*, ainsi que les objets célestes visibles comme *soleil*, *lune* et *étoiles*. La deuxième sous-catégorie, SUBSTANCE, concerne des éléments comme *eau*, *métal*, *feu* et *bois*. Ces deux sous-catégories sont étroitement liées étant donné que les éléments de SUBSTANCE sont des composants du domaine VUE PANORAMIQUE, à l'exemple de la relation entre l'eau et la mer ainsi que celle entre le bois et l'arbre. Cependant, le domaine SUBSTANCE souligne plus les caractéristiques des matières (le bois est *dur* ; l'eau *n'a pas de forme*), alors que le domaine VUE PANORAMIQUE met plus l'accent sur la perception des humains de ces éléments naturels (la mer est vaste).

(6) NOURRITURE : ensemble des aliments comestibles. Ex : *chocolat*, *vin*, *mangues*.

(7) OBJETS : artefacts, produits de fabrication. Ex : *ordinateurs*, *vases*, *livres*.

(8) PARTIES DU CORPS : les parties du corps humain, des mouvements du corps ou des sécrétions corporelles. Ex : *tête*, *sourire*, *larmes*.

⁴² Le WOLF représente Wordnet Libre du Français.

(9) AUTRES : ceux qui ne peuvent pas être inclus dans les catégories précédentes. Ex : *musique, vecteur, énigme*.

2.3.2 Type des domaines sources

Les types se réfèrent aux *noms* que les locuteurs utilisent. Exemples : *fleur, mouton, lion, tigre, été, frère, montagne, couteau, bonbon*.

Pour étudier les données, nous adoptons le Modèle de Correspondance Conceptuel (*Conceptual Mapping Model*) proposé par Kathleen Ahrens (2010). Cette méthode permet d'analyser des correspondances linguistiques en fonction d'*entités, qualités, et fonctions*, qui peuvent faire correspondre respectivement des noms, des adjectifs, et des verbes à des catégories grammaticales car les motivations d'emploi des métaphores concernent non seulement notre système conceptuel mais également notre représentation de la grammaire et des lexiques. D'après ce modèle, les motivations d'utilisation des correspondances entre les domaines cibles et sources sont appelées « principe de correspondance » (*Mapping Principles*, idem).

Chaque type sera présenté par rapport à ses entités, qualités, et fonctions en posant ces questions :

- (1) Quelles entités le domaine source possède-t-il ?
- (2) Quelles qualités le domaine source ou les entités dans ce domaine source possèdent-ils ?
- (3a) Que fait le domaine source ?
- (3b) Que peut-on faire sur ou dans le domaine source ?

Dans les questions (1) et (2), les entités et les qualités possédées par un domaine source peuvent être classées sans difficulté. Cependant, répondre aux questions (3a) et (3b) n'est pas si facile, car on observe souvent un décalage de rôle syntaxique-sémantique pour les verbes. Prenons un exemple de MH en décrivant les hommes comme des enfants. Dans la motivation « ils ont besoin qu'on s'occupe d'eux », même si *les hommes* occupent le sujet syntaxiquement, le rôle sémantique des *hommes* est *patient*. Pour cela, distinguer les motivations d'utilisation selon leur catégorie grammaticale est insuffisant. Par conséquent, nous ajoutons davantage de rôles sémantiques à l'aide de FrameNet⁴³ (Baker, Fillmore, & Lowe, 1998 ; Fillmore, Johnson & Petruck, 2003) quand les motivations d'emploi de ces

⁴³ FrameNet est basée sur la théorie *frame semantics* (Fillmore, 2006) qui peut être considérée comme une structure conceptuelle décrivant un événement, une relation ou un objet avec des participants. Il révèle par exemple que la phrase « *John sold a car to Mary* » décrit essentiellement la même situation de base (*frame semantics*) que « *Mary bought a car from John* », mais d'une perspective différente.

métaphores concernent des verbes et que les rôles *agent* et *patient* ne suffisent pas pour l'analyse.

2.3.3 Caractéristiques des sources cibles

Les caractéristiques sont les raisons pour lesquelles les sujets produisent des métaphores. Nous en avons répertorié 1234 en français et 2380 en mandarin. Elles sont encore classées en trois catégories : caractéristiques physiques, personnalité, fonction ou rôle social.

(1) Caractéristiques physiques : ce qui concerne l'apparence ou des aspects biologiques comme la beauté, la voix, le pelage. Ex : *belle, grand, la voix aiguë*.

(2) Caractéristiques sociales : il s'agit des rôles, des fonctions ou des pouvoirs sociaux, tels que *devoir s'occuper de l'éducation des enfants, gagner de l'argent pour la famille, faire la cuisine, être socialement inférieur*.

(3) Caractéristiques psychologiques : des traits de la personnalité, comme *sensible, organisé, têtu, courageux*, etc.

Etant donné que les caractéristiques psychologiques représentent une majorité parmi les trois sous-catégories dans les deux langues (48% en français et 67% en mandarin), nous adaptons le Modèle des **Big Five** (*Big Five Personality Traits*) afin de nous permettre de les catégoriser et de les analyser.

Hypothèse lexicale

Nous présentons tout d'abord l'hypothèse lexicale (*Lexical Hypothesis*) qui est une fondation essentielle du modèle Big Five. Effectivement, son importance est déjà révélée par son titre étroitement basé sur la linguistique, une autre raison de l'intégrer dans la présente étude.

L'hypothèse lexicale est initialement proposée par le scientifique Francis Galton (1884), puis est développée par d'autres psychologues au fil du temps. Cette hypothèse affirme que les différences individuelles les plus importantes des humains finiront par être encodées en termes uniques dans certaines ou dans toutes les langues du monde (Allport & Odbert, 1937 ; Caprara & Cervone, 2000 ; Digman & Inouye, 1986 ; Norman, 1967). Par ailleurs, Galton était également une des premières personnes à utiliser un dictionnaire comme le moyen d'estimer le nombre de termes liés à la personnalité et d'examiner dans quelle mesure les termes partagent leur signification. La liste des termes associés à la personnalité a été complétée par les études empiriques (Allport & Odbert, 1937 ; Norman, 1967).

Le Modèle des Big Five

Après des décennies de travail, des études sur la psychologie de la personnalité ont accumulé des travaux reproductibles (Goldberg, 1993 ; Gosling, Rentfrow & Swann, 2003). Bien qu'il existe des versions diverses, un consensus sur ces cinq facteurs de la personnalité a été obtenu :

(1) Ouverture (O) : ce regroupement distingue les personnes imaginatives et créatives des personnes plus conventionnelles. Une personne ouverte apprécie plus l'art, les émotions, l'aventure et les idées peu communes ou nouvelles. Elle possède une grande curiosité et beaucoup d'imagination.

(2) Conscienciosité (C) : les personnes qui ont un haut degré de conscienciosité sont autodisciplinées, respectent les obligations, privilégient l'organisation plutôt que la spontanéité et sont orientées vers des buts.

(3) Extraversion (E) : Les extravertis sont perçus comme pleins d'énergie et enthousiastes, avec une tendance à chercher la stimulation et la compagnie des autres ou des émotions positives.

(4) Agréabilité (A) : Ce caractère concerne en général l'harmonie sociale. Les personnes agréables sont appréciées et s'entendent bien avec les autres. Elles sont généralement prévenantes, gentilles, généreuses, confiantes et dignes de confiance, serviables et prêtes à compromettre leurs intérêts pour les autres.

(5) Névrotisme (N) : Il s'agit de la tendance à ressentir des émotions négatives, telles que la colère, l'anxiété ou la dépression. Les personnes qui obtiennent un score élevé en névrotisme sont vulnérables au stress, et ont également tendance à être désinvoltes dans la façon dont elles expriment leurs émotions.

Comment analyser des données ?

Toutes les raisons d'utilisation des métaphores sont tout d'abord catégorisées selon les trois sous-catégories : physique, sociale, ou psychologique. Si elles appartiennent à la dernière, elles sont davantage classées en fonction des cinq traits centraux : Ouverture (O), Conscienciosité (C), Extraversion (E), Agréabilité (A) et Névrotisme (N). Il est à noter que chaque attribut peut se trouver à un degré haut (H) ou bas (B) dans chaque catégorie. Par exemple, « à l'écoute des autres » décrit une personne qui dispose d'un haut niveau d'Ouverture, nous marquons cette motivation comme Ouverture (O) plus haut (H). En

revanche, le trait « têtue » concerne également Ouverture mais d'un score bas, il est par conséquent noté comme (O) plus bas (B).

Multi-catégorisation

La multi-catégorisation d'une motivation est possible. Par exemple, un locuteur compare les femmes à un ordinateur car elles sont « capables de faire plusieurs choses à la fois, disponibles, à l'écoute des autres, endurantes, fortes face aux difficultés » : « à l'écoute des autres » appartient à l'Agréabilité et le reste à la Conscienciosité. Cette motivation apporte donc une occurrence à chacune de ces deux catégories d'attributs.

Enfin, nous illustrerons un cas d'analyse à l'aide d'un exemple dans le questionnaire :

« Les femmes sont comme de l'eau parce qu'elles sont douces, belles, et elles ont une flexibilité superbe pour s'adapter à tous les environnements. »

(1) Le premier niveau (appartenance des domaines sources : SUBSTANCE)

(2) Le deuxième niveau (type des domaines sources : l'eau)

(3) Le troisième niveau (caractéristiques des domaines cibles) :

belle → caractéristique physique

douce → caractéristique psychologique, Agréabilité (A) plus haut (H).

elle a une flexibilité superbe pour s'adapter à tous les environnements → caractéristique psychologique, Agréabilité (A), haut (H).

À chaque niveau, le nombre et le ratio de chaque occurrence sont calculés.

2.4 Convention de présentation des données

Dans cette étude, les caractères chinois sont présentés dans leur forme traditionnelle, telle qu'utilisée à Taïwan. La transcription des caractères suit le système du *pinyin*⁴⁴, utilisé en République Populaire de Chine mais sans marque de tons.

Dans le chapitre 4 où sont introduites les métaphores idiomatiques du dictionnaire en mandarin, les expressions sont courtes et condensées (généralement quadrisyllabiques). La transcription se compose de quatre parties : les caractères chinois, leur *pinyin* en italique, leur traduction littérale, et une traduction libre afin de bien expliquer le sens du domaine source et du domaine cible, comme montré dans cet exemple :

⁴⁴ Le hanyu pinyin (汉语拼音) est un système de romanisation du chinois mandarin adopté en 1979 par la République Populaire de Chine (RPC). A Taïwan, le système utilisé pour la transcription du mandarin est le *bopomofo*, ou *zhuyin fuhao* (littéralement *symboles phonétiques*) où les symboles ne sont pas basés sur des lettres de l'alphabet latin. Afin de faciliter la lecture des non-sinophones, nous adoptons le *pinyin* pour la transcription.

拈 <i>nian</i>	花 <i>hua</i>	惹 <i>re</i>	草 <i>cao</i>
tordre	fleur	provoquer	herbe

« (Un homme) a plusieurs maîtresses »

L'illustration des données dans les analyses du questionnaire suit cette convention dans les deux langues : la première partie présente le nom auquel les locuteurs comparent les deux sexes, et la deuxième partie introduit la raison pour laquelle ils utilisent cette métaphore, la forme grammaticale de la métaphore conceptuelle ne sera pas prise en compte. Cela veut dire que si des locuteurs donnent une métaphore (A est B) ou une comparaison (A est comme B), elles seront montrées comme l'exemple d'une métaphore adressée aux hommes ci-dessous :

Cannes : Ils aiment supporter leur famille et endosser des responsabilités.

Cette métaphore est lue comme ceci : « les hommes sont comme des cannes parce qu'ils aiment supporter leur famille et endosser des responsabilités. »

En mandarin et pour plus de clarté, nous fournissons les textes originaux, le *pinyin* et la traduction pour le type (fleur, enfant), mais nous n'utilisons que les textes originaux et la traduction libre pour les motivations, comme montré dans cet exemple décrivant les femmes :

茶杯 *cha bei*⁴⁵ « verres à thé » : 是男人的配屬，男人是茶壺，女人是茶杯 « les femmes sont accessoires par rapport aux hommes. Les hommes sont la théière et les femmes sont des verres à thé »

S'il est nécessaire de préciser quel caractère donne son sens métaphorique, son *pinyin* sera ajouté dans la transcription.

2.5 Problèmes rencontrés

Bien que la méthodologie soit la plus rigoureuse possible, certaines contraintes demeurent.

1. Mots cibles dans les dictionnaires

Dans le but de trouver des termes qui sont adressés aux femmes et aux hommes, nous avons choisi des noms génériques pour nous y référer : femme/fille et homme/garçon en français, 女 *nü* « féminin », et 婦 *fu* « femme mariée » et 男 *nan* « masculin » en mandarin.

Néanmoins, il reste d'autres noms qui pourraient inclure les métaphores liées aux deux sexes mais qui ne sont pas englobés dans les termes sélectionnés. Comme les noms *femme* et *fille* ou

⁴⁵ En *pinyin* une syllable correspond à un caractère. Par exemple, 茶杯 *chabei* « verre à thé » est un mot de deux syllabes *cha* et *bei*. Selon les règles de *pinyin*, la transcription phonétique de ce mot devrait donc être présentée comme inséparable : *chabei*. Cependant, dans cette étude, surtout dans le chapitre 6, nous donnons la transcription en *pinyin* de chaque caractère séparé par un espace afin de faciliter l'identification des caractères qui sont souvent l'unité minimale de notre analyse.

d'autres qui font référence à celles-ci sont sexuellement connotés (Baider, 2004), certains termes représentent à la fois les femmes et les prostituées. Pour compléter, les autres synonymes qui se réfèrent aux femmes, avec une connotation neutre ou péjorative (comme *épouse* ou *prostituée*), pourraient permettre de trouver plus de métaphores liées aux deux sexes.

Une autre limite concerne le nom générique *personne*. Des expressions qui se réfèrent aux humains ne sont pas tout le temps neutres d'un point de vue du genre. Cela veut dire qu'elles ont généralement une tendance à être en collocation avec *femmes* ou *hommes*. Il faut par conséquent examiner chaque entrée dictionnaire dont les définitions contiennent *personne* pour identifier si elles contiennent une métaphore genrée. Par exemple, la définition du mot *chandelier* représente :

Personne qui favorise, sciemment ou non une aventure amoureuse et sur qui l'on détourne, au profit de l'amant, la jalousie et les soupçons du mari trompé.

En examinant ses exemples, seulement les êtres masculins sont concernés :

« C'est lui (le **chandelier**) qu'on épie en secret ; (...) il va, il vient, il s'inquiète, on le laisse ramer, c'est son œuvre... » (MUSSET, *Le Chandelier*, 1840, I, 1, p. 23)

Comme nos mots cibles *homme/garçon* ne sont pas présents dans la définition, nous n'avons pas inclus cette entrée. Similairement, *personne* peut également faire référence aux femmes, selon les contextes donnés.

De la même manière, en mandarin, la possibilité qui inclue les femmes ne réside pas seulement en 女 *nü* « féminin », et 婦 *fu* « femme mariée ». Les mots qui portent la clé 女 *nü* sont liés au domaine des femmes. Par exemple, les mots 娼 *chang* et 妓 *ji*, signifient tous les deux « prostituée ». En cherchant *chang* selon la définition, nous trouvons des métaphores qui décrivent les femmes, voici un exemple :

驚雞：指當街拉客的流鶯、私娼，也稱野雞。 « Poule sauvage » : représente des prostituées privées⁴⁶ dans la rue.

Cette expression est basée sur la métaphore LES FEMMES SONT DES ANIMAUX et est liée à d'autres métaphores qui comparent les femmes aux poules (voir chapitre 4). Pourtant, notre

⁴⁶ La prostitution publique se réfère aux prostituées dont les entreprises sont enregistrées publiquement et qui paient des impôts et sont soumises à une gestion gouvernementale (comme des examens médicaux réguliers). Contrairement à la prostitution publique, ceux et celles qui ne divulguent pas leur statut de prostitution et leurs revenus au gouvernement sont des prostituées privées. A Taïwan, l'abrogation de prostitution publique a eu lieu en 1997. Ce métier est illégal depuis lors.

mot clé *nü* n'apparaît pas dans la définition de cette entrée, qui n'est donc pas incluse dans les analyses des données.

De même, certaines expressions métaphoriques qui sont adressées aux humains sont genrées, mais leurs définitions ne le sont pas. Sous le nom générique 人 *ren* « humain, personne », il existe 52675 entrées et des entrées dont les définitions contiennent le mot *personne* dans le TLFi concernent 9870 entrées. Compte tenu de l'échelle trop large et des résultats moins pertinents, nous n'avons pas inclus les mots qui concernent les humains dans les deux langues.

2. L'actualité des dictionnaires

Les raisons de la sélection des dictionnaires TLFi et DRM ont été abordées plus haut mais présentent des défauts puisque le TLFi est un dictionnaire de la langue française des XIXe et XXe siècles, certaines définitions et exemples sont tombés en désuétude. Concernant le DRM, bien que nous adoptons la plus récente version qui intègre des notions actuelles, il reste également un dictionnaire historique qui inclut des expressions qui ne sont plus utilisées de nos jours.

Dans ce contexte, les questionnaires jouent un rôle complémentaire donnant le point de vue des locuteurs actuels. Ces deux sources de données, dictionnaire et questionnaire, forment notre corpus qui représente les perspectives diachronique et synchronique.

3. Collectes et traitement des données des questionnaires

Les questionnaires en mandarin et en français ont été effectués à des époques différentes. Celui du mandarin a été réalisé en 2012 à Taïwan dans le cadre du mémoire de Master de l'auteure, et celui en français en 2017 en France. Malgré l'intervalle de cinq ans, nous supposons que les données sont comparables puisque les deux groupes de locuteurs appartiennent à la même génération qui sont « des personnes au sein d'une population délimitée vivant les mêmes événements importants au cours d'une période donnée »⁴⁷ (Pilcher, 1994 : 483).

Les deux questionnaires ne sont pas exactement identiques par rapport à l'homogénéité des locuteurs au niveau de leurs régions. Pour la version en mandarin, nous avons principalement récolté les données à Taïpei, la capitale dans le nord, alors que pour le questionnaire français, nous avons sollicité un institut de sondage (180 cas sur un échantillon total de 240 répondants) afin d'avoir plus de représentativité selon les quotas par région (UDA5). Il aurait été plus

⁴⁷ Pilcher (1994 : 483) : A generation is defined as « people within a delineated population who experience the same significant event within a given period of time. »

pertinent d'inclure les locuteurs taïwanais en fonction de leurs régions d'habitation (nord, centre, sud, est).

Néanmoins, nous nous sommes assurées que chaque questionnaire a été administré pour moitié à des femmes (120 personnes), et pour moitié à des hommes (120 personnes). Les personnes interrogées correspondaient à quatre tranches d'âge de vingt à soixante ans, (30 personnes interrogées par sexe et par tranche d'âge). La constitution de ce panel assure une représentation de locuteurs hétérogènes au point de vue de la sociolinguistique, du genre et de l'âge.

Deuxième partie

ANALYSES DES DICTIONNAIRES

Cette partie présente les métaphores décrivant les femmes et les hommes trouvées dans les dictionnaires en français et mandarin par le biais du TLFi et du DMR. Le troisième chapitre est consacré à la description des données en français, tandis que le quatrième chapitre porte sur les résultats en mandarin. Dans chaque langue, les données seront présentées d’après leurs appartenances à des domaines sources. Etant donné que les métaphores décrivant les femmes (MF) sont plus nombreuses que celles décrivant les hommes (MH), nous abordons d’abord celles-ci dans chaque domaine. Il convient de garder à l’esprit que les deux dictionnaires choisis sont des dictionnaires historiques (voir chapitre 2.1) et que les explications données peuvent être anachroniques, ce qui n’est pas représenté dans l’utilisation discursive. Puisque la troisième partie introduira les données fournies par les locuteurs, leurs utilisations des métaphores pourront compléter les perspectives actuelles.

CHAPITRE 3 : ANALYSES DU DICTIONNAIRE FRANÇAIS

Dans ce chapitre, nous présentons les analyses des métaphores identifiées dans le TLFi. Le Tableau 9 introduit la distribution des domaines sources utilisés pour décrire les deux sexes dans ce dictionnaire.

Domaines	MF	%	MH	%	Total	%
HUMAINS	69	24	87	42	157	32
ANIMAUX	87	30	63	30	150	30
OBJETS	56	19	31	15	87	18
MYTHOLOGIQUE	26	9	11	5	37	7
CORPS	17	6	8	4	25	5
NOURRITURE	14	5	1	0	15	3
PLANTES	11	4	4	2	15	3
NATURE	0	0	2	1	2	0,4
AUTRE	8	3	1	0	9	2
Total	288	100	208	100	497	100

Tableau 9. Distribution des domaines sources des métaphores des deux sexes dans le TLFi⁴⁸

Un sommaire est présenté dans le tableau ci-dessous. Dans chaque domaine source, comme ANIMAUX, des sous-catégories (telles que animaux de ferme ou animaux féroces) et leurs types principaux (*poule*, *tigresse*) sont montrés. A partir de la section 3.1, nous allons présenter ces domaines par ordre décroissant.

⁴⁸ L’auteure est consciente des stéréotypes genrés qui sont associés aux couleurs présentes dans les figures et les tableaux (le rose et le rouge pour les femmes et le bleu pour les hommes). Pourtant, afin de faciliter la lecture des données, nous gardons cette association considérée conventionnelle.

Métaphores décrivant les femmes		Métaphores décrivant les hommes	
Exemples	Explications	Exemples	Explications
3.1 HUMAINS			
Métier allumeuse bergère abatteuse harengère Nom propre Joconde Marie Groupe ethnique Mousmé Babylonienne Nom de parenté grand-mère tata	femme facile, prostituée maîtresse, fille facile fille publique femme qui parle grossièrement distante et séduisante femme malpropre, débauchée maîtresse, fille facile femme aux mœurs dépravées très vieille bavarde, mijaurée	Métier boucher baron croquant cavalier Nom propre Goliath Antinoüs Groupe ethnique Bédouin Azèque Nom de parenté grand-père parâtre	rustaud, brutal puissant ou important grossier, pauvre galant grand beau dur, brutal petit, chétif très vieux dur, méchant
3.2 ANIMAUX			
Gallinacée / Oiseau colombe caille oisonne, pécore dinde salope, grue pie-grièche chipie pie, jacasse	jeune fille, terme affectif jeune fille sotte prétentieuse et sotte femme facile, prostituée aigre, criarde et querelleuse méchante, dédaigneuse bavarde	Gallinacée / Oiseau blanc-bec	jeune homme sans moustache
Animaux de compagnie chatte minoune chienne	sexe de la femme femme, prostituée femme sans moralité	Animaux de compagnie minet bichon	jeune homme peu viril jeune homme efféminé
Animaux de ferme poule cheval bique vache truie	terme affectif, mère, facile grande, et laide vieille grasse et laide grosse et malpropre	Animaux de ferme coq cheval, baudet bouc sanglier ragot étalon, taureau	fier, hardi stupide, ignorant sent mauvais, lubrique trapu, peu raffiné petit, contrefait ardent au sexe
Animaux féroces tigresse lionne louve	agressive, impitoyable, jalouse femme aux mœurs libres débauchée, prostituée	Animaux féroces lionceau loup	jeune homme combatif jeune homme dynamique et ambitieux
Singes guenuche guenon	très laide, femme facile très laide	Singes sapajou gorille	laid, ridicule laid, violent, fort

Métaphores décrivant les femmes		Métaphores décrivant les hommes	
Exemples	Explications	Exemples	Explications
3.2 ANIMAUX			
Insectes punaise sangsue	méprisable collante	Insectes chenille	habillement négligé
Petits mammifères musaraigne, marmotte souris	jeune fille femme légère, prostituée	non trouvé	
Animaux aquatiques merluche limande	débauchée. maigre et plate, prostituée	non trouvé	
3.3 OBJETS			
chiffon, vadrouille une tirelire une boîte à ouvrage bilboquet, bouille planche poupée, pépée jupe, jupon, robe	femme de mœurs libres le sexe de la femme le sexe de la femme grosse et courte maigre jeune, jolie femme en général	baille, bibus paillasse, fantoche flanelle pleutre poussah	homme de rien homme sans caractère sans énergie sans dignité et sans courage gros, petit et mal bâti
3.4 MYTHOLOGIQUE			
Vénus, Nymphé Circé, Lorelei Harpie Diabliesse	belle femme fatale méchante et acariâtre méchante, laide	Adonis, Apollon Alcide, Hercule Cyclope Satyre	beau fort grand lubrique
3.5 CORPS			
lolo, loloche fesses, gigue jeunesse joliveté laideron	les seins des femmes une femme jeune femme une jolie femme une femme laide	barbe, barbu, poilu bedon	un homme fat et sans importance
3.6 NOURRITURE			
graillon panade saucisson, boudin œufs moule	femme malpropre femme sale, laide femme de mœurs légères seins de la femme sexe de la femme	cornichon	homme simple
3.7 PLANTES			
plante déflorer, effeuiller rose	femme prendre la virginité d'une femme, jolie fille	asperge rosier	le sexe de l'homme Jeune homme vertueux et naïf
3.8 NATURE			
non trouvé		montagne tonnerre	fort et courageux un homme à la voix forte

Tableau 10. Résumé des métaphores des deux sexes dans le TLFi

3.1 Domaine HUMAINS

Ce domaine est le plus important en français, notamment pour représenter les hommes (87 cas, 42%). Cependant, il est à noter que cette haute fréquence est liée à la polysémie du mot *homme*. Comme ce mot signifie à la fois *les êtres humains* et *les adultes masculins*, certaines utilisations métaphoriques viennent de noms de métier qui étaient seulement occupés par les hommes. Bien que nous ayons examiné les exemples fournis de chaque entrée, ces expressions sont incluses dans les résultats si les personnes visées sont effectivement des adultes masculins.

Même si le domaine source et le domaine cible proviennent du même domaine, ils impliquent les transferts des traits d'un espace mental (*mental space* : Fauconnier, 1994, 1997) à un autre. Prenons un exemple discuté par Grady et al. (1999) : *Ce chirurgien est un boucher* (*This surgeon is a butcher*). Cette phrase souligne la maladresse du chirurgien et ses effets indésirables. En mettant en parallèle ces deux noms de métiers, cela implique surtout que le chirurgien est très mauvais, voire dangereux (pour guérir le patient ou effectuer une opération), à la manière d'un boucher débitant de la viande.

3.1.1 LES FEMMES SONT DES HUMAINS

De nombreuses études attestent l'asymétrie de l'utilisation des noms des humains destinés aux deux sexes (Baider, 2004 ; Guiraud, 1967 ; Michard, 2002 ; Houdebine-Gravaud, 1998, 1999 ; Yaguello, 1978).

Une des remarques les plus importantes concerne une dérogation péjorative ou sexuelle des noms d'humains féminins, comme le montrent ces paires : *entraîneur* (métier) vs. *entraîneuse* (sexualisé) ; *maître* (puissant) vs. *maîtresse* (sexualisé). En outre, des termes injurieux destinés aux femmes n'ont pas toujours de version masculine équivalente (putain, salope).

Nous introduisons d'abord les sous-catégories des expressions du domaine HUMAINS (noms de métiers, noms propres, groupe ethnique, noms de parenté, et les hommes), et nous terminons par un résumé selon des caractéristiques importantes.

1. Noms de métiers

Les noms de métiers représentent 41% des données récoltées (29 sur 70). La plupart de ces termes sont sexuellement péjoratifs pour les femmes, tandis que la forme masculine décrit les métiers avec un sens neutre :

- (1) ALLUMEUR : Personne chargée d'allumer les appareils d'éclairage, spécialement dans les lieux publics

ALLUMEUSE :

- a. Prostituée ou femme chargée d'attirer des clients dans les maisons de prostitution
- b. Femme aguichante, qui cherche à exciter les hommes

(2) BERGER : Personne sédentaire ou nomade qui garde des moutons, des brebis ou des chèvres

BERGÈRE :

- a. Femme aimée, épouse ou maîtresse
- b. Fille facile

(3) ABATTEUR : Celui qui abat

ABATTEUSE : Fille publique

Même quand les deux formes évoquent métaphoriquement l'aspect de la vie sexuelle, la forme masculine est moins péjorative que la forme féminine :

(4) COURTISAN : Homme qui cherche par ses attentions cérémonieuses à s'acquérir les faveurs d'une femme

COURTISANE : une femme aux mœurs légères

Les traits en rapport à la sexualité ne sont pas les seules caractéristiques à ne pas être positives. Dans l'exemple (5), une *harengère* est une marchande qui vend du poisson et se réfère à une femme qui parle fort et grossièrement. Une *sibylle*, une prophétesse de l'antiquité, est utilisée pour décrire une vieille femme désagréable.

(5) HARENGÈRE : Femme aux manières et au langage grossiers

(6) SIBYLLE : Femme âgée et laide, qui a quelque prétention à l'esprit, connue pour la méchanceté de ses propos

2. Noms propres

Tout comme pour les hommes, certaines expressions métonymiques proviennent de certains personnages de la littérature ou d'un personnage réel, dont les noms ou prénoms sont empruntés pour décrire les femmes qui partagent les mêmes caractéristiques. Par exemple :

(7) JOCONDE : Jeune femme énigmatique, à la fois distante et séduisante

(8) MARITORNE⁴⁹ : Femme sans grâce, vulgaire ; servante laide et peu soignée

⁴⁹ Nom d'une servante repoussante dans le Don Quichotte (I, XVI, 56) de Cervantès (v. COR.-PASC., s.v. Maria, p. 853a), d'où le nom commun au sens de « servante ou femme laide et désagréable »

Le prénom *Marie* est particulièrement lié aux femmes faciles et débauchées, comme le montrent ces deux entrées :

(9) MARIE-COUCHE-TOI-LÀ : Femme facile, débauchée

(10) MARIE-SALOPE : Femme malpropre, négligée, débauchée

Guiraud (1978a) a attesté une liste de 41 composés de *Marie*⁵⁰ qui désignent les différents types de femmes dans la langue populaire. La prolifération de ces combinaisons provient de la popularité de ce nom pour les femmes, voici quelques exemples non mentionnés au TLFi :

(11) MARIE-GRAILLON : Femme malpropre

MARIE-TORCHON : Femme malpropre

MARIE-TOUTOUYE : Femme sans ordre

MARIE-BON-GRAS : Femme de mauvaise vie

MARIE-BON-BEC : Femme bavarde

MARIE-ROUF-ROUF : Femme qui fait du bruit pour rien

Nous remarquons que ces termes composés concernent une fusion des domaines différents, comme *Marie-torchon* (HUMAIN-OBJET) et *Marie-bon-bec* (HUMAIN-ANIMAUX), dont les éléments sont eux-mêmes une métaphore désignant les femmes (torchon, oiseaux). Par ailleurs, les caractéristiques soulignées sont toutes péjoratives : la sexualité, le bavardage, le désordre des femmes. Ces motivations révèlent effectivement les perspectives des hommes et l'aliénation des femmes.

3. Groupes ethniques

Tous les termes concernant d'autres groupes ethniques qui se réfèrent aux femmes possèdent un sens sexualisé. Un exemple intéressant est 娘 *musume*, un mot japonais signifiant « une jeune fille », qui est retranscrit en *mousmé* dans la langue française. D'une *fillette* dans la langue nipponne, ce mot s'est transformé en une *fillette japonaise*, et chargé d'une connotation de *fillette facile*. D'autres exemples de noms ethniques sont illustrés ci-dessous :

(12) MOUSMÉ : Femme, maîtresse, fille facile

(13) BABYLONIENNE : Femme aux mœurs dépravées

(14) MOUQUÈRE : Femme maghrébine ; Femme, maîtresse, prostituée

⁵⁰ Cette série est fondée sur le F.E.W., VI, 339, *Marie* (cité par Guiraud, 1978a : 127).

4. Noms de parenté

Chaque rôle de la parenté a son attribut prototypique. Une *grand-mère*, comme un *grand-père*, est naturellement plus âgée, décrivant une vieille femme ou un vieil homme. Une *tante*, ou *tata*, donne l'impression globale d'être bavarde, et désigne les femmes laissant cette impression :

(15) GRAND-MÈRE : Femme très vieille

(16) TATA : Femme bavarde, mijaurée

5. Le sexe opposé

Une femme qui a une allure masculine est décrite par des termes qui représentent les êtres masculins. Une *virago*, dérivé du latin *vir* « homme », exprime une femme sans féminité. Une *garçonne*, se réfère à une jeune fille aux allures de garçon.

(17) GARÇONNE : Jeune fille ou femme qui revendique ou prend les allures et libertés d'un garçon

(18) VIRAGO : Femme de grande taille, robuste, d'allure masculine

Les stéréotypes provenant des deux sexes sont chargés de valeurs. Les caractéristiques et les comportements liés à la masculinité sont jugés plus positivement que ceux liés à la féminité (Connell, 2005).

Une fille d'allure masculine est un *garçon manqué*, impliquant que l'être masculin est une version *complète* et que l'être féminin est inférieur. Comme les définitions des exemples (17)-(18) le montrent, la liberté et la grande taille d'une fille sont mises en avant en les mettant en parallèle avec un garçon, et l'exemple donné du dictionnaire porte également une interprétation positive :

« Marie-Bonne, une grande virago de Somberton, sur la montagne. Elle était toute pleine d'histoires et de sagesse (LARBAUD, Barnabooth, 1913, p. 240). »

A l'inverse, un homme efféminé est plus négativement vu qu'un garçon manqué, car considéré comme faible, lâche et mou. Voici la définition du mot *efféminé* et un exemple d'utilisation :

(19) EFFÉMINÉ, ÉE :

- a. Faible, sans énergie. Qui manque de force dans la composition, qui présente un certain caractère de mièvrerie et de fadeur
- b. Homme ou jeune homme dont les allures, les habitudes de vie ou de penser ressemblent à celles d'une femme

« ... tandis que les gladiateurs énormes, aux muscles de fer, s'assommaient à coups de poing, sur les gradins s'étaient les efféminés et les courtisanes aux chairs molles et dissoutes par les orgies » (ZOLA, *Mes haines*, 1866, p. 51).

Cet exemple fait une comparaison entre ce qui est considéré comme masculin et positif : gladiateur, *muscles de fer, coups de poing*, contre ce qui est considéré comme féminin et négatif : *les efféminés, chairs molles et dissoutes*. Cela montre qu'une inter-comparaison entre les deux sexes n'a pas la même valence.

Cela fait écho à ce que Johnson (2005 : 95) signale : quand une femme s'éloigne de l'attente de la féminité, les réactions de la société sont moins virulentes que quand un homme ne se conforme pas à la masculinité. Ce phénomène est lié à la dominance masculine : un garçon manqué et ses comportements seront estimés comme une acceptation des valeurs du groupe dominant, alors qu'un homme efféminé sera jugé comme mentalement anormal ou pouvant subir des discriminations ou des intimidations (idem : 95-96).

6. Autres

Certains noms des humains proviennent de l'action qu'ils exécutent. Par exemple, un *cabrioleur* est celui qui fait des cabrioles, un *gambadeur* est celui qui gambade. Similairement, leurs formes au féminin (une *cabrioleuse* et une *gambadeuse*), supportent un sens péjoratif et sexuel, signifiant une femme légère.

Le domaine ENFANTS est aussi utilisé pour désigner les femmes, dont la jeunesse et la beauté sont des caractéristiques soulignées.

(20) MÔME : Jeune fille, jeune femme ; Maîtresse, épouse

(21) MISTONNE : Jeune fille ou femme plaisante, jolie

Résumé par caractéristiques

Sans se soucier des sous-catégories (noms de métiers, noms propres, groupe ethnique, noms de parenté, le sexe opposé), les caractéristiques essentielles des noms d'humains (Schnecker, 2014) utilisés pour désigner les femmes sont résumées ci-dessous :

Caractéristiques	Exemples
Sexualité	appareilleuse, baladine, bohémienne, farceuse, gagneuse, hétaïre
Âge	garde, mâtiche, sibylle, sorcière (vieille)
Traits physiques	sibylle (laide), maman, mémère, matrone (grosse)
Grossièreté	harengère, débardeuse, maritorne ⁵¹
Innocence	midinette, pensionnaire
Aimée	reine, infante

Tableau 11. Caractéristiques principales dans le domaine HUMAINS (Femmes)

La péjoration sexuelle des femmes est maximale dans le domaine HUMAINS : la moitié des expressions (37 sur 70) vont dans ce sens. Parmi elles, une asymétrie lexico-grammaticale est observée : la forme féminine est contaminée par un sens négatif par rapport à son équivalent masculin.

L'âge et l'apparence sont d'autres aspects accentués défavorablement : les femmes laides et âgées sont diminuées. Une *maman*, une *mémère* ou une *matrone* peuvent représenter une grosse femme, une *sibylle* dépeint une femme âgée et laide.

Des femmes grossières sont associées à certains métiers de classes sociales basses, une *harengère* et une *débardeuse* en sont des exemples.

Des professions ou conditions liées à l'innocence décrivent donc des femmes qui possèdent cet attribut. Une *midinette* et une *pensionnaire* appartiennent à ces cas.

Enfin, une femme aimée est représentée par des femmes qui ont un bon statut et des privilèges, comme une *reine*, une *infante*.

3.1.2 LES HOMMES SONT DES HUMAINS

En utilisant le domaine HUMAINS pour décrire les hommes, nous avons recherché des sous-catégories : des noms de métiers, des groupes ethniques, des noms propres et des noms de parenté. Nous présentons chaque sous-catégorie et nous fournissons un résumé des caractéristiques transférées dans ce domaine.

1. Noms de métiers

La division des métiers a longtemps été stricte en fonction du sexe. Comme indiqué par Anne-Marie Houdebine (1992 : 156), « pour les noms animés et donc pour les noms de métiers, le masculin renvoie majoritairement au sexe mâle, aux personnes du sexe mâle, aux hommes, et le féminin aux personnes du sexe femelle, aux femmes ».

⁵¹ Maritorne, nom d'une servante repoussante dans le Don Quichotte (I, XVI, 56) de Cervantès (v. COR. PASC., s.v. Maria, p. 853a), d'où comme nom commun le sens de « servante ou femme laide et désagréable ».

La brutalité

Les premiers attributs marqués sont la grossièreté et la violence. La relation entre ces derniers et les hommes a été bien étudiée par des chercheurs de nombreux domaines en sociologie, psychologie et dans la pratique des métiers (Breines, Connell & Eide, 2000 ; Kaufman, 1987).

Le fait qu'on utilise des métiers pour décrire les hommes caractérisés comme cela semble participer d'un cercle vicieux : les hommes sont enclins à être plus violents/grossiers/brutaux → les hommes exercent des métiers qui ont besoin de ces caractéristiques → ces métiers sont utilisés pour décrire les hommes par ces attributs. Ce raisonnement est également applicable aux métiers des femmes.

Par exemple, les noms *argousin*, sous-officier qui était chargé de la surveillance des forçats, *charretier*, quelqu'un qui conduisait une charrette ou un chariot, *boucher* (voir l'exemple mentionné plus haut), évoquent la brutalité quand ils exercent les travaux qui sont utilisés métaphoriquement pour se référer aux hommes qui partagent ces traits. Des explications plus détaillées et un exemple d'utilisation du mot *boucher* sont montrées ci-dessous :

- (1) ARGOUSIN : Homme grossier, brute
- (2) CHARRETIER : Homme rustre, grossier
- (3) BOUCHER : Homme de bon sens à l'allure rustaude, qui étonne par une franchise brutale
« Henri V était une sorte de boucher. Il disait qu'une guerre sans massacres ressemblait à de l'andouille sans moutarde, et il fit égorger les chevaliers français qu'il retenait prisonniers, après leur avoir ôté leurs armes. (GREEN, *Journal*, 1943, p. 37)⁵²

Statut social : puissant ou inutile

Des métiers impliquent des statuts sociaux. *Un baron* était un homme qui possédait un titre de noblesse dont le sens s'est agrandi pour se référer à un homme puissant, important ou brave. Au contraire, *un bêtâtre* qui vit de l'aumône était considéré comme un moins que rien. *Un croquant*, quant à lui, décrit un homme pauvre et négligeable.

- (4) BARON : [Homme puissant ou important] par sa richesse ou sa situation sociale
- (5) BÊLÂTRE : Homme de rien, sot
- (6) CROQUANT : Homme grossier, pauvre, méprisable

⁵² Toutes les citations littéraires de ce chapitre sont tirées du TLFi. Nous ne corrigeons pas la présentation des références bibliographiques du TLFi.

D'autres caractéristiques associées à d'autres métiers incluent la galanterie, la force physique, la malhonnêteté et l'ivrognerie. Un *cavalier* implique un homme galant par exemple. Un *bouchon*, qui joue la farce, la pantomime dans une comédie, produit un trait sans finesse ; un homme malhonnête qui trompe ou vole est représenté par un *filou* et un homme qui boit beaucoup est dépeint comme un *artilleur*.

2. Noms propres

Cette sous-catégorie utilise des noms propres de personnages, réels ou fictifs. Une métonymie est impliquée, dans une relation UN MEMBRE D'UNE CATÉGORIE POUR LA CATÉGORIE⁵³. (A MEMBER OF A CATEGORY FOR THE CATEGORY) Par exemple, *Goliath* représente un homme grand, et *Antinoüs*⁵⁴ un beau jeune homme.

(7) GOLIATH : Géant ou homme de très grande taille

(8) ANTINOÛS : Homme jeune d'une grande beauté un peu molle

3. Groupes ethniques

D'après des travaux fructueux dans le domaine de la psychologie sociale, la distinction entre SOI et L'AUTRE est un développement cognitif important pour former l'identité (Atwater & Yammarino, 1997 ; Aitken & Trevarthen, 1997). Des travaux sur le discours critique (Fairclough, 1992 ; Fairclough & Wodak, 1997 ; Van Dijk, 1997) ou sur la métaphore critique (Charteris-Black, 2004) montrent que le SOI est régulièrement associé à des valences positives, tandis que L'AUTRE est associé à des valences négatives, particulièrement sur le traitement du sujet des étrangers et des migrants (Arcimaviciene & Baglama, 2018 ; Baider & Kopytowska, 2017 ; Charteris-Black, 2006 ; Hart, 2011 ; Musolff, 2015 ; O'Brien, 2003 ; Salahshour, 2016 ; Santa Ana, 2002 ; Van Dijk, 2000). Trouver des stéréotypes pour les groupes de l'extérieur et en faire une surgénéralisation est donc une manière de désigner une frontière entre les deux en renforçant l'identité du SOI.

Dans cette sous-catégorie, ces traits qu'on a donnés aux autres groupes ethniques sont retransmis aux hommes qui possèdent ces caractéristiques. Dans les exemples suivants, *bédouin*, du peuple nomade arabe, est employé pour décrire un homme brutal. *Aztèque*, peuple de cette civilisation, se réfère aux hommes petits.

(9) BÉDOUIN : Homme dur, brutal ; arg., voleur

⁵³ Les métonymies sont également représentées en majuscule tout comme des métaphores lors qu'on parle des concepts, alors que des expressions métonymiques sont représentés en minuscule. Cela concerne une convention de la linguistique cognitive comme dans les travaux de Barnden (2010) et Kövecses & Radden (1998).

⁵⁴ *Antinoüs*, nom d'un jeune esclave originaire de Bithynie, dont la grande beauté est restée proverbiale, favori de l'empereur Hadrien.

(10) AZTÈQUE : Homme petit, chétif

(11) SCYTHE, SCYTHIQUE : Homme grossier, barbare

4. Noms de parenté

Similairement aux catégories précédentes, chaque rôle dans la famille a ses caractéristiques saillantes qui sont habituellement liées à l'âge. Par exemple, un *grand-père* désigne un vieil homme, un *fieu* un jeune garçon. Cela peut aussi dépendre de stéréotypes comme dans l'exemple (14), où un *parâtre* désignant un beau-père, dépeint un homme dur.

(12) GRAND-PÈRE : Homme très âgé

(13) FIEU : Garçon, jeune homme

(14) PARÂTRE : (Homme, être) dur, méchant

Les homologues du *grand-père* et du *parâtre* sont la *grand-mère* et la *marâtre*, signalant les mêmes utilisations : femme très âgée et la *marâtre* représente la cruauté et l'injustice.

Résumé par caractéristiques

Après une présentation selon les sous-catégories (des noms de métiers, des groupes ethniques, des noms propres et des noms de parenté), un récapitulatif des caractéristiques importantes est montré dans le tableau ci-dessous :

Caractéristiques	Exemples
Violence/brutalité	corsaire, boucher
Grossièreté	pitaud, charretier, palot, wisigoth
Méchanceté	bon apôtre, parâtre
Statut social	baron, souillon, croquant
Âge	grand-père, fils, gamin
Impuissant	eunuque
Galanterie	cavalier, courtisan
Intelligence	grec (ignorant), cheik (sage)
Trait physique	tarzan et arbalétrier (fort), aztèque (petit)

Tableau 12. Caractéristiques principales dans le domaine HUMAINS (Hommes)

Les attributs proéminents essentiels comprennent la violence, la grossièreté, et le statut social, qui sont associés pour la plupart aux caractéristiques stéréotypiques de ces métiers. Pour décrire l'intelligence et les traits physiques, on a souvent recours à des noms désignant des personnes d'autres ethnies. Concernant la relation amoureuse, la galanterie ressort à l'aide de *cavalier* et *courtisan*, mais il ne s'agit pas de la péjoration de la sexualité des hommes.

3.2 Domaine ANIMAUX

Ce domaine est le plus important et le plus recherché dans les études sur les métaphores sexuelles dans les langues indo-européennes (Baider & Gesuato, 2003 ; Fontecha & Catalán, 2003 ; Hines, 1996, 1999 ; López Rodríguez 2007, 2009 ; Maestre, 2015 ; Rudman & Mescher, 2012 ; Tipler & Ruscher, 2019). En langue française, des termes dérogatoires et des usages asymétriques envers les femmes ont été relevés en empruntant des caractéristiques du règne animal (Baider & Gesuato, 2003 ; Guiraud, 1978a ; Michard, 2000, 2002 ; Yaguello, 1978).

Le résultat de cette étude confirme l'importance du domaine ANIMAUX pour désigner les deux sexes. Pour les femmes, les métaphores animales sont les plus prégnantes : 87 métaphores sont trouvées, qui comprennent environ 30% des MF. Pour leurs homologues masculins, ce domaine source occupe la deuxième place (63 métaphores, 30%), précédé du domaine HUMAINS (42%).

3.2.1 LES FEMMES SONT DES ANIMAUX

Nous allons d'abord introduire le résultat par rapport aux catégories de caractéristiques. Puis, des analyses différentes selon les groupes d'animaux.

I. Catégories selon des caractéristiques

Les sous-catégories des caractéristiques importantes comprennent la péjoration connotée sexuellement et non-sexuellement, ainsi que des traits physiques, l'intelligence, la description des parties du corps des femmes.

1. Péjoration connotée sexuellement

La caractéristique la plus importante des métaphores animales, pour décrire les femmes, est de convoquer négativement leur vie sexuelle. Des explications qui incriminent la vertu sexuelle des êtres féminins apparaissent d'une manière récurrente. Par exemple, *femme facile*, *femme de mauvaise vie*, *femme débauchée*, *femme de mœurs légères*, *femme entretenue*, *femme de mauvaise réputation*. Ces expressions sont créées à l'aide d'animaux d'espèces différentes, telles qu'une *carne*, une *chienne*, une *louve*, voire par une catégorie plus large, la *volaille*. Voici les exemples avec leurs définitions du TLFi :

- (1) CHEVREUIL : Fille facile
- (2) CHAMEAU, CHAMELLE : Terme injurieux désignant une femme de mœurs légères
- (3) CARNE : Femme de mauvaise vie

(4) CHIENNE : Femme sensuelle et sans moralité

(5) LOUVE : Femme débauchée, prostituée

(6) VOLAILLE : Femme facile, prostituée

L'agentivité n'est pas complètement retirée aux femmes quand elles sont comparées aux animaux, surtout aux animaux féroces. L'exemple ci-dessous montre qu'une femme avec « des mœurs libres » est représentée par une *louve* et une *bête* qui chassent leurs proies.

« Elle est revenue ici parce que certains étudiants lui plaisent (...). C'est ce que les Latins appelaient *lupa*, une louve, une bête sans cesse affamée (GREEN, Moïra, 1950, p. 176). »

L'ACTE SEXUEL EST MANGER (Kövesces, 2006), et l'idée du désir apéritif est apparentée aux désirs du sexe (Ger, Belk, et Askegaard, 1996).

2. Péjoration connotée non sexuellement

Outre l'aspect sexualisé, d'autres termes pour injurier les femmes existent. Par exemple, insignifiant, insupportable comme une *peste* (7) ; une *punaise* pour une femme qu'on méprise (8) ; des femmes paresseuses et vaniteuses sont représentées par une *cagne* et une *pintade* (9)-(10) ; *pimbêche* concerne une fille impertinente et prétentieuse (11).

(7) PESTE : (Petite) peste. Enfant, jeune fille, jeune femme malicieuse, insupportable

(8) PUNAISE : Femme pour laquelle on n'a aucune estime

(9) CAGNE : Femme paresseuse et méprisable

(10) PINTADE : Femme sotte, vaniteuse

(11) PIMBÊCHE : Femme ou jeune fille impertinente et prétentieuse qui fait des manières

Deux exemples du dictionnaire sont montrés ci-dessous.

« Ce n'est pas nous qui avons (...) comme M. Masson, traité de « pintades » et de « grues » les dames qui n'étaient pas de notre avis (MARNOLD, Cas Wagner, 1918, p.135). »

« Non, je n'ai jamais réussi à comprendre comment ce bon, ce brave garçon de Julien (...) a pu s'amouracher d'une pareille pimbêche. (BUTOR, Passage Milan, 1954, p.25) »

Même si ces citations ne sont pas récentes, utiliser des noms d'animaux d'une manière péjorative comme synonyme du référent féminin est toujours d'actualité.

3. Caractéristiques physiques

Si la sexualité et la personnalité n'ont pas le monopole des traits négatifs, les caractéristiques physiques ne sont pas en reste. L'apparence des femmes est comparée à celle des animaux, notamment ceux que l'on considère laids, et différents termes sont actualisés pour décrire les femmes qui n'atteignent pas les canons esthétiques.

Ces caractéristiques mettent l'accent sur la vieillesse, la laideur, la maigreur, la grande taille, ou des combinaisons entre ces traits. Une vieille femme peut être comparée à une *vieille bique* ou à une *grognasse* (12)-(13) ; une *guenon* désigne une femme laide (14) ; une *haridelle*, quant à elle, fait référence à une femme trop maigre (15), et ce n'est pas fini.

(12) BIQUE : Vieille bique. Vieille femme aux os saillants (la vieillesse + la maigreur)

(13) GROGNASSE : Femme sans charme, vieille et laide (la vieillesse + la laideur)

(14) GUENON : Femme, fille très laide (la laideur)

(15) HARIDELLE : Grande femme sèche et maigre (la laideur + la maigreur)

Les traits positifs sont rarement mentionnés. Quand il s'agit de la jeunesse et de la beauté, comme dans l'exemple (16), une *nymphette* implique une jeune fille qui provoque un désir troublant ; la grâce et la sveltesse sont décrites par l'appellation de *gazelle* (17).

(16) NYMPHETTE : Très jeune fille au physique attrayant, au charme trouble et provocant provenant de son immaturité

(17) GAZELLE : Jeune fille, jeune femme élancée, particulièrement gracieuse

Un stéréotype veut que les femmes parlent plus que les hommes. De plus, leurs voix sont généralement plus aigües que celles des hommes pour des raisons physiologiques⁵⁵.

Le domaine choisi pour indiquer ces caractéristiques est alors bien déterminé : LES OISEAUX. Les exemples (18)-(20) montrent des sous-espèces d'oiseaux choisis pour désigner le bavardage :

(18) JACASSE : Personne (et en partic. femme) qui bavarde continuellement, d'une façon fatigante

(19) PIE : Femme curieuse et bavarde

(20) PERRUCHE : Femme bavarde, généralement sotte et vaniteuse

⁵⁵ Les hommes et les femmes ont des cordes vocales de tailles différentes ; les hommes adultes ont généralement une voix plus grave et des cordes vocales plus longues (entre 17 et 25 mm), alors que celles des femmes sont plus courtes (entre 12,5 et 17,5 mm), qui rend leur voix plus aigüe (Howard & Murphy, 2007).

En outre, le piaillement des oiseaux est retransmis aux femmes qui ont une voix plus aigüe et bavardent plus que les hommes en général, comme dans l'expression *jaser/jacasser comme une pie* (borgne), *gazouiller*, *piailler* et *pépier*, tous ces verbes proviennent du domaine OISEAUX, évoquant les sens « parler de façon incessante, insouciante ; pousser des petits cris aigus, fréquents et désagréables », et régulièrement en collocation avec le référent féminin.

4. Intelligence

Historiquement, les femmes ont été considérées comme moins intelligentes, et l'intelligence supérieure des hommes était regardée comme un fait jusqu'au début du XXe siècle (Romito & Volpato, 2005 ; Schiebinger, 1991, 2000 ; Smith, 2007).

La langue française atteste également ce point de vue. Des recherches sur le féminisme (Anderson & Zinsser, 1989 ; Freedman, 2007 ; Thompson, 1995) montrent que le manque de pouvoir des femmes est lié à l'exclusion des institutions⁵⁶, à leur rôle non-rémunéré à la maison lié à leur rôle reproductif et maternel. Cette difficulté d'accès à l'éducation est évidemment responsable du manque de connaissance (Mayeur, 1988), également comparé à l'état d'animaux.

Des caractéristiques comme *bête*, *stupide*, *sotte*, *peu intelligente* se manifestent régulièrement dans le dictionnaire. Ces métaphores sont réalisées, pour la plupart, dans le domaine des OISEAUX. Voici quelques exemples :

- (21) DINDE : Femme, fille, prétentieuse et sotte
- (22) BÉCASSE : Femme stupide ou d'aspect ridicule
- (23) GRUE : Personne (le plus souvent une femme) niaise

Bien que de nos jours les femmes aient le même droit à l'éducation, lier les femmes à la stupidité est toujours d'actualité. Des études montrent qu'insulter l'intelligence et appeler l'autre *bête* est une caractéristique des violences perpétrées par les hommes envers les femmes dans une relation intime (Enander, 2010 ; Matud, 2005 ; Rodenburg & Fantuzzo, 1993). Cette

⁵⁶ Quelques dates clé de l'accession des filles à l'éducation en France :

1880 : Loi Camille Sée : création de l'enseignement secondaire laïque pour les filles

1882 : Ouverture du premier lycée public de jeunes filles

1924 : Uniformisation de l'enseignement secondaire des filles et des garçons : contenus, durée, horaires et diplôme (baccalauréat)

1938 : Possibilité pour les femmes de s'inscrire à l'université sans l'autorisation de leur mari

1975 : La Loi Haby : obligation de mixité dans les établissements d'enseignements primaires et secondaire publics

1989 Loi d'orientation sur l'Education du 10 juillet 1989, rappelle la mission de mixité et d'égalité devant l'enseignement : « les écoles, collèges, lycées et établissements d'enseignement supérieur... contribuent à favoriser l'égalité entre les hommes et les femmes ».

violence entraîne des impacts négatifs sur la psychologie des femmes, qui nuisent à leur estime d'elle-même ou leur font éprouver une sensation de honte. En outre, une connexion est révélée entre le manque d'agentivité et le fait d'être insultée ou dite *bête* (Hydén, 2005 ; Kurri & Wahlström, 2001). Puisqu'ôter l'agentivité du groupe ciblé est un des buts de l'utilisation des métaphores d'animaux, lier les femmes à la stupidité à l'aide d'animaux devient pour les hommes une façon blessante d'attaquer les femmes.

5. Termes affectifs

Des termes affectifs adressés aux femmes passent par des animaux, comme *ma biche*, *ma bibiche*, *ma cocotte*.

(24) BIBICHE : Terme d'affection adressé par un homme à une femme

(25) BICHE :

- a. Terme d'affection adressé à une femme, à une jeune fille
- b. Femme entretenue

(26) COCOT(T)E :

- a. Terme d'affection que l'on donne à une petite fille ou à une femme aimée lorsqu'on s'adresse à elle
- b. Femme de mœurs légères richement entretenue

Cependant, certains termes sont également connotés sexuellement, comme le montrent les explications de *biche* et *cocotte*.

6. Parties du corps

Les parties du corps humain sont désignées par les termes appartenant aux animaux. Quant aux femmes, leurs parties sexuelles sont particulièrement concernées. Le mot *bénitier* (27) est choisi pour sa ressemblance avec la forme des parties sexuelles de la femme. Les exemples (28) et (29) associent le sexe avec le domaine du chat, comme les attributs des chats sont appliqués aux femmes d'une manière prolifique (*un petit nez de chatte*, *un regard de (jeune) chatte*, *une langueur*, *une pudeur*, *une volupté de chatte*).

(27) BÉNITIER : Sexe de la femme

(28) CHATTE : Sexe de la femme

(29) MINOU : Sexe de la femme

En plus des *chats*, le terme *biche* a également été lié à des caractéristiques des femmes, voici les explications du TLFi :

[En parlant de parties du corps ou de la manière d'être d'une femme] Avoir un cou, des yeux de biche ; à pas de biche ; être légère, timide, douce, vive comme une biche ; bondir, courir comme une biche ; s'élancer, se sauver comme une biche. Des yeux de biche, peureux et tendres.

Enfin, la pilosité pubienne des femmes est désignée à l'aide de la *toison*.

(30) TOISON (PUBIENNE) : Poils du pubis (surtout à propos d'une femme)

7. Combinaison des aspects péjoratifs

Les traits péjoratifs n'apparaissent pas toujours seuls. L'injure vient souvent de plusieurs domaines. Comme dans les exemples (31) et (32), *guenon* et *grognasse* combinent à la fois la péjoration de l'âge, de la laideur, et de l'aspect sexualisée.

(31) GUENON :

- a. Femme, fille très laide
- b. Prostituée. *Vieille guenon*

(32) GROGNASSE :

- a. Fille ou femme
- b. Femme sans charme, vieille et laide
- c. Prostituée

II. Catégories selon des groupes animaux

Ayant dégagé les caractéristiques les plus importantes dans ce domaine, nous présentons ces métaphores animales en les groupant dans les mêmes types.

1. Gallinacée

La comparaison entre la catégorie « des humains féminins » et la catégorie « gallinacée » est bien attestée dans les travaux précédents (Baider, 2004 ; Baider & Gesuato, 2003 ; Estaji & Nakhavali, 2011 ; Kobia, 2016 ; López Rodríguez, 2007, 2009 ; Yaguello, 1978). Ces études confirment que les expressions associées aux poules illustrent la dérogação sémantique contre les femmes et renforcent les stéréotypes associés à celles-ci.

Dans les données que nous avons collectées, les métaphores apparentées aux gallinacées représentent la plus grande proportion : 33 parmi les 95 métaphores animales, ce qui correspond à un tiers. Le domaine général des OISEAUX ainsi que celui de ses sous-espèces sont convoqués.

D'abord, les femmes et les filles elles-mêmes sont conceptualisées en tant que cela : une *colombe*, une *caille*, une *poule*, et une *pouliche*, représentent une fille ou une femme :

(33) COLOMBE : Jeune fille, jeune femme

(34) CAILLE : Jeune fille, jeune femme

(35) POULE : Femme

(36) POULICHE : Jeune femme

La deuxième caractéristique remarquée est le rapport à la bêtise. Mentionnés plus haut dans la catégorisation des caractéristiques, les traits *sotte*, *stupide*, *bête*, *naïve* sont comparés principalement aux oiseaux, comme illustré dans les exemples ci-dessous :

(37) OISONNE : Jeune fille peu intelligente, sotte

(38) PÉCORE : Jeune fille ou femme sotte, prétentieuse et impertinente

(39) DINDE : Femme, fille, prétentieuse et sotte

Ensuite, la péjoration au regard du domaine sexuel est actualisée à l'exemple du mot *salope*. Selon le TLFi, ce mot est la combinaison entre l'adjectif *sale* et l'oiseau *huppe* qui avait la réputation d'être très sale, d'où la référence aux femmes de mœurs légères et des prostituées.

(40) SALOPE : Femme débauchée, de mœurs dépravées, ou qui se prostitue

Le mot *grue*, outre le trait de caractère *peu dégourdie* qui lui est assigné, désigne aussi une prostituée ou une femme facile :

(41) GRUE :

a. Personne (le plus souvent une femme) niaise

b. Femme facile et vénale ; p. ext. prostituée. Faire le pied de grue. [Le suj. désigne une prostituée] Attendre les clients debout dans la rue.

Voici un exemple de l'expression *faire le pied de grue* :

« On voit des voitures boches stationner devant les « cafés-hôtels », et une femme, une seule dûment fardée pour qu'il n'y ait pas d'erreur, et absorbée dans son tricot, y fait le pied de grue (TRIOLET, Prem. accroc, 1945, p. 343). »

De plus, des traits négatifs sans connotation sexuelle, comme *chiant*, *jalouse*, *vaniteuse* sont évoqués par certaines espèces d'oiseaux :

(42) PIE-GRIÈCHE : Femme de caractère aigre, criarde et querelleuse

(43) PIGEONNE : Femme jalouse

(44) CHIPIE : Fille, femme méchante, dédaigneuse, désagréable à vivre

2. Animaux de ferme

L'association entre les femmes et les animaux de ferme a été établie. En premier lieu, leur fonction est de servir les hommes, soit par leur aide à la ferme en fournissant leur force, soit en produisant de la nourriture, comme des œufs, du lait et de la viande. En outre, en raison de la fonction biologique, la reproduction de la progéniture animale est particulièrement pertinente pour dénoter métaphoriquement la reproduction des humains (Brennan, 2005 ; López Rodríguez, 2009). En métaphorisant les femmes comme des animaux de ferme, elles sont dégradées en des créatures qui effectuent purement les fonctions de reproduction et d'éducation de la progéniture (Brennan, 2005).

Un exemple notoire est le terme *pondeuse*. Même en tant que membre de la famille des gallinacées, la *poule* est plutôt classée parmi les animaux de la ferme pour ses multifonctions. Une femme qui a beaucoup d'enfants est considérée comme une *bonne pondeuse*, qui rapporte aux hommes de grands bénéfices.

Poule est un terme stéréotypé pour décrire les femmes. Elle comprend les caractéristiques des oiseaux et des animaux de ferme. Cet animal est utilisé comme terme d'affection, pour se référer à une femme productive, ainsi que comme injure pour une femme facile :

(45) POULE :

- a. *Ma poule* [Terme affectueux adressé à une femme, à une jeune fille, un enfant]
- b. [les habitudes, les mœurs des poules] *Mère poule*
- c. Femme, fille de conquête facile, le plus souvent entretenue

La taille des animaux est un élément qui attribue des traits positifs ou négatifs pour décrire les femmes (Halupka-Rešetar, 2003 ; Hines, 1999 ; Nilsen, 1996). En comparant la taille des animaux à celle des femmes, les grands animaux sont généralement négativement connotés, en raison de leur grosseur ou de leur laideur, alors que les petits animaux sont positivement perçus.

En plus de la *poule*, le *lapin* est un autre animal de ferme de petite taille. Il est également utilisé en tant que terme affectif, comme *mon lapin*, *mon petit lapin*. Un autre sens de *lapin*, proche de *pondeuse*, est mis en lumière ci-dessous :

(46) LAPINE : Femme prolifique (*Une mère lapine, une bonne lapine, une lapine*)

Au niveau des grands animaux, les chevaux sont largement liés à la laideur. Une femme laide, grande ou maigre, est désignable comme un *cheval*, une *cavale*, une *haquenée*, comme montré dans (47)-(49). D'ailleurs, l'action « monter à cheval » pourrait impliquer le rapport sexuel, évoquant la métaphore SEXE EST MONTER (SEX IS RIDING) (Fernández, 2008 ; Koller, 2014 ; López Rodríguez, 2009) et menant à une connotation sexualisée stigmatisant les femmes. Par exemple, une *bourrine* (50), et un autre sens de *haquenée* (49), impliquent une femme de mauvaise vie.

Un autre animal, le *chameau*, peut soutenir cet argument. Même s'il n'est pas un animal de ferme, le fait qu'il soit utilisé comme monture implique une femme de mœurs légères (51).

(47) CHEVAL, AUX : Femme grande, dégingandée et laide

(48) CAVALE : Grande femme maigre et dégingandée

(49) HAQUENÉE :

a. Femme laide, mal bâtie, d'allure masculine

b. Courtisane, femme de mœurs légères

(50) BOURRIN : Homme ou femme facile, porté sur les rapports sexuels

(51) CHAMEAU : Terme injurieux désignant une femme de mœurs légères

Le mot *bique* est également employé pour décrire des femmes laides et maigres, la vieillesse est aussi impliquée dans cette métaphore. *Chèvre* représente une femme quelconque, comme illustré dans l'expression (53).

(52) BIQUE : Vieille bique. Vieille femme aux os saillants

(53) CHÈVRE : *Amoureux d'une chèvre coiffée* (fam.). Amoureux de n'importe quelle femme

La même utilisation se présente chez les hommes. Les expressions *un chien coiffé* ou *le premier chien coiffé* signifie *un homme quelconque, le premier venu, n'importe qui*.

La *vache* est un animal qui évoque métaphoriquement de nombreuses caractéristiques péjoratives des humains, tels que *vache paresseuse*, *être plein comme une vache* ; ou des traits physiques comme *être une grosse vache* ; *meugler comme une vache*, etc. Cependant, en examinant plus étroitement les exemples du dictionnaire, nous avons remarqué que ces péjorations sont appliquées majoritairement aux femmes.

Concernant des caractéristiques physiques, la grosseur et la laideur des femmes sont mises en avant à l'aide d'image de *vache* (54), comme celles-ci ne conviennent pas aux images

stéréotypées comme petit, maigre et gracieuse. De plus, les seins des femmes sont considérés comme un trait proéminent et une métonymie pour inviter une comparaison avec les vaches (54). Dans l'exemple (54), la relation entre une mère et ses enfants a recours à celle d'une vache et de ses veaux, voici un exemple dans le TLFi :

« Quand on voit Ragotte, avec ses seins énormes, près de son garçon grand, gros et gras, on lui dirait avec tendresse : “Vous êtes une bonne vache et vous avez fait un bon veau.” » (RENARD, Journal, 1903, p. 840)

En mettant en évidence les seins et les enfants, ces métaphores réduisent les femmes aux fonctions biologiques et reproductives.

(54) VACHE

- a. Femme grasse et laide
- b. Femme bien en chair, à forte poitrine
- c. Vache (laitière). Femme ou fille de mauvaises mœurs
- d. [P. réf. aux qualités laitières et reproductrices de la vache] Femme féconde et bonne nourrice
- e. *Prendre la vache et le veau* : Épouser une femme enceinte d'un autre homme
- f. [Terme d'affection] *Ma petite vache*

Un autre animal commun est le cochon. Ses caractéristiques physiques et ses comportements renvoient normalement des images négatives pour représenter des humains, avec des expressions telles que *gros, gras comme un cochon ; sale comme un cochon ; manger comme un cochon*. Ces comparaisons négatives aux cochons sont signalées dans d'autres langues, comme en anglais, en espagnol, en chinois et en langues slaves (Kiełtyka & Kleparski, 2007 ; Leach, 1964 ; López Rodríguez, 2009 ; Rakusan, 2004 ; Stibbe, 2003).

Alors qu'une *truie*, femelle du porc domestiquée et élevée pour la reproduction, est réservée pour décrire les femmes. Cela dégrade l'apparence et la vie sexuelle des femmes, servant ainsi de terme injurieux adressé à celles-ci, comme le montre l'exemple (55).

(55) TRUIE :

- a. femme grosse et malpropre ; femme de mauvaise réputation
 - b. Interj. injurieuse lancée à une femme
- « Elle s'écria : Ce n'est pas assez ! Tiens ! voleuse ! truie ! fille à matelots ! » (*Aphrodite*, 1896, p. 158).

3. Animaux de compagnie

Les animaux de compagnie les plus communs sont les chiens et les chats. Pour décrire les femmes, aucune métaphore positive n'existe concernant les chiens. Au contraire, seulement les traits péjoratifs sont mentionnés, surtout à propos de la sexualité.

(56) CHIENNE : Femme sensuelle et sans moralité

(57) CAGNE : Femme paresseuse et méprisable. Femme de mauvaise vie

(58) MÂTIN : Jeune fille ou femme au tempérament ardent

Chienne, incontestablement, désigne une femme aux mœurs légères. *Cagne* signifie un chien de mauvaise race et est retranscrit dans le domaine HUMAIN en une femme méprisable. *Mâtin*, race de chiens puissants ou de gros molosses qui garde la porte, décrit une femme ardente. Dans l'exemple de *mâtine*, nous pouvons voir que le sens est sexualisé :

« Une solide gaillarde dont le sang fourmillait et dansait dans les veines, une grande mâtine qui avait couru aux hommes, dès les premiers frissons de sa puberté. » (HUYSMANS, Soeurs Vatard, 1879)

Douce, mystérieuse et svelte sont des attributs de *chattes* généralement appliqués aux femmes.

(59) CHAT, CHATTE : [Appliqué à une pers. et surtout à une femme] Personne dont certains traits physiques et moraux évoquent le chat ou la chatte

Voici quelques exemples du dictionnaire : *un petit nez de chatte, un regard de (jeune) chatte ; une langueur, une pudeur, une volupté de chatte ; une âme, des grâces, des mines de chatte.*

Néanmoins, ce félin décrit également le sexe féminin par les termes *chatte* ou *minou* :

(60) CHATTE : Sexe de la femme

(61) MINOU : Sexe de la femme. Synon. chatte, minet

(62) MINOUNE : Femme ; prostituée

Enfin, *minoune* peut se référer aux prostituées, comme le montre l'exemple ci-dessous :

« On nous avait dit qu'on pourrait trouver des minounes bon marché dans ton bar. — (...) mon établissement est pas un bordel. » (M. DUBÉ, L'échéance, 1972, p.62)

Dans ce cas-là, les femmes sont comme des produits : leur prix moindre, *bon marché*, est en mis en relations avec des chats, *minounes*.

4. Animaux féroces

Les félins de grande taille ne sont pas utilisés en termes affectifs, ce qui est l'apanage des animaux petits et doux. Les caractéristiques plus fortes comme l'agressivité et la jalousie, sont exprimées par des animaux féroces, surtout pour les relations amoureuses. Une femme ayant ces attributs est une *tigresse*, une *panthère* (63)-(64). Par ailleurs, une *lionne* et une *louve* représentent plutôt une femme dépravée (65)-(66).

(63) TIGRESSE : Femme agressive, impitoyable, jalouse dans les relations amoureuses

(64) PANTHÈRE : Femme emportée, jalouse, violente

(65) LIONNE : Femme au goût exagéré pour la toilette, aux mœurs libres

(66) LOUVE : Femme débauchée, prostituée

Dans l'utilisation discursive, une lionne évoque très souvent une mère qui protège ses enfants ou une femme courageuse. La métaphore de *lionne* représente une des plus importantes MF de notre questionnaire (voir le chapitre 5.2).

5. Insectes

Les insectes sont utilisés pour désigner la femme par rapport aux relations humaines ou à leurs caractéristiques.

(67) PUNAISE : Femme pour laquelle on n'a aucune estime

(68) SANGSUE : Femme collante

(69) MANTE : Femme cruelle et dangereuse

6. Petits mammifères

Marmotte et *musaraigne*, deux petits mammifères sauvages, se réfèrent aux jeunes filles. Concernant la *souris*, elle est chargée de connotations péjoratives et sexualisées (72), alors qu'elle peut s'utiliser comme une appellation plus neutre pour décrire les jeunes filles (72).

(70) MUSARAIGNE : Jeune fille, femme

(71) MARMOTTE : Petite fille

(72) SOURIS :

- a. Femme légère, prostituée. *Souris ravageuse; souris de rempart*
- b. Jeune femme. Synon. *nana*
- c. Bonne amie, maîtresse, concubine

Voici un exemple où *souris* est utilisé sans péjoration :

« L'homme étant, comme chacun sait, l'animal qui secrète l'amour, je me suis mis à aimer cette souris. » (MALRAUX, L'espoir, 1937, p. 626)

7. Animaux aquatiques

Les créatures marines ont toutes un sens négatif. Une *limande* décrit une femme très maigre et partage le qualificatif de prostituée avec une *merluche* (73)-(74). Une *pieuvre* signifie une personne insatiable dans le domaine humain qui se réfère à une femme méprisante (75).

(73) LIMANDE :

- a. Femme maigre et plate
- b. Prostituée

(74) MERLUCHE : femme débauchée. Synon. de *morue*

(75) PIEUVRE : Femme entretenue qui ruine son protecteur

3.2.2 LES HOMMES SONT DES ANIMAUX

Selon les analyses du TLFi, une dissymétrie réside dans le fait que la plupart des insultes s'adressant aux femmes n'ont pas de versions masculines équivalentes. Même si un même animal est utilisé dans sa version masculine et dans sa version féminine, les connotations de la version femelle sont plus péjoratives que celles de son homologue, à l'exemple de la paire *poule* et *coq*. Les fonctions biologiques de la *poule* (comme *pondeuse* pour les femmes) et la péjoration sexualisée (prostituées, femmes légères, etc.) ne sont pas présentes pour les hommes. À la place, nous avons *fier*, *hardi*, *orgueilleux comme un coq*. De plus, il est aussi le symbole de la virilité, du tempérament combatif et un des emblèmes de la nation française.

Nous allons faire une brève présentation des caractéristiques dominantes des métaphores décrivant les hommes, suivie d'un résumé reprenant les catégories des groupes d'animaux.

I. Catégories selon des caractéristiques

1. Intelligence et expérience

Contrairement à la connotation sexualisée des femmes, les domaines de l'intelligence et de l'expérience sont des aspects bien soulignés chez les hommes. Les personnes stupides, ou ignorantes, sont décrites comme des bêtes, représentées comme un *baudet* (1). L'expérience humaine n'est pas innée, un jeune homme n'ayant pas encore intégré le savoir-faire d'un domaine est désigné comme un *baudet* ou un petit coq, un *coquebin* :

- (1) BAUDET : Homme stupide, ignorant
- (2) COQUEBIN : Jeune personne, le plus souvent jeune homme niais, innocent

En outre, la petite taille des animaux est associée au manque de moralité et d'intellect des humains. C'est une fusion de la métaphore primaire PLUS C'EST GROS MIEUX C'EST (BIGGER IS BETTER, Lakoff & Johnson, 1980) et de l'autre métaphore LES HUMAINS SONT DES ANIMAUX. C'est ce que décrit le mot *animalcule* (un animal très petit, microscopique) :

- (3) ANIMALCULE : Homme de petite envergure, morale ou intellectuelle
 « Que tout cela me semble lointain, et combien toutes ces vanités d'animalcules me lassent et me dégoûtent ! (BLOY, Journal, 1895, p. 190). »

2. Caractéristiques physiques

La plupart des animaux utilisés pour dégrader l'apparence des femmes ne sont pas employés pour la gent masculine, tels que *jument*, *haquenée*⁵⁷, *grenouille*, et *vache*.

La laideur des hommes est illustrée principalement par le domaine des grands singes (de même pour les femmes), comme le montrent les exemples (4) et (5) :

- (4) BABOUIN : Vieillard laid et ridicule ; homme mal bâti, malpropre
- (5) SAPAJOU : Homme laid, ridicule ; individu puéril ou borné

Par ailleurs, l'âge est un domaine moins souligné chez les hommes que chez les femmes. Parmi 87 cas de MF du domaine animal, il existe 18 entrées dont la définition est en collocation avec *jeune* ou *vieille* (21%), alors que pour les hommes, seulement 9 cas sur 63 (14%) sont liés à l'âge.

La grande taille représente la masculinité. Un homme petit avec des jambes courtes est comparé à un chien court sur pattes et la connotation est négative par son utilisation :

- (6) BASSET : Homme petit et à jambes très courtes
 « Ce petit homme, *grosset*, basset, avec sa figure poupine, sa voix ridicule, et ses yeux naïfs, avalait depuis nombre d'années, la perfidie et la fausseté comme l'eau. (BOURGES, *Le Crépuscule des dieux*, 1884, p. 100). »

Concernant les femmes, puisqu'elles sont généralement plus petites que les hommes, ce qui est considéré comme positif, l'association entre les femmes et les petits animaux porte une valeur positive (Halupka-Rešetar, 2003 ; Hines, 1999 ; Nilsen, 1996 ; Waśniewska & Kudin, 2018).

⁵⁷ Petit cheval ou jument aisé(e) à monter, qui va l'amble et qui servait autrefois de monture aux dames.

3. Caractéristiques péjoratives non sexualisées

Les hommes sont physiquement plus forts et exercent souvent des métiers ou activités plus physiques que les femmes. Ces traits se retrouvent dans des animaux gros et forts, comme un *rhinocéros* ou un *gorille*.

- (7) RHINOCÉROS : Homme brutal, grossier, féroce
- (8) GORILLE : Homme d'une grande force physique, d'une laideur repoussante et parfois d'une méchanceté violente

4. Caractéristiques positives ou neutres

Des traits positifs représentés par des animaux féroces, comme un *lion* ou un *loup*, marquent le dynamisme, la combativité, le courage ou l'ambition, surtout chez les jeunes hommes qui ont tout à prouver dans le travail et dans la société.

- (9) LIONCEAU : Jeune garçon ou jeune homme combatif, qui essaie ses forces, son pouvoir
- (10) LOUP : Jeune homme dynamique et ambitieux qui, parfois, n'hésite pas à employer des moyens peu recommandables pour réussir ((Jeune) loup)

En plus du *coq*, un homme orgueilleux est décrit comme un *paon* et un homme vaniteux comme un *daim*.

- (11) PAON : Homme d'une grande fatuité, orgueilleux, prétentieux
- (12) DAIM : Homme élégant, vaniteux et crédule, recherchant la société des demi-mondaines

Ces métaphores ne sont pas forcément genrées et à cause de la polysémie du terme *homme*, certaines expressions métaphoriques recherchées pourraient être impliquées au niveau de LES HUMAINS SONT DES ANIMAUX. Une femme fière peut également être décrite comme *fière comme un paon*. Dans ces cas-là, *homme* et *personne* sont interchangeable. Par exemple, pour le mot *paon*, si nous changeons la définition en « Personne d'une grande fatuité, orgueilleux, prétentieux », cela ne dénature pas le sens.

Toutefois, les exemples donnés dans le dictionnaire concernent seulement le référent masculin, nous incluons ces métaphores dans LES HOMMES SONT DES ANIMAUX, comme le montre l'exemple du *paon* :

« L'ire persistante du capitaine Bock, paon blessé dont l'orgueil suppurait encore (AMBRIÈRE, Gdes vac., 1946, p.352). »

En revanche, les métaphores concernant les femmes sont plus genrées ou beaucoup plus difficiles à employer en lien avec les hommes. Cela pourrait s'expliquer par les analyses de Baider et Jacquey (2008 : 1921) en se fondant sur les données d'EuroWordNet⁵⁸ : le mot *homme* au sens général (être vivant de l'espèce humaine) domine à la fois tous les autres sens d'*homme*, alors qu'aucun sens du mot *femme* ne fait référence à cette notion d'être humain. Autrement dit, le mot *femme* est un hyponyme d'*homme*. Nous remarquons que cette relation *homme* inclut *femme* s'applique également à l'utilisation des métaphores du genre.

5. Sexualité

La vie sexuelle des hommes est beaucoup moins défavorablement connotée. Un homme qui est porté sur les plaisirs sexuels est, par exemple, un *chaud lapin* ou un *bouc* :

(13) CHAUD LAPIN : Homme qui a les sens ardents

(14) BOUC : Homme d'une lubricité anormale

Contrairement aux femmes, l'explication dans le dictionnaire utilise un ton neutre (*homme qui a les sens ardents* et *homme d'une lubricité anormale* au lieu de *femme débauchée*, *femme de mœurs légères*, *femme facile*, *femme légère*, *femme sensuelle et sans moralité*, *prostituée*, etc.). Cette asymétrie sexualisée marque la plus grande distinction entre les métaphores des femmes et celles des hommes.

II. Catégories selon des groupes d'animaux

1. Animaux de ferme

Les hommes sont également décrits comme des animaux de ferme mâles. Cependant, les caractéristiques soulignées sont différentes de celles des femmes, qui insistent sur leur fonction de reproduction et dégradent leurs vies sexuelles. Les aspects accentués pour les êtres masculins ponctuent la mauvaise hygiène, la stupidité, l'impulsivité, la brutalité et la force.

Les équidés fournissent leur force. Étant des bêtes de somme, ils sont considérés comme stupides et ignorants. En transmettant ces caractéristiques aux hommes, une personne fournissant un travail physique est décrite comme un *cheval de bât*. Un homme stupide est dépeint comme un *âne*, un *baudet*, un *onagre*.

⁵⁸ EuroWordNet est une base de données lexicales multilingues représentant de manière hiérarchique l'ensemble des sens des noms et des verbes pour plusieurs langues européennes (Baider & Jacquey, 2008 : 1920).

(15) CHEVAL : un homme grossier et brutal

Un cheval de bât :

a. Se dit d'un homme chargé, dans une maison, dans une communauté, de la grosse besogne que les autres refusent

b. Homme dépourvu d'intelligence

(16) BAUDET : Homme stupide, ignorant

(17) ONAGRE : Homme borné et dépourvu d'intelligence

D'autres attributs physiques négatifs : un homme qui sent mauvais est perçu comme un *bouc*, tandis qu'un homme court et gros est un *sanglier* ou un *ragot* :

(18) BOUC : Homme qui sent mauvais

(19) SANGLIER : Homme trapu, généralement peu raffiné et grognon

(20) RAGOT : (Homme) petit, contrefait et ridicule

En comparaison, les métaphores animales utilisées pour relater la vie sexuelle des hommes sont bien moins nombreuses que pour leurs homologues féminins (4 contre 21). Par exemple, un *étalon*, représente un homme très porté sur le sexe. Ces expressions ne sont pas seulement plus rares, elles impliquent aussi moins de jugement moral et de connotation péjorative que pour les femmes.

(21) TAUREAU : Homme à qui toutes les femmes sont bonnes

(22) ÉTALON : Homme ardent aux plaisirs de l'amour

Selon le TLFi, le sexe masculin n'est pas représenté à l'aide du domaine animal, contrairement à celui des femmes. Deux autres parties sont représentées par le règne animal : une peau épaisse comme *couenne*, et une *crête* figure la tête d'un homme, basé sur la métaphore LES HOMMES SONT DES COQS.

(23) COUENNE : Peau de l'homme, surtout peau épaisse comme celle du porc

(24) CRÊTE : Tête de l'homme

2. *Singes*

La laideur est décrite pour les deux sexes par le biais des singes. Par exemple, un homme disgracieux peut être décrit comme un *sapajou*, tandis qu'une femme sera comparée à une *guenon*, signifiant une femme très laide (25)-(26).

Cependant, ce qui les différencie demeure dans deux domaines : pour les hommes, la force physique est soulignée, alors que pour les femmes, c'est leur sexualité. Dans l'exemple (27), un *gorille* correspond à un homme fort ou même violent, tandis qu'une *guenuche* (28) peut signifier une femme laide, ainsi qu'une femme de mœurs légères.

(25) SAPAJOU : Homme laid, ridicule ; individu puéril ou borné

(26) GUENON : Femme, fille très laide

(27) GORILLE : Homme d'une grande force physique, d'une laideur repoussante et parfois d'une méchanceté violente

(28) GUENUCHE :

a. Petite femme très laide

b. Femme de mauvaises mœurs

3. Animaux féroces

Les animaux féroces, comme un *lion* ou un *loup*, soulignent des caractéristiques positives telles que la bravoure, le dynamisme, la combativité et l'ambition :

(29) (JEUNE) LOUP : Jeune homme dynamique et ambitieux qui, parfois, n'hésite pas à employer des moyens peu recommandables pour réussir

(30) LION :

a. Homme brave

b. Jeune homme élégant, qui vit dans le luxe et l'oisiveté

Au contraire de leurs équivalents masculins, une *lionne* ou une *louve* impliquent toutes les deux des femmes aux mœurs libres, bien que ces utilisations puissent paraître démodées.

4. Insectes

Les métaphores ayant recours aux insectes, s'appliquant aux femmes, accentuent des traits négatifs comme dangereux ou insupportable. Alors qu'une *chenille* représente généralement une personne négligeable ou méprisable et dépeint un référent masculin négligé.

(31) CHENILLE : Habillement négligé pour homme

5. Oiseaux et animaux de compagnie

Ces deux domaines se réfèrent particulièrement aux femmes. Quand des parallèles avec des oiseaux et des animaux de compagnie sont appliqués aux hommes, la connotation féminine ou pas assez masculine y est transférée.

Les exemples (32)-(33) illustrent des jeunes hommes par des oiseaux, plus précisément, des petits oiseaux. Leur naïveté et manque d'expérience sont marqués.

(32) PIGEONNEAU : Jeune homme qui se laisse facilement duper, plumer

(33) BLANC-BEC : Jeune homme dont la bouche n'est pas encore assombrie par la moustache

Les animaux de compagnie mignons sont typiquement associés à la féminité, surtout les chats. Si cette image est associée à un homme, cela implique qu'il a une absence de masculinité, ce qui est similaire dans le cas d'un *bichon*, comme montré ci-dessous :

(34) MINET : Jeune homme vêtu à la mode et d'aspect peu viril

(35) BICHON : Jeune homme très efféminé, mignon

3.3 Domaine OBJETS

Dans plusieurs langues, les études sur la métaphore LES FEMMES SONT DES OBJETS ont relevé une conceptualisation en tant qu'objet de désir (Baider, 2004 ; Bratić & Stamatović, 2017 ; Guiraud, 1978b ; Hines, 1994, 2000 ; Mensah & Nkamigbo, 2016 ; Morris & Goldenberg, 2015 ; Velasco-Sacristán, 2006). Ainsi, leur agentivité a été retirée, et elles sont réduites à des objets connotés sexuellement avec une mise en avant de la marchandisation et la mise à disposition des femmes.

Dans cette étude, nous définissons le domaine OBJETS plus étroitement comme « des artefacts », objets créés artificiellement par l'homme pour certaines fonctions. Les desserts ainsi que d'autres nourritures seront abordés dans le domaine NOURRITURE pour leur nature comestible.

3.3.1 LES FEMMES SONT DES OBJETS

Étant le troisième domaine source le plus important des métaphores des femmes (19%), la sexualité de celles-ci y est encore un thème crucial.

Les objets sans valeur, ou sans importance, sont employés pour désigner des femmes. Dans les exemples (1)-(2), un *chiffon* et une *vadrouille*, un balai fait de vieux morceaux de cordages pour nettoyer le pont d'un navire, représente une femme de mœurs légères ou une prostituée.

(1) CHIFFON : Femme négligée dans sa tenue ou libre dans ses mœurs

(2) VADROUILLE : Femme de mauvaise vie, prostituée

Les parties du corps des femmes, surtout leurs parties sexuelles, sont conceptualisées en objets, comparées à une *tirelire* et à une *boîte à ouvrage*, par exemple. Ces deux objets ont tous deux un contenant. Cette association est due à la ressemblance de la forme de ces deux domaines. Un exemple qui donne une image vivante est donné ci-dessous :

« Des filles m'avaient montré en secret leur fente, leur tirelire (...) et elles avaient regardé curieusement (...) mon robinet. » (ARNOUX, Zulma, 1960, p. 210)

Une *fente*, une *tirelire* ont été choisies car elles sont des réceptacles, tandis que le *robinet* est ici un symbole phallique.

Comme Guiraud (1978a : 110) le remarque « les rapports sexuels sont représentés comme des relations transitives : le pénis est régulièrement comparé à un sujet-agent masculin qui effectue une action sur un objet-patient, le vagin ». À cet égard, comme nous l'avons vu au chapitre 1.3, le pénis est comparé à un instrument artisanal, à un instrument de musique, ou à une arme, pendant que le vagin est un creux ou une pièce (e.g. chambre).

D'autres expressions linguistiques soulignent une image d'ensemble du corps féminin, trop gros ou maigre, qui peut être une cible de moquerie. Une femme grosse et courte peut être représentée par un *bilboquet* et une *bouille* (3)-(5), tous les deux n'ayant pas une ligne svelte ; alors qu'une femme trop fine est décrite comme une *planche*, une planche de bois qui n'a aucune silhouette (5).

(3) BILBOQUET : Femme grosse et courte

(4) BOUILLE : Femme ou fille courte et grosse

(5) PLANCHE : Femme maigre, plate et sans formes

Les expressions linguistiques ci-dessous sont fondées sur un autre type de métaphore conceptuelle également proposée par Lakoff (1993 : 221) : métaphore de l'image (*image metaphor*) (voir 1.2.1).

Puisque la comparaison entre les femmes et les objets implique la perte de leur agentivité et d'insister sur leur apparence, nous suggérons que les expressions qui comparent des images d'objets avec des images des parties du corps féminin engagent également ces implications (*entailments*) de la métaphore LES FEMMES SONT DES OBJETS.

La beauté et la grâce d'une femme sont comparées à une poupée, comme montré dans les exemples (6)-(7). Ces expressions marquent spécialement la jeunesse des filles. Après tout, la plupart des poupées sont jeunes et mignonnes. Cette correspondance est en fait une projection des canons esthétiques de la société. D'abord, les poupées sont fabriquées selon des critères

de beauté, puis les femmes qui correspondent à ces standards sont représentées par les poupées (Pedersen & Markee, 1991).

(6) **POUPÉE** : Jeune femme jolie, fraîche, mignonne

(7) **PÉPÉE** : Jeune femme, jeune fille au physique généralement agréable

Comme suggéré par des chercheurs qui pointent la relation entre les poupées Barbie et la beauté des femmes (Dittmar, Haliwell & Ive, 2006), « ces produits sont un emblème culturel de la beauté féminine qui fournit un modèle idéal pour les jeunes filles ».

En outre, cette métaphorisation des jolies femmes en poupées implique que les femmes n'ont pas d'agentivité (McNay, 2000) : elles n'ont pas la capacité d'agir indépendamment et de prendre leurs propres décisions ; elles sont seulement des jouets ou des ornements pour les hommes.

Un tableau est aussi un objet à regarder. Contrairement aux poupées, une vieille femme burinée par le temps est représentée comme un vieux tableau :

(8) **VIEUX TABLEAU** : Vieille femme outrageusement fardée pour son âge

Métonymie : objets des femmes

D'un point de vue cognitif, la nature de la métonymie est un processus conceptuel tout comme la métaphore (Croft, 1993 ; Gibbs, 1994 ; Kövecses & Radden, 1998 ; Lakoff & Johnson, 1980). La description des catégories est fondée sur des relations conceptuelles comme la partie pour le tout (THE PART FOR THE WHOLE, A MEMBER OF A CATEGORY FOR THE CATEGORY, etc.). Pour se référer aux femmes, des objets employés par des femmes sont impliqués dans une relation OBJET UTILISÉ POUR DÉFINIR UN UTILISATEUR (OBJECT USED FOR USER).

Dans cette catégorie, des vêtements féminins occupent la plupart des usages. Certains termes métonymiques représentent les femmes au niveau général, comme une *jupe*, un *cotillon*, un *jupon*, et une *robe*. Dans ces cas-là, le sens est neutre :

(9) **JUPE** : Une/la femme, une/la fille

(10) **JUPON** : Femme, fille

(11) **COTILLON** : La femme en général, spécialement la femme-objet

(12) **JUPE** : Femme

Cependant, quand une jupe est salie, ou faite d'une étoffe médiocre, ces métonymies deviennent péjoratives : elles signifient des femmes pauvres, sales ou faciles. Par exemple, un *jupon crotté* exprime une fille de rue et une *grisette* décrit une fille de pauvre condition ou une jeune ouvrière coquette se laissant facilement courtiser.

La prostitution de rue est intrinsèquement liée à la pauvreté (Benson & Matthews, 1995 ; Monroe, 2005), qui explique les raisons pour lesquelles une femme qui porte un jupon crotté a tendance à être associée à une fille publique, puisque ce terme est utilisé métonymiquement pour décrire une fille aux mœurs légères.

3.3.2 LES HOMMES SONT DES OBJETS

Le domaine OBJETS représente presque 15% des métaphores des hommes. Même sans parler péjorativement de leur sexualité, nous observons que ces expressions sont pour la plupart négatives. Deux aspects principaux sont soulignés : l'inutilité et les caractéristiques physiques. Par rapport aux parties du corps des hommes, leurs sexes sont également représentés par des métaphores de l'image.

Des objets sans valeur sont utilisés pour désigner une femme facile ou une prostituée. Pour la gent masculine, ils se réfèrent à un homme de rien, comme un *homme de paille* et un *bibus* dans les exemples ci-dessous.

- (1) HOMME DE PAILLE : Homme de rien
- (2) BIBUS : Homme de rien, idiot

L'asymétrie lexico-grammaticale ne se trouve pas seulement dans les domaines ANIMAUX (*coq* vs. *poule*) et HUMAINS (*abatteur* vs. *abatteuse*), mais aussi dans les termes inanimés. Dans l'exemple (3), un *paillasse* représente un homme sans volonté, qui vient du sens « clown de parade ou de piste ». Lorsque ce mot s'adresse à une femme, une *paillasse* signifie une prostituée de bas étage, ce qui vient de la signification « un grand sac ou un lit de toile bourré de paille ».

Un autre exemple qui montre un homme sans caractère est le mot *fantoche*, qui exprime l'absence de volonté de cette marionnette articulée (4).

- (3) PAILLASSE (mas.) : Homme sans consistance ni volonté
- (4) FANTOCHE : Homme sans caractère ni volonté, qui se laisse mener par autrui et ne peut être pris au sérieux

Les hommes énergiques et courageux sont appréciés pour leur représentation de la masculinité. Un homme sans énergie est donc décrit comme une *flanelle*, pour sa qualité molle ; celui qui manque de courage est dépeint comme un *pleutre*⁵⁹.

(5) FLANELLE : Homme manquant d'énergie

(6) PLEUTRE : (Homme) sans dignité et sans courage

Les caractéristiques physiques des hommes sont également comparées à des objets fondés sur la similarité des images. L'exemple (7) compare la figure courte et grosse du jouet *poussah* avec un homme dont les caractéristiques physiques sont identiques. L'expression (8) concerne une partie du corps, la tête chauve emprunte l'image d'une boule de billard pour la forme ronde et la brillance de ces deux sphères sans poil.

(7) POUSSAH : Gros homme, petit et mal bâti

(8) UNE BOULE DE BILLARD : Homme chauve

Le sexe masculin, comme le féminin, forme des métaphores de l'image selon leur contour. Un *mandrin* et un *gourdin*, tous les deux de forme cylindrique, représentent le sexe de l'homme. Les expressions *avoir le mandrin*, et *avoir le gourdin* signifiant qu'un homme est en érection, proviennent de la même base.

Comme proposé précédemment, les métaphores de l'image sont fondées sur les métaphores conceptuelles. Ces expressions imaginaires partagent la même connaissance de la métaphore LES HOMMES SONT DES OBJETS, et les images ont donc été choisies d'après leur congruité.

3.4 Domaine SURNATUREL

La mythologie relève de sentiments fondamentaux communs parmi les humains, comme l'amour, la vengeance, la haine ou des explications de phénomènes que les hommes n'arrivaient pas à comprendre à l'instar de l'astronomie et la météorologie (Lévi-Strauss, 1955).

Dans cette section, nous présentons des métaphores en utilisant des personnages surnaturels, provenant majoritairement des mythes gréco-romains, ou d'autres créatures surhumaines (des contes, des religions, des films, etc.) pour se référer aux hommes.

Similaire au domaine HUMAINS, les caractéristiques proéminentes de ces personnages mythologiques sont utilisées comme métonymie de la relation DES CARACTÉRISTIQUES POUR LA CATÉGORIE (DEFINING PROPERTY FOR CATEGORY), suggérée par Kövecses et Radden

⁵⁹ D'après le TLFi, *pleutre* emprunte *pleute* « chose sans valeur, chiffon ; coquin, vaurien ».

(1998). Dans ces expressions, « un individu connu est métonymiquement recatégorisé comme une catégorie basée sur leurs traits stéréotypés (idem : 54) ».

3.4.1 LES FEMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS

Le travail de Hines (1996) sur LES FEMMES SONT DES FEMMES FATALES (WOMEN AS FEMME FATALE) montre que les femmes sont plus souvent conceptualisées comme des créatures irréelles, fabuleuses, séduisantes ou destructrices. Selon le TLFi, nous avons trouvé 26 expressions métaphoriques (9% dans les métaphores des femmes) dont les références sont des figures irréelles.

C'est le seul domaine dans lequel il n'y a pas de péjoration sexuelle envers les femmes. Cela concerne l'implication (*entailment*) indiquée par Lakoff et Johnson (1980 : 89-91) et Gibbs et Ferreira (2011) : quand un domaine source est choisi pour comprendre un autre domaine, la connaissance et la structure du premier sont également transférés au second, soit implicitement soit explicitement, dans les expressions linguistiques.

Dans les mythes, les déesses sont déssexualisées : elles peuvent avoir des enfants de manière surnaturelle. Par exemple, dans la mythologie grecque, Gaïa, déesse primordiale identifiée à la « Déesse mère », engendre seule Ouranos, le dieu du Ciel. Une autre déesse Héra, conçoit seule son fils Héphaïstos pour défier son mari Zeus et lui montrer qu'elle pourrait enfanter sans lui (Grimal, 1951).

Dans ce contexte, les rapports sexuels humains ne sont pas le point principal de l'utilisation des personnages mythologiques pour désigner les femmes, mais la caractéristique séductrice et/ou dangereuse.

Femme fatale

Les résultats en français font écho à ceux en anglais d'après Hines (1996). Ces groupes de termes se classent avec des nuances allant de purement séductrices à purement destructrices. Sur l'échelle de la beauté sans mauvaise connotation, une belle femme est représentée comme *Vénus*, ou son surnom *Cupris*, et *nymphé* :

- (1) VÉNUS : Femme très belle, bien faite
- (2) NYMPHE : Jeune fille, jeune femme gracieuse et bien faite

Ensuite, ces personnes mythologiques qui sont en même temps « belles et dangereuses », représentent pour la plus grande partie *Vamp*, *Circé*, déesse et magicienne dans l'Odyssée, et

*Lorelei*⁶⁰, sirène qui attire les marins par ses chants ; ce sont des figures métonymiquement utilisées pour se référer aux femmes partageant les mêmes traits :

(3) CIRCÉ : Une femme séduisante et dangereuse

(4) LORELEI : Femme symbolisant un enchantement dangereux

Les femmes méchantes, en dehors de faire référence à la beauté, sont comparées à des personnages vicieux, comme la *harpie* et la *diabliesse* :

(5) HARPIE : Femme méchante et acariâtre

(6) DIABLESSE : Femme qui a la ruse, la méchanceté, la malignité ou la laideur du diable

D'autres termes qui impliquent une connotation péjorative incluent une *ogresse* et une *mégère*. Une *ogresse* signifie une femme qui exploite des prostituées et la *mégère* fait référence à une des trois Furies, déesses symboliques de la vengeance, et se réfère à une femme qui s'emporte facilement.

Les mythes reflètent les pensées de l'antiquité. Ces êtres fabuleux féminins et leurs caractéristiques sont dans une certaine mesure l'état mental de ceux qui les ont créées.

Naturellement attirantes pour les hommes, les femmes sont souvent blâmées comme la source du mal. Le travail de Lederer (1970) montre que dans les mythes de plusieurs cultures, « il existe parmi les hommes une doctrine universelle selon laquelle c'est la femme qui a amené le mal, le péché et la mort dans le monde ». La première femme de la mythologie grecque, *Pandore*, et la première femme dans la Bible, *Eve*, en sont deux exemples indiscutables. Les études de Lederer (1970) et de Blazina (1997) montrent que la peur et l'amour envers les femmes sont révélés à travers les mythes dans la culture occidentale.

3.4.2 LES HOMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS

Par rapport aux femmes fatales, les caractéristiques des personnages irréels qui sont retransmises aux hommes sont plus positives. Ces termes soulignent la beauté, la force et la grande taille des êtres masculins.

⁶⁰ Nom d'une ondine popularisée par un poème de H. Heine (1824), et qui apparaît pour la première fois sous les traits d'une ravissante jeune femme dans un poème de Cl. Brentano (*Die Lore Lay*, 1801).

1. Beauté

Dans les mythes gréco-romains, de nombreuses figures masculines sont connues pour leur beauté. *Adonis* et *Apollon* sont deux personnages réputés. Leurs caractéristiques font que ces noms sont devenus des symboles pour représenter un homme remarquable par sa beauté.

- (1) ADONIS : homme remarquable par sa beauté
- (2) APOLLON : homme remarquable par sa beauté et l'élégance de sa taille

Cependant, la combinaison « beau et dangereux » est absente chez les dieux, ainsi que chez les humains de sexe masculin.

2. Force

Les dieux mythologiques des deux sexes sont dotés de pouvoirs différents. Les déesses ont des dons pour attirer les gens par leur beauté, leur chant et probablement les mettre ensuite dans une situation périlleuse. Alors que les dieux masculins sont également beaux, ils ont d'autres talents tels que la force, la vitesse ou d'autres caractéristiques. Ces divisions des caractéristiques incarnent l'attitude envers les humains des deux sexes dans les mythes et l'utilisation incessante de leurs noms pour représenter ceux qui provoquent ces attributs. *Alcide* et *Hercule* sont deux modèles pour désigner un homme robuste :

- (3) ALCIDE : Homme fort et robuste
- (4) HERCULE : Homme le plus souvent de forte carrure, doué d'une grande force physique ; personne capable d'exploits de tous ordres

3. Taille

La grande taille, autre critère de masculinité, est également récurrente chez les figures masculines dans les mythes. *Cyclope*, et *Apollon* peuvent décrire un homme de grande taille.

- (5) CYCLOPE : Homme de très grande taille, ou qui édifie une œuvre colossale

4. Sexualité

Un homme obsédé par le sexe fait référence à *Satyre*. Cela est montré dans l'exemple (6). Notons que cette créature est un mélange d'animal et d'humain. Ce serait pour cela que les attributs de *Satyre* impliquent la nature des animaux, le désir sexuel, comme nous l'avons évoqué dans la section 3.1.

- (6) SATYRE : Homme lubrique, obsédé, qui recherche des relations sexuelles avec des inconnues, notamment des petites filles, ou qui se livre à des actes répréhensibles (exhibitionnisme, voyeurisme)

Comme abordé en début de section, la sexualité des femmes n'a pas recours aux personnages mythologiques en raison de la nature désexualisée des déesses.

3.5 Domaine CORPS

Le travail de Kövecses et Radden (1998) catégorise en détail les variantes de métonymie. Parmi elles, UNE PARTIE DE QUELQUE CHOSE POUR REPRÉSENTER L'ENTIER est traditionnellement traité sous le nom de *synecdoque*. Un exemple en français est un *cerveau*, pour représenter une personne entière, car c'est là où se trouvent la pensée et l'intelligence.

Dans cette section, nous présentons des parties du corps employées pour se référer aux deux sexes ou à leurs parties du corps. À l'exemple du *cerveau* qui est un organe saillant pour les êtres humains, les parties du corps genrées indiquent également des parties proéminentes chez les hommes et les femmes.

3.5.1 LES FEMMES SONT DES PARTIES DU CORPS

Les parties du corps soulignées chez les femmes comprennent les seins, les fesses, la peau, et les jambes. A un niveau plus général, la jeunesse et la beauté représentent aussi une femme entière.

Les seins des femmes sont considérés comme une zone érogène, ainsi que comme un symbole maternel, pour l'allaitement. Pour cette dernière raison, des appellations des seins sont liées au lait maternel. Par exemple, *lolo* et son dérivé *loloche* viennent du mot *lait*. Cette fonction nourricière devient donc un trait important pour les seins des femmes. Un autre exemple est *nichon*, qui provient du sens de « se nicher » (affection du nourrisson), rappelant l'image des mères qui nourrissent leurs bébés.

Malgré son origine morphologique lactée, ces termes sont sensuels d'un point de vue masculin :

« Une jolie fille armée d'un beau cul et de loloches plaisantes ». (SAN ANTONIO, Meurs pas, on a du monde, Paris, Fleuve Noir, 1980, p.112)

« Elle promenait sa poitrine à un doigt du nez de l'autre (...). De beaux lolos copieux et laiteux. » (ARNOUX, Zulma, 1960, p. 163)

Les fesses sont une zone associée au sexe. L'expression *Y a de la fesse* et un exemple d'utilisation montrés ci-dessous indiquent que la *fesse* est utilisée métonymiquement pour se référer aux femmes et des rapports sexuels avec celles-ci.

(1) Y a de la fesse : Il y a des femmes (considérées comme des partenaires sexuelles possibles)

« Tâchez de radiner par ici. Dis aux copains qu'il y a de la fesse et que tous les soirs je joue de la mandoline avec une jolie marraine de guerre (CENDRARS, *Main coupée*, 1946, p. 9). »

La condition de la peau révèle l'âge de quelqu'un. Une *vieille peau* décrit une femme âgée. Cela fait écho aux sections précédentes où l'âge d'une femme est toujours un domaine qui subit des jugements.

Enfin, les jambes des femmes retiennent aussi le regard des hommes. De la même manière, cette partie est une métonymie qui représente une femme :

(2) GRANDE GIGUE : Fille grande et maigre

Outre des parties spécifiques du corps, des qualités importantes chez les femmes sont aussi employés pour signifier les êtres féminins, comme la jeunesse et la joliesse.

L'exemple (3)-(4) montre que l'état jeune ou vieux d'une femme peut être primordial pour les nommer par ces synecdoques :

(3) JEUNESSE : Jeune fille, jeune femme

(4) UNE VIEILLE – SEMPITERNELLE : Une femme très vieille

Cependant, le changement d'âge chez leurs homologues masculins n'est pas un point important dans la langue qui n'en possède pas de trace.

Pareillement, la beauté et la laideur sont usitées partiellement pour marquer les femmes, mais absentes pour les hommes :

(5) JOLIVETÉ : Jolie femme

(6) LAIDERON : Jeune fille ou jeune femme laide

Au contraire, les hommes portent beaucoup moins d'attention à leur corps.

3.5.2 LES HOMMES SONT DES PARTIES DU CORPS

Les caractéristiques proéminentes chez les hommes sont leur pilosité, *barbe* et *poil*, en raison des hormones masculines. Ces traits deviennent une métonymie pour les représenter. Par exemple, une *jeune barbe* représente un jeune homme, et un homme barbu est appelé un *barbu*. Les poils sont également un symbole de masculinité. Un *poilu* peut signifier un homme énergique et courageux, voici un exemple :

« Bien, mon petit aiglon ! Vous gouvernez les hommes ; vous êtes fort, carré, poilu ; vous avez mon estime (BALZAC, Le père Goriot, 1835, p.194) »

La seule appellation négative pour se référer aux hommes est un *bedon*. Emprunté de l'image d'un gros tambour, cela est appliqué à figurer un ventre gras (1) et des hommes avec des caractéristiques stéréotypiques provoquées par cette figure (1) :

(1) BEDON :

- a. [S'appliquant à une pers. et princ. à un homme] Ventre rebondi et gras
- b. Petit homme ventru et replet ; personne faisant volontiers bonne chère
- c. Homme fat affectant des airs d'importance

Par les données introduites dans cette section, nous observons que les parties du corps des femmes sont sexuées, ou réduites en quelques critères importants pour les hommes (l'âge, la beauté). En revanche, ce regard n'est pas réciproque. Selon la théorie d'objectification (*objectification theory*) proposée par Fredrickson et Roberts (1997 : 175) « le corps des femmes est regardé, évalué, et toujours potentiellement objectivé ». Ce regard sexué par les hommes donne aux femmes un miroir pour examiner l'image de leur corps.

3.6 Domaine NOURRITURE

Dans ce domaine, nous avons trouvé 11 métaphores (4%) pour les femmes et une seule pour les hommes.

3.6.1 LES FEMMES SONT DE LA NOURRITURE

La métaphore LES FEMMES SONT DES DESSERTS trouvé en anglais n'a pas été recherchée dans le TLFi. L'association entre le domaine SUCRÉ et les caractéristiques des femmes semble absente (*She is sweet, cheesecake, cookie, tart*, Hines, 2000 : 145). Au lieu d'être sucrés, les termes de la nourriture qui sont appliquées aux femmes impliquent que les femmes sont représentées par les domaines GRAISSE et SALETÉ.

L'exemple (1) *graillon* signifie les déchets d'un repas ou une mauvaise odeur de graisse. Une fille de cuisine ou une mauvaise cuisinière est appelée *Marie-graillon*⁶¹ et en appliquant ces caractéristiques désagréables aux femmes, *graillon* peut décrire une femme malpropre.

Panade, molle comme elle est, désigne une personne molle et sans énergie. Quand ce pain est utilisé pour décrire une femme, le sens est encore péjoratif.

⁶¹ Voir chapitre 3.1.2 pour l'analyse des mots composés de *Marie*.

- (1) GRAILLON : Femme malpropre.
- (2) PANADE : Femme de mauvaise tournure, laide, sale

Le domaine GRAISSE va encore plus loin pour représenter une femme aux mœurs légères ou une prostituée. Cette utilisation est réalisée par *saucisson* et *boudin* :

- (3) SAUCISSON : Femme grasse et de mœurs dissolues. *Synon. boudin*

« Sadi de Gorter me dit un jour qu'il voulait m'emmenner chez un de ses amis, un aristocrate lithuanien qui écrivait en français. Ce soir-là, j'avais rendez-vous avec un saucisson quelconque et je lui répondis : "Qu'est-ce que j'ai à en foutre, de ton lithuanien !" ». (A. PARAZ, *Le Gala des vaches*, 1948, p. 86 ds CELLARD-REY 1980).

- (4) BOUDIN :

- a. Personne grasse

- b. Arg. Prostituée, femme facile. *boudin cavaleur, planche à boudin; boudin à ressorts*

Ces deux préparations de la viande sont considérées comme grasses, et dégradent également les femmes. Différents des exemples (1) et (2), ces deux aliments possèdent une péjoration sexualisée des femmes. Par hasard ou non, ils concernent tous les deux une forme phallique. Nous suggérons que cela sert à induire un rapport au sexe. En l'ajoutant à la liaison entre le domaine sale et des actes immoraux, nous avons ces images de femmes de mauvaises mœurs.

L'anthropologue Douglas (2003) note que la notion *pollution* n'engage pas seulement les domaines de l'hygiène et de la santé, mais est aussi un symbole de l'impureté psychologique, comme des actes immoraux. Cette métaphore est prouvée par des psychologues Zhong et Liljenquist (2006), Lee et Schwarz (2010), selon lesquels la morale abstraite est effectivement incarnée par des expériences concrètes de la propreté physique.

Cette conclusion est soutenue par nos données du domaine NOURRITURE. En appliquant les traits *gras* ou *sale* aux femmes, en tant qu'être féminins sans morale, cela connote une femme facile.

Outre le domaine NOURRITURE, les excréments sont également perçues comme impures et incluses dans une autre sphère taboue. Reprenons la notion de l'association *impure* et *immorale*, une personne qui évacue ses déchets est métaphoriquement considérée comme corrompue. Par exemple, une *pisseuse* se réfère à une fille ou à une femme d'une manière péjorative, et une *pétasse*, qui vient du verbe *péter* et le suffixe *-asse* à valeur péjorative, représente une prostituée débutante ou une femme facile à l'époque :

« Il courtisait la patronne et disait : « Ce n'est pas une ménesse, ce n'est pas une pétasse. Exactement, une moukère. » (DUHAMEL, Désert Bièvres, 1937, p.219)

Alors que de nos jours, *pétasse* est une insulte commune sans connotation sexuelle pour les femmes.

Parties du corps

Rappelons qu'une métaphore d'image n'est pas choisie accidentellement, mais est fondée sur la métaphore conceptuelle, ainsi que sur la connaissance de ce domaine.

Analogiquement, la similarité des formes entre des parties du corps des femmes et des aliments est basée sur la métaphore conceptuelle LES FEMMES SONT DE LA NOURITURE au lieu d'une sélection arbitraire. Les seins des femmes sont comparés à des *œufs*, et le sexe de la femme à une *moule*.

(5) ŒUFS SUR LE PLAT : Poitrine de femme menue et plate

(6) MOULE : Le sexe de la femme

Les expressions qui indiquent le domaine de la faim et celui du désir sexuel sont souvent interchangeables dans la pratique linguistique (Ger, Belk, & Askegaard, 1996). Ce phénomène est basé sur les mêmes expériences du corps quand on ambitionne un désir. Cette réalisation de transformer en nourriture les parties sexuées des femmes, les seins et le sexe, révèle le point de vue des hommes comme étant ceux qui mangent, ceux qui ont activement des rapports sexuels avec les femmes, vues comme leurs nourritures.

3.6.2 LES HOMMES SONT LA NOURRITURE

Cependant, pour les humains masculins, les métaphores provenant du domaine GRAISSE ne sont pas explorées, ni leurs parties du corps.

Seulement un terme *cornichon* est découvert et peut signifier un homme simple, sot, ou niais :

(1) CORNICHON :

- a. Homme simple, qui respecte les femmes
- b. Sot, niais, nigaud, que l'on dupe facilement

Ce terme est synonyme des autres noms de légumes utilisés pour désigner une personne stupide, comme *concombre* et *courge*. Ces expressions élèvent LES HUMAINS SONT DE LA NOURRITURE à un niveau plus général par rapport aux usages sexuellement spécifiques.

3.7 Domaine PLANTES

Le cycle de la vie des humains est conceptualisé comme pour les plantes (Lakoff & Turner, 1989 : 6). Plus précisément, le début et la fin de la vie sont mis respectivement en parallèle avec le bourgeonnement et la flétrissure des plantes. L'état de maturité des personnes est alors comparé à la floraison des fleurs ou à la maturité des fruits.

3.7.1 LES FEMMES SONT DES PLANTES

Même les humains sont comparés avec les plantes à un niveau général, les femmes sont plus fréquemment traitées comme des plantes. Nous pouvons le voir par l'exemple ci-dessous :

- (1) PLANTE : Personne présentant une apparence de santé, et, en partic., fam., belle fille, belle femme (Belle plante)

De plus, l'exemple fourni implique une fille :

« Sa petite-fille, jeune plante un peu flétrie, pâle, inclinée sous une fièvre lente, sous le développement de la vie qui la fait souffrir. » (E. DE GUÉRIN, Journal, 1839, p.261)

Sous la catégorie des plantes, les femmes sont spécialement représentées par les fleurs, ainsi que leur virginité :

« La fille du roi de France et de « la reine Constantine », enlevée par un chevalier, et voulant garder sa fleur, lui dit qu'elle est fille de lépreux, de sorte qu'il ne la touche pas. » (MONTHERLANT, Les lépreuses, 1939, p. 145)

Quand les femmes sont transformées en fleurs, les hommes sont des agents, ceux qui ont le droit de les cueillir. Les exemples (2)-(3) relèvent ce point de vue androcentrique. Sémantiquement et syntaxiquement, les deux verbes *déflorer* et *effeuiller* doivent avoir un sujet humain. Ils représentent l'action de prendre les plantes, signifiant qu'un homme prend la virginité d'une femme. L'implication de projeter le domaine FEMMES sur celui de PLANTES est que les femmes n'ont pas d'agentivité, elles n'ont pas le droit d'agir et doivent se laisser « cueillir », comme une fleur qui ne peut pas résister aux cueilleurs.

- (2) DEFLOREUR (UNE FEMME) : Prendre le pucelage de qqn
- (3) EFFEUIILLER LE BOUTON DE ROSE : Prendre la virginité (d'une fille)

Une sous-espèce de la catégorie florale représentant typiquement les femmes est la *rose*, qui est déjà apparue dans l'entrée *effeuiller* (le bouton de rose) :

- (4) ROSE : La femme dans l'éclat de sa jeunesse, de sa beauté

D'autres espèces florales, même sans recherches dans le dictionnaire, associent fleur-fille dans la langue française ou les autres langues latines. Nous constatons ceci par les prénoms féminins : *Flora, Lilas, Rose, Marguerite, Iris*, entre autres.

Le statut du mariage des femmes est comparé à celui des plantes. Comme mentionné par Lakoff et Turner (1989), la maturité des gens peut être métaphoriquement expliquée par celle des plantes. L'expression *monter en graine*, décrivant une plante grandissant jusqu'à ce qu'elle porte graine, est utilisée pour désigner une femme non mariée ou une femme qui a passé l'âge de se marier et est restée vieille fille.

« Comment ! Il ne s'est pas trouvé quelque vieux gentilhomme campagnard pour épouser cette chère petite, faite pour devenir une châtelaine (...). Ils l'ont laissée monter en graine. » (BALZAC, Pierrette, 1840, p. 82)

3.7.2 LES HOMMES SONT DES PLANTES

La virginité des hommes n'est pas comparée à des plantes. Après tout, le pucelage masculin n'était pas un thème aussi important que celui des femmes. Etant considérés comme la part active lors des rapports sexuels, l'image des plantes immobile ne convient donc pas.

Le sexe de l'homme est comparé à une *asperge* en se basant sur la métaphore d'image : la forme de cette plante provoque l'image de l'organe génital masculin.

3.8 Domaine NATURE et Autres

Seules deux entrées du domaine NATURE ont été identifiées : une *montagne* représente un homme fort et courageux ; un *tonnerre* décrit un homme à la voix forte et puissante.

Etonnement, nous n'avons pas trouvé d'expression de ce domaine qui se réfère aux femmes. Néanmoins, l'absence de ces utilisations dans le dictionnaire n'exclut pas que cette comparaison existe dans la culture française. Les termes *Terre-Mère, Mère Nature, Dame Nature* confirment les notions de don de la vie et de rôles nourriciers de la Nature représentés sous l'image de la femme, et plus précisément, de la mère.

Comme Kittay (1988 : 64) le suggère :

« L'homme identifie ce qu'il veut et ce qu'il désire, ou ce qu'il a acquis ou ce qu'il craint d'acquérir, en tant que femme. La terre, la mer, l'ouragan, la vérité, la liberté, la sexualité sont tous appelés Femme, tout comme la mort elle-même.⁶² »

⁶² Man identifies that which he wants and desires, or has acquired or fears acquiring, as Woman. The earth, the sea, the hurricane, Truth, Freedom, Liberty, Sexuality are all called Woman, as is Death itself. (Kittay, 1988 : 64)

Depuis les temps anciens, et dans de nombreuses cultures, la nature a été considérée comme femelle (Norwood, 2014 ; Porteous, 1986 ; Sweetser, 1995). Bien que cette comparaison n'ait pas été encodée dans le dictionnaire, la relation cosmologique entre le corps (surtout féminin) et l'univers (Glacken, 1967 ; Tuan, 1978) ainsi que la richesse des expressions dans la littérature, montrent toutes le rapport étroit entre la femme et la nature.

Autres

Concernant des expressions qui ne se catégorisent pas dans les domaines précédents, il existe des onomatopées, des noms abstraits, des lieux, et une couleur.

Nous avons trouvé trois noms onomatopéiques, deux pour représenter les femmes et un pour les hommes. En outre, la sexualité et l'apparence des femmes sont toujours les sujets accentués par ce groupe de mots.

L'onomatopée *ohé*, un cri manifestant qu'on s'amuse, représente une femme facile, et l'autre *dondon*, un son dont la racine onomatopéique *dond-* exprime le balancement des femmes corpulentes :

(1) OHÉ : Femme légère (Femme ohé! ohé!)

« Les femmes ohé ! ohé !, toutes ces femmes qui font mettre leurs photographies dans les magazines (...) sont des stryges. » (MONTHERL., Pitié femmes, 1936)

(2) DONDON : Femme ou fille qui a beaucoup d'embonpoint.

Quand il s'agit d'homme, la naïveté est exprimée à partir de l'onomatopée *dad-*, exprimant l'étonnement :

(3) DADAIS : Jeune homme niais et gauche

D'autres types en faible quantité : nom abstrait tel qu'une *âme*, utilisé comme un terme de tendresse pour s'adresser aux femmes ; des noms de lieu, comme Lorette, représentant une jeune femme du demi-monde, aux mœurs faciles. Cela est également une métonymie pour faire référence à ceux qui habitaient dans le quartier de Notre-Dame-de-Lorette, à Paris au milieu du XIXe siècle. La seule couleur évoquée pour représenter une femme légère est le *doré*, voici son utilisation :

(4) DORÉ, ÉE : Arg., vx. Femme de mœurs légères.

« Le Soir » a pris pour des ouvrières les petites dorées, autrement dit : les cocottes. » (FUSTIER, Suppl. dict. de Delvau, 1889, p. 530)

Conclusion du chapitre 3

Ce chapitre a introduit les métaphores conventionnelles en français grâce à la recherche dans le dictionnaire historique, le TLFi. Nous avons fait écho aux travaux qui ont relevé le sexisme dans la langue française à travers des tropes linguistiques. Parmi eux, le domaine ANIMAUX reste un des plus utilisé et est le plus varié. De plus, nous avons découvert d'autres domaines sources rarement mentionnés par d'autres chercheurs : HUMAINS, OBJETS, MYTHOLOGIQUE, CORPS, NOURRITURE, et PLANTES. Nous pouvons observer que même dans des domaines différents, la même logique s'applique : l'asymétrie entre les métaphores des femmes et celles des hommes est omniprésente. D'abord, les métaphores décrivant les femmes sont plus nombreuses que celles décrivant leurs équivalents (sauf dans le domaine HUMAINS). Deuxièmement, les expressions désignant les êtres féminins portent plus de sens péjoratifs, surtout connotés sexuellement. En outre, leurs apparences et l'âge attirent plus de moquerie que pour leurs homologues masculins.

Nous allons aborder par la suite les métaphores figurées en mandarin qui est culturellement éloigné.

CHAPITRE 4 : ANALYSES DU DICTIONNAIRE MANDARIN

Dans ce chapitre, nous considérons les représentations des métaphores conventionnelles en mandarin dans le dictionnaire DRM.

Comme nous l'avons expliqué dans la partie méthodologie, s'il existe une expression qui concerne deux domaines sources en même temps, chaque domaine reçoit une occurrence, car chaque métaphore conceptuelle est considérée comme indépendante. Il existe 23 MF concernées et toutes sont fondées sur le domaine PLANTES. Ainsi, on dénombre 13 cas de PLANTES+NATURE, 7 cas de PLANTES+SUBSTANCE, 2 cas de PLANTES+ANIMAUX et 1 cas de PLANTE+OBJET. Au total, 384 expressions sont répertoriées pour décrire les femmes. En comptant deux fois ces entrées qui sont présentes dans deux domaines, nous obtenons le tableau ci-dessous qui illustre la distribution de chaque domaine source pour les deux sexes :

Domaines	MF	%	MH	%	Total	%
PLANTES	173	43	5	11	178	39
NATURE	107	26	3	7	110	24
ANIMAUX	56	14	26	57	82	18
OBJETS	33	8	0	0	33	7
HUMAINS	6	1	11	24	17	4
NOURRITURE	16	4	0	0	16	4
COULEUR	7	2	0	0	7	2
MYTHOLOGIQUE	6	1	0	0	6	1
CORPS	3	1	1	2	4	1
Total	407	100	46	100	453	100

Tableau 13. Distribution des domaines sources des deux sexes dans le DRM

La représentation des données en mandarin est répartie sur quatre niveaux. Niveau 1 : les sinogrammes⁶³ qui sont présentés suivis de leurs versions en *pinyin* (Niveau 2), un système de romanisation du mandarin qui permet faciliter la lecture des exemples. Niveau 3 : sous les sinogrammes, nous présentons la traduction littérale mot à mot. Ce palier est essentiel. Enfin, niveau 4 : une traduction libre.

Le Tableau 14 résume les domaines sources et les caractéristiques. Au vu du nombre de métaphores décrivant les femmes, nous commencerons par celles-ci. Elles seront suivies par les métaphores décrivant les hommes. Des comparaisons détaillées et l'interprétation des différences interculturelles seront discutées dans le chapitre 8.

⁶³ Les caractères chinois sont présentés dans leur forme traditionnelle, telle qu'utilisée à Taïwan. La transcription des caractères de chaque métaphore suit le système officiel de *pinyin*, utilisé en République Populaire de Chine mais sans accentuation.

Métaphores décrivant les femmes		Métaphores décrivant les hommes	
Exemples	Explications	Exemples	Explications
4.1 PLANTES			
FLEUR fleur fleur sauvage fleur domestique pivoine fleur trompette fleur d'abricot chaton cymbidium lotus	femme maitresse épouse une belle femme une femme banale une femme légère une femme facile bonne vertu des pieds bandés	Non trouvé	
HERBE herbes aromatiques	femme en général	Non trouvé	
ARBRE saule pleureur	femme en général, femme facile, prostituée parties du corps	ARBRE arbre jade	beau, grand
4.2 NATURE (1/2) : SUBSTANCE			
jade perle eau	femme, belle, gracieuse, parties du corps femme belle, parties du corps	jade	beau
4.3 NATURE (2/2) : VUE PANORAMIQUE			
NATURE terre eau onde vague marée mer glace, neige printemps lune et étoiles vent, brouillard, nuage	féminin, mère belle des yeux provoquante menstruation femme en général bonne vertu femme en général galanterie parties du corps belle, parties du corps	NATURE ciel	masculin en général
4.4 ANIMAUX			
ANIMAUX tigresse, lion renarde, serpent, scorpion araignée poule oiseaux outarde corbeau insectes	féroce femme fatale dangereuse, cruelle pondeuse, impuissante petite, la voix agréable prostituée cheveux noir parties du corps	ANIMAUX tigre, loup, ours, gorille, léopard loup abeilles, papillons tortue	fort, grand avoir l'air riche et majestueux lubrique galant cocu

Métaphores décrivant les femmes		Métaphores décrivant les hommes	
Exemples	Explications	Exemples	Explications
4.5 OBJETS			
marchandise éventail en automne chaussures cassées un vieux puits un vase arc, crochet maquillage, épingles à cheveux, jupe, fichu	femme (injurieux) jetable femme facile, prostituée une veuve une belle femme bête pieds bandés femme en général	non trouvé	
4.6 HUMAINS			
HUMAINS Xi Shi (prénom) homme	âge, pas mariée masculine, forte	HUMAINS Pan An (prénom) femme	beau féminin, bavard
4.7 NOURRITURE			
bon aliment sauvage sucré épicé tofu grain, oeuf grenade cerise	attirante maitresse mignonne, jolie, agréable sexy la peau visage dents bouche	non trouvé	
4.8 COULEURS			
couleurs de maquillage rouge vert	belle, une belle femme belle, une belle femme	non trouvé	
4.9 MYTHOLOGIQUE			
diable fantôme Bouddha génie	sexy laide avoir l'air majestueux belle, trop fardée	non trouvé	
4.10 CORPS			
visage, sourcil, cœur	femme	sourcil, barbe	homme

Tableau 14. Résumé des métaphores des deux sexes en mandarin

4.1 Domaine PLANTES

Le domaine PLANTES est le plus important parmi tous les domaines sources, surtout pour les métaphores des femmes : il occupe 43% des contributions. En plus d'être très productif, ce domaine est également beaucoup combiné avec d'autres domaines sources pour former une expression.

4.1.1 LES FEMMES SONT DES PLANTES

Ce domaine comprend des sous-catégories FLEURS, ARBRES, et HERBES.

1. Fleurs (*nom générique*)

« Depuis le début, la beauté des fleurs est interchangeable avec la beauté des femmes. Ce phénomène est intrinsèque à la pensée et à la langue chinoise. Presque tous les caractères décrivant la beauté ont le radical de la femme et appartiennent donc à la catégorie de l'image féminine. En effet, ces mots qui indiquent la beauté s'appliquent seulement aux femmes, aux fleurs et aux fruits. De ce fait, il y a un élément fort de l'érotisme qui est établi par la représentation des fleurs. » (Barnhart, 1983 : 84-85)

À travers cette citation, nous pouvons avoir une idée globale de la connexion entre les femmes et les fleurs ainsi que de l'étroitesse des liens qui les unissent. Leur forme, habitat, fragrance, cycle de vie, variété des espèces, toutes les caractéristiques sont transmissibles aux femmes.

Comme le suggèrent Lakoff et Turner (1989), les étapes de la vie des humains sont métaphorisées par le cycle des plantes : la naissance, la maturité, et la mort des gens sont respectivement compris comme le bourgeon, la floraison, et le flétrissement des plantes. C'est ce que nous constatons dans le domaine FEMMES.

D'abord, les femmes sont conceptualisées comme des fleurs en général. La caractéristique la plus soulignée est la floraison comparée avec la beauté des femmes, surtout les jeunes filles, comme montré dans l'exemple (1) :

(1)	貌 <i>mao</i>	美 <i>mei</i>	如 <i>ru</i>	花 <i>hua</i>
	apparence	belle	comme	fleur

« Une femme est belle comme une fleur »

Une des connotations des fleurs est qu'elles se flétrissent. La période de floraison limitée est comparée à la jeunesse des femmes : elles sont belles, mais quand elles ne le sont plus, c'est comme des fleurs flétries, qui ne sont plus valables pour les hommes. Même si cette

implication n'est pas explicite dans chaque expression, il faut l'avoir en tête pour chaque exemple de fleurs, en général ou pour une fleur spécifique.

Quand un modificateur est ajouté à une fleur, certaines caractéristiques des femmes sont soulignées. L'exemple (2), « école fleur » représente la fille la plus belle d'une école. La culture de « la fleur d'une école » est présente dans les campus à Taïwan. Même sans concours de beauté, chaque école (du collège à l'université) « élit », par le bouche à oreille, la plus belle fille.

- (2) 校 *xiao* 花 *hua*⁶⁴
école fleur
« La plus belle fille d'une école »

Une fleur bien fraîche signifie une femme jeune et belle. Dans l'exemple (3), la bouse de vache dénote un homme ordinaire ou laid. L'image « une fleur posée dans une bouse » dépeint une femme jolie qui épouse un homme disgracieux.

- (3) 一 *yi* 朵 *duo* 鮮 *xian* 花 *hua* 插 *cha* 在 *zai* 牛 *niu* 糞 *fen* 上 *shang*
une classif.⁶⁵ fraîche fleur insérer dans vache bouse dessus
« Elle est trop bien pour lui »

Dans les exemples suivants, *jia* « maison » et *ye* « sauvage » sont opposés représentant respectivement « légal » et « hors mariage ». *Jia hua* « fleur de la maison » signifie son épouse, et *ye hua* « fleur sauvage », des maitresses. Quand *ye* « sauvage » est en collocation avec des femmes, il y a une connotation péjorative, signifiant des femmes de mœurs légères. D'autres exemples avec *ye* seront présentés dans le domaine ANIMAUX.

L'exemple (5) « Ne cueille pas des fleurs sauvages dans la rue » est une expression visant à dissuader les hommes volages.

- (4) 家 *jia* 花 *hua*
maison fleur
« La femme (l'épouse) »
- (5) 路 *lu* 邊 *bian* 的 *de* 野 *ye* 花 *hua* 不 *bu* 要 *yao* 採 *cai*
rue côté Part. sauvage fleur Neg. falloir cueillir
« Ne touche pas une autre femme que ton épouse »

2. Fleurs d'espèces spécifiques

Les fleurs sont nombreuses et variées. Les différentes espèces sont valorisées différemment selon les cultures et ont donc une symbolique variable (Goody, 1993). Dans la culture

⁶⁴ Expression populaire 校草 *xiao cao* « l'herbe d'une école » représente le plus beau garçon d'une école.

⁶⁵ Les classificateurs en mandarin sont employés afin de dénombrer ou désigner des objets, des notions abstraites ou le nombre d'occurrences d'une action.

chinoise, des fleurs aux connotations chargées de valeurs sociales différentes sont fréquemment comparées à des femmes.

La pivoine était beaucoup appréciée pour sa beauté et sa fragrance forte, par conséquent considérée comme *la reine des fleurs* en Chine. Sa floraison donne une impression luxueuse, d'où son autre surnom *la fleur de richesse*. Durant certaines dynasties, elle était même vue comme la fleur nationale. L'exemple (6) « la beauté nationale, la fragrance du paradis » se réfère à la pivoine pour décrire une femme magnifique ou pour complimenter la plus belle femme d'un pays.

- (6) 國 *guo* 色 *se* 天 *tian* 香 *xiang*
nationale beauté paradis fragrance
« Une femme magnifique »

Une autre expression utilisant la pivoine se dit d'un homme prêt à devenir un fantôme pour une pivoine. Cela veut dire qu'il pourrait tout faire, même mourir, pour une belle femme.

- (7) 牡丹花 *mu dan hua* 下 *xia* 死 *si*
pivoine tomber mourir
做 *zuo* 鬼 *gui* 也 *ye* 風流 *feng liu*
faire fantôme aussi galant
« Un homme pourrait mourir pour une belle femme »

N'ayant pas la chance de la pivoine, la belle-de-jour est considérée comme une fleur commune dans la culture chinoise. Ce point de vue est transféré aux femmes. L'exemple (8) signifie une femme à l'apparence et à la personnalité insignifiante.

- (8) 喇叭 *la ba* 花 *hua*
trompette⁶⁶ fleur
« Se dit d'une femme ayant une apparence et une personnalité banales »

La fleur de l'abricot est également appréciée comme une belle fleur et représente donc une belle femme. Le visage de fleur d'abricot signifie le visage angélique d'une femme.

- (9) 杏 *xing* 臉 *lian*
fleur d'abricot visage
« Une femme avec un très beau visage »

Les mœurs des femmes sont souvent un sujet souligné par des métaphores. Les expressions métaphoriques (10) et (11) soulignent cet aspect en comparant les femmes à des fleurs d'abricot et à des fleurs de saule pleureur, ou chatons (botanique).

⁶⁶ Cette fleur est surnommée « la fleur de trompette » en raison de la ressemblance de sa forme avec une trompette.

Une fleur rouge d'abricot est un symbole de galanterie dans les poèmes anciens, où le rouge est également une métonymie pour représenter les femmes en raison de la couleur de leur maquillage. L'exemple (10) décrit une fleur rouge d'abricot qui sort du mur, signifiant qu'une femme trompe son mari. Le mur, qui dépeint une frontière, est un symbole de la limite entre la maison, un endroit légal, et l'extérieur où des aventures galantes sont possibles.

(10) 紅 *hong* 杏 *xing* 出 *chu* 牆 *qiang*
rouge abricot sortir mur
« Une femme ayant une liaison »

Les fleurs du saule pleureur (chatons) ont une qualité très proche du coton qui peut s'envoler avec le vent. Cette nature est liée à l'eau, considérée comme constamment changeante. En combinant ces deux caractéristiques, cette expression désigne une femme légère, femme aux mœurs dépravées.

(11) 水 *shui* 性 *xing* 楊花 *yang hua*
eau nature chaton
« Femme facile »

Il n'y a pas que des métaphores péjoratives pour les femmes. Le cymbidium, ou orchidée, est considéré comme une fleur endurente, humble et honnête. Dans l'exemple (12), le cœur et la nature sont une métonymie pour représenter la personnalité d'une personne. En les modifiant à l'aide de l'orchidée, cette métaphore honore une femme de vertu.

(12) 蘭 *lan* 心 *xin* 蕙 *hui* 性 *xing*
orchidée coeur orchidée nature
« Une femme vertueuse »

Le lotus, en tant que plante aquatique, est considéré comme un symbole de pureté et d'élégance en raison de l'association avec l'eau et sa connotation de pureté et de clarté⁶⁷. De nombreux poèmes comparent les belles femmes avec cette plante. Leurs petits pieds sont métaphorisés spécifiquement comme du lotus.

Dans la culture chinoise, la coutume des « pieds bandés » a été pratiquée pendant plus de mille ans et son origine remonterait au Xe siècle⁶⁸. Dans l'exemple (13), « trois pouces (à peu près dix centimètres) de lotus d'or » est une métaphore pour décrire la taille idéale des pieds des femmes. À cette époque, avoir des pieds bandés signifiait qu'une fille ne travaillait pas

⁶⁷ Voir la section 4.2 pour la métaphorisation de l'eau.

⁶⁸ La coutume des pieds bandés a été pratiquée en Chine du Xe au début du XXe siècle. À partir de l'âge de cinq ou six ans, parfois plus tôt, les filles et jeunes femmes commençaient leur bandage et il fallait environ deux ans pour atteindre la taille jugée idéale de 7,5 centimètres. Après avoir baigné les pieds dans de l'eau chaude ou du sang animal mélangés à des herbes médicinales, les orteils, à l'exception du gros orteil, étaient pliés contre la plante du pied, et la voûte plantaire était courbée, pour réduire sa longueur.

aux champs, ce qui était une indication d'appartenance à une famille aisée. De plus, à cause de la douleur et de l'inconvénient, ces femmes marchaient lentement et de manière malhabile. Cette démarche était perçue comme très attirante. Cette manière de marcher est montrée dans l'exemple (14), qui est dépeint comme « lotus pas ».

(13) 三 *san* 寸 *cun* 金 *jin* 蓮 *lian*
trois pouce or lotus
« Les petits pieds des femmes »

(14) 蓮 *lian* 步 *bu*
lotus pas
« La démarche séduisante des femmes aux pieds bandés »

Cette coutume, des pieds bandés, est suggérée comme une autre raison pour laquelle les femmes sont très conceptualisées comme des plantes en chinois. Dans les langues indo-européennes, des travaux ont déjà été réalisés sur des métaphores du genre métaphorisant essentiellement les femmes comme des animaux (Baider & Gesuato, 2003 ; Fontecha & Catalán, 2003 ; Guiraud, 1978b ; Hines, 1996 ; López Rodríguez, 2009 ; Maestre, 2015 ; Nilsen, 1996 ; Rudman & Mescher, 2012 ; Tipler & Ruscher, 2019 ; Yaguello, 1978). Cependant, en mandarin, le domaine ANIMAUX n'occupe que 15% des domaines utilisés pour dénoter les femmes, tandis que le domaine PLANTES représente 42% des occurrences.

Quand un certain domaine cible est choisi, toutes les conséquences linguistiques qui viennent avec le fait et la connaissance de ce domaine doivent être prises en considération (Lakoff & Johnson, 1980).

Une implication importante du choix entre le domaine animal et le domaine botanique serait que les animaux bougent, qu'ils peuvent donc être assimilés à une potentielle proie pour la chasse. Les plantes, quant à elles, s'apprécient et ne peuvent pas se mouvoir. Un des buts de la coutume des pieds bandés serait de limiter les déplacements des femmes. La persistance de l'image des plantes aurait été accentuée par cette coutume.

LE CYCLE DE LA VIE DES FLEURS EST LE CYCLE DE VIE DES FEMMES

Comme mentionné au début de cette partie, la floraison limitée dans le temps est une raison pertinente pour la métaphore conceptuelle LES FEMMES SONT DES FLEURS. Le cycle des fleurs est conceptualisé comme le cycle de vie des femmes : le bourgeon, la floraison, et le flétrissement des fleurs correspondent à la puberté, à la période de leur maturité et à la vieillesse. Le bourgeon fleuri signifie une jeune fille dans sa puberté :

- (15) 含 *han* 苞 *bao* 待 *dai* 放 *fang*
 tenir bourgeon rester fleurir
 « Une fille est pubère »

Au contraire, quand les femmes vieillissent, leur beauté est comme celle des fleurs, flétrie. L'exemple (16) dénote une femme vieillie en la comparant à un chrysanthème et à un lotus flétri. Cela implique qu'une femme n'est plus attirante pour les hommes, comme les fleurs ne sont plus utiles quand elles ne sont plus fraîches.

- (16) 菊 *ju* 老 *lao* 荷 *he* 枯 *ku*
 chrysanthème vieillir lotus flétrir
 « Une femme n'est plus jeune et belle »

Enfin, une expression populaire 開苞 *kai bao* « ouvrir le bourgeon » signifie « dépucceler une fille » et est souvent utilisée dans la littérature ou les films érotiques. Puisque la forme du clitoris ressemble à un bourgeon, cette métaphore d'image (*image metaphor*, Lakoff, 1993) basée sur la métaphore conceptuelle LES FEMMES SONT DES FLEURS n'est pas un hasard.

3. Arbres

Dans cette catégorie, les femmes ne sont pas conceptualisées comme des arbres en tant que tels, mais plutôt en tant qu'espèce spécifique : le saule pleureur. Il est souvent en collocation avec *hua* « la fleur » :

- (17) 花 *hua* 柳 *liu* 之 *zhi* 姿 *zi*
 fleur saule pleureur marque possessive geste
 « Une belle femme »

Les attributs soulignés du saule pleureur comprennent son image souple et sa productivité. Vu que cet arbre peut repousser en plantant une de ses branches dans le sol, il est considéré comme un emblème de la fécondité. Cette signification est liée aux femmes, surtout les prostituées ou les femmes de mœurs légères. Dans l'exemple (18), les deux adjectifs *can* et *bai*, signifiant « fragmentaire et ravagé », modifient respectivement une fleur et un saule pleureur pour représenter une femme aux mœurs dépravées ou qui a perdu sa virginité.

- (18) 殘 *can* 花 *hua* 敗 *bai* 柳 *liu*
 défectueux fleur flétri saule pleureur
 « Prostituée, femme facile, femme maltraitée et abandonnée »

Étant cooccurrents, le saule pleureur et la fleur sont une représentation des femmes faciles ou des prostituées, et des termes en rapport à la galanterie emploient également cette collocation. Dans l'exemple (19), « la fenêtre et la porte des saules pleureurs » signifie « un bordel », tandis que (20) « des maladies de fleur et saule pleureur », manifeste des maladies vénériennes :

- (19) 柳 *liu* 戶 *hu* 花 *hua* 門 *men*
 saule pleureur fenêtre fleur porte
 « Un bordel »
- (20) 花 *hua* 柳 *liu* 病 *bing*
 fleur saule pleureur maladie
 « Maladies vénériennes »

Ici, les femmes, sont non seulement conceptualisées comme le saule pleureur, mais les parties de leur corps le sont également. La taille des femmes, pour sa finesse et sa souplesse, est comparée avec les branches du saule pleureur :

- (21) 柳 *liu* 腰 *yao*
 saule pleureur taille
 « La taille d'une femme est fine et souple »

Les sourcils longs et fins sont un critère de beauté important. Dans l'exemple (22), ils sont représentés comme la forme fine d'une feuille du saule pleureur. D'autres métaphores sur les sourcils seront présentées au travers du domaine NATURE dans la partie suivante.

- (22) 柳 *liu* 眉 *mei*
 saule pleureur sourcil
 « Les sourcils fins et longs d'une femme »

Le mouvement très doux et léger d'une femme svelte est comparé au saule pleureur s'arc-boutant sous l'effet du vent. Le mot *ruo* « douce, faible » est une caractéristique liée à la féminité. Une femme d'apparence faible est attirante, comme dans cet exemple :

- (23) 弱 *ruo* 柳 *liu* 扶 *fu* 風 *feng*
 faible saule pleureur soutenir vent
 « Une femme faible avec un mouvement très léger »

4. Herbes

Quand les femmes sont désignées par des herbes, il ne s'agit pas du gazon. *Fang cao*, signifie des herbes parfumées comme les lavandes ou alors une appellation d'ensemble des fleurs et des herbes. C'est une catégorie qui partage certains attributs des fleurs d'où son utilisation pour représenter des femmes :

- (24) 芳 *fang* 草 *cao*
 herbe parfumée herbe
 « Des femmes »

L'âge et le cœur des herbes parfumées désignent l'âge et le cœur des femmes, comme ci-dessous :

(25) 芳 *fang* 齡 *ling*
 herbe parfumée âge
 « L'âge d'une fille/femme »

(26) 芳 *fang* 心 *xin*
 herbe parfumée cœur
 « Le cœur (l'amour) d'une fille/femme »

L'exemple suivant est une expression pour reconforter un homme qui n'est pas aimé par la femme qu'il aime. Littéralement, cette métaphore explique : « Il y a des herbes parfumées partout, pourquoi tu te colles à cette fleur qui ne veut pas de toi ? » Ici, des herbes parfumées et des fleurs sont synonymes, se référant à différentes femmes.

(27) 天涯 *tian ya* 何處 *he chu* 無 *wu* 芳草 *fang cao*
 le monde où Neg. herbe parfumé

何必 *he bi* 單戀 *dan lian* 一 *yi* 枝 *zhi* 花 *hua*
 pourquoi aimer sans réciproque une classi. fleur

« Il y a des femmes partout, pourquoi tu tiens à celle qui ne t'aime pas ? »

Dans la littérature classique, *fang cao* représente les bonnes choses, la vertu des *hommes de bien*⁶⁹ et les femmes. La première phrase de l'exemple (27) vient d'un poème du poète *Su Shi* de la dynastie Song, qui voulait exprimer qu'il y a beaucoup de bonnes choses dans le monde et qu'il est préférable de ne pas se focaliser sur quelques aspects de la vie. Comme les plantes sont étroitement liées aux femmes, la deuxième phrase a été ajoutée plus tard pour compléter l'idée de consoler un homme délaissé amoureux.

Ensuite, les points de vue des hommes sont encodés dans la métaphore LES FEMMES SONT DES PLANTES par deux domaines : HUMAINS et ANIMAUX.

5. Les hommes sont ceux qui traitent des plantes

D'abord, la manière dont les hommes traitent les plantes est comparable à la façon dont les hommes traitent les femmes. Même les agents (ceux qui exercent une action sur les plantes) ne sont pas explicites dans les métaphores, leurs « mains invisibles » relèvent de la perspective androcentrique.

Dans les exemples (28)-(30), tous les verbes ne peuvent qu'être exécutés par des êtres humains. Les verbes *nian* « tordre » (28), *cui* « détruire » (29), *pan* « grimper » ainsi que *zhe* « briser » (30), comprennent tous la clé du sinogramme⁷⁰ « main 扌 », signifiant des actions manuelles, ce qui en est une preuve explicite.

⁶⁹ 君子 *junzi*, traduction de Cheng (1981).

⁷⁰ Les clés des sinogrammes sont des éléments graphiques qui entrent dans la composition des sinogrammes et ont parfois une certaine cohérence avec le sens, c'est-à-dire que des sinogrammes partageant la même clé

- (28) 拈 *nian* 花 *hua* 惹 *re* 草 *cao*
 tordre fleur provoquer herbe
 « (Un homme) a plusieurs maitresses »
- (29) 辣 *la* 手 *shou* 摧 *cui* 花 *hua*
 impitoyable main détruire fleur
 « (Un homme) traite une femme violemment »
- (30) 攀 *pan* 花 *hua* 折 *zhe* 柳 *liu*
 cueillir fleur briser saule pleureur
 « (Un homme) voit des prostituées »

Syntaxiquement et sémantiquement, ces expressions n'ont que les hommes comme sujet, ce qui confirme encore que ces derniers étaient ceux qui avaient accès à l'écriture.

6. *Les hommes sont des animaux que les fleurs attirent*

Dans le règne animal, les abeilles et les papillons sont naturellement attirés par les fleurs. Basé sur la métaphore LES FEMMES SONT DES FLEURS, l'exemple (31) décrit un homme en relation avec plusieurs femmes simultanément. Dans « des abeilles sauvages et des papillons galants », les deux adjectifs décrivent le domaine humain et sont retransmis au domaine animal.

- (31) 狂 *kuang* 蜂 *feng* 浪 *lang* 蝶 *die*
 sauvage abeille galant papillon
 « Un homme galant »

Dans une perspective opposée, l'exemple (32) « attirer des abeilles et des papillons » se réfère en effet à l'agent, une fleur, même si cela n'est pas explicite. Cela signifie qu'une femme s'habille ou se comporte d'une manière attirante ou provoquante pour attirer l'attention des hommes, comme une belle fleur attire naturellement ces animaux. Cette expression n'est pas un compliment pour les femmes, bien au contraire, car elle accuse les femmes d'être « trop séduisantes et provoquantes. » Si par hasard une femme est victime de harcèlement sexuel ou de viol, ce n'est pas la faute des agresseurs, les hommes, qui sont juste victimes par leur pulsion, comme les abeilles sont attirées par les jolies fleurs.

- (32) 招 *zhao* 蜂 *feng* 引 *yin* 蝶 *die*
 attirer abeille attirer papillon
 « Une femme se fait belle (pour attirer les hommes) »

7. Combinaison du domaine *PLANTES* avec d'autres domaines

Le domaine *PLANTES* est si pertinent qu'il peut se combiner avec des métaphores d'autres domaines sources, comme *ANIMAUX* et *NATURE*. Un exemple de chaque combinaison est illustré, des détails d'autres domaines sont présentés dans les parties suivantes.

PLANTES + ANIMAUX

Les oiseaux sont souvent liés aux femmes pour leur voix plus aiguë et leur petite taille. L'espèce fauvette est connue pour son joli piaulement et est donc un symbole pour représenter les femmes, surtout des filles de joie. La composition « fauvette fleur » dans l'exemple (33) se réfère aux prostituées :

- (33) 鶯 *ying* 花 *hua*
fauvette fleur
« Des prostituées »

PLANTES + SUBSTANCE

Le jade est la métaphore la plus importante dans le domaine *SUBSTANCE*. En général, le jade peut se classer en jade tendre (le jade néphrite) et en jade dur (le jade jadéite).

Ruan et *rou*, synonymes, sont des concepts cruciaux pour des caractéristiques féminines en chinois. Dépendant des noms qu'ils modifient, ces deux adjectifs peuvent correspondre aux concepts « mou, tendre, doux, souple, flexible, faible ». L'exemple (34) exprime un jade tendre et une fleur douce, qui désignent une femme faible, douce et délicate, une image des femmes bien appréciée dans la culture chinoise.

- (34) 玉 *yu* 軟 *ruan* 花 *hua* 柔 *rou*
jade mou fleur doux
« Une femme délicate et douce »

PLANTES + NATURE

La lune, comme dans plusieurs langues, est associée stéréotypiquement au genre féminin pour son image passive et faible (Konishi, 1993). En mandarin, la lune représente également les femmes. De plus, quand des parties du corps sont comparées à la lune, cela veut dire que la femme désignée est bien jolie. L'exemple ci-dessous avec une combinaison de l'apparence de la lune et une fleur signifie une belle femme :

- (35) 月 *yue* 貌 *mao* 花 *hua* 龐 *pang*
lune apparence fleur visage
« Une femme avec un joli visage »

4.1.2 LES HOMMES SONT DES PLANTES

Des correspondances systématiques entre les domaines PLANTES et HOMMES n'existent pas. Il n'y a qu'une métaphore pour honorer la beauté et la grande taille des hommes en les comparant avec « un arbre jade » dans le vent :

- | | | | | |
|-----|------------------|--------------|--------------|---------------|
| (1) | 玉 <i>yu</i> | 樹 <i>shu</i> | 臨 <i>lin</i> | 風 <i>feng</i> |
| | jade | arbre | confronter | vent |
| | « Un bel homme » | | | |

« Un arbre jade » est déjà une métaphore. Le jade est associé à de nombreuses caractéristiques positives de l'homme de bien (voir chapitre 4.3), qui désigne un bel arbre. Cependant, l'espèce de l'arbre est incertaine, une version fiable dit qu'il se référerait au Sophora du Japon ou à l'arbre à miel.

4.2 Domaine NATURE (1/2) – VUE PANORAMIQUE

Le domaine NATURE est resté dans l'ombre lors des recherches précédentes sur les métaphores du genre qui sont principalement fondées sur les langues indo-européennes. Cela est dû au fait qu'il est culturellement spécifique au mandarin. En effet, dans la nature, les substances, le paysage, ou les plantes, sont tous étroitement liés les uns aux autres. Cela est soutenu par la haute fréquence de l'occurrence de deux notions mises en juxtaposition dans une seule expression.

En mandarin, ce domaine représente le deuxième plus important (26%). Il y a une subdivision en deux sous-catégories : SUBSTANCE (14%) et VUE PANORAMIQUE (12%). Puisque ces deux sous-catégories partagent des caractéristiques indivisibles (comme la relation entre l'eau et des vagues) et possèdent aussi leurs singularités, nous les aborderons en deux parties.

La section 4.2 présente la première sous-catégorie VUE PANORAMIQUE dans son sens plus large, à l'exemple de la terre, des nuages, et des vagues, alors que la seconde sous-catégorie SUBSTANCE se focalise sur des caractéristiques des matériaux comme l'eau, le jade, et sera présentée dans la partie qui suit.

LES HUMAINS SONT LA NATURE

乾，天也，故稱乎父。坤，地也，故稱乎母

« *Qian*, le ciel, est appelé le Père tandis que *Kun*, la terre, est appelée la Mère. »

Selon le *Yi Jing*⁷¹, l'Univers est divisé en 乾 *Qian* et en 坤 *Kun*, le Ciel et la Terre, qui sont respectivement représentés comme masculin et féminin. Ils signifient les deux oppositions qui engendrent tous les êtres, et sont à l'origine de la dualité *Yin-Yang*. La pluie et les nuages étaient considérés comme le résultat du rapport sexuel entre le Ciel et la Terre. La pluie était vue comme le sperme du Ciel qui féconde la Terre.

De nombreuses métaphores, décrivant les rapports entre les hommes et les femmes, sont représentées en rapport avec le « renversement du nuage et de la pluie » considéré comme le prologue sexuel entre le ciel et la terre :

- (1) 翻 *fan* 雲 *yun* 覆 *fu* 雨 *yu*
 inverser nuage renverser pluie
 « Le rapport sexuel entre les hommes et les femmes »
- (2) 雨 *yu* 約 *yue* 雲 *yun* 期 *qi*
 pluie rendez-vous nuage période
 « Le rapport sexuel entre les hommes et les femmes »

Au contraire, quand un couple ne peut pas s'unir, cela est représenté comme « interrompre la pluie et démolir le nuage » :

- (3) 斷 *duan* 雨 *yu* 殘 *can* 雲 *yun*
 interrompre pluie démolir nuage
 « La relation d'un couple est cassée »

Ces expressions excluent la présence des deux sexes. Cela vient de *Qian* et *Kun* présentés au début de cette section et de la personnification qui y est associée.

Les expressions ci-dessus ne présentent pas les hommes et les femmes en eux-mêmes, mais une racine d'où viennent des métaphores LES HUMAINS SONT LA NATURE en mandarin. Dans la partie suivante, nous introduisons LES FEMMES SONT LA NATURE.

4.2.1 LES FEMMES SONT LA VUE PANORAMIQUE

Les femmes sont représentées comme la terre, l'eau, le printemps, la montagne, la lune, des étoiles, le vent, le bouillard, et les nuages.

1. Terre

Dans l'introduction de cette section, nous avons montré que LES FEMMES SONT LA TERRE, plus précisément, la mère. Comme *kun* « la Terre » est la Mère de tous les êtres, le modèle de la Terre représente le modèle idéal des mères :

⁷¹ *Yi Jing*, « Classique des changements », présente un système de signes binaires qui peut être utilisé pour la divination (1027-256 av. J.-C.). Cf. l'édition moderne : Gao (2005).

- (4) 坤 *kun* 儀 *yi*
 terre modèle
 « Le modèle des mères »

2. Eau

Les types qui ont l'essence « eau » occupent environ un quart des occurrences, comprenant la mer, la rivière, la marée, la vague, la glace et la neige qui renforcent des caractéristiques de la nature et de l'eau en même temps.

L'eau (d'un lac) en automne était considérée comme une scène extraordinaire à observer, claire et calme, habituellement employée dans la littérature classique pour décrire les yeux clairs et attirants de certaines femmes. Cette métaphore est conceptualisée de la même façon que celle décrivant des yeux beaux comme de l'eau présentés précédemment.

- (5) 眼 *yan* 如 *ru* 秋 *qiu* 水 *shui*
 œil comme automne eau
 « Les yeux d'une femme sont clairs et beaux »

Les yeux représentent le regard, signe des émotions. 波 *bo* « onde » est différencié de l'eau par son déplacement. L'expression (5) figure une femme exprimant secrètement son amour à un homme comme une ondulation de l'automne.

- (6) 暗 *an* 送 *song* 秋 *qiu* 波 *bo*
 secrètement envoyer automne onde
 « Une femme exprime secrètement ses sentiments par son regard »

L'eau stationnaire et l'onde n'ont pas beaucoup d'énergie cinétique et sont comparées aux femmes qui sont appréciées pour leur apparence ou leur passivité. Au contraire, une vague signifie une femme provoquante. Comme la vague a sa force, elle conceptualise une femme qui a le pouvoir de séduire les hommes. L'exemple (7) « l'air (apparence) d'une vague » indique la façon de s'habiller ou le comportement séduisant d'une femme. Cette expression a une connotation péjorative, qui assimile ces femmes à des femmes faciles.

- (7) 浪 *lang* 樣兒 *yang er*
 vague air (apparence)
 « Une femme provoquante »

La régularité des règles des femmes est associée à la lune et à la marée. En plus, la menstruation étant liquide, c'est une raison supplémentaire de la comparer à la marée périodique :

- (8) 潮 *chao* 信 *xin*
 marée nouvelles (informations)
 « La période de la menstruation »

- (9) 月 *yue* 汛 *xun*
 mensuelle marée
 « La période de la menstruation »

La mer est conceptualisée comme féminine dans de nombreuses cultures car des êtres y prolifèrent naturellement (Boyce, 1994), ce qui est associée à la reproductivité des femmes. L'exemple (10) compare d'abord la mer avec le corps des femmes en elles-mêmes, ensuite le cœur d'une femme avec une aiguille. Étant synonyme des émotions, la difficulté de comprendre le cœur d'une femme est comparée à l'impossibilité de trouver une aiguille au fond de la mer.

- (10) 女人 *nü ren* 心 *xin* 海 *hai* 底 *di* 針 *zhen*
 femme cœur mer fond aiguille
 « Le cœur des femmes est difficile à comprendre »

Ayant les caractéristiques d'être aquatique, blanche et dure, la glace est considérée comme un symbole de pureté, noblesse et persistance. Présenté dans la section précédente, le jade est également considéré comme le signe de bonnes vertus, c'est pourquoi ces deux éléments étaient employés habituellement en collocation pour représenter des bonnes qualités. Par exemple, 冰清玉潔 *bing qing yu jie*, « glace claire jade propre » signifie une bonne vertu.

Un vers d'un poème de Wang Changling⁷² dit : 一片冰心在玉壺 « un cœur de glace est dans un pot en jade ». Cela signifie sa persistance à garder une grande élévation morale, même s'il tombe en disgrâce et est envoyé en exil.

En combinant les attributs de la glace représentant des bonnes vertus avec la métaphore LES FEMMES SONT DE L'EAU, nous avons un mélange qui décrit les bonnes vertus des femmes avec de la glace et de la neige :

- (11) 冰 *bing* 雪 *xue* 心 *xin*
 glace neige cœur
 « Les vertus des femmes »

Il faut noter que « le cœur de glace » n'est là que pour décrire des vertus en général, mais l'explication « le cœur de glace et la neige » décrit alors des femmes. La neige possède les caractéristiques « douce et souple », qui ne sont applicables qu'aux êtres féminins.

3. *Printemps*

春 *chun* « printemps » et 春色 *chun se* « le paysage du printemps » sont souvent liés aux femmes et à la galanterie. Le paysage du printemps est typiquement caractérisé par la floraison des fleurs variées, qui sont la métaphore la plus importante des femmes, comme

⁷² Wang Changling (698-756), poète de la dynastie Tang.

introduit dans la section 4.1. Pour cette raison, le paysage de printemps peut aussi signifier le joli visage d'une femme, ou représenter des femmes en elles-mêmes. Dans les exemples (12)-(13). *Acheter printemps* manifeste qu'un homme rend visite à des prostituées, et au contraire, *vendre printemps* dénote qu'une femme se prostitue.

(12) 買 *mai* 春 *chun*
 acheter printemps
 « (un homme) qui rend visite à des prostituées »

(13) 賣 *mai* 春 *chun*
 vendre printemps
 « (une femme) qui se prostitue »

4. Montagne

Les sourcils, un critère de la beauté des femmes, étaient teints en vert foncé. Cette couleur ressemble à celle de la montagne vue de loin, qui motive une métaphore d'image en raison de la couleur qu'ils ont en commun :

(14) 眉 *mei* 似 *shi* 春 *chun* 山 *shan*
 sourcil comme printemps montagne
 « Les jolis sourcils des femmes »

(15) 遠 *yuan* 山 *shan* 黛 *dai* 眉 *mei*
 loin montagne vert sourcil
 « Les jolis sourcils des femmes »

5. Lune et étoiles

Le genre grammatical des noms serait originaire de la personnification selon des cultures différentes (MacKay, 1980, 1986). Dans plusieurs langues, comme en latin, en français, et en espagnol, la lune est conceptualisée comme féminine ayant des caractéristiques faibles et passives par rapport au soleil (MacKay, 1986). Même en anglais, une langue sans genre grammatical, on retrouve la lune dans la littérature destinée aux enfants désignée comme un être féminin.

Dans la culture chinoise, la lune et le soleil forment la paire prototypique du *Yin Yang*. En effet, un des sens de *Yin* est la lune, et un des sens de *Yang*, le soleil. Nous pouvons également le voir dans les caractères simplifiés de ces deux mots : 月 *yue* (la lune) est une des parties de 阴 *yin*, et 日 *ri* (le soleil) une des parties de 阳 *yang*.

La lune possède donc des caractéristiques de *Yin*, y compris le féminin. C'est pourquoi la lune est automatiquement un domaine convenable pour désigner les femmes. L'exemple (16) exprime originellement une belle scène lunaire, utilisée pour décrire des belles femmes.

- (16) 倩 *qian* 影 *ying*
 joli ombre
 « Une belle image lunaire ; une belle femme »

Un autre lien existant entre la lune et la femme est leur période mensuelle. Le lexique de la menstruation se compose de 月 *yue* « lune » et 經 *jing* « périodique » :

- (17) 月 *yue* 經 *jing*
 lune périodique
 « Les règles »

Les étoiles, qu'on voit dans la nuit, sont considérées comme claires et jolies, et sont en concurrence avec la lune pour désigner des parties du corps des femmes, surtout les yeux et les sourcils.

- (18) 月 *yue* 眉 *mei* 星 *xing* 眼 *yan*
 lune sourcil étoile œil
 « Une belle femme »

6. Vent, brouillard, nuages

Un nuage sombre forme une métaphore d'image pour désigner les cheveux noirs et volumineux des femmes.

- (19) 烏 *wu* 雲 *yun*
 sombre nuage
 « Les cheveux noirs (des femmes) »

Le vent et le brouillard représentent les beaux cheveux des femmes. Ces deux phénomènes naturels n'ont pas de forme. Les poètes comparaient ce qu'ils trouvaient beaux aux femmes qu'ils appréciaient.

- (20) 霧 *wu* 鬢 *bin* 風 *feng* 鬟 *huan*
 brouillard des cheveux à côté des oreilles vent chignon
 « Les coiffures jolies des femmes »

Malgré la richesse des expressions qui ont recours aux vues naturelles décrivant les femmes, nous n'avons pas repéré une seule métaphore s'adressant aux hommes. Cependant, comme nous l'avons mentionné dans le domaine NATURE en français, l'absence d'expressions dictionnaires ne signifie pas que cette notion est inexistante d'un point de vue culturel. Dans l'analyse du questionnaire, l'abondance des métaphores du domaine NATURE nous le démontrera.

4.3 Domaine NATURE (2/2) – SUBSTANCE

Comme dans la section précédente, les expressions destinées aux femmes sont beaucoup plus nombreuses que celles décrivant les hommes. Seul le jade est utilisé pour décrire les deux sexes, alors que la plupart des métaphores sont spécifiquement applicables aux femmes.

4.3.1 LES FEMMES SONT DES SUBSTANCES

Les femmes sont principalement conceptualisées en jade, en perle, et en eau. Bien que les deux premiers soient peu ou prou travaillés par les humains et considérés comme des bijoux, les motivations d'utilisation métaphorique résident en leurs caractéristiques en tant que matière première. Pour cela, ils sont traités comme des substances à la place de simples objets.

1. Jade

Les deux minéraux, la jadéite et la néphrite, sont inclus sous le nom de *yu* « jade ». Selon leurs duretés, le premier est appelé 軟玉 *ruan yu* « jade tendre », et le second 硬玉 *ying yu* « jade dur ». Dans le premier dictionnaire chinois *Le Shuowen Jiezi*⁷³, *yu* « jade » est défini comme ci-dessous :

玉，石之美者，有五德。潤澤以溫，仁之方也；勰理自外，可以知中，義之方也；其聲舒揚，專以遠聞，智之方也；不撓而折，勇之方也；銳廉而不忤，潔之方也。 « Le jade, pierre jolie, a cinq vertus. Premièrement, la couleur du jade est moelleuse et représente la bienveillance. Deuxièmement, nous pouvons connaître sa construction interne par ses lignes externes, comme pour les pensées et les comportements, cela signifie donc la bonne conduite. Troisièmement, le son des jades qui s'entrechoquent est doux et agréable se diffusant très loin, cela exprime alors la sagesse. Quatrièmement, le jade est dur, constituant un emblème de courage, car il se casse au lieu de se courber. Cinquièmement, il est assez dur pour couper, mais son tranchant ne blesse pas les gens, symbole d'honnêteté. »

Comme le jade est toujours un symbole de pureté, de bonté, d'élégance, et de gentillesse dans la culture chinoise, ce minéral est aussi employé pour représenter les femmes. Le visage d'une femme modifié par le jade représente une belle femme :

- (1) 玉 *yu* 顏 *yan*
jade visage
« Un joli visage ; une belle femme »

⁷³ 說文解字 « *Le Shuowen Jiezi* », qui est une explication des pictogrammes et des idéo-phonogrammes, paru en 100-121 ap. J.-C., rédigé par le philologue Xu Shen, est le premier dictionnaire étymologique du chinois. Traduction de l'auteure. Cf. l'édition moderne : Xu & Xu (2019).

Quand la taille et la forme d'une femme sont comparées au jade, cela implique une femme ayant une attitude gracieuse et une taille svelte.

- (2) 亭亭 *tingting* 玉 *yu* 立 *li*
droit jade debout
« Une femme svelte et gracieuse »

Yu est souvent en collocation avec deux autres éléments qui représentent les femmes : 香 *xiang* « fragrance » et 珠 *zhu* « perle ».

La fragrance est une caractéristique bien soulignée dans les métaphores des femmes. Elle est également mise en avant dans LES FEMMES SONT DES PLANTES.

L'exemple (3) décrit le corps des femmes en les modifiant avec la fragrance et le jade, signifiant le corps désirable d'une jeune femme : la peau douce et fragrante, cela est aussi une métonymie pour représenter une belle femme.

- (3) 香 *xiang* 肌 *ji* 玉 *yu* 體 *ti*
fragrance peau jade corps
« Une femme au corps doux et parfumé »

Dans l'exemple ci-dessous, le jade tendre et la fragrance douce se réfèrent au corps des femmes. Cette expression a plusieurs variantes, on peut alterner l'ordre de *jade* et de *fragrance*, ou les changer par les adjectifs qui dénotent les sens « tendre et doux », comme 軟玉嬌香 *ruan yu jiao xiang* (mou jade délicat fragrance) et 香潤玉溫 *xiang run yu wen* (fragrance lisse jade doux). Elles sont souvent utilisées dans la littérature classique pour désigner les belles femmes.

- (4) 軟 *ruan* 玉 *yu* 溫 *wen* 香 *xiang*
tendre fragrance doux jade
« Le corps désirable d'une femme »

Quand une femme décède, elle est transformée en fragrance disparue et jade brisé :

- (5) 香 *xiang* 消 *xiao* 玉 *yu* 碎 *sui*
fragrance disparaître jade casser
« Une femme est décédée »

La perle est aussi un objet précieux. Par rapport au jade, associé à de nombreuses vertus et considéré comme un élément indispensable à un homme de bien, la perle était plutôt employée comme bijou ou comme ingrédient dans les médicaments. Étant lisse, précieuse et blanche, la perle est comparée aux femmes. L'exemple (6) désigne la peau d'une femme qui serait comme l'éclat d'une perle, claire et blanche.

- (6) 珠 *zhu* 輝 *hui* 玉 *yu* 麗 *li*
 perle éclatant jade beau
 « Une belle femme »

Depuis longtemps, avoir une peau blanche est un critère de beauté important qui implique qu'une fille est d'origine aisée et n'a pas besoin de travailler aux champs.

Similaire à l'exemple (5), l'exemple (7) montre que le décès d'une femme est comme une perle qui coule et un jade qui se brise.

- (7) 珠 *zhu* 沉 *chen* 玉 *yu* 碎 *sui*
 perle couler jade casser
 « Une femme est décédée »

玉 *yu* et 珠 *zhu* sont tous les deux très communément usités dans les prénoms féminins. Dans la roman *Le Rêve dans le pavillon rouge*⁷⁴, les deux personnages principaux, un homme et une femme, s'appellent respectivement 寶玉 *bao yu*, « jade précieux » et 黛玉 *dai yu* « jade vert ».

Comme pour le domaine PLANTES, la perspective des hommes est intégrée dans le domaine SUBSTANCE. Même absent de la phrase, le sujet sémantique et syntaxique ne peut se référer qu'à un homme, qui traite une femme comme il traite un jade et sa collocation fragrance.

- (8) 憐 *lian* 香 *xiang* 惜 *xi* 玉 *yu*
 chérir fragrance affectionner jade
 « (Un homme) traite bien une femme »

2. Eau

À l'instar du jade, l'eau est une substance personnalisée pleine de vertus. Les deux grands philosophes chinois, Confucius⁷⁵ et Lao-Tseu⁷⁶, parlent fréquemment des vertus à l'aide de l'eau. Selon Confucius :

以其不息，且遍，與諸生而不為也，夫水似乎德；其流也則卑下倨邑，必修其理，此似義；浩浩乎無屈盡之期，此似道；流行赴百仞之嶮而不懼，此似勇；至量必平之，此似法；盛而不求概，此似正；綽約微達，此似察，發源必東，此似志；以出以入，萬物就以化絜，此似善化也。(孔子家語)

« L'eau coule toujours et partout. Elle fait proliférer la vie sans rien demander en retour, ce qui représente une bonne vertu. Peu importe dans quelle direction elle coule,

⁷⁴ *Le Rêve dans le pavillon rouge*, écrit par Cao Xueqin (1723-1763), est un des quatre grands romans de la littérature classique chinoise. Cf. l'édition moderne : Cao (2019).

⁷⁵ Confucius (551 av. J.-C.- 479 av. J.-C.) est un philosophe chinois dont l'enseignement a donné naissance au confucianisme.

⁷⁶ Lao-Tseu (vers 590 av. J.-C.), est considéré a posteriori comme le père fondateur du taoïsme philosophique.

elle se dirige toujours vers le bas en conservant son chemin, signifiant la droiture. Un courant important d'eau sans fin est comme la Voie.

Il se déverse très fort jusqu'aux profondeurs des ravins, mais il n'est pas effrayé, dénotant du courage. Il peut servir à définir l'horizon, cela représente la loi. Quand il remplit un contenant, nul besoin de l'aplatir, elle le fait toute seule, cela est comme l'honnêteté.

Douce et transparente, elle peut s'insinuer jusque dans des petits recoins, elle est symbole de méditation. Peu importe son origine, elle coule vers l'est, c'est comme son ambition. Là où elle passe, tout devient propre, comme une bonne influence. »
(Entretiens familiers de Confucius⁷⁷)

La pensée centrale de Lao-Tseu est le *Tao*, la Voie, signifiant l'origine de tout ce qui existe et dirige l'univers. Chez tous les êtres, il y a deux côtés, qui s'engendrent l'un l'autre : le côté *yin* et le côté *yang*. Le premier représente « faible, souple, passif, féminin », etc. et le second dénote « dur, rigide, actif, masculin », et tous les contraires de *yin*. Pour Lao-Tseu, le souple l'emporte sur le dur. Il explique donc fréquemment la Voie à l'aide de l'eau, de la féminité, et de l'état de nouveau-né, ce qui est considéré comme souple et faible :

天下莫柔弱於水，而攻堅強者莫之能勝，以其無以易之。弱之勝強，柔之勝剛。
(老子第七十八章)⁷⁸

« Il n'y a rien dans le monde
de plus souple et de plus faible que l'eau ;
mais pour attaquer ce qui est dur et fort,
il n'y a rien qui la surpasse.

Qui puisse la remplacer.
Que le faible l'emporte sur le fort
et le souple sur le dur. »

(Tao de King, LXXVIII)

知其雄，守其雌，為天下谿。為天下谿，常德不離，復歸於嬰兒。
(道德經 第二十八章)

« Celui qui sait sa force virile,
mais joue le rôle féminin,
est le Ravin du monde.

⁷⁷ 孔子家語 « Entretiens familiers de Confucius ». Cf. l'édition moderne : Yang (2008).

⁷⁸ 新譯老子讀本 « Tao de King ». Cf. l'édition moderne : Yu (1974).

Il est le Ravin du monde : la Vertu de toujours ne s'en sépare pas.

Il retourne à l'état de nouveau-né. » (Tao de King, XXVIII)

Les métaphores qui illustrent la Vertu par des images d'eau et de féminité, sont enracinées dans la culture chinoise. L'eau est sans doute le symbole le plus pertinent pour la féminité. Les caractéristiques de l'eau sont toutes bien retransmises aux femmes : elle est pure, souple, flexible, elle change de forme selon les environnements et les récipients et est indispensable à la vie. La société attend la même chose des femmes : elles doivent être humbles, elles doivent quitter leurs origines et bien s'intégrer à la famille de leur mari, elles donnent la vie (les enfants), etc. En revanche, la nature changeante de l'eau est aussi transmise aux femmes, comme nous l'avons présenté dans la section des fleurs. Les traits péjoratifs qui font intervenir l'eau pour décrire des femmes signifient « changer tout le temps » et « avoir des mœurs légères ». L'association des femmes et de l'eau est donc bien établie. L'exemple (9) décrit la beauté d'une fille semblable à l'eau. C'est une expression dans la langue Min, la langue la plus parlée à Taïwan après la langue officielle, le mandarin.

(9) 水 *shui* 噹噹 *dang dang*
eau onomatopée
« Belle »

Dans la société patriarcale, une fille appartient à la famille de son mari dès lors que l'union est célébrée. Pour sa famille d'origine, le mariage signifie la perte de cette fille pour toujours. L'exemple (10) explique cette mentalité : une fille mariée est comme de l'eau jetée, qui ne pourrait plus être reprise. Cette métaphore basée sur LES FEMMES SONT DE L'EAU, est uniquement utilisée par la famille des filles, surtout ses parents.

(10) 嫁 *jia* 出去 *chu qu* 的 *de* 女兒 *nü'er*
marier sortir Part. fille

潑 *po* 出去 *chu qu* 的 *de* 水 *shui*
spolier sortir Part. eau
« La fille mariée est comme de l'eau jetée qu'on ne peut plus récupérer »

Les parties du corps des femmes sont également conceptualisées au travers de l'eau. L'exemple (11) compare la taille des femmes à l'eau, qui est considérée comme douce, mince, et dynamique. Cette métaphore souligne aussi le mouvement de l'eau d'une rivière, qui est comparée au balancement de la taille d'une femme qui marche.

(11) 流 *liu* 水 *shui* 腰 *yao*
couler eau taille
« Une femme aux formes sveltes et élégantes »

Les yeux des femmes sont également un sujet qui est souvent décrit par de l'eau. L'exemple ci-dessous désigne le regard envoutant d'une femme en le comparant à l'onde de l'eau :

- (12) 嬌 *jiao* 波 *bo*
délicat onde
« Regard séduisant d'une femme »

L'eau est indissociable de la nature. Une mer, une rivière, de la pluie, de la glace, un geyser sont tous de l'eau, mais classés dans le domaine VUE PANORAMIQUE pour leurs caractéristiques géologiques.

4.3.2 LES HOMMES SONT DES SUBSTANCES

Dans ce domaine, il n'y a que le jade qui soit utilisé pour décrire les hommes. Un terme affectif pour appeler son mari est présenté comme le jade :

- (1) 玉 *yu* 郎 *lang*
jade homme
« Mon chéri »

Au niveau des caractéristiques, seule la beauté est soulignée dans la comparaison au jade. Il fut un temps où un beau jade était enchâssé sur les chapeaux des hommes pour représenter leur statut. L'expression (2) indique un bel homme qui est comme cet ornement.

- (2) 面 *mian* 如 *ru* 冠 *guan* 玉 *yu*
visage comme chapeau jade
« Le visage d'un homme est joli ; un bel homme »

Rappelons que la seule métaphore des hommes trouvée dans le domaine PLANTES est la combinaison d'un arbre et d'un jade (玉樹 *yu shu*, jade arbre « un bel homme grand »). Cette expression procède donc d'un mélange des caractéristiques du jade qui signifie la beauté et de celle d'un arbre qui exprime la grande taille.

4.4 Domaine source ANIMAUX

En premier lieu, l'asymétrie quantitative est moins importante que pour le domaine PLANTES. Cependant, du côté sémantique, elle est présente à deux niveaux. Premièrement, pour les femmes, leurs traits physiques et leurs personnalités ainsi que leurs fonctions sociales sont transmis par des caractéristiques animales. Pour leurs homologues masculins, il n'y a presque que les traits physiques qui sont mis en avant. Deuxièmement, les attributs relatifs aux hommes sont plutôt positifs, contrairement à ceux des femmes, plus péjoratifs.

4.4.1 LES FEMMES SONT DES ANIMAUX

D'abord, la férocité des fauves est une image pour décrire la fureur des femmes. Étant donné qu'il n'y a pas de genre grammatical en mandarin, il faut ajouter des préfixes *gong* « male » et *mu* « femelle » devant les noms des animaux, si le sexe doit être précisé. Dans l'exemple (1), le tigre femelle, donc une tigresse, décrit une femme colérique.

- (1) 母 *mu* 老虎 *laohu*
femelle tigre
« Tigresse, une mégère »

Dans l'exemple (2), le rugissement du lion désigne le hurlement de femme, communément de l'épouse d'un homme.

- (2) 河 *he* 東 *dong* 獅 *shi* 吼 *hou*
fleuve est (point cardinal) lion rugissement
« Le hurlement de sa femme (épouse) »

Hedong se réfère à une région qui couvrait l'est du Fleuve Jaune. Cette expression fait référence à une anecdote de la dynastie Song. À cette période, il y avait un homme dont l'épouse était originaire de la région du *Hedong*. Quand son mari invitait des amis pour faire la fête, sa femme hurlait et tapait sur le mur pour que la foule parte. Le voisinage l'a surnommée « le rugissement du lion de *Hedong* » à cause de ses crises de nerf. Cette expression est toujours utilisée de nos jours dans la littérature et le cinéma quand il y a une mégère.

Ensuite, la séduction et les dangers dus à la beauté des femmes sont soulignés par les animaux que nous pensons séduisants ou dangereux.

Dans le folklore chinois, les renards peuvent se transformer en humains de bien des manières, notamment en femmes séduisantes. Il y a de nombreuses légendes⁷⁹ où un génie renard séduit un homme pour le mettre en danger ou ruiner sa santé mentale. Un lien demeure entre les renards et les femmes séduisantes, comme présenté ci-dessous :

- (3) 狐狸 *huli* 精 *jing*
renard génie
« Une femme séduisante »

⁷⁹ Dans les œuvres 太平廣記 « Le Grand Recueil de l'ère de la Grande Paix » (ap. J.-C. 981) : 百歲為美女，為神巫，或為丈夫與女人交接，能知千里外事，善盅魅，使人迷惑失智。 « Quand une renarde (considérée comme un génie) a cent ans, elle peut devenir une belle femme pour avoir des rapports sexuels avec des hommes et connaître des nouvelles à distance. Elle est forte pour manipuler les gens et leur faire perdre la tête ».

Les serpents et les scorpions sont considérés comme dangereux par leur nature toxique. Ce danger est associé aux femmes fatales, qui ont un charme irrésistible mais en même temps une brutalité et une malveillance, comme l'exemple (4) le montre.

- (4) 蛇 *she* 蠍 *xie* 美 *mei* 人 *ren*
serpent scorpion belle personne
« Femme fatale »

Les noms des espèces animales reflètent les pensées des humains, car ces derniers sont ceux qui nomment les animaux (Nilsen, 1996). L'expression (5) *Hei guafu*, littéralement « noire veuve », est un bon exemple, qui peut trouver son équivalent en français.

- (5) 黑 *hei* 寡婦 *gua fu*
noir veuve
« Des femmes cruelles »

Dans le règne animal, il s'agit d'une araignée venimeuse au corps noir tacheté de rouge dont la femelle dévore son partenaire après l'accouplement. Les humains ont repris ce nom animal pour se référer aux femmes cruelles et brutales. Deux étapes de métaphorisation sont impliquées.

D'abord, le terme *veuve* est une notion purement humaine, car le mariage est une union légale entre deux personnes. En la nommant ainsi, les humains ont projeté la relation maritale sur cet animal.

Ensuite la couleur noire, qui dans ce cas est bien celle du corps de ces araignées, est utilisée métaphoriquement pour décrire la malveillance d'une femme. Cette métaphorisation du noir en mal se retrouve dans différentes cultures (Adams & Osgood, 1973 ; Sherman & Clore, 2009). En outre, avec le retour du domaine ANIMAUX au domaine HUMAINS, la *veuve* demeure un rétrécissement sémantique (*semantic narrowing*), du sens plus spécifique *femme dont le mari est mort* au sens plus général, *femme*.

En dehors des animaux sauvages, les femmes sont souvent liées à de petits animaux de ferme caractérisés par leur physique (Hines, 1999 ; López Rodríguez, 2009 ; Nilsen, 1996), car après tout, elles sont généralement plus petites que les hommes. L'usage des animaux de ferme implique également que la place des femmes doit être limitée au domaine domestique.

À la ferme, les poules sont surtout utiles pour la ponte des œufs. Cette fonction est retranscrite métaphoriquement pour représenter la fécondité des femmes. L'exemple (6) explique que les poules qui ne pondent pas d'œufs sont comme les femmes qui n'arrivent pas à avoir d'enfants : toutes les deux sont inutiles.

- (6) 母 *mu* 雞 *ji* 不 *bu* 下蛋 *xia dan*
 femelle coq/poule Neg. pondre
 “Des femmes qui ne peuvent pas avoir d’enfants”

Anciennement, le rôle primordial d’une femme était sans aucun doute d’avoir des enfants. Pouvoir transmettre le sang et augmenter la force de travail de la famille étaient important dans une société patriarcale et agraire. Donc, une femme qui n’arrivait pas à porter des enfants, pouvaient être reniée par son mari et sa belle-famille, ou devait accepter que son mari cherche une ou plusieurs concubines.

La répartition du travail était strictement définie. Les hommes étaient considérés comme responsables de la famille et s’occupaient des affaires extérieures. Socialement et politiquement, les hommes avaient le privilège du pouvoir. En revanche, les affaires intérieures étaient vues comme inhérentes aux femmes, comme faire le ménage et s’occuper des enfants. Leur place était à la maison et elles ne pouvaient pas espérer s’approcher du pouvoir.

Avec cette vision transmise au règne animal, cette même répartition fut considérée chez les animaux. Par exemple, le coq est celui qui doit chanter à l’aube tous les matins, comme symbole du pouvoir, et la poule est celle qui doit pondre les œufs. L’expression (7) indique qu’une poule chante à l’aube, un travail considéré comme étant celui du coq. Cette métaphore signifie qu’une femme prend le pouvoir, dans la famille (c’est elle qui prend des décisions à la place de son mari), ou dans la politique (l’impératrice Wu Zetian de la dynastie Tang). Dans ces cas-là, on pensait que cela attirerait une malédiction sur la famille ou sur le pays.

- (7) 雌 *ci* 雞 *ji* 報 *bao* 曉 *xiao*
 femelle poule chanter aube
 « Une femme qui prend le pouvoir »

Pour certains Taïwanais, ce concept est toujours d’actualité. Par exemple, la première présidente, Tsai Ing-wen, a été élue à Taïwan en 2016, (et réélue en 2020). Quelques désastres naturels ont suivi, comme tous les ans, mais certains y ont vu une relation de cause à effet.

Rappelons la métaphore florale *jia hua* et *ye hua* « fleur à la maison et fleur sauvage », qui se réfère respectivement à l’épouse et à la maitresse de l’homme (voir chapitre 4.1.1). Ces adjectifs métaphorisés au domaine femme *jia* et *ye* « maison et sauvage » sont de même applicables aux animaux. L’exemple (8) dépeint l’épouse d’un homme comme une poule à la maison, et la maitresse de l’homme comme une faisane sauvage. Cette expression signifie que l’herbe est plus verte ailleurs.

- (8) 家 *jia* 雞 *ji* 野 *ye* 雉 *zhi*
 maison coq/poule sauvage faisane
 « Un homme préfère sa maitresse et délaisse son épouse »

La catégorie « humains femelles » semble avoir des traits en commun avec la catégorie OISEAUX en général. Vu que leur voix est généralement plus aigüe que celle des hommes (Howard & Murphy, 2007), elles *piaillent*, *cançant* comme des canes ou *jacassent* comme des pies (Baider, 2004).

Cette convention d'utiliser des oiseaux pour décrire les femmes s'applique également à la voix et à la petite taille en mandarin. L'exemple (9) désigne une voix agréable de femme que l'on compare au piaillage des fauvettes et des hirondelles.

- (9) 鶯 *ying* 聲 *sheng* 燕 *yan* 語 *yu*
 fauvette voix hirondelle parole
 « La voix agréable des femmes »

L'exemple (10) présente une femme qui s'appuie physiquement sur un homme. Un couple avec un écart de taille important est positivement apprécié car la grande taille d'un homme est liée à la masculinité, tandis que la petite taille d'une femme l'est à la féminité. Ici, cela relève de la perspective des hommes étant LE SOI, et les femmes L'AUTRE. Les hommes conservent leur appartenance humaine, mais les femmes sont métaphorisées comme une espèce animale.

- (10) 小 *xiao* 鳥 *niao* 依 *yi* 人 *ren*
 petit oiseau se blottir personne
 « Une fille petite s'appuie sur un homme »

D'après les études précédentes (Baider, 2004 ; Cetro, 2005 ; Guiraud, 1967 ; Yaguello, 1978), la plupart des métaphores concernant des volatiles ont pour objectif d'insulter. Elles sont souvent en rapport avec la sexualité et leur but est d'inférioriser les femmes.

En mandarin, une espèce spécifique d'oiseaux, « l'outarde », se réfère à la prostituée, comme présenté dans les exemples ci-dessous. *Laobao*, une vieille outarde (un autre variant *bao mu*, une outarde mère) se réfère à la femme proxénète. Une petite outarde signifie une jeune prostituée.

- (11) 老 *lao* 鴇 *bao*
 vieille outarde
 « La femme proxénète »

- (12) 鴇 *bao* 兒 *er*
 outarde enfant
 « Une prostituée »

La corrélation entre cet oiseau et les prostituées vient du fait que les gens croyaient l'espèce outarde composée uniquement de femelles. Pour pouvoir donc se reproduire, les femelles pouvaient s'accoupler avec n'importe quelle espèce d'oiseaux et était du coup appelé « la femme des mille oiseaux ». L'outarde est devenue un symbole des filles de joie.

LES PARTIES DU CORPS DES FEMMES SONT DES ANIMAUX

Sous la métaphore conceptuelle LES HUMAINS SONT DES ANIMAUX, les parties du corps des femmes sont également décrites par des parties des animaux. Ce peut être partie-partie (une partie d'un animal décrit une partie du corps des femmes) ou entier-partie (un animal complet décrit une partie du corps des femmes). Ces métaphores impliquent également des métaphores d'images comme présentées dans la partie précédente sur les PLANTES.

Deux sortes d'animaux sont principalement mentionnées pour décrire des parties du corps des femmes : des oiseaux et des insectes. Dans l'exemple (13), le chignon d'une femme est décrit comme aussi noir que les plumes du corbeau, car les cheveux des Asiatiques sont normalement noirs. Avoir des cheveux brillants est considéré comme une indication de bonne santé, donc de charme. Cette expression est alors un compliment pour les femmes qui ont ces « cheveux corbeau ».

- (13) 鴉 *ya* 髻 *ji*
 corbeau chignon
 « Les cheveux d'une femme sont noir comme les plumes d'un corbeau »

Chaque époque a ses standards esthétiques. Dans *Le livre des odes*, originaire de 221 av. J.-C., l'expression (14) désigne la femme belle à l'époque : avoir un front bien grand et carré comme la tête d'une cigale, et avoir des sourcils longs et fins comme les antennes des papillons de nuit. Par ces critères importants, cette expression devient une métonymie pour dépeindre une belle femme.

- (14) 螿 *qin* 首 *shou* 蛾 *e* 眉 *mei*
 cigale tête papillons de nuit sourcil
 « Une belle femme »

Un autre exemple prend la texture des larves des capricornes (claire, blanche, charnue) pour représenter le cou des femmes.

- (15) 蟪 *qiu* 螭 *qi*
 larves capricornes
 « Le cou d'une femme est clair, blanc et charnu ; une belle femme »

4.4.2 LES HOMMES SONT DES ANIMAUX

En ce qui concerne les métaphores décrivant les hommes, la plupart des expressions honorent la force, la grande taille, et l'air riche de ces derniers. Basé sur la métaphore LES FEMMES SONT DES FLEURS, les hommes sont conceptualisés comme des abeilles et des papillons. Les métaphores animales décrivant les hommes sont principalement basées sur la grande taille, la force et le caractère des animaux (sauvage) (Hsieh, 2006 ; López Rodríguez, 2009 ; Nilsen, 1996 ; Waśniewska & Kudin, 2018). Contrairement à l'implication des métaphores des femmes (animaux domestiques ou volaille) qui subissent la contrainte de rester à l'intérieur, les hommes, étant des animaux sauvages, ont besoin de liberté.

Ces descriptions sont également applicables en mandarin. Les exemples (1)-(3) comprennent des parties du corps différentes des animaux sauvages, mais ils se réfèrent à la même notion : les hommes sont forts et grands.

Les animaux que les humains considèrent forts sont comparés aux êtres masculins : le tigre, l'ours, le gorille, le léopard et le loup. À l'instar de certaines parties du corps des femmes qui sont vues comme des critères de beauté, certaines parties du corps sont également considérées comme des critères pour estimer si un homme est fort physiquement : le dos, la taille, l'abdomen, les bras. Ces parties deviennent une métonymie pour représenter un corps fort, la masculinité.

(1) 虎 *hu* 背 *bei* 熊 *xiong* 腰 *yao*
tigre dos ours taille
« Un homme est fort comme un tigre et un ours »

(2) 彪 *biao* 腹 *fu* 狼 *lang* 腰 *yao*
tigre ventre loup taille
« Un homme est fort comme un tigre et un loup »

(3) 豹 *bao* 頭 *tou* 猿 *yuan* 臂 *bi*
léopard tête gorille bras
« Un homme est fort comme un léopard et un gorille »

En plus de sa force physique, un homme est souvent jugé selon son statut social. Dans l'exemple (4), la moustache d'un tigre, ou dans d'autres variantes : la tête et le cou d'un tigre, représentent un homme ayant un air majestueux.

La partie « le menton d'une hirondelle » fait référence à la partie sous le bec qui est liée directement à son corps. L'image sans menton est utilisée pour décrire un homme qui n'a pas de cou. En effet, les conditions de vie dans le temps n'étaient pas très bonnes, quelqu'un avec

« un menton hirondelle » était considéré comme bien nourri. Cette expression décrit donc un homme ayant l'air riche avec un bon statut social.

- (4) 燕 *yan* 頷 *han* 虎 *hu* 鬚 *xu*
hirondelle menton tigre moustache
« Un homme a l'air riche et majestueux »

La seule insulte trouvée pour les hommes est aussi liée à la sexualité des femmes. Les exemples (5)-(6) montrent que traiter un homme de tortue à la tête verte, signifie que cet homme est cocufié par sa femme, ou dans un sens plus général, signifie qu'il est un lâche.

- (5) 龜 *gui*
tortue
« Un cocu, un proxénète, un lâche »

- (6) 龜 *gui* 兒子 *erzi*
tortue fils
« Un cocu, un homme qui laisse sa femme et sa fille pratiquer la prostitution »

La corrélation entre être cocu et la couleur verte⁸⁰ date de la dynastie Yuan (1271-1368). Dans l'ancienne société chinoise, il y avait une stratification sociale. Chaque classe avait un style vestimentaire correspondant à son statut, incluant des couleurs spécifiques. À cette époque certaines femmes avaient un métier qui était moitié esclave / moitié prostituée. Leur mari et les hommes de leurs familles devaient porter un foulard vert sur la tête pour distinguer cette classe sociale considérée comme la plus basse. Cette pratique d'associer la couleur verte à ce statut social a été étendue aux hommes cocufiés. La peur d'être cocu, dans une société patriarcale, est une angoisse profonde pour la gent masculine. Cette expression est donc devenue une insulte pour les hommes lâches et une appellation pour les proxénètes. Même si cette stratification sociale a disparu, cette association est toujours utilisée de nos jours. L'exemple 戴綠帽子 *dai liumao zi* « porter un chapeau vert » se réfère à un homme cocu.

Enfin, comme présenté dans la partie précédente, les hommes sont comparés aux abeilles et aux papillons qui se baladent entre les fleurs, métaphore basée sur LES FEMMES SONT DES FLEURS. Ces expressions ne sont pas péjoratives comme les injures proférées envers les femmes au sujet de leur vie sexuelle mais sont plutôt comparables à une référence à Don Juan.

4.5 Domaine OBJETS

En réduisant les femmes à l'état d'objet, elles sont comme inanimées et à la disposition des hommes (Baider, 2004 ; Bratic & Stamatović, 2017 ; Guiraud, 1978b ; Hines, 1994, 2000 ;

⁸⁰ 元典章 « Décrets et règlements du Dynastie Yuan » (1323) : 娼妓家長並親屬男子，裹青頭巾。« Les parents des prostituées et leurs membres de famille masculins portent un fichu vert. »

Mensah & Nkamigbo, 2016 ; Morris & Goldenberg, 2015 ; Velasco-Sacristán, 2006). Avec les données collectées, cette vision des femmes est également un phénomène commun en mandarin.

4.5.1 LES FEMMES SONT DES OBJETS

D’abord, les femmes sont conceptualisées comme des marchandises. Le sens littéral de l’exemple (1) *liang jiao huo* « deux pieds marchandises » vient du fait que les femmes pouvaient être vendues ou achetées pour être des esclaves, des concubines ou des prostituées.

- (1) 兩 *liang* 腳 *jiao* 貨 *huo*
 deux pied marchandise
 « Des femmes (achetées ou à vendre) »

L’exemple (2) illustre la même notion. En les appelant *marchandises femelles*, on réduit les femmes au seul trait *ci* « femelle ». Ce dernier est appliqué aux animaux femelles et utilisé ici pour diminuer les femmes comme des êtres non humains. Cela est aggravé en le combinant avec *huo* « marchandise ». Ces métaphores injurieuses sont adressées d’une femme que l’on méprise.

- (2) 雌 *ci* 貨 *huo*
 femelle marchandise
 « Des femmes, terme injurieux »

Un éventail en automne n’est plus utile, car le temps ne s’y prête plus et, par conséquent, il peut être mis de côté ou ignoré. Cette image est comparée aux femmes dont la beauté ou la jeunesse sont consommées et sont donc considérées de la même façon par les hommes.

- (3) 秋 *qiu* 扇 *shan* 見 *jian* 捐 *juan*
 automne éventail rencontre abandonner
 « Des femmes qui ont perdu l’attention des hommes »

Le fait que l’on puisse disposer des femmes est aussi montré dans l’exemple (3). Les chaussures très usées sont des objets que l’on jette sans regret après utilisation. Cela décrit les femmes aux mœurs légères et les prostituées, impliquant que ces femmes sont jetables et inutiles après que des hommes ont eu des relations sexuelles avec celles-ci.

- (4) 破 *po* 鞋 *xie*
 casser chaussure
 « Des prostituées, des femmes faciles »

Le terme *gu jing* « un puits antique » est une métaphore pour signifier une veuve. La caractéristique antique des objets est comparée avec l’âge des femmes, et les femmes en elles-mêmes sont métaphorisées comme un puits, dont la forme est un passage long et profond.

Selon le contexte, « un puits ancien » peut avoir des connotations différentes. Dans l'exemple (5), « un puits sans onde » représente une veuve qui n'a plus d'émotions envers d'autres hommes après le mort de son mari, caractéristique bien appréciée dans une société patriarcale. Rappelons que *bo* « onde », introduit à la section LES FEMMES SONT DE L'EAU, signifie les émotions transmises par le regard des femmes (voir 4.2.1). Ceci est combiné avec la métaphore du puits.

- (5) 古 *gu* 井 *jing* 無 *wu* 波 *bo*
 ancien puits sans onde
 « Une veuve garde sa chasteté pour son mari »

Un vieux puits peut contenir des trésors laissés par les anciens propriétaires. L'expression métaphorique « creuser un vieux puits » signifie qu'un homme épouse une veuve, une prostituée ou une femme ayant une histoire compliquée dans le passé mais qui sont riches. Le puits a donc ici un sens péjoratif.

- (6) 淘 *tao* 古 *gu* 井 *jing*
 creuser ancien puits
 « Un homme qui épouse une veuve riche »

Les femmes sont des fleurs. Ainsi, le vase qui est un contenant pour les fleurs, signifie qu'une femme n'a qu'une jolie apparence mais n'a pas de capacités :

- (7) 花 *hua* 瓶 *ping*
 fleur bouteille
 « Une belle femme idiote »

Cette métaphore est également un mélange de deux domaines : FLEURS et OBJET. En transformant une femme en vase, on souligne sa beauté par sa fonction. Y mettre des fleurs reste une représentation importante des femmes mais le vase est aussi vu comme inutile puisqu'il est un objet décoratif.

Nous retenons des exemples (4)-(7) que tous les objets imagés sont des réceptacles pour d'autres choses : les chaussures reçoivent des pieds, les puits des seaux, les vases des fleurs... Les métaphores ne sont pas juste un phénomène linguistique, mais un processus cognitif. Ces objets ont été choisis pour leurs similarités internes entre les domaines sources et le domaine cible. Sur cette base, ces images impliquent la forme des organes génitaux féminins.

Métonymie : les objets des femmes

Présentée dans la section 3.3, la métaphore LES FEMMES SONT DES OBJETS dans la langue française, les objets utilisés par les femmes représentent leurs utilisatrices. Cette métonymie

dans une relation OBJET UTILISÉ POUR DÉFINIR UN UTILISATEUR (OBJECT USED FOR USER) est également applicable en mandarin.

Ces expressions métonymiques ont une connotation plus neutre que les expressions en français. Des objets qui représentent les femmes incluent du maquillage, des épingles à cheveux, des jupes, et des foulards.

Les femmes sont caractérisées par le maquillage. De la poudre rouge qui sert à rougir les joues et les lèvres, et du pigment vert foncé pour désigner les sourcils, sont utilisés pour signifier les femmes en elles-mêmes.

- (8) 脂 *zhi* 粉 *fen*
maquillage fard
« Des femmes »
- (9) 粉 *fen* 黛 *dai*
fard pigment vert foncé
« Des femmes »

Des épingles à cheveux étaient indispensables pour les coiffures des femmes, et sont utilisées pour se référer à leurs utilisatrices. Une femme avec une épingle en or, symbole de richesse, signifie que son mari vient d'une famille fortunée, qui pouvait normalement avoir plusieurs femmes. Cette décoration est alors une métonymie des concubines.

- (10) 金 *jin* 釵 *chai*
or épingles à cheveux
« Des concubines »

Comme en français, les jupes sont réservées aux femmes, qui sont donc considérées comme une représentation des femmes. Parmi les couleurs, le rouge est fortement lié à la féminité. 石榴裙 *shiliuqun*, « une jupe grenadier », signifiant une jupe rouge, se réfère aux femmes. L'exemple (11) décrit un homme qui se soumet à une jupe rouge, exprimant qu'il a un sentiment amoureux pour elle.

- (11) 拜倒 *bai dao* 石榴 *shi liu* 裙 *qun* 下 *xia*
faire sa soumission grenadier jupe sous
« (Un homme) a le béguin pour une femme »

Enfin, *jinguo* « un fichu » n'est également porté que par les femmes, qui les symbolise donc. Dans l'exemple (12), un fichu est juxtaposé avec *xu mei* « moustache et sourcil », symbole des traits distingués des hommes, ce qui désigne une femme qui a un tempérament masculin.

- (12) 巾幗 *jin guo* 鬚 *xu* 眉 *mei*
fichu moustache sourcil
« Une femme ayant un air masculin »

Des parties du corps des femmes

La coutume des pieds bandés, déjà mentionnée (voir chapitre 4.1.1), donne des raisons pour comparer les pieds des femmes avec d'autres objets. Vu que des pieds bandés sont déformés de manière courbe et convexe, ils sont comparés à un arc et à un crochet basé sur la ressemblance entre leurs formes, comme montrés ci-dessous :

(13) 弓 *gong* 足 *zu*
arc pied
« Des pieds bandés »

(14) 雙 *shuang* 勾 *gou*
deux crochet
« Des pieds bandés »

La combinaison entre les domaines FLEUR et OBJET se retrouve en assemblant deux termes qui représentent les pieds bandés : lotus et crochet.

(15) 蓮 *lian* 鉤 *gou*⁸¹
lotus crochet
« Des pieds bandés »

4.6 Domaine HUMAINS

Ce domaine est globalement moins présent qu'en français. La similarité avec la langue française est que des prénoms de personnages avec des caractéristiques prégnantes deviennent également des métonymies pour représenter ceux qui partagent les mêmes traits. Cependant, les noms de métiers et les noms des groupes ethniques ainsi que leurs stéréotypes évoqués ne sont pas recherchés pour désigner les deux sexes comme dans la langue française.

4.6.1 LES FEMMES SONT DES HUMAINS

Pour les femmes, certains prénoms de belles femmes sont utilisés métonymiquement pour signifier une belle femme dont la plus connue est 西施 *Xi Shi*, une belle femme de l'époque des printemps et automnes⁸².

En revanche, pour honorer une femme, on l'appelle « un bon homme féminin ».

(1) 女 *nü* 丈夫 *zhang fu*
femme, féminin bon homme
« Une brave femme »

Le sens original de 丈夫 *zhangfu* signifie un grand homme, ou un homme ambitieux. Ce terme est devenu une appellation neutre pour appeler son mari dans un usage moderne. Avec

⁸¹ 鉤 *gou* est une variante de 勾 *gou* dans l'exemple (14).

⁸² L'époque Chunqiu est une période allant d'environ 771 à 481/453 av. J.-C.

sa signification originellement positive, on qualifie une femme extraordinaire de bon homme féminin qui a une image physiquement forte et mentalement courageuse.

Cette manière de former des mots genrés est toujours d'actualité. Un nouveau terme 女漢子 *nü hanzi* « femme indépendante » est devenu populaire depuis les années 2010. Le mot 漢子 *hanzi* signifie des hommes d'une manière neutre. En ajoutant le préfixe *nü* « féminin », *nü hanzi* représente les femmes modernes : celles qui sont indépendantes financièrement, celles qui peuvent faire les choses considérées traditionnellement comme masculines, telles que le bricolage, ou d'autres travaux plus physiques. Cependant, les stéréotypes genrés ne sont pas améliorés par la morphologie de ce nouveau mot. Ce sont toujours les hommes qui sont évalués de manière positive et qui par défaut peuvent se comporter de manière indépendante, sont forts et courageux, alors que les femmes sont seulement une version de *hanzi*, disons « des hommes au féminin ».

4.6.2 LES HOMMES SONT DES HUMAINS

Un homme 潘安 *Pan An* connu pour sa beauté est employé pour se référer à un bel homme. Cinq expressions avec la même référence ont été trouvées, dont une est présentée ci-dessous :

- | | | |
|-----|--------------------------|-------------------|
| (1) | 潘安 <i>Pan An</i> | 再世 <i>zai shi</i> |
| | le prénom d'un bel homme | se réincarner |
| | « Un bel homme » | |

La meilleure façon pour insulter un homme est de le démasculiniser. Un exemple en anglais est de blesser un homme en le traitant de *pussy* qui désigne le sexe de la femme de façon très familière (en même temps une métaphore animale *chatte*).

Ceci est également applicable en mandarin. L'exemple (2) décrit un homme peu viril ayant des manières efféminées. Cette expression est péjorative et surtout liée à l'homophobie (Yang, 2007).

- | | | | |
|-----|----------------|----------------|-----------------|
| (2) | 娘 <i>niang</i> | 娘 <i>niang</i> | 腔 <i>qiang</i> |
| | féminin | féminin | ton (apparence) |
| | « Un homme » | | |

4.7 Domaine NOURRITURE

De nouveau, seules des métaphores sur les femmes ont été trouvées dans ce domaine. De nombreuses recherches ont relevé que les femmes sont habituellement associées à la nourriture, surtout aux desserts (Fernández, 2008 ; Hines, 1994, 2000 ; Mills, 2008 ; López Rodríguez, 2008). Hines décompose LES FEMMES SONT DES DESSERTS en quelques concepts que voici. Premièrement, cela implique LES HUMAINS SONT DES OBJETS, *les yeux sont la*

fenêtre de l'âme est un exemple. Ensuite, Les femmes sont considérées comme *sucrées*, doivent être compréhensives et souriantes etc., ce qui est déjà une métaphore du domaine du GOUT relative au domaine HUMAIN. Enfin, ATTEINDRE UN OBJET DÉSIRÉ EST PRENDRE QUELQUE CHOSE À MANGER (ACHIEVING A DESIRED OBJECT IS GETTING SOMETHING TO EAT, Lakoff, 1987). Une expression linguistique donnée par Hines est *Elle a goûté la victoire* (*She tasted victory*).

En combinant ces concepts, nous obtenons LES FEMMES SONT DES OBJETS SUCRÉS, donc des desserts. Cette métaphore n'est pas seulement trouvée dans la langue, mais aussi pratiquée dans la vie quotidienne, ce qui apparait dans les médias et les publicités (Velasco-Sacristán & Fuertes-Olivera, 2006). En comparant les femmes à des desserts, cela implique qu'elles sont réduites à un statut d'objet sexuel, avec l'implication d'impuissance, de passivité et de la disponibilité (Hines, 2000).

D'abord, le désir d'un homme envers une femme est comparé à l'appétit envers la nourriture.

Dans l'exemple (1), *xian* signifie « de la salive » et est utilisé métaphoriquement comme « désirer ». Salive avidement devant la nourriture exprime qu'un homme désire fiévreusement, une femme. Comme souligné par Ger, Belk, et Askegaard (1996), des termes décrivant le désir apéritif peuvent être employés pour exprimer la faim, le désir sexuel, et les addictions. D'ailleurs, ces désirs sont souvent interchangeable.

- (1) 頑 *wan* 涎 *xian*
 avide salive
 « Un homme désire impatientement une femme »

On peut également désigner une belle femme en appliquant le domaine NOURRITURE en la décrivant comme « jolie donc mangeable » :

- (2) 秀 *xiu* 色 *se* 可 *ke* 餐 *can*
 joli apparence pouvoir manger
 « Une femme est très désirable »

Rappelons que dans le domaine PLANTES et ANIMAUX, *ye hua* « fleur sauvage » et *ye huli* « renard sauvage » signifient des femmes séduisantes ou des maitresses et que *ye* « sauvage » représente « hors de la maison, illégitime ». Cela est applicable pour le domaine NOURRITURE. L'exemple (3) *ye shi er* « aliment sauvage » décrit originellement du gibier. Quand il est transposé dans le domaine FEMMES, cela exprime également une maitresse. L'exemple (4) *chercher de la nourriture sauvage* manifeste qu'un homme cherche une liaison extraconjugale.

(3) 野 *ye* 食兒 *shi er*
sauvage nourriture
« Une maitresse »

(4) 找 *zhao* 野 *ye* 食 *shi*
chercher sauvage nourriture
« (Un homme) cherche une liaison extraconjugale »

DEUX GOUTS : SUCRÉ ET ÉPICÉ

Les femmes sont spécifiquement comparées à deux domaines du goût : SUCRÉ et ÉPICÉ. Comme décrit par Lakoff et Johnson (1980), la métaphore n'est pas abstraite mais basée sur nos pratiques de la vie quotidienne. Ces associations entre le goût et les femmes viendraient directement des expériences corporelles des humains, ou disons, des hommes. Cela explique pourquoi ces conceptualisations se retrouvent dans plusieurs cultures.

La sensation délectable du sucré serait semblable à d'autres expériences agréables, d'un point de vue masculin, comme voir une jolie femme par exemple. L'exemple (5) indique une fille agréable, soit pour sa beauté, soit pour sa personnalité comparées au goût SUCRÉ.

(5) 甜 *tian* 美 *mei*
sucré belle
« Une fille agréable »

Quand certains aliments sucrés sont concernés, ce sont des desserts. Cependant, les femmes ne sont comparées qu'à des bonbons, mais pas à des gâteaux ou des tartes comme dans la langue anglaise.

(6) 糖 *tang* 人兒 *ren er*
bonbon personne
« Une fille agréable »

Kövecses (2003, 2008, 2010b) a longuement étudié les métaphores et les émotions dans différentes langues. Il a montré que la luxure, ou le désir sexuel, est communément conceptualisé comme de la chaleur en raison des réactions du corps, comme l'augmentation de la température de la peau et de la pression. Aussi selon Ger, Belk & Askegaard (1996), « en évoquant la passion brûlante associée avec le sexe, il y a recours à la métaphore de *la chaleur* pour décrire l'ardeur en tant que réaction incontrôlable, comme être brûlé par une flamme. »

L'expérience d'une excitation sexuelle serait similaire à une sensation épicée, plus précisément, de pseudo-chaleur : nous transpirons, la température du corps augmente, comme la sensation d'une brûlure. Ce serait pour cette raison que les femmes sexy sont conceptualisées comme « épicées », car elles provoquent la même réaction corporelle

physique. La collocation du feu et de goût épicé pour se référer à une femme sexy dans l'exemple (7) soutient cet argument.

- (7) 火 *huo* 辣 *la* 辣 *la*
 feu épicé épicé
 « (Une femme) est sexy »

La colère est une autre réaction qui fait monter la température corporelle et la pression artérielle. Cette relation universelle entre la chaleur et la colère est mise en évidence par plusieurs auteurs, (Gibbs et al., 1997 ; Kövecses, 2003, 2005, 2010b ; Lakoff & Johnson, 1980 ; Lakoff & Kövecses, 1987 ; Yu, 1995, 1998, entre autres). En se fondant sur cela, une femme qui s'emporte facilement, est conceptualisée à l'aide du domaine ÉPICÉ. En combinant le domaine NOURRITURE et le domaine OBJET, nous trouvons l'expression 辣貨 *la huo*, signifiant littéralement « une marchandise épicée », qui donne une connotation péjorative pour décrire une femme colérique.

- (8) 辣 *la* 貨 *huo*
 épicé marchandise
 « Une femme qui s'emporte rapidement »

Rappelons que *doux* et *mou* sont les attributs essentiels pour les métaphores des femmes. Dans le domaine NOURRITURE, *tofu* est choisi pour ses caractéristiques de mollesse, de clarté et de blancheur pour représenter la peau des jeunes femmes. L'expression (9) *chi doufu*, « manger du tofu », signifie qu'un homme fait du harcèlement sexuel à une femme. L'action *manger* correspond à celle de toucher, profiter du corps des femmes. En revanche, un vieux tofu n'est plus doux et charnu, comme la peau des vieilles femmes (10).

- (9) 吃 *chi* 豆腐 *doufu*
 manger tofu
 « Harceler sexuellement (une femme) »

- (10) 老 *lao* 豆腐 *doufu*
 vieux tofu
 « La peau d'une vieille femme »

Des parties du corps

Décrire des parties du corps en convoquant d'autres domaines dépend de la ressemblance entre deux images. Dans ce domaine, les traits soulignés comprennent la contiguïté de la forme, de la couleur, et de la taille. En outre, toutes ces expressions ont un sens positif.

Les exemples (11)-(12) expriment un visage en forme d'œuf pointant vers le bas, représentant le menton, et la partie la plus arrondie en haut, figurant la partie supérieure de la tête. Cette

forme est considérée comme le standard d'un joli visage de femme d'où sont empruntées les images d'un œuf d'oie ou d'une graine de pastèque.

- (11) 瓜子 *gua zi* 臉 *lian*
melon graine visage
« Le visage ovale (d'une) femme »
- (12) 鵝 *e* 蛋 *dan* 臉兒 *lian er*
oie œuf visage
« Le visage ovale (d'une) femme »

L'expression (13) décrit une belle femme qui a les lèvres rouges et les dents bien alignées. La manière claire et distincte de disposer des grenades est comparée à des dents bien rangées, malgré leurs différences de couleur. Notons que ce fruit est également sélectionné pour sa couleur rouge quand il est combiné avec une jupe (*shiliu qun*, « jupe rouge ») pour former une expression métonymique qui se réfère à une femme. Cela confirme que la sélection de domaine source n'est pas due au hasard (Li, 2012). Il y a une abondance d'objets rouges et l'alignement est exprimé de bien des manières différentes, mais la grenade est adoptée parce qu'elle s'accorde à la conceptualisation LES FEMMES SONT DES FRUITS et LES FEMMES SONT LA COULEUR ROUGE.

- (13) 朱 *zhu* 脣 *chun* 榴 *liu* 齒 *chi*
rouge lèvre grenade dent
« Une femme est belle »

Une bouche petite est appréciée et dépeinte comme une cerise. Dans le sens littéral de cette métaphore, il n'y a que la taille de la cerise qui est soulignée. Cependant, sa couleur rouge est également impliquée.

- (14) 櫻桃 *ying tao* 小 *xiao* 口 *kou*
cerise petit bouche
« La petite, bouche rouge (d'une femme) »

Dans cette section, nous avons vu seulement des métaphores comparant les femmes à la nourriture. La raison pour laquelle les hommes sont absents est qu'ils sont ceux qui mangent. Cela correspond à la métaphore LE SEXE EST MANGER (SEX IS EATING) suggérée par d'autres chercheurs (Fernández, 2008 ; Hines, 2000 ; Kövesces, 2006 ; Leach, 1964 ; Makoni, 2015 ; Tsang ; 2009). Dans cette métaphore, les hommes sont actifs et les femmes sont passives, consommées.

4.8 Domaine COULEURS

Trois couleurs sont apparentées aux femmes : le rouge (紅 *hong*), le vert (黛 *dai* et 翠 *cui*), et le blanc (白 *bai*), qui proviennent d'une double métonymie. Premièrement, ces couleurs représentent le maquillage des femmes : le rouge représente le rouge à lèvres et le fard pour les joues, tandis que le vert dépeint le pigment vert foncé pour dessiner les sourcils, et que le blanc est associé à la poudre blanche servant de fond de teint. Ces couleurs sont devenues des métonymies pour le maquillage, qui est également une caractéristique proéminente des femmes. Le lien entre ces couleurs et les femmes est par conséquent établi. En voici quelques exemples :

- (1) 翠 *cui* 黛 *dai*
vert vert foncé
« Pigment vert foncé pour dessiner des sourcils ; une femme »
- (2) 粉 *fen* 白 *bai* 黛 *dai* 綠 *lǜ*
fard blanc vert foncé vert
« Maquillage des femmes ; une belle femme »

Dans le troisième exemple, le rouge et le vert représentent non seulement les femmes, mais aussi leur beauté et leur jeunesse. Traditionnellement, le maquillage est associé à l'utilisation des jeunes femmes, le fait que les couleurs s'effacent symbolise qu'une femme n'est plus jeune.

- (3) 翠 *cui* 消 *xiao* 紅 *hong* 滅 *jian*
pigment vert foncé perdre rouge éteindre
« La jeunesse et la beauté d'une femme disparaissent en vieillissant »

Concernant les hommes, il n'existe pas d'utilisation de couleur qui évoque l'image masculine.

4.9 Domaine SURNATUREL

Les mythologies gréco-romaines et le christianisme ont une grande influence dans la culture française. Cela se reflète dans la convocation de ces références pour décrire les deux sexes. Cependant, en mandarin, les personnages mythologiques ne sont pas devenus des métaphores pour désigner les gens.

Les histoires de fantômes et les croyances populaires ont en revanche une grande importance dans la culture chinoise. Comme nous l'avons présenté dans la section du domaine ANIMAUX, une renarde peut devenir un génie avec l'apparence d'une belle femme pour séduire des hommes. Un autre exemple est la *Légende du serpent blanc*, une légende d'amour entre un homme et un serpent (un génie) qui a été transformé en une belle femme.

Cette influence des fantômes et des génies, ajoutée à la popularité du bouddhisme, accompagne les métaphores des femmes. Dans l'exemple (1), une femme disgracieuse est décrite comme la mère d'un fantôme. Un fantôme a une image monstrueuse et sa mère est dépeinte de façon encore pire.

- (1) 鬼 *gui* 母 *mu*
 fantôme mère
 « Une femme très laide »

Un vieux génie, ou monstre, représente une vieille femme trop maquillée. Il est à noter que l'âge des femmes est toujours un sujet d'attaque, que ce soit en français ou en mandarin.

- (2) 老 *lao* 妖精 *yao jing*
 vieux génie, monstre
 « Une vieille femme outrageusement fardée »

Enfin, une femme qui a l'air majestueux est dessinée comme un Bouddha vivant. Même cette figure n'est pas sexualisée et son image paisible et bienveillante est le plus souvent associée à la féminité.

- (3) 生 *sheng* 菩薩 *pusa*
 vivant Bouddha
 « Une femme majestueuse »

4.10 Domaine CORPS

Utiliser des parties proéminentes du corps humains participe de la métonymie UNE PARTIE DE QUELQUE CHOSE POUR REPRÉSENTER L'ENTIER (Kövecses & Radden, 1998). En français, il est courant d'avoir recours aux parties considérées genrés pour parler métonymiquement des femmes, telles les fesses des femmes, et ces expressions sont principalement sexualisées (voir chapitre 3.5). En mandarin, des parties proéminentes chez les femmes ne portent pas de connotation sexuelle : ce sont essentiellement des traits faciaux et les pieds. Concernant les hommes, la barbe est un trait évident dans les deux cultures.

4.10.1 LES FEMMES SONT DES PARTIES DU CORPS

Bien qu'il y ait seulement trois cas identifiés dans ce domaine, l'utilisation des parties du corps est plus importante qu'il n'y paraît. Simplement, ces parties sont elles-mêmes traitées comme les cibles à décrire, composées avec d'autres domaines et dispersées dans d'autres chapitres. Examinons d'abord les cas identifiés dans ce domaine :

- (1) 黛 *dai* 眉 *mei*
 pigment vert foncé sourcil
 « Les jolis sourcils d'une femme ; une belle femme »

(2) 衣 <i>yi</i>	香 <i>xiang</i>	鬢 <i>bing</i>	影 <i>ying</i>
vêtement	fragrance	cheveux des tempes	ombre
« La fragrance des vêtements et les cheveux des tempes d'une femme ; une femme »			

Ce sont les sourcils et les cheveux utilisés pour représenter les femmes, qui sont également les deux parties les plus souvent mentionnées avec une combinaison d'autres domaines : 18 entrées de sourcils, et 10 entrées de cheveux. Par exemple, 柳眉 *liu mei* « saule pleureur-sourcil et 繭眉 *jian mei* « cocon-sourcil », désignent tous les deux les sourcils fins et longs d'une femme à l'aide, respectivement, de la forme des feuilles de saule pleureur et du cocon. D'autres parties comprennent les yeux (15 occurrences, souvent comparés à l'eau), les pieds (12 occurrences) en raison de la coutume des pieds bandés, qui sont comparés aux fleurs, aux lotus, aux crochets, à l'arc, pour leur forme similaire. En outre, les dents (5 occurrences) et la tête (2 occurrences) sont également des traits faciaux pour imaginer une belle femme.

4.10.2 LES HOMMES SONT DES PARTIES DU CORPS

Un seul cas, 鬚眉 *xumei* « moustache sourcil » est utilisé métonymiquement pour se référer aux hommes. Comme nous l'avons vu précédemment, l'expression 巾幗鬚眉 *jinguo xumei* compare les femmes aux hommes. Le terme *jinguo* représente un foulard de femme, et de là métonymiquement, les femmes. Une femme modifiée par les caractéristiques *xumei* des hommes désigne un garçon manqué.

Conclusion du chapitre 4

Ce chapitre a exploré les métaphores genrées conventionnelles en mandarin. En faisant une comparaison avec les résultats en français, nous remarquons que l'asymétrie entre les métaphores des femmes et celles des hommes est analogue : au niveau de la quantité, les tropes désignant les êtres féminins sont plus nombreux que ceux décrivant leurs équivalents masculins. Au niveau de la sémantique, les expressions métaphoriques visent à blesser les femmes plus que les hommes, surtout dans le domaine de la sexualité. Ces deux points confirment les résultats du chapitre précédent. Pourtant, certains domaines portent peu de connotation sexualisée, comme ceux de NATURE et de CORPS.

En revanche, une différence demeure concernant la sélection des domaines sources. Ainsi, certains domaines s'utilisent rarement en français, comme PLANTES et NATURE. Les domaines les plus convoqués sont également différents : en français, le règne animal représente mieux les deux sexes, tandis que les plantes symbolisent parfaitement les femmes dans la langue chinoise. Cependant, même en ayant recours à des domaines différents, les motivations pour exprimer les caractéristiques péjoratives des femmes ne sont pas différentes dans les deux

cultures, particulièrement quand elles critiquent la vie sexuelle des femmes, et l'apparence de celles-ci si elle n'est pas conforme aux canons de beauté du moment.

Après avoir abordé les expressions figuratives trouvées dans les dictionnaires, nous abordons les expressions actuelles données par des locuteurs.

Troisième partie

ANALYSES DES DONNÉES DES QUESTIONNAIRES

Cette partie est consacrée aux analyses des questionnaires du français et du mandarin établis grâce aux réponses des 240 locuteurs natifs de chaque langue. Nous présentons les données françaises dans le chapitre 5, et celles du mandarin dans le chapitre 6.

Dans chaque langue, trois niveaux d'analyse seront présentés : appartenance à des domaines sources (e.g. HUMAINS, ANIMAUX), typologie des domaines sources (e.g. lion, fleur), et caractérisation des domaines cibles (e.g. belle, impulsif).

Trois cadres théoriques sont adaptés pour soutenir ces trois niveaux de présentation (voir chapitre 2.3). Tout d'abord, la métaphore de LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE (Kiełtyka, & Kleparski, 2005a ; Lakoff & Turner, 1989), présentant les êtres animés ou inanimés d'après une hiérarchie selon leurs caractéristiques propres, est mobilisée pour analyser les appartenances à des domaines sources. En deuxième lieu, nous appliquons le Modèle de Correspondance Conceptuel (*Conceptual Mapping Model*) de Kathleen Ahrens (2010) afin d'étudier les types les plus importants de métaphores et de proposer des principes de correspondance (*mappings principles*) pour relever les raisons de leur importance. Troisièmement, dans le but de comprendre les motivations des locuteurs à produire des métaphores, nous catégorisons toutes les explications des métaphores produites, en les classant en traits physiques, sociaux et personnels. Enfin, étant donné l'importance des traits de personnalité, nous employons le modèle des Big Five (Goldberg, 1993 ; Gosling, Rentfrow & Swann, 2003) de la psychologie dans l'intention d'examiner la personnalité des deux sexes. Cependant, nous avons conscience que ces trois niveaux sont étroitement mêlés les uns avec les autres.

Etant donné la quantité de données, ces deux chapitres mettent l'accent sur leur description. La comparaison intra-langue (différence entre des perspectives des sexes dans une langue) et le contraste interculturel (différence français-chinois), ainsi que l'interprétation théorique, sont traités dans la quatrième partie (chapitres 7 et 8 respectivement).

CHAPITRE 5. ANALYSE DES DONNÉES DU QUESTIONNAIRE FRANÇAIS

Trois niveaux d'analyse sont présentés. La section 5.1 traite des appartenances à des domaines sources et la section 5.2 aborde leurs typologies ; enfin, la section 5.3 présente les caractéristiques des deux sexes.

5.1 Niveau 1 : Appartenance à des domaines sources

Après avoir classé toutes les métaphores selon leurs domaines sources, nous obtenons la répartition suivante :

Domaines sources	MF	%	MH	%	Total	%
HUMAINS	143	21	145	21	288	21
OBJETS	75	11	100	15	175	13
ANIMAUX	72	10	93	14	165	12
NATURE	76	11	60	9	136	10
PLANTES	79	11	23	3	102	7
NOURRITURE	22	3	32	5	54	4
SURNATUREL	11	2	6	1	17	1
CORPS	3	0,4	1	0,1	4	0,3
ADJ	152	22	180	26	332	24
NOMINALISATION ADJ	27	4	23	3	50	4
NOM ABSTRAIT	25	4	20	3	45	3
AUTRES	11	2	5	1	16	1
Total	696	100	688	100	1384	100

Tableau 15. Distribution des domaines sources du questionnaire français

Parmi ces catégories, trois ne concernent pas des métaphores : les adjectifs (e.g. fort, belle), la nominalisation des adjectifs (e.g. beauté, tolérance), et les noms abstraits (e.g. avenir, vie). Nous avons obtenu ces réponses malgré les instructions : « Décrivez les femmes en trois noms communs et expliquez les raisons qui vous les font choisir. » et la construction donnée « les femmes sont comme... parce que... ». Nous retirons par conséquent les réponses non-conformes fournies par les locuteurs⁸³.

Enfin, une fois exclues les expressions non-métaphoriques nous obtenons le classement des métaphores présenté dans la figure 1⁸⁴ :

⁸³ Concernant la présentation des données, comme cette étude se focalise sur le contenu des métaphores, les fautes d'orthographe ou grammaticales faites par les locuteurs sont rectifiées afin de faciliter la lecture.

⁸⁴ Nous gardons les pourcentages des réponses non-conformes (adjectifs, nominalisation des adjectifs et noms abstraits) car ces réponses font également partie des analyses de troisième niveau, caractéristiques des domaines

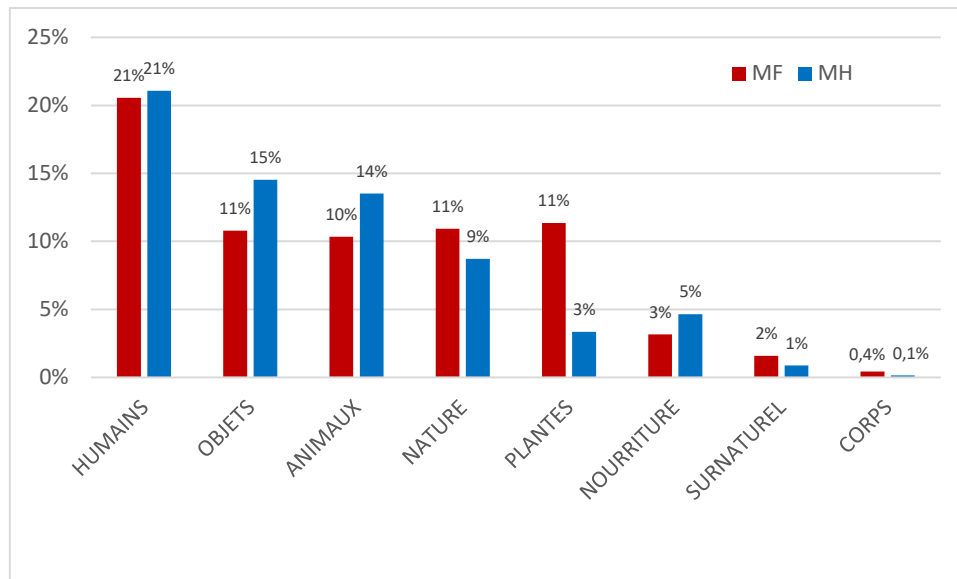


Figure 2. Distribution des métaphores selon les domaines sources du questionnaire français (MF = métaphores décrivant les femmes, MH = métaphores décrivant les hommes)

D'un point de vue général, le domaine HUMAINS est le plus important avec 21% des occurrences globales. Suivent le domaine OBJETS et le domaine ANIMAUX qui occupent respectivement 13% et 12% des occurrences répertoriées. Par la suite, les métaphores ayant recours aux domaines NATURE et PLANTES pour décrire les deux sexes ne représentent que 10% et 7% selon les locuteurs français. Enfin, les domaines NOURRITURE et SURNATUREL obtiennent chacun moins de 5%. Globalement, la sélection des domaines essentiels est analogue pour les deux sexes, mais dans des ordres différents. Si nous examinons la répartition MF et MH par domaine, nous constatons que les domaines HUMAINS, OBJETS et ANIMAUX sont plus souvent liés aux hommes qu'aux femmes alors que les locuteurs utilisent davantage les domaines NATURE, PLANTES et SURNATUREL pour décrire les femmes que pour décrire les hommes. Nous allons présenter ces domaines par ordre décroissant.

5.1.1 Domaine HUMAINS

Ce domaine reste le plus utilisé pour les MF et les MH dans les résultats du questionnaire comme dans ceux du dictionnaire. Utiliser les noms des humains pour se référer aux deux sexes implique le transfert des traits d'un espace mental (*mental space* : Fauconnier, 1994, 1997) à un autre, qui est fondé sur la similarité des caractéristiques considérées socio-culturellement comme proéminentes et représentatives entre ces deux noms. Par exemple, le nom *enfant* est régulièrement associé aux deux sexes (il s'agit d'un nom épïcène, c'est-à-dire valable pour désigner les deux sexes). Les caractéristiques les plus emblématiques de *enfant*

cibles, mais elles sont retirées pour les analyses des domaines sources (chapitre 5.1) pour leur nature non-métaphoriques.

sont : *pas mature* et *avoir besoin qu'on s'en occupe*. Quand le lien est établi, ces caractéristiques sont soulignées chez les adultes des deux sexes.

5.1.1.1 LES FEMMES SONT DES HUMAINS

Les types fréquents marquant ce domaine comprennent principalement les *mères*, les *hommes*, les *enfants*, et les *guerrières*. Nous présentons les données par convention de la façon suivante : le nom comparé aux femmes ou aux hommes, puis les motivations à le choisir. Par exemple, dans les parties qui présentent des MF :

Lionnes : elles sont combattives

Cela représente que « Les femmes sont comparées aux lionnes, parce qu'elles sont combattives. »

1. Mères, mamans

La *mère*, ou la *maman*, est le type le plus utilisé pour décrire les femmes, avec 34 occurrences (environ 25%) de ce domaine. Les caractéristiques de ce type incluent la gentillesse, s'occuper de la famille et de son entourage, ainsi que se reproduire, protéger et éduquer les enfants :

- (1) Mère : on associe également les femmes à la grossesse. Les jeunes sont enceintes de plus en plus tôt
- (2) Maman : se sont toujours des protectrices
- (3) Mère : car s'occupent souvent de tout le monde, des hommes, des ami(e)s, etc.

2. Enfants

Les *enfants* sont utilisés comme une catégorie dont les caractéristiques prototypiques comprennent les traits de personnalité relevant de l'immaturation et de l'instabilité émotionnelle. Les traits *manipulables*, *émotifs*, *irresponsables* sont ainsi associés aux femmes :

- (4) Enfants : elles se chamaillent
- (5) Enfants : elles sont touchantes, émotives

3. Hommes

Quand les femmes sont décrites comme étant l'équivalent des hommes, et les hommes comme l'équivalent des femmes, les motivations exprimées par les locuteurs impliquent simplement leur équivalence en tant qu'êtres humains.

- (6) Les femmes sont comme les hommes parce qu'elles sont des êtres humains.

Les hommes sont comme les femmes, parce qu'ils sont des êtres humains.

Les locuteurs motivent l'utilisation de ces métaphores par l'expression de l'égalité des droits ou des capacités entre les deux sexes. Examinons quelques réponses de participants. Selon eux, les femmes sont comme les hommes car :

(7) Hommes : maintenant les femmes peuvent faire exactement les mêmes métiers que les hommes

(8) Hommes : on est égalitaire

(9) Hommes : elles ont les mêmes droits

Ces explications ne sont pas des comparaisons métaphoriques. Cela vient des multifonctions du mot « comme » donné dans la construction « A est comme B ». Voici l'explication de cette fonction et deux exemples de cette utilisation fournie par le TLFi :

« Le morph. *comme* souligne un rapport de conformité ou de quasi-identité avec. Il est antéposé ou placé avec le compl. de compar. incise dans la prop. »

« Elle avait eu, comme une autre, son histoire d'amour. » (FLAUBERT, *Trois contes*, Un Cœur simple, 1877, p. 6)

« Moi je suis bonne chrétienne comme tout le monde, je fais ma prière comme tout le monde, je suis bonne paroissienne comme tout le monde. » (PÉGUY, *Le Mystère de la charité de Jeanne d'Arc*, 1910)

Dans ces deux exemples, il existe une conformité entre le nom placé avant *comme* et le complément placé après ce mot (Elle avait eu, comme une autre...) qui est la référence de cette catégorie.

En effet, les réponses que nous voulons voir sortir sont des fonctions de « comme » lorsque ce mot introduit une comparaison métaphorique. « Les femmes sont comme des fleurs » est un exemple. Néanmoins, « comme » invite également à une catégorisation. Dans la construction « A est comme B », A et B sont considérés comme la même catégorie, qui peut être suivie d'un nom de catégorie plus général. Dans ce cas, « les femmes sont comme les hommes » exprime que les deux sexes appartiennent au même groupe, qu'ils possèdent les mêmes capacités et qu'ils partagent les mêmes droits en les catégorisant tous les deux d'*êtres humains* ou de *membres de l'espèce humaine*.

4. Guerrières

Le quatrième groupe inclut des figures qui luttent pour l'égalité des femmes. Comme les droits des femmes sont une avancée sociale relativement récente et que la lutte pour l'égalité

des sexes est toujours en cours, les Français expriment ce point de vue à l'aide de métaphores. Les types actualisés comprennent des *guerrières*, des *suffragettes* et des *combattantes* :

- (10) Guerrières : elles doivent lutter contre beaucoup de stéréotypes véhiculés par les gens (hommes et femmes)
- (11) Suffragettes : elles portent le poids de l'histoire
- (12) Combattantes : elles doivent monter au front très souvent pour se faire entendre et respecter

Il est à noter que ce type de noms est généralement manifesté par les femmes elles-mêmes (66%). Après tout, l'inégalité de sexes étant plus fortement subie par les femmes, elles ont donc tendance à l'exprimer plus fréquemment.

5. Wonder woman

Le dilemme des femmes qui doivent gérer de multiples situations tant dans le monde professionnel qu'à la maison est également très prégnant. Elles sont représentées comme des *travailleuses*, des *wonder woman*⁸⁵, *plusieurs personnes à la fois*, ou des *agents multifonctions* :

- (13) Wonder woman : elles sont capables de tout gérer à la fois (vie pro, perso et familiale)
- (14) Plusieurs personnes à la fois : elles doivent conjuguer plusieurs choses dans une même journée : Assurer leur journée de travail, être mère et être femme

6. D'autres noms de métiers et fonctions

D'autres noms plus dispersés pour désigner les femmes incluent *reine* et *capitaine* si elles dirigent ; *princesse* parce qu'elles sont belles ; *pipelette*⁸⁶ parce qu'elles sont bavardes. La notion traditionnelle de la division du travail est aussi active : elles sont représentées comme des *cuisinières* et des *nourricières* dans la famille.

5.1.1.2 LES HOMMES SONT DES HUMAINS

De la même manière, les types les plus importants pour désigner les hommes sont *enfants*, *femmes*, et *pères*. D'autres métaphores sont également des noms d'humains.

⁸⁵ *Wonder Woman* est une super-héroïne de bande dessinée américaine. « Elle a été conçue par le docteur Marston dans le but de promouvoir au sein de la jeunesse un modèle de féminité forte, libre et courageuse, pour lutter contre l'idée que les femmes sont inférieures aux hommes et pour inspirer aux jeunes filles la confiance en elles et la réussite dans les sports, les activités et les métiers monopolisés par les hommes ». *Le Point Culture*. (2018, 13 avril). « My Wonder Women » : l'histoire méconnue d'une super-héroïne féministe

⁸⁶ Le sens original de PIPELET, -ETTE est « Concierge, portier ». La caractéristique stéréotypée de ce travail dérive de sa deuxième définition « P. anal., fam., le plus souvent au fém. Personne excessivement bavarde, curieuse, faisant des commérages. »

1. Enfants

Enfants (dont *gamins* deux fois) est le type le plus fréquent donné par les locuteurs pour représenter les hommes, 39 occurrences y font référence, soit 27% de ce domaine. La motivation principale est que les hommes sont dépendants, surtout des femmes :

(1) Enfants : tellement indépendants en société et dépendants en famille

(2) Enfants : ils attendent souvent qu'on prenne soin d'eux

Les caractéristiques liées à l'immaturation des enfants sont différentes de celles décrivant les femmes (*émotionnel, naïf*). Celles associées aux hommes soulignent les côtés *irresponsable, plaintif, pas sage, fragile, pas sérieux*.

(3) Enfants : joueurs, pas toujours très responsables et ont besoin d'une femme/mère !

(4) Enfants : ils se plaignent beaucoup

2. Femmes

Comme pour les MF, les Français décrivent les hommes comme étant des équivalents des femmes pour les mêmes raisons : ils sont tous membres de l'espèce humaine, ils ont donc les mêmes droits et les mêmes capacités.

Dans la paire : « les hommes sont comme les femmes » et « les femmes sont comme les hommes », nous observons malgré tout que les locuteurs présupposent que certaines caractéristiques sont genrées.

Par exemple, les hommes sont comme les femmes parce qu'*ils sont aussi sensibles*. En marquant *aussi*, cette caractéristique est implicitement catégorisée comme appartenant aux femmes. Cependant, étant considérée comme « le deuxième sexe », les femmes sont comparées aux hommes comme suit :

(5) Femmes : à force de vouloir leur ressembler

(6) Femmes : à force de vouloir être leur égal

Ces arguments montrent que les hommes sont considérés comme le genre dominant par défaut et que les femmes occupent une place secondaire quoique (presque) identique.

3. Pères

Tout comme les femmes sont des mères, les hommes sont des *pères* ou *papas*. En effet, pour un certain nombre de locuteurs, ils accompagnent leurs enfants et protègent la famille dont ils sont le chef. Voici un exemple de *père* :

(7) Pères : doit être chef de famille et présent pour les enfants

4. Guerriers

Les hommes qui possèdent les caractéristiques *actif, combattant* ou *chasseur*, sont vus comme des *guerriers, soldats, gladiateurs, chasseurs* ou *prédateurs*. Contrairement aux femmes qui luttent contre l'inégalité des sexes et l'inégalité sociale, les hommes se battent pour survivre dans la jungle sociale et faire avancer leurs carrières :

(8) Gladiateurs : ils aiment le combat, la compétition

5. Personnages ambitieux et réussite

Par ailleurs, le fait que les hommes sont considérés comme ayant plus d'ambition et comme étant plus avantagés dans leurs carrières se reflète par l'usage des types *aventuriers* et *carriéristes*. Voici deux exemples :

(9) Aventuriers : ils ont soif de progrès et prennent des risques

(10) Carriéristes : c'est malheureusement évident qu'un homme réussira mieux qu'une femme (dit du sexe faible) à compétence égale, malheureusement les hommes sont encore favorisés par rapport aux femmes dans un même poste

6. D'autres métiers et fonctions

Comme pour les femmes, les stéréotypes liés aux hommes sont toujours profondément enracinés. Des métiers ou activités considérés comme étant masculins sont ainsi sélectionnés par les locuteurs. Puissant comme un *roi* et *seigneur*, car ils règnent et se font servir, ou *chef* puisque les hommes sont souvent chefs de famille. D'autres activités ou métiers perçus comme masculins incluent *ingénieur* et *joueur de NBA*. En outre, L'exemple du *clown* est choisi, car il est drôle, maladroit et pas sérieux ; tandis qu'un *magicien* l'est pour le changement rapide et l'illusion qu'il peut produire :

(11) Magiciens : ils peuvent faire illusion

Conclusion du domaine HUMAINS

En ayant recours au domaine HUMAINS, les femmes sont en général décrites par des noms d'humains du sexe féminin et les hommes par ceux du sexe masculin. Les types les plus utilisés par les deux sexes sont parallèles : les femmes sont comme des *mères* et les hommes comme des *pères*. De plus, les femmes et les hommes se sont comparés d'une manière réciproque et ils se sont classés dans la même catégorie *êtres humains*. *Enfant* et *bébé* sont applicables aux deux sexes. En outre, les stéréotypes renvoient aux associations genrées : les

femmes avec *cuisinière*, ou *boniche*, les hommes avec *soldats*, *gladiateur*. Le même type de nom peut être interprété par ses sources cibles. Par exemple, *guerrier* et *guerrière* sont actualisés pour les hommes et les femmes respectivement. Pour les premiers, ils sont considérés comme forts ou actifs, tandis que ces dernières se battent pour l'égalité qu'elles doivent acquérir ou contre le dilemme que représente une vie partagée entre une carrière professionnelle et une famille.

5.1.2 Domaine OBJETS

Les métaphores qui ont recours aux objets représentent 13% des occurrences (11% de MF et 15% de MH). Malgré son importance quantitative, la distribution des types est très dispersée : 86% n'apparaissent qu'une seule fois. Seulement deux types sont représentés plus de cinq fois (4%). A titre de comparaison, un type issu du domaine HUMAINS peut représenter 25% d'utilisation de ce domaine.

La distribution éparpillée de ces données est liée à la non-conventionnalité des métaphores ayant recours aux noms d'objets : elles concernent des métaphores nouvelles créées par les locuteurs. Cela peut être associé à la nature des objets qui évoluent au fil du temps. Pour cela, des objets utilisés auparavant pour représenter les humains peuvent apparaître désuets (e.g. *boîte à ouvrage*, *paillasse* selon le TLFi).

5.1.2.1 LES FEMMES SONT DES OBJETS

Les objets désignant les femmes comprennent ceux qui ont besoin d'un agent sémantique pour les manipuler, tels que des livres et des bijoux. En outre, des objets qui servent à guider, à gérer plusieurs tâches en même temps et à soutenir sont également appliqués aux femmes.

1. Livres

Le type le plus important de ce domaine est le *livre* avec cinq occurrences ce qui contraste avec le type le plus important décrivant les hommes, la *voiture* qui est un objet à l'image active. Le *livre* est quelque chose qu'il faut découvrir et qui a donc une image passive :

- (1) Livres : quand on les connaît, on peut lire dedans
- (2) Livres : on peut les feuilleter et découvrir plein de choses

Par ailleurs, d'autres caractéristiques sont présentées par les locuteurs pour motiver l'emploi de *livres* et sont basées sur l'expérience de la lecture : *ouverts*, *mystérieux*, *intelligents* et *éducatifs*.

2. Miroir

Le deuxième type principal décrivant les femmes est le *miroir*. À l'opposé de l'impulsivité exprimée pour caractériser leurs homologues, elles réfléchissent :

(3) Miroirs : elles réfléchissent avant de prendre une décision

Dans l'exemple (3), le sens de la fonction du miroir est « faire apparaître quelque chose sous forme d'image après réflexion ». Le sens du verbe *réfléchir*, se retrouve également dans l'idée d' « avoir l'esprit appliqué à la pensée », relatif au domaine humain.

3. Machines multifonctionnelles

Des machines comme des *robots* ou des *ordinateurs multitâches* sont référencées pour décrire les femmes, car elles sont supposées savoir s'occuper de plusieurs affaires dans plusieurs champs d'application en même temps : le travail, la vie familiale, la vie personnelle.

(4) Robots multitâches : elles savent faire énormément de choses et avoir en tête une multitude de données qu'elles organisent et traitent à la perfection

(5) Machines : elles savent tout faire

Cela montre qu'en adoptant le même type, les motivations d'utilisation peuvent varier selon les domaines cibles : lorsque les hommes sont apparentés aux machines, les aspects *ne pas réfléchir, logique, travailler beaucoup* sont mis en avant, alors que la nécessité d'être multifonctionnel est la raison principale de comparer les machines aux femmes.

4. Piliers et murs

Deux autres types, apparus pour désigner les deux sexes, sont les *piliers* et les *murs* alors que les motivations de cette sélection sont également différentes pour les deux sexes :

(6) Piliers : c'est le pilier du foyer, elle soutient le foyer sur ses épaules

(7) Piliers : exercent un métier, en rentrant du travail elles ont le second métier de maman

Ces motivations conviennent aux types introduits précédemment car les femmes doivent exécuter plusieurs rôles simultanément. Pourtant, quand les piliers sont utilisés pour décrire les hommes, les fonctions *soutien* et *protection de la famille* sont exprimées. En outre, le *mur* est également choisi décrire les femmes pour des raisons différentes que celles exprimées pour décrire les hommes :

(8) Murs : elles ont des vies silencieuses en elles qu'elles taisent et ne laissent jamais transparaître

La fonction d'un mur est d'isoler. Cette caractéristique est accentuée de manière différente pour les deux sexes. Pour les hommes, c'est l'isolation émotionnelle d'avec l'extérieur qui est soulignée pour l'utilisation de *mur*. En revanche, ce sont les femmes qui assurent la fonction de *mur* qui doit absorber le bruit qui est une représentation métaphorique de l'inégalité, du stress et de l'oppression.

5. Guidage

En comparaison avec les hommes qui sont supposés fournir un appui pour leurs familles, les femmes sont représentées par des objets qui brillent, guidant la route de la vie avec *phares* et *veilleuses* :

- (9) Phares : bien souvent elles restent debout dans la tempête, sont prêtes à tout affronter pour leur famille, et restent le pilier auprès duquel tout le monde se retrouve

6. Objets jolis mais fragiles

La fragilité des femmes est exprimée par des objets jolis mais fragiles, tels que la *porcelaine*, un *vase*, ou du *cristal*. Bien qu'il existe une occurrence de cristal décrivant la fragilité des hommes, cette caractéristique reste majoritairement associée aux femmes.

- (10) Vases : elles sont fragiles, douces et il faut en prendre soin pour ne pas les briser

- (11) Porcelaine : malgré tout elles sont fragiles

7. Diamants et bijoux

Les *bijoux* et les *diamants* sont liés aux femmes pour leur joliesse et leur préciosité. La beauté de ces objets est transposée à l'apparence des femmes :

- (12) Diamants : elles sont plus soignées, accordent plus d'importance au détail et aiment briller. Elles font plus attention à l'apparence

En même temps, leurs valeurs leur sont données par les humains. Cet aspect est exprimé par les verbes de modalité *devoir* et *falloir* :

- (13) Bijoux : elles doivent être jolies, admirées. Elles portent aussi les bijoux elles-mêmes

Le verbe *devoir* dans l'exemple (13) indique que ces caractéristiques chez les femmes ne sont pas innées, mais plutôt acquises, et comprises comme une attente de la société.

8. Avis changeant

Le changement de direction constant des *girouettes* est comparé aux femmes qui changent régulièrement d'avis :

(14) Girouettes : elles changent d'avis comme de directions

Bien que cette caractéristique ne se retrouve pas uniquement chez les femmes, l'inconstance et l'humeur changeante des hommes sont plus souvent décrites en ayant recours à un autre type, la *météo*.

L'explication de cette différence est identifiée dans les implications données par la *météo* et la *girouette*. La cause du mouvement des girouettes est le vent. En revanche, les causes des changements de la météo sont difficilement identifiables. Ainsi, les changements d'humeur ou d'opinion des femmes sont plus soumis aux interactions qu'elles ont avec les autres, alors que ceux des hommes sont plus indépendants des autres.

9. Source de la vie

Le type des *fontaines* fusionne plus d'un domaine. Cet objet représente la source de la vie en raison de sa signification liée à l'eau qui fait partie du domaine NATURE. En outre, l'eau est de plus associée avec les larmes, qui expriment les émotions plus fluctuantes des femmes :

(15) Fontaines : elles pleurent beaucoup

5.1.2.2 LES HOMMES SONT DES OBJETS

Étant donné que les types sont extrêmement dispersés, nous les présentons selon leurs similarités de caractéristiques en créant les sous-catégories : moyens de transport, objets protecteurs ou bloquants, machines, technologies, et jouets. Quant au reste nous l'incluons dans une sous-catégorie inclassable.

1. Moyens de transport

Cette sous-catégorie concerne principalement la voiture. D'autres types comprennent la moto, le bolide, l'avion.

Les hommes sont comparés en premier lieu aux voitures en raison de leur vitesse, de leur puissance et de leur impulsivité :

(1) Voitures de course : ils sont impatients et aiment aller droit au but

De plus, l'activité des hommes comparés à des voitures est accentuée en précisant que les hommes *avancent* et qu'ils *roulent*.

(2) Voitures : quand ils manquent de carburant ils n'avancent plus

Dans l'exemple (2), il s'agit de la métaphore LE CORPS EST UNE MACHINE (BODY IS MACHINE : Glebkin, 2013 ; Johnson, 1987 ; Kövecses, 2005 ; Lakoff & Johnson, 1999 ;

Pinker, 2009), où l'énergie nécessaire du corps est comparée au carburant. Quand l'énergie s'épuise, le corps, comme une machine, ne fonctionne plus.

Par comparaison, une seule réponse associe les femmes à des voitures, mais la motivation de son utilisation montre un manque d'activité :

- (3) Voitures : elles sont indispensables, elles coutent cher, elles ont besoin d'entretien ; on les adore, on les bichonne, on en prend soin, on les compare

Dans ce cas, l'agentivité des femmes n'est pas du tout mentionnée, à l'inverse de celle des hommes. Elles sont transformées en voitures qui ont besoin d'agents, les hommes, pour s'occuper d'elles et pour leur donner vie.

Une autre motivation d'ordre métonymique associe les hommes et les voitures. Comme le suggèrent Kövesces et Radden (1998), la catégorie POSSEDÉ POUR POSSESSEUR (POSSESSED FOR POSSESSOR) explique que des objets représentent leurs propriétaires. Comme nous pouvons le constater avec les publicités dans les médias ainsi que dans la vie quoditienne, les véhicules sont considérés comme une possession importante pour les hommes plus que pour les femmes.

2. Bâtiment, Construction et protection

La métaphore du bâtiment est utilisée pour conceptualiser le domaine des arguments (THEORIES ARE BUILDINGS : Grady, 1997b ; Lakoff & Johnson, 1980), comme dans la phrase : « Ton argument a une base très faible. »

La base du bâtiment est prise pour représenter la base d'un argument, des piliers désignent l'argumentation.

Pour décrire les hommes, nous avons également trouvé la métaphore du bâtiment. Les caractéristiques mettent l'accent sur la formation de leur personnalité, leurs émotions et la fonction de protection. En voici un exemple :

- (4) Bâtiments : ils sont construits sur des fondations qui peuvent un jour être détruites

Le pilier est le deuxième type le plus représenté dans le domaine OBJETS avec cinq occurrences produites lors de notre questionnaire. Les piliers ont pour fonction de soutenir la structure et d'assurer la stabilité d'un bâtiment. Ces qualités rapportées aux hommes soulignent d'abord le rôle traditionnel de protecteur de la famille, comme exprimé dans cet exemple :

- (5) Piliers : ils protègent toute la famille, on se recueille et on se serre dans ses bras

D'autres types partageant la même fonction comprennent les *abris*, les *toits* et les *gants*, ces derniers étant évoqués pour la protection qu'ils apportent.

3. Émotion immobile et relation bloquée

La fonction d'objets considérés comme protecteurs découle de leur apparente stabilité et du fait qu'ils font écran aux éléments extérieurs. Ces éléments du domaine physique sont transformés en domaines abstraits chez les hommes : l'émotion et la relation.

Voici un exemple montrant que la fonction de stabilité des piliers est comparée à la stabilité émotionnelle des hommes :

(6) Piliers : ils sont souvent plus stables émotionnellement. Ça permet de garder un cap

De plus, leur indifférence ou la difficulté à communiquer avec eux sont comparées à des objets immobiles, comme des meubles, ou des objets qui servent à s'isoler de l'extérieur, un mur et une forteresse en sont deux exemples.

(7) Murs : obstinés et souvent hostiles aux idées des autres

4. Isoler de la faiblesse

Des types évoquant l'image d'isolation par rapport au monde extérieur s'interprètent aussi en termes de faiblesse cachée, comme un *masque* et une *carapace* :

(8) Masques : ils n'aiment pas montrer leurs faiblesses

(9) Carapaces : pour sa faiblesse cachée

Les hommes sont encouragés depuis leur enfance à être courageux et à cacher leurs émotions. Ils deviennent ce que la société attend d'eux, consciemment ou non. Cette construction sociale est exprimée par les métaphores ayant recours aux objets qui illustrent les fonctions ou les rôles que les hommes doivent jouer.

5. Machines

Une autre sous-catégorie importante pour désigner les hommes concerne les machines (4 occurrences). Elle est utilisée pour dénoter la capacité à agir sans réfléchir, ainsi que les cas où les hommes travaillent péniblement comme des machines :

(10) Machines : ils ne réfléchissent pas assez avant d'agir

(11) Machines : la vie est de plus en plus stressante et les hommes ont de moins en moins de temps pour se consacrer à eux-mêmes

En outre, le type *ordinateur* est produit pour évoquer les propriétés de cette machine :

(12) Ordinateurs : ils buggent

(13) Ordinateurs : ils sont durs à comprendre et constamment sans mémoire

Enfin, deux locuteurs évoquent des *robots* pour décrire les hommes, car ils privilégient la raison sur les émotions.

6. Couteaux

Un type marquant avec trois occurrences est le *couteau* et ses formes plus spécifiques : le *couteau suisse*. Le *couteau* est mentionné pour sa fonction défensive, tandis qu'un *couteau suisse* est noté pour ses caractéristiques multifonctionnelles :

(14) Couteau : ils peuvent être protecteurs et tranchants à la fois

(15) Couteaux suisses : quand ils cherchent ils savent presque tout faire

Selon un point de vue freudien classique (Freud, 1926), le couteau représente un symbole phallique. Son activité et son agressivité ne s'expriment pas explicitement dans les réponses des locuteurs, mais ces implications sont sans doute enracinées dans la culture occidentale.

7. Jouets

Les jouets représentent, la plupart du temps, le point de vue des femmes. Dans ces métaphores, elles sont celles qui jouent avec ces objets et décrivent ainsi leurs relations avec les hommes. Les types *peluche* et *nounours* reviennent parce qu'ils ont besoin qu'on s'occupe d'eux :

(16) Peluches : ils ont toujours besoin d'une mère

(17) Nounours : ils ont besoin d'être câlinés

En comparant les hommes aux jouets, les perspectives des hommes eux-mêmes sont plus négatives. En voici un exemple :

(18) Nounours : ils sont fainéants

Dans les métaphores qui comparent les hommes aux objets, les caractéristiques soulignées sont en majeure partie actives ou cognitives (ils avancent, ils cachent leur faiblesse, il est difficile de communiquer avec eux, etc.), cela implique que l'agentivité des hommes est toujours présente bien qu'ils soient transformés en objets.

Conclusion du domaine OBJETS

Globalement, les types qui sont utilisés pour représenter les hommes sont plus actifs et impulsifs. La *voiture*, ou encore d'autres moyens de transport, décrivent l'agentivité

masculine même s'il faut, dans la réalité, quelqu'un pour faire démarrer une voiture. Le *couteau* est aussi une métaphore montrant l'activité et l'agressivité. La difficulté de communiquer avec les hommes et le refoulement des émotions en sont d'autres façades, souvent représentés par des *machines*. Enfin, les fonctions de protection et de soutien sont réalisées par les thèmes du bâtiment comme *le pilier*.

L'idée de passivité des femmes est plus saillante comme on le voit avec l'exemple du *livre* qui nécessite une autre personne pour qu'on l'apprécie. De plus, des objets jolis et fragiles sont aussi actualisés de manière importante pour représenter les femmes et le *miroir* est choisi pour ses qualités réfléchives qui sont mises en parallèle avec le fait que les femmes réfléchissent. Enfin, les fonctions de protection, de guidage et d'autres aspects cognitifs des femmes sont également soulignés, telles que *changer régulièrement d'avis* et *pleurer facilement*.

5.1.3 Domaine ANIMAUX

Dans le dictionnaire TLFi, la faune est le domaine le plus équilibré pour décrire les deux sexes avec 30% des métaphores concernant les femmes et les hommes. Cette abondance existe aussi dans le questionnaire, mais arrive seulement en troisième position.

De plus, nous remarquons que les métaphores produites par les locuteurs se trouvent presque toutes dans le dictionnaire. Cela montre que les métaphores animales ne sont pas seulement familières (voir chapitre 1.2.1), mais aussi conventionnelles.

Même si la quantité totale des types est moins importante que celle du domaine OBJETS, leur nombre d'occurrences est plus élevé. Examinons les métaphores désignant les femmes. Parmi toutes les occurrences, 73 sont répertoriées dans le domaine OBJETS ainsi que dans le domaine ANIMAUX, seulement 30 types différents sont présents chez les animaux, tandis que 54 types différents sont recensés dans le domaine OBJETS. Ce qui indique que les métaphores du domaine ANIMAUX utilisées sont fortement consensuelles.

5.1.3.1 LES FEMMES SONT DES ANIMAUX

Les animaux évoqués pour représenter les femmes comprennent principalement des chats, des animaux qui jouent les mères protectrices et des animaux travailleurs.

1. Chat

Les *chats* sont le type le plus utilisé dans ce domaine. Même dans le dictionnaire, les femmes sont régulièrement comparées aux *chattes*⁸⁷. Néanmoins, le mot *chatte* n'est pas utilisé dans le questionnaire, car ce terme représente vulgairement les parties sexuelles des femmes dans l'utilisation moderne.

Le lien entre les chats et les femmes a été établi depuis longtemps dans la culture occidentale. Par exemple, la déesse égyptienne *Bastet* représentant la joie du foyer, la chaleur du soleil et de la maternité est représentée avec les traits d'un félin (Warmenbol & Delvaux, 1991).

Comme le biologiste Mivart observe (1881 : 1), l'association entre les femmes et les chats provient des habitats domestiques, de la propreté de cet animal et de leurs connotations féminines :

« Le chat est également favorisé par la moitié des humains qui est la plus concernée par son soin domestique ; car c'est un animal attaché à la maison qui est exceptionnellement propre et ordonné dans ses habitudes, et se recommande donc naturellement à la bonne volonté d'une bonne femme au foyer. »⁸⁸

En outre, leur intelligence, grâce, indépendance et sensibilité sont également liées aux stéréotypes des femmes. Voici une citation dans le livre *Everybody's Cat Book* de Champion (1909 :15) :

« Les chats ont une disposition très sensible et peuvent facilement être effrayés par un traitement sévère.⁸⁹ »

Ces associations sont toujours d'actualité dans les images populaires, ce qui explique les caractéristiques transmises des chats aux femmes selon les locuteurs : *mystérieuse, indépendante, intelligente, gracieuse, jalouse, douce mais avec des griffes, difficiles à apprivoiser, avoir besoin de tendresse et d'amour*. En voici deux exemples :

- (1) Chats : elles doivent être intelligentes, et savoir sortir les griffes
- (2) Chats : elles sont indépendantes, mais elles ont quand même besoin d'affection

⁸⁷ TLFi : De la chatte (où les attributs de la chatte sont gén. appliqués à une femme) : un petit nez de chatte, un regard de (jeune) chatte; une langueur, une pudeur, une volupté de chatte; une âme, des grâces, des mines de chatte.

⁸⁸ Mivart (1881 : 1) : « The cat also is favoured by that half of the human race which is the more concerned with domestic cares; for it is a home-loving animal and one exceptionally clean and orderly in its habits, and thus naturally commends itself to the good will of the thrifty housewife. »

⁸⁹ "Cats are very sensitive in disposition, and can easily be frightened by harsh treatment..."

Parmi les douze cas d'actualisation du lexème *chat*, aucun n'est sexualisé comme dans les définitions du dictionnaire. Les caractéristiques évoquées sont neutres ou positives concernant le caractère des femmes.

2. Femelles protectrices

Protéger leurs progénitures est dans la nature de certains animaux, particulièrement pour les femelles. Cette qualité est liée aux femmes par leur rôle de mères potentielles. Pour décrire cela, *lionne* est l'animal le plus utilisé. Il s'agit également du deuxième type le plus représenté, après *chat*. Les deux-tiers des cas de *lionnes* ont pour objet de protéger leurs petits. Le reste souligne qu'elles sont fortes et combattantes. Certaines motivations combinent les deux caractéristiques. Voyons un exemple :

(3) Lionnes : elles sont capables de tout pour leur progéniture

D'autres animaux qui soulignent également le caractère *protéger leurs petits* comprennent des *louves*, des *laies*, des *poules*, et des *oiseaux femelles*. En voici deux exemples :

(4) Louves : quand elles sont maman elles protègent leur petit

(5) Laies : elles sont prêtes à tout pour protéger leurs enfants

3. Animaux qui travaillent sans cesse

Cette sous-catégorie englobe des animaux qui travaillent beaucoup tels que la fourmi et l'abeille. Cela fait écho aux domaines précédents où les femmes sont décrites en ayant recours à des personnages comme *Wonder Woman* et des *machines multitâches*.

Cinq occurrences de *fourmis* ont été recensées, toutes soulignant le fait que les femmes sont consciencieuses :

(6) Fourmis : elles sont toujours en action

(7) Fourmis : elles peuvent supporter beaucoup plus qu'elles n'en donnent l'impression

Cette association vient de l'expression *travailler comme des fourmis* qui met en image la rigueur du travail de cet animal. La façon dont la fourmi travailleuse est représentée dans le conte pour enfants *La cigale et la fourmi* (La Fontaine, 1897) en serait également une preuve. Cette caractéristique des fourmis est transmise aux femmes, car elles s'occupent du ménage à la maison, en plus d'exercer une activité professionnelle.

L'*abeille* est sélectionnée pour la même raison, comme montré dans l'exemple (8). Un autre aspect, la petite taille des abeilles, est également souligné dans (9) :

(8) Abeilles : les femmes sont toujours très occupées

(9) Abeilles : elles travaillent beaucoup et sont légères

La taille est un motif qui associe certains animaux à la féminité et d'autres à la masculinité : les plus petits ont tendance à être groupés avec les femmes, les plus grands avec les hommes (Halupka-Rešetar, 2003 ; Hines, 1999 ; Nilsen, 1996). En plus de la taille, la morphologie des animaux est également comparée avec celle des femmes comme avec l'expression *taille de guêpe*. Cette métaphore d'image compare la partie étroite du milieu du corps de cet animal avec la taille parfois très fine des femmes⁹⁰.

4. Oiseaux

La voix plus aiguë des femmes et leur taille plus petite (Baider, 2004 ; López Rodríguez, 2009, 2014 ; Yaguello, 1978) permettent aussi une association évidente entre elles et les oiseaux. La caractéristique *bavarde* est réalisée par *pie*, tandis que le nom générique *oiseau* souligne la liberté et la nature maternelle des femmes :

(10) Pies : elle est très bavarde

(11) Oiseaux : femelles, elles veulent protéger leurs petits

(12) Oiseaux : elles aiment voler de leurs propres ailes

5. Animaux

Le nom général *animaux* est le type le plus important pour les métaphores des hommes dans ce domaine (21 occurrences) et sera introduit dans la partie suivante. Pour les femmes, en revanche, seules quatre occurrences existent.

En effet, la métaphore « les femmes sont des animaux » va régulièrement de pair avec « les hommes sont des animaux ».

(13) Les femmes sont comme des animaux car elles font partie de la nature comme tous les êtres vivants.

(14) Elles sont la vie, comme les hommes, comme les animaux.

Ces descriptions soulignent le fait que les humains sont tous des animaux et, comme l'indique LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE (*Great Chain of Being*, Lakoff & Turner, 1989), le niveau ANIMAUX met l'accent sur l'instinct animal.

⁹⁰ Cette conceptualisation est pratiquée en anglais (*wasp's waist*), ainsi qu'en mandarin (蜂腰 *feng yao*, abeille taille).

6. *Autres animaux conventionnels*

Certaines expressions conventionnelles sont consacrées aux caractéristiques négatives des femmes telles que *vipère* et *renard* :

(15) Vipères : elles sont capables de se piquer entre elles

(16) Renardes : elles sont rusées, malignes elles arrivent à leurs fins

Les liens entre ces caractéristiques et ces animaux existent déjà dans la langue française. L'association personnalisée d'un renard rusé, par exemple, date au moins du Moyen Âge⁹¹. Grâce à l'association figée entre ces expressions et certaines caractéristiques, les locuteurs ont recours aux mêmes noms d'animaux pour ces mêmes utilisations métaphoriques.

5.1.3.2 LES HOMMES SONT DES ANIMAUX

Les êtres masculins sont plus souvent comparés au nom général, des *animaux*. En outre, les animaux féroces comme le *lion*, le *loup*, et des animaux de grande taille comme l'*ours* et le *rhinocéros* sont utilisés pour désigner les hommes. Un type prototypique lié aux hommes : le *coq*, ainsi qu'un non-prototypique, l'*oiseau*, sont également abordés.

1. *Animaux*

Lorsque les hommes sont comparés aux animaux, deux possibilités peuvent se manifester en raison de la polysémie du mot *homme* : *êtres humains* et *être adultes masculins*. Pour illustrer le premier sens, *êtres humains*, les motivations d'utilisation mettent d'abord l'accent sur les besoins biologiques :

(1) Animaux : ils ont besoin de manger, dormir...

En outre, la notion que les humains sont des animaux, mais supérieurs à ces derniers, est représentée :

(2) Animaux : l'homme est un représentant animal sur terre (un peu plus évolué)

(3) Animaux : ils sont des animaux civilisés et ingénieux, font partie de la nature, ils doivent se battre pour survivre avec leurs qualités et leur supériorité

Des représentations plus péjoratives sont mises en avant quant à la deuxième signification d'*hommes* en tant qu'*être humain de sexe masculin*, soulignant les caractéristiques *brutal*, *bestial* et *inutile* :

⁹¹ Voici une des définitions du TLFi concernant le renard : « Roman de/du Renard/Renart. Recueil médiéval de fables satiriques où le renard personnifie la ruse. Le renard, qui s'appelait goupil [...] doit le nom qu'il porte aujourd'hui à la vogue extraordinaire dont jouissait autrefois le roman du Renard. » (SARCEY, Mot et chose, 1862, p. 201)

(4) Animaux : ils ne réfléchissent pas plus que ça

(5) Animaux : ils sont bestiaux dans certaines circonstances

Les caractéristiques de brutalité et d'impulsivité sont également soulignées dans d'autres domaines sources pour décrire les hommes, mais ces caractéristiques ne sont pas associées aux femmes.

2. Lions

Le *lion* est le type le plus important après *animal*. Les motivations d'actualisation de ce félin sont différentes de celles décrivant les femmes comme des lionnes qui évoquent la *protection de sa progéniture*.

Pour les hommes, les raisons d'emploi sont également similaires : être forts, conquérants, être le roi et le leader, et vouloir garder le pouvoir. En voici deux exemples :

(6) Lions : ils veulent montrer leur force et défendre le royaume

(7) Lions : ils sont conquérants

Cette représentation des lions est récurrente et enracinée dans plusieurs cultures d'où sa présence dans la littérature, les films, etc. Sa place au sommet de la chaîne alimentaire et sa nature à bannir les autres lions mâles pour garder son territoire permettent l'association des caractéristiques *fort* et *puissant* (Hsieh, 2008 ; Wei, 2011 ; Strawn, 2005).

3. Oiseaux

Un autre type dont les motivations varient selon les domaines cibles est *oiseaux*, le troisième plus important de ce domaine. Quand les femmes sont associées aux oiseaux, leur petite taille et leur bavardage sont soulignés conformément aux utilisations conventionnelles, comme on l'a vu.

Quand cette catégorie d'animaux ailés est associée aux hommes, c'est la représentation de la liberté des oiseaux qui est mise en lumière :

(8) Oiseaux : ils représentent la liberté

(9) Oiseaux : ils sont voyageurs et sont sans cesse en mouvement

Le bavardage décrivant les femmes n'est pas mentionné pour décrire les hommes. Le seul aspect lié à la voix des oiseaux souligne le sifflement émis par les hommes qui voient une jolie fille.

4. Ours

Pour les animaux utilisés fréquemment, les motivations liées à leur choix sont cohérentes. Par exemple, *lion* est sélectionné pour sa force, *oiseau* pour sa liberté, alors que toutes les motivations liées à l'utilisation de *ours* sont différentes : ainsi la pilosité plus abondante des hommes est comparée à celle d'un ours.

D'autres caractéristiques en rapport avec la personnalité varient selon la conceptualisation des locuteurs. Examinons deux exemples :

(10) Ours : un peu patauds mais finalement ne sont pas forcément méchants

(11) Ours : ils préfèrent gérer leurs problèmes seuls

Les métaphores liées aux ours, même si nous n'en avons pas trouvé dans le dictionnaire, sont des images connues dans la culture populaire : ils sont transformés en nounours, en personnages d'animations (Winnie the Pooh, Brother bear, Ted, etc.). Ils sont dotés d'une image adorable, mais tout en conservant le statut d'animaux sauvages.

Des animaux liés aux rapports sexuels

La notion de perte de contrôle semble être à la base de la métaphore LES HUMAINS SONT DES ANIMAUX. Ces métaphores sont abondamment relevées dans les recherches précédentes : LA LUXURE EST UNE BÊTE À L'INTÉRIEUR DE NOUS (PASSIONS ARE BEASTS INSIDE US, Lakoff & Kövecses, 1987), UNE PERSONNE LUBRIQUE EST UN ANIMAL (A LUSTFUL PERSON IS AN ANIMAL, Lakoff, 1987), LA LUXURE EST UN COMPORTEMENT ANIMAL/LA SAUVAGERIE ANIMALE (LUST IS ANIMAL BEHAVIOR/WILDNESS, Csábi, 1999 ; Kövecses, 2003).

Quand les êtres masculins sont comparés aux animaux, cela implique que les premiers perdent leur contrôle sexuel. Dans ce contexte, nous avons relevé *chien*, *lapin*, et *loup*.

5. Chiens et lapins

Pour *lapin* et *chien*, les expressions conventionnelles décrivant ce rapport sont bien établies. Un *chaud lapin* décrit « un homme qui est porté sur les plaisirs sexuels » ; le verbe *lapiner* (familier) représente « avoir un rapport sexuel », alors qu'un *chien* désigne ceux qui sont portés sur la sexualité. Fondés sur ces expressions linguistiques et leurs connotations sexuelles, les hommes sont représentés comme ceci :

(12) Chiens : tout les excite

Néanmoins, des traits positifs des chiens sont également transmis aux hommes, la fidélité et l'amitié avec les humains :

(13) Chiens : ils sont beaux, rassurants et fidèles

Enfin, *lapin* est uniquement lié à la sexualité. En voici quelques exemples :

(14) Lapins : ils lapinent

(15) Lapins : toujours à vouloir se reproduire

(16) Lapins : ne pense qu'à ça

Ces mêmes utilisations montrent que les expressions conventionnelles telle que *chaud lapin* ont un effet sur la conceptualisation des locuteurs. C'est pourquoi les locuteurs se concentrent sur les mêmes caractéristiques en liant cet animal à la sexualité des hommes.

6. Loups

Les caractéristiques principales qui proviennent des loups sont leurs habitudes de vie, comme dans la métaphore LE COMPORTEMENT DES HUMAINS EST LE COMPORTEMENT ANIMAL (HUMAN BEHAVIOR IS ANIMAL BEHAVIOR, Gibbs, 1997 ; Kövecses, 2010a ; Talebinejad & Dastjerdi, 2005). Les comportements de ces canidés sont utilisés pour désigner les hommes :

(17) Loups : ils aiment être en meute

(18) Loups : ils peuvent vivre en solitaire ou en groupe

(19) Loups : ils vivent groupés et il y a une hiérarchie

7. Coqs

Le *coq* est sans doute l'animal qui représente typiquement les hommes dans la langue française. De nombreuses expressions conventionnelles dans le dictionnaire soutiennent cela. Par exemple, un *coq de combat* décrit un homme agressif et vindicatif ; *faire le coq* figure un homme, surtout jeune, qui a une attitude hardie et arrogante. Les usages conventionnels et les productions des locuteurs actuels sur le coq sont cohérents dans les réponses des participants :

(20) Coqs : ils sont persuadés de leur importance et de leur supériorité

(21) Coqs : ils aiment parader au milieu des femmes

8. Autres grands animaux

D'autres animaux moins fréquemment utilisés partagent une qualité : ce sont des animaux sauvages ou de grande taille : *dinosaure*, *rhinocéros*, *chimpanzé*, *bonobo*⁹² et *taureau*. Les caractères soulignés incluent la force, l'impulsivité, et le désir de pouvoir et de sexe :

⁹² Le Bonobo, Chimpanzé nain, est une espèce de primate. Chez les bonobos, les relations sexuelles sont le plus souvent utilisées comme méthode de résolution des conflits, à côté des mécanismes de domination. Les études

(22) Rhinocéros : on leur a appris à tout écraser sur leur passage

(23) Bonobos : ils ne pensent qu'au sexe

Conclusion du domaine ANIMAUX

Pour conclure, dans le domaine ANIMAUX, les femmes ont tendance à être liées aux animaux de petite taille, comme l'*abeille*, la *fourmi* et le *chat*, tandis que les hommes sont comparés aux animaux de grande taille à l'exemple de l'*ours* et du *chimpanzé*.

De plus, les femmes sont caractérisées comme femelles protectrices, multitâches, bavardes, indépendantes, mais ayant besoin d'affection. D'un autre côté, les hommes sont désignés comme impulsifs, puissants et lubriques et leurs caractéristiques physiques sont plus fréquemment mises en avant par des animaux que pour les femmes.

Enfin, bien que les hommes et les femmes puissent être comparés à des couples d'animaux d'une même espèce, comme le *lion* et la *lionne*, les sujets parlants distribuent des caractéristiques différentes aux deux sexes.

5.1.4 Domaine NATURE

Après les domaines HUMAINS, OBJETS, et ANIMAUX, le domaine NATURE est le quatrième domaine le plus représenté et inclut deux sous-catégories. La première concerne la vue panoramique de la nature, soit un océan ou une montagne, soit des éléments astrophysiques à l'instar du *soleil* ou la *lune*. La deuxième sous-catégorie concerne des substances ou des matériaux comme le *métal*, le *feu* ou le *bois*. Ces deux sous-catégories partagent régulièrement des caractéristiques, mais possèdent des dissemblances. Les fonctions du point de vue panoramique de la nature sont soulignées par leurs rôles spécifiques vis-à-vis des humains. En revanche, ce sont les matériaux qui sont mis en avant lorsqu'il s'agit de comparer les caractéristiques liées à la personnalité.

Rappelons que l'on ne retrouve pas d'occurrences de ce domaine dans le dictionnaire TLFi à l'exception de *montagne* et de *tonnerre*. Cependant, le fait que ce domaine soit régulièrement cité dans les réponses au questionnaire montre que c'est un domaine plus puissant que ce que les expressions conventionnelles représentent dans la culture française.

L'association entre humains et paysages n'est sûrement pas nouvelle. Selon le travail de Porteous (1986 : 2), ce phénomène est fondamental dans la culture occidentale :

suggèrent que les trois quarts des rapports sexuels entre bonobos n'ont pas de fin reproductive mais plutôt sociale et presque tous les bonobos sont « pansexuels » (James, 2004 ; Palagi, Paoli & Tarli, 2004).

« L'utilisation de la métaphore reliant l'image du corps à celle du paysage est fondamentale dans notre culture occidentale. Durant la Renaissance, on s'accordait sur le fait que la terre était modelée sur le corps humain ; la métaphore symbolisait donc une relation unidirectionnelle : paysage, image du corps. Cette idée est exprimée dans les noms génériques des paysages. »

La tradition qui lie le paysage aux humains trouve ses racines dans la mythologie grecque où le ciel était conceptualisé en masculin et la terre en féminin, les précipitations représentaient alors l'éjaculation du corps masculin sur le corps féminin d'où toutes les créatures étaient issues. Cela fait écho à la culture chinoise où la même conceptualisation se manifeste⁹³.

Pourtant, ces symboles primitifs genrés n'ont pas l'air d'être encodés dans les expressions conventionnelles alors qu'ils sont représentés par les locuteurs, ce qui signifie que l'interconnexion entre ce modèle culturel et l'usage linguistique est toujours significative.

Comparé aux autres domaines sources présentés précédemment, le domaine NATURE est moins genré : les types utilisés pour décrire les deux sexes sont partagés par les femmes et les hommes. Par exemple, dans le domaine ANIMAUX, les animaux sauvages de grande taille, comme des ours et des rhinocéros, ne se rapportent qu'aux hommes, alors que des noms du domaine NATURE, tels que *soleil*, *vent*, *océan* et *roc*, sont convoqués pour désigner les deux sexes. Bien sûr, une tendance à associer un type et un sexe existe, mais ce n'est pas absolu.

Ce phénomène s'explique par des niveaux de métaphore : reprenons le domaine ANIMAUX. La métaphore générale LES HUMAINS SONT DES ANIMAUX est située plus haut que les métaphores spécifiques : LES FEMMES SONT DES ANIMAUX et LES HOMMES SONT DES ANIMAUX. Les caractéristiques évoquées par les locuteurs relevant de ces métaphores spécifiques sont donc liées à des sexes en particulier et non à une idée générale de l'humain. En revanche, les comparaisons liées aux deux sexes dans le domaine NATURE le restent au niveau plus général : LES HUMAINS SONT LA NATURE ; ce qui peut expliquer pourquoi les expressions genrées sont absentes du dictionnaire et pourquoi les types sont utilisés pour les deux sexes.

5.1.4.1 LES FEMMES SONT LA NATURE

Nous présentons d'abord le premier regroupement, la nature en général et la vue panoramique : la terre, les éléments astrophysiques, la catégorie d'eau (la mer, la pluie), le vent et le rocher.

⁹³ Voir chapitre 4.4 le domaine source NATURE des analyses du dictionnaire en mandarin.

I. La vue panoramique

1. Nature

Tout d'abord, le type du niveau général *nature* est important pour décrire la femme : six occurrences contre une seule pour décrire les hommes. Cependant, la fertilité, trait traditionnellement lié à la nature, n'est pas transmise aux femmes. Ainsi, les caractéristiques que les locuteurs choisissent sont non conventionnelles telles que *rebelle et fière, belle, sensible*, en voici deux exemples :

(1) Nature : elles sont sensibles et à l'écoute

(2) Nature : la nature pour la beauté

De plus, l'association au printemps et à la nouvelle vie est comparée à la créativité des femmes :

(3) Nature : Au printemps elles revivent avec des idées nouvelles

Les participants ont leurs propres interprétations des correspondances existantes entre les femmes et la nature. Ils ne sélectionnent donc pas ce type, qui est classiquement lié à la féminité, par hasard. La tradition qui conceptualise la terre en tant que féminine (fertile, productive), et les comportements de la nature (belle, rebelle) est enracinée dans les cultures à une échelle universelle (Kittay, 1998).

2. Éléments astrophysiques : soleil, lune et étoiles

Le type qui est utilisé le plus fréquemment pour décrire les femmes dans ce domaine est le *soleil* (14 occurrences, soit 18% dans ce domaine, contre 3 occurrences soit 5% pour les hommes). De plus, on remarquera qu'une seule occurrence de la *lune* a été recensée, qui met en avant la fécondité et la féminité.

Ce faible nombre d'occurrences de la *lune* est surprenant, car depuis les mythologies grecques, le soleil est habituellement associé à la masculinité, tandis que la lune l'est à la féminité. Le genre grammatical des deux mots LE soleil et LA lune, en français du moins, est également une marque qui reflète en effet la conceptualisation du lien entre la sémantique et la grammaire (Contini-Morava & Kilarski, 2013).

Les rayons du soleil sont la source principale de lumière et de chaleur pour la terre, tandis que la lune joue un rôle secondaire au niveau de la lumière. Le soleil est associé au masculin qui est considéré comme primaire, car plus puissant socialement et politiquement.

Les deux fonctions principales du soleil : apporter lumière et chaleur, deviennent les motivations essentielles à leur utilisation métaphorique :

(4) Soleil : elles réchauffent nos cœurs

(5) Soleil : radieuse et chaleureuse

(6) Soleil : elle illumine

Ces expressions métaphoriques de la lumière sont basées sur la métaphore conceptuelle LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE (HAPPINESS IS LIGHT : Kövecses, 2008 ; Sullivan, 2006 ; Yu, 1995). Les études de ces derniers examinent davantage cette métaphore au travers du FrameNet (Baker, Fillmore, & Lowe, 1998 ; Fillmore, 2006), expliquant que nos humeurs sont comparées à des lieux et que l'état de bonheur est comparé à un lieu éclairé. Finalement, la puissance de la lumière est comparée à l'intensité du bonheur comme le montre l'illustration ci-dessous.

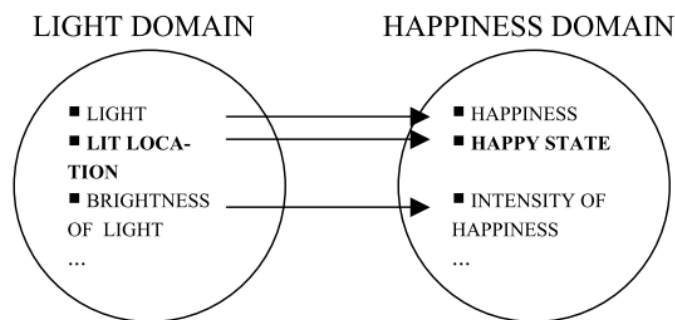


Figure 3. Métaphore LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE

(HAPPINESS IS LIGHT, cité de Sullivan, 2006 : 392)

Ahrens (2002) illustre aussi la métaphore conceptuelle L'AMOUR EST LE FEU (LOVE IS FIRE), qui est enracinée dans nos expériences physiques : quand nous ressentons de la passion, et surtout une excitation sexuelle, la température de notre corps augmente.

Les femmes comparées au soleil représentent la source du rayonnement qui apporte de la chaleur et de la lumière, signifiant l'amour et le bonheur.

En même temps, la chaleur peut être brûlante et dangereuse. Cette caractéristique du soleil est également associée aux femmes :

(7) Soleil : les brûlures sont dangereuses

(8) Soleil : elles peuvent être chaudes mais dangereuses

Les étoiles brillent également. Ces astres sont sélectionnés afin de décrire les femmes pour la même raison que le soleil : elles brillent. De plus, les étoiles invitent également à l'imagination :

(9) Etoiles : elles font rêver

3. La terre

Selon certaines mythologies polythéistes (Relke, 2007), la terre est conceptualisée comme « élément primordial, divinisé, conçu comme la mère universelle ». Sa fertilité, sa capacité à engendrer des créatures, sont comparées à la capacité de fécondation des femmes. Ces notions sont actualisées par les locuteurs actuels :

(10) Terre : pour la fertilité, le côté terre-à-terre, là où les racines prennent vie

(11) Terre : belles et pleines de ressources

La terre peut aussi signifier une masse qui prend alors un sens synonyme de *sol*. Dans ce sens, la similarité avec la masse pierreuse réside dans sa solidité. Les femmes sont donc comparées à la terre pour leur solidité.

(12) Terre : fortes, elle se créent des carapaces et dessous recèlent des trésors

(13) Terre : elles sont solides

Rappelons que seulement deux occurrences du domaine NATURE ont été recensées dans le TLFi : la *montagne* et le *tonnerre*, qui décrivent respectivement un homme fort et courageux et un homme à la voix forte. De même dans le questionnaire, cette métaphore n'est pas genrée. En comparant la femme à une *montagne*, la même caractéristique *forte* est soulignée comme chez les hommes :

(14) Montagnes : fortes et dignes

4. Éléments aquatiques

Les océans et la pluie sont considérés comme des extensions de l'eau. Les symboles évoqués sont également associés à ces éléments.

D'après Parente-Capkova (2007), la femme et l'eau sont étroitement connectées, car cette dernière est traditionnellement connectée à la vie, à la naissance, à la renaissance, à la création ainsi qu'à la créativité. Ces rapprochements sont liés aux femmes pour les mêmes raisons que celle que les locuteurs confirment avec l'utilisation métaphorique de l'eau :

(15) Eau : elles donnent la vie ; tout être humain est né d'une femme ; tout être humain a besoin d'eau pour vivre

(16) Eau : pour leur côté nourricier, la force de leur nature, l'origine de la vie

Océan, mer et vagues

Quand les métaphores liées aux femmes empruntent les caractéristiques de l'océan et de la mer, ce sont la force et l'inconstance qui sont soulignées. Mais la capacité à porter la vie est aussi mise en avant par ces comparaisons métaphoriques :

(17) Océan : elles sont fortes et elles portent le monde

(18) Mer : elles sont très changeantes

Un autre type aquatique possédant un mouvement cinétique concerne *les vagues*, utilisées de même que pour la mer et l'océan, en raison de leur caractéristique changeante.

(19) Vagues : les émotions d'une femme montent et descendent comme une vague sur la mer

Par ailleurs, le mouvement est particulièrement pris en compte :

(20) Vagues : elles ont des formes courbes et un mouvement d'ondulation (c'est surtout ce mouvement qui est important, et qui évidemment forme des courbes ou les souligne ; une forme courbe qui serait statique m'évoque moins les femmes)

Ce mouvement ondulatoire peut s'interpréter de deux façons, psychologique et physique. En premier lieu, cette fluctuation signifie le changement des émotions, qui varient beaucoup mais de manière régulière. Deuxièmement, cette image désigne le déhanchement des femmes. Ce dynamisme fait écho aux expressions en mandarin, 水蛇腰 *shuisheyao*, « taille de serpent d'eau » et 柳腰 *liuyao*, « taille de saule pleureur », tous les deux évoquent l'image de la taille fine et de la dynamique des femmes à l'aide d'images sources dynamiques.

5. Le vent

Le *vent* est choisi pour deux raisons. Premièrement, comme *l'océan* qui change tout le temps, la direction du vent est variable et représente le changement rapide des émotions ou des humeurs des femmes. Deuxièmement, le *vent* est un symbole de liberté. Comme le montre cet exemple :

(21) Vent : elles sont libres de vivre comme elles ont envie

6. Le rocher

Le *rocher* est défini comme une masse de pierre escarpée, isolée, formant un bloc à la surface du sol. Cela représente la solidité et un soutien ferme et constant. En comparant un rocher aux femmes, on souligne la caractéristique solide et la capacité de soutien.

(22) Rocher : elles sont les piliers de la vie familiale

(23) Rocher : quoi qu'il arrive elles sont toujours là

Deux noms, un *roc* et une *roche*, expriment des idées similaires. Pourtant, c'est leur matière au lieu de leur image comme vue panoramique qui est mise en avant.

II. Substance

Des éléments pierreux, doux, métalliques, ou constitués de feu et d'air forment cette deuxième sous-catégorie. Ce regroupement met plus l'accent sur les caractéristiques des matériaux.

Un roc et une roche sont sélectionnés pour leur dureté, alors qu'un diamant est apprécié pour sa préciosité et sa brillance.

1. Roc et roche

Les qualités d'un roc et d'une roche, solides et résistantes, soulignent le fait que les femmes sont résistantes face aux épreuves de la vie :

(24) Roc : elles font face à tous les événements de la vie sans s'effondrer

(25) Roc : c'est ce qu'elle doit être, ce qu'elle est souvent, tant dans sa vie professionnelle qu'au sein de son foyer

(26) Roche : elles sont incassables

Le terme *roc* s'utilise métaphoriquement pour décrire une personne forte et résistante ainsi qu'une personne qui ne manifeste pas de sensibilité. Le domaine de la dureté et de la fermeté de la matière est transposé au domaine de la personnalité. Un autre exemple, *une personne molle* représente *quelqu'un qui manque de force, d'énergie, de résistance*.

2. Diamant

Le diamant est connu pour sa dureté et sa capacité à réfléchir la lumière. Ces caractéristiques sont comparées à la force et à l'apparence des femmes. L'exemple (27) se fonde sur la métaphore conceptuelle L'INTELLIGENCE EST L'EMISSION DE LUMIERE (INTELLIGENCE IS

LIGHT-EMISSION, Sullivan, 2006). Le mot *briller* représente la source de la connaissance, et la dureté et la solidité du diamant sont assimilés à la capacité des femmes.

(27) Diamant : elles peuvent être brillantes et fortes

La beauté du diamant est comparée au fait que les femmes prennent plus soin de leur apparence que les hommes. Le mot *briller* dans l'exemple (28) signifie *être remarquable* :

(28) Diamant : elles sont plus soignées, accordent plus d'importance au détail et aiment briller. Elles font plus attention à l'apparence

Si l'on excepte l'élément *pierreux*, le reste des types n'est pas fréquemment actualisé.

3. Soie et coton

Ces deux matériaux sont choisis pour la même raison. La texture douce est assimilée à des caractéristiques psychologiques.

(29) Soie : elles sont douces

4. Or

Un seul métal est recensé pour désigner les femmes : l'or. C'est sur sa valeur et son importance pour les hommes que les locuteurs mettent l'accent, non sur sa matière.

(30) Or : elles sont essentielles aux hommes

5. Le feu

La flamme et la chaleur du feu sont comparées à l'enthousiasme, la passion et l'énergie des femmes. L'expression linguistique *entretenir la flamme* représente cette métaphore du feu :

(31) Feu : il faut toujours entretenir la flamme

6. L'air

L'air est vital pour les humains. Cette indispensabilité est comparée à l'importance des femmes.

(32) Air : l'air est indispensable

5.1.4.2 LES HOMMES SONT LA NATURE

Globalement, les types utilisés pour décrire les hommes ne se distinguent pas beaucoup de ceux décrivant les femmes. Pour discerner les différences, il faut déterminer les motivations qui poussent les locuteurs à choisir certaines caractéristiques. Nous allons présenter brièvement des parties comparables et en souligner les différences.

I. La vue panoramique

Cette sous-catégorie comprend des éléments astrophysiques, des éléments aquatiques, la montagne, le vent, et des désastres naturels.

1. *Éléments astrophysiques : soleil et lune*

Le *soleil*, traditionnellement lié au masculin, est représenté par seulement trois occurrences (5%) ; on recense 14 occurrences pour les femmes (18%).

L'idée que le soleil apporte le bonheur est moins présente chez les hommes. En revanche, les métaphores SAVOIR C'EST VOIR (KNOWING IS SEEING : Gibbs, 1992 ; Johnson, 1999 ; Sullivan, 2006 ; Vidali, 2010) et ses sous-métaphores L'INTELLIGENCE EST LUMIERE / LES IDEES SONT DES AMPOULES ELECTRIQUES (INTELLIGENCE IS LIGHT : Ruiz, 2006 ; IDEAS ARE LIGHT BULBS : Thibodeau, Hendricks & Boroditsky, 2017) sont évoquées pour décrire les hommes mais pas les femmes.

Sullivan (2006) montre que la source de connaissances est conceptualisée par la source de lumière. Des objets vus sont comparés aux connaissances acquises. Enfin, la lumière émise est comparée à l'intelligence. Les correspondances sous-jacentes sont montrées ci-dessous :

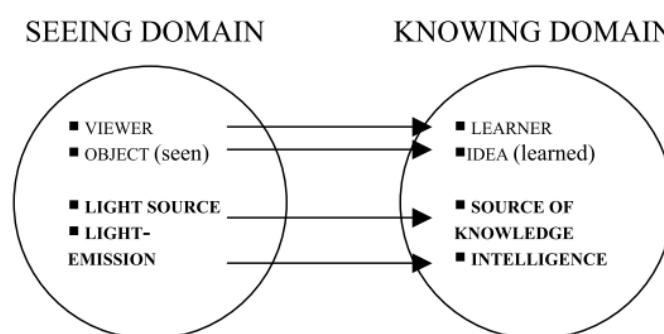


Figure 4. La métaphore conceptuelle SAVOIR C'EST VOIR
(KNOWING IS SEEING, Sullivan, 2006)

Un exemple soutient cette illustration :

(1) Soleil : ils brillent par leur intelligence

Par le biais du *soleil*, nous apercevons que même décrit par le même type, les structures et les aspects soulignés peuvent varier. Le *soleil* n'est pas exclusivement utilisé pour les hommes, ni la *lune* pour les femmes. Nous avons par exemple recensé une occurrence de la *lune* décrivant les hommes pour leur côté capricieux :

(2) Lune : ils sont lunatiques

2. *Éléments aquatiques*

Traditionnellement, les métaphores aquatiques sont liées aux femmes. Cependant, nous avons trouvé huit occurrences dans ce domaine pour décrire les hommes, avec trois types principaux : l'*océan*, la *neige*, et les *nuages*.

Lorsque l'*océan* est actualisé pour décrire les femmes, ce sont les caractéristiques *forte* et *changeante* qui sont soulignées. Pour les hommes, de façon comparable aux femmes, c'est la qualité *changeante* qui revient, à quoi s'ajoute la distinction *libre* :

(3) Océan : car leur liberté compte avant tout

L'utilisation du type *neige* est comparable à l'utilisation qui en est faite pour les femmes, plus précisément *flocons de neige* représente l'unicité de chacune. D'autres raisons de convoquer la neige sont peu conventionnelles et créatives. L'exemple (4) décrit les performances des hommes pendant les rapports sexuels, alors que l'autre exemple présente la façon dont tombe la neige et ce qu'il advient d'elles par la suite.

(4) Neige : les femmes ne savent jamais combien de centimètres elles auront ni combien de temps ça durera

(5) Neige : ils virevoltent dans le ciel avant de se poser et de fondre

Les nuages flottent dans l'air, ce qui implique une sensation de liberté, ainsi qu'un déphasage avec la réalité. Cet attribut est également mobilisé pour décrire les hommes.

(6) Nuages : ils planent

Par ailleurs, d'autres expressions de « en l'air » comme *avoir la tête en l'air* nous rapprochent de l'image des nuages.

3. *Montagnes*

Cette métaphore conventionnelle est toujours d'actualité. Trois réponses contenant *montagne* ont été évoquées pour décrire les hommes. Les caractéristiques *solide* et *forte* sont évoquées chez les femmes comme chez les hommes, alors que les traits physiques sont spécifiquement soulignés pour désigner les hommes :

(7) Montagne : ils sont supposés être grands, forts, inamovibles (je trouve ça idiot aussi).

Par ailleurs, pour parler d'un homme très musclé, on va dire qu'il est "une montagne de muscles"

Des métaphores sont régulièrement fondées sur la relation entre les humains et les domaines sources. Les montagnes sont souvent perçues comme un obstacle naturel pour les humains.

Leur immensité est utilisée pour représenter la grande taille, la force et le courage dans le domaine humain.

4. Vent

Les raisons pour lesquelles le vent est choisi pour décrire les hommes et les femmes sont globalement comparables. Premièrement, le vent peut être considéré comme positif ou négatif :

(8) Vent : agréables ou dérangeants

(9) Vent : ils soufflent le froid et le chaud

Deuxièmement, comme avec les nuages, le vent est lié à l'idée de liberté, car il n'a pas de forme et il est imprévisible.

(10) Vent : vont et reviennent

5. Désastres naturels

Une des bases des métaphores dérive de la relation entre les humains et leur entourage. La nature possède une caractéristique que les humains craignent : le pouvoir de destruction. La nature est considérée comme *hors de contrôle* lorsqu'elle se déchaîne. De plus, cette caractéristique *hors de contrôle* ressemble à celle exprimée par les métaphores d'animaux, spécifiquement l'état des émotions ou du désir sexuel (e.g. LA COLÈRE EST UN COMPORTEMENT ANIMAL, Gibbs, 1997 ; LA PASSION EST UN BÊTE À L'INTÉRIEUR DE NOUS, Lakoff & Kövecses, 1987 ; LA LUXURE EST UN COMPORTEMENT ANIMAL / SAUVAGERIE, Csábi, 1999 ; Kövecses, 2003).

Trois cas de désastre naturel ont été répertoriés pour décrire les hommes : *orages*, *volcans*, et *ouragans* :

(11) Orages : ils éclatent sans prévenir, sans se contrôler et font parfois beaucoup de dégâts

(12) Volcans : ils explosent parfois sans aucun motif

(13) Ouragans : ils sont destructeurs

De même que dans le domaine ANIMAUX, la caractéristique *hors de contrôle* est utilisée pour décrire les femmes, mais de manière moins importante que pour les hommes avec seulement un cas :

(14) Volcans en éruption : elles ont de l'énergie en pagaille

II. Des matériaux

Dans la deuxième sous-catégorie, les hommes sont comparés aux minéraux, au métal, au bois, à l'eau et à l'air et plusieurs de ces types sont également choisis pour représenter les femmes. Les différences d'utilisation résident dans le niveau de caractéristiques.

1. Minéraux

Semblable aux métaphores des matériaux s'adressant aux femmes, la matière pierreuse est utilisée de manière plus importante pour désigner les hommes. Un *roc*, une *roche*, et une *Pierre* entrent dans cette catégorie.

La plupart des caractéristiques utilisant ces types pour représenter les hommes sont comparables à celles utilisées pour décrire les femmes, comme les qualités *fort* et *solide*.

(15) Roc : (non poreux) pour leur force, leur dureté et leur côté inébranlable

En revanche, les traits qui les distinguent des femmes comprennent *dur*, *brut*, *simple*, *facilement cassable*, et *émotionnellement indifférent*.

Les termes *dur* et *solide* sont utilisés comme synonymes dans la plupart des cas. Leurs sens originaux et extensifs sont divergents. Voyons leur définition :

Dur : qui se laisse difficilement entamer, plier, tordre, couper, qui n'est pas tendre

Solide : un état de la matière dans lequel les molécules sont fortement liées les unes aux autres, et caractérisé à l'échelle macroscopique par un volume et une forme déterminée, constants en l'absence de toute force extérieure.

Ainsi, quelque chose de dur n'est pas forcément solide et peut donc être fragile ou cassant. L'adjectif *dur* a donc des extensions métaphoriques comme « qui est sans indulgence, sans pitié, sans cœur ; sévère, pénible, difficile à supporter physiquement ou moralement ». Ces extensions expliquent *isolation émotionnelle* et *fragile malgré sa force*, montrées respectivement par les exemples (16) et (17) :

(16) Roc : ils ne montrent aucune émotion

(17) Roc : ils peuvent exprimer la robustesse et la solidité mais se briser d'un simple choc

La différence d'emploi de la caractéristique *dur* s'explique aussi par le type *Pierre*. Dans ce cas, seule la dureté et non la solidité est mise en lumière.

(18) Pierre : ils sont durs

Par ailleurs, la *dureté* est un élément essentiel pour les hommes. Être dur et durable est sans doute une représentation de la masculinité, ce qui nous donne une autre raison de les associer.

Enfin, la matière dure et pierreuse est souvent utilisée pour décrire la protection, qui est seulement appliquée aux hommes :

(19) Roc : on compte sur eux et ils protègent leurs familles

Certains éléments sont seulement associés aux hommes. Ils concernent les éléments métalliques et le bois.

2. Élément métallique

Deux métaux, le fer et l'acier, sont évoqués pour décrire les hommes :

(20) L'acier : dur et robuste

(21) Le fer : malléable à chaud

Les matières et les caractéristiques physiques de ces métaux constituent les raisons de leur actualisation linguistique. Comparable à la masse pierreuse, la dureté de l'acier est mise en avant pour décrire la personnalité des hommes. De plus, l'expression *malléable à chaud*, présente dans la métaphore du fer, est fondée sur deux métaphores. En premier lieu, quelqu'un qui se laisse influencer, manipuler, déformer est comparé au fer en raison des propriétés physiques de ce matériau. En deuxième lieu, un homme *malléable à chaud* signifie donc qu'il est capable de s'adapter face aux épreuves.

3. Bois

La dureté et la beauté du bois sont comparées à la persévérance et l'apparence des hommes :

(22) Bois : pour la constance, pour le meilleur et le pire

(23) Bois : dur et beau

Le *bois* est plus genré que d'autres car cet élément n'est pas lié aux femmes. D'autres types qui ne sont pas aussi prééminents que l'élément pierreux comprennent l'*eau*, le *feu*, l'*air*, le *métal* et le *bois*. Ces trois éléments sont également sélectionnés pour décrire les femmes, mais les motivations liées à leur utilisation ne sont pas exactement identiques.

4. Eau

Quand l'eau est associée aux femmes, les caractéristiques *nourricier* et *vital* sont accentuées, tandis que les attributs liés aux hommes ne concernent pas ces aspects :

(24) Eau : ils sont apaisants

(25) Eau : trouble et limpide à la fois

5. Feu

Quant au feu, les aspects soulignés pour désigner les hommes sont plus actifs et ardents :

(26) Feu : pour leur côté guerrier, destructeur mais aussi parfois salvateur...

6. Air

Concernant l'air, son indispensabilité est comparée aux hommes comme aux femmes. Un autre cas est plus péjoratif où la frivolité et l'insaisissabilité de l'air sont soulignées :

(27) L'air : pour leur légèreté, leur futilité et leur contenance impalpable !

Conclusion du domaine NATURE

Les correspondances entre le domaine NATURE et les humains restent au niveau général : LES HUMAINS SONT LA NATURE. Cela explique pourquoi les types naturels comme la *montagne*, le *vent* et le *roc* ne sont pas associés à un certain sexe comme dans le domaine ANIMAUX. Ils sont plutôt partagés entre les deux sexes et soulignent les mêmes caractéristiques, le *soleil* et le *roc* en sont deux exemples. Les types traditionnellement perçus comme masculins, comme le *soleil*, ne sont pas limités par leur association aux hommes car ils se fondent sur les métaphores conceptuelles tel que LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE. De la même façon, la dureté et la solidité du *roc* sont applicables aux deux sexes.

Pourtant, certains types sont plus genrés. Le métal et le bois sont uniquement associés aux hommes, tandis que les éléments doux comme le coton et la soie ne se lient qu'aux femmes.

5.1.5 Domaine PLANTES

Dans les résultats du dictionnaire, le domaine PLANTES n'est pas beaucoup développé (3%), alors qu'il est le deuxième domaine le plus important pour les MF au sein des questionnaires (11%). Cela montre que la conceptualisation des femmes en plantes est plus puissante que dans les expressions linguistiques conventionnelles.

5.1.5.1 LES FEMMES SONT DES PLANTES

Deux types, *fleur* et *rose*, occupent 75% du domaine (61% et 14% respectivement). Pour *fleur*, son cycle de vie, sa beauté et son odeur sont soulignés. Elles s'épanouissent et ensuite elles fanent ; elles sont jolies et fragrances, mais en même temps, éphémères, fragiles et délicates. Ces traits sont parfaitement appliqués aux femmes dont la jeunesse, la beauté et la vieillesse sont scrutées, ce qui est bien développé dans l'exemple suivant :

- (1) Fleurs : qui fanent, parce que les gens s'intéressent en premier lieu à leur beauté, qui est éphémère. Les femmes sont vues comme très belles quand elles sont jeunes, puis de moins en moins à mesure qu'elles vieillissent (je trouve ça idiot et injuste !!). De plus, pour dire du bien d'une femme, on va souvent complimenter sa beauté plutôt que ses compétences, son intelligence, etc.

En outre, une autre caractéristique importante des fleurs est leur diversité : la variété des fleurs est évoquée pour désigner des femmes différentes.

- (2) Fleurs : il y a des milliards de variétés et de nuances, et les fleurs dégagent des odeurs particulières, tantôt sensuelles tantôt discrètes

Quant à la *rose*, une sous-catégorie des fleurs, elle partage les mêmes attributs que celles-ci (belle, délicate), mais en possède des spécificités intrinsèques : elle est dangereuse et armée pour se protéger grâce à ses épines :

- (3) Roses : pour leur odeur, leur délicatesse, leur fragilité et le côté éphémère de leur beauté...
- (4) Roses : délicates avec des épines pour se protéger

D'autres plantes évoquées moins fréquemment pour représenter les femmes sont résistantes et souples. Le *roseau* est mentionné pour ses images de résistance et de force ; l'*arbre* s'utilise pour la solidité et le rôle de protection. Enfin, la *tige* et le *saule* sont sélectionnés pour leur souplesse.

5.1.5.2 LES HOMMES SONT DES PLANTES

Contrairement aux femmes, les hommes sont comparés aux arbres. Le type *arbre* occupe plus de la moitié du domaine (52%) et le *chêne* en représente 14% à lui seul.

Les raisons principales pour lesquelles les hommes sont désignés comme des arbres sont *protecteur*, *robuste*, *dur*, *fiable*, et *solide*. Ces adjectifs sont tous métaphoriques et passent du domaine physique au domaine psychologique :

- (1) Arbres : car ils sont solides et protègent en cas de tempête
- (2) Arbres : la rigidité la confiance. Quand ils sont sincères compréhensifs patients alors on peut compter sur eux et faire sa vie en toute confiance

Transmettre cette caractéristique aux hommes implique qu'ils sont responsables et protègent leurs familles quand une difficulté survient. Cependant, ils sont également décrits comme *fragiles et forts en même temps*, car les arbres manquent de flexibilité.

La relation entre *arbre* et *chêne* est comme la relation entre *fleur* et *rose*. Le chêne partage les attributs des arbres, et son utilisation met l'accent sur la force.

Les occurrences de la *plante* sont aussi nombreuses que celles des occurrences *chêne*. Reprenons la métaphore générique LES HUMAINS SONT DES PLANTES (PEOPLE ARE PLANTS, Lakoff, 1993) : cette métaphore met l'accent sur le développement d'une personne dans le sens où le bourgeon et le flétrissement correspondent respectivement au début et la fin de la vie. Dans les réponses des locuteurs, nous remarquons que la façon de cultiver les plantes est mise en parallèle avec la façon dont les hommes sont formés :

- (3) Plantes : ils poussent mal s'ils sont mal cultivés ; ils avancent correctement dans la vie s'ils sont bien cultivés

Enfin, deux occurrences de *fleur* sont utilisées pour décrire les hommes. Cette utilisation évoque le cycle de la vie comme une plante, au lieu de la beauté et la jeunesse soulignées chez les femmes :

- (4) Fleurs : ils sont des fleurs, ils éclosent, vivent et se fanent pour mourir ensuite

L'autre référence est une combinaison de *fleurs* avec l'adjectif *sauvage* :

- (5) Fleurs sauvages : ils sont à la fois forts et fragiles

En accolant ces deux mots, les hommes sont liés à l'idée *sauvage* : *pas apprivoisé*, *fort* à quoi s'ajoute *fragile* de la plante. Cette combinaison ne se retrouve pas dans l'usage des fleurs pour les femmes.

Conclusion du domaine PLANTES

Dans les métaphores décrivant les femmes comme des plantes, les fleurs englobent la beauté, la jeunesse éphémère et la fragilité, alors que leur résistance et leur force sont représentées par des plantes auxquelles s'appliquent les mêmes associations. Par ailleurs, les hommes sont principalement conceptualisés en arbres pour leur force, leur solidité et leur protection.

5.1.6 Domaine NOURRITURE

La métaphore LES FEMMES SONT DES DESSERTS (WOMEN ARE DESSERTS) est réalisée en anglais non seulement dans les expressions linguistiques, mais aussi dans la pratique sociale (Hines, 1994, 2000 ; López Rodríguez, 2008). Les femmes sont ainsi transformées en objets sexuels désirés par les hommes. Cependant, cette métaphore qui compare les femmes au sucré n'est pas retenue dans le dictionnaire français. Mais, malgré son absence, cette notion n'est

pas inhabituelle pour les locuteurs français : nous avons relevé 22 occurrences (3%) pour MF et 32 pour MH (5%).

5.1.6.1 LES FEMMES SONT DE LA NOURRITURE

Deux sous-catégories principales existent. Premièrement, les femmes sont conceptualisées en fruits, plus précisément ceux sucrés. Deuxièmement, elles sont comparées à des desserts. Ce qui confirme ce que Hines (1994, 2000) a montré : les femmes sont associées au goût sucré.

1. *Fruits*

Le mot générique *fruit* décrit des genres différents de femmes. Dans cette métaphore, des fruits variés sont comparés à des femmes différentes :

(1) Fruits : chacune a sa couleur unique, sa forme, son arôme et son goût

Ensuite, des fruits sucrés sont notamment utilisés pour représenter les femmes : des *bananes*, des *cerises*, des *pommes*, des *melons*, et des *oranges*.

Les motivations des locuteurs sont-elles liées à la sexualité ? Examinons quelques exemples :

(2) Oranges : les plus belles sont rarement les meilleures

(3) Pommes : elles sont rondes et douces

(4) Melons : il faut en tâter mille pour en trouver une bonne

(5) Cerises : elles sont pulpeuses

Les raisons d'utiliser ces fruits sucrés soulignent ainsi essentiellement les aspects physiques des femmes, en leur appliquant surtout la métaphore d'image : deux cas prennent la forme ronde (des pommes et cerises) pour comparer les silhouettes des femmes : rondes et pulpeuses. Pour les oranges, l'apparente beauté est mise en parallèle avec celle des femmes. Enfin, l'adjectif *bonne* dans le cas des *melons* est polysémique, signifiant *sexy* s'il se réfère à l'extérieur des melons ou à une *bonne* personnalité qui en désignerait l'intérieur.

Un seul fruit non sucré ressort, le *citron*. Les motivations d'actualisation sont similaires :

(6) Citrons : elles savent être douces et piquer à la fois

(7) Citrons : elles sont douces mais acides quand il le faut

2. *Desserts*

La deuxième sous-catégorie, les desserts, fait écho aux études de Hines (1994, 2000). Elle présente la métaphore LES FEMMES SONT DES DESSERTS où l'appétit de nourriture des

hommes se compare au désir sexuel. Les goûts des desserts, sucrés et doux, se transforment en caractéristiques, généralement physiques, liées aux femmes :

(8) Chocolat : doux, sucré, et bon

(9) Glaces : on les apprécie au début mais après...

(10) Bonbons : c'est délicieux, ça rend malade, on veut en manger de plusieurs sortes, au 2/3 du paquet on n'en veut plus

Dans les cas présentés ci-dessus, les adjectifs décrivant de la nourriture sont mobilisés pour caractériser les femmes : elles sont *douces*, *sucrées*, *bonnes*, *appétissantes* et *délicieuses*. De la même manière, le verbe *manger* qui agit sur la nourriture, s'applique aux femmes en leur donnant une image passive. Les hommes sont donc représentés comme des agents : ceux qui mangent, dans la métaphore L'ACTE SEXUEL EST MANGER (Ger, Belk & Askegaard, 1996 ; Kövecses, 2006 ; Leach, 1964), où les femmes sont comparées à des desserts que l'on consomme.

Par ailleurs, il est intéressant de noter que les locuteurs qui produisent ces réponses sont tous des hommes. Ces métaphores étant centrées sur les hommes, ils ont naturellement tendance à les préserver et à continuer à les produire.

En plus des caractéristiques physiques et de l'aspect sexuel, les qualités de la nourriture sont également comparées aux traits de personnalité. Les sensations que les aliments sucrés nous procurent sont mises en parallèle avec les sensations agréables que les femmes nous apportent. Par exemple :

(11) Nectar : elles procurent les meilleures sensations de la vie

(12) Fondant au chocolat : leur cœur est tendre

La relation entre la consommation de sucre et la sensation de satisfaction est directe, car cela s'est enraciné dans le génome humain au fil de l'évolution (Mennella, Pepino & Reed, 2005). En outre, selon des études psychologiques concernant la personnalité, les femmes possèdent en général plus de caractéristiques d'Agréabilité (Schmitt et al., 2008 ; Weisberg, DeYoung & Hirsh, 2011), cela provoquerait du plaisir qui ressemble à l'effet donné par le sucre.

Puisque la métaphore est liée à nos expériences physiologiques, des expériences différentes produisant un stimulus similaire pourraient former une corrélation établissant des correspondances entre des domaines différents (Gibbs, 2005 ; Gibbs, Lima, & Francozo, 2004 ; Grady, 1997a ; Kövecses, 2003, 2010a).

En dernier lieu, l'association entre les femmes et les desserts peut résider dans une métonymie : DES OBJETS REPRESENTENT LES AGENTS, car les femmes apprécient les desserts plus que les hommes. Nous pouvons examiner cette relation par cet exemple :

(13) Bonbons : elles sont gourmandes

Pour tous ces aliments sucrés, il y a une implication importante : ils ont tous une date d'expiration. Avec l'industrialisation, nous pouvons les conserver plus longtemps, mais cela ne signifie pas que ces produits seront meilleurs avec le temps qui passe. Cette caractéristique *avoir une période de conservation* implique un lien avec l'âge des femmes. Il faut manger ces aliments le plus frais possible. La même logique s'applique pour les femmes : il faut les avoir les plus jeunes possibles. Cette qualité marque une différence importante avec les métaphores décrivant les hommes dans ce domaine.

5.1.6.2 LES HOMMES SONT DE LA NOURRITURE

Pour les hommes, deux sous-catégories majeures sont recensées : l'alcool et les desserts.

1. Alcools

Plus d'un tiers des représentations métaphoriques sont liées à l'alcool, avec deux types importants : le vin et la bière.

Le vin occupe à lui seul 75% de la catégorie de l'alcool. Les raisons données par les interviewés sont homogènes. Le *vin*, ou le *bon vin*, voit sa valeur augmenter avec le temps :

(1) Vin : ils s'améliorent avec le temps

(2) Vin : ils se bonifient avec l'âge

Contrairement aux femmes dont la valeur diminue avec l'âge, la valeur des hommes augmente avec le temps et leur expérience.

Deuxièmement, les hommes sont décrits comme des bières parce qu'ils consomment plus cette boisson alcoolisée que les femmes et la relation entre les deux demeure métonymique :

(3) Bière : peu de femmes aiment

(4) Bière : ils aiment ça

Néanmoins, l'alcool a effectivement des qualités négatives, il rend ivre ou parfois malade. Ce trait est manifesté par *l'alcool* et *le vin* :

(5) Alcool : autant parfois ils sont enivrants, et parfois ils sont saoulants

(6) Vin : c'est bon au début mais peut vite saouler

Les femmes sont également comparées à l'alcool, mais dans un nombre faible d'occurrences qui n'indiquent pas une amélioration liée à l'âge.

2. Desserts

Être décrits comme des desserts n'est pas l'apanage des femmes. Un tiers des cas du domaine NOURRITURE représente les hommes en se référant aux aliments sucrés. Néanmoins, les caractéristiques soulignées sont autres. Ainsi, la dureté, la surprise et la fragilité sont des aspects qui sont mis en jeu. Concernant les types, ce sont le chocolat et le caramel qui sont utilisés le plus fréquemment. Examinons d'abord leurs caractéristiques communes.

Fragilité et tendresse

Une des caractéristiques liées aux desserts est leur fragilité. Il faut des emballages pour les protéger et les conserver. Du *chocolat* et du *sucre* sont choisis pour figurer cet aspect :

(7) Chocolat : ils fondent rapidement dès qu'un rayon de soleil féminin est en face d'eux

(8) Morceaux de sucre : ils sont fragiles aussitôt qu'on les sort de leur boîte

D'un autre côté, la sensation agréable des desserts est également assimilée aux sensations données par les hommes :

(9) Caramel : ils sont tendres

(10) Chocolat : ils sont croquants dehors fondants dedans

Dans l'exemple (10), la qualité *croquante* peut dénoter la force et *fondant* peut signifier la tendresse.

Dureté

Une des différences avec les MF dans ce domaine est que les locuteurs soulignent moins les traits physiques des hommes. Autrement dit, la métaphore L'ACTE SEXUEL EST MANGER est moins présente car on insiste moins sur les formes du corps des hommes. Les hommes sont moins désignés comme bons et délicieux.

Un seul cas évoque les bananes pour représenter le pénis :

(11) Bananes : plus ça vieillit moins c'est dur.

L'autre occurrence décrivant la qualité molle est réalisée par les caramels. La polysémie de cet adjectif ne nous permet pas de savoir quel sens est recherché. L'adjectif peut donc s'entendre comme mou physiquement ou manquant d'énergie et de courage.

Surprise

Les hommes que les femmes rencontrent sont de différentes sortes. Il faut les connaître plus profondément pour en apprécier l'authenticité. Ce processus est conceptualisé en décrivant les étapes liées à l'ouverture d'une boîte de chocolats. La boîte est le contenant où se trouvent les hommes et chacun d'entre eux est un chocolat à la saveur différente :

(12) Kinder : ils peuvent receler de bonnes surprises

(13) Une boîte de chocolats : on ne sait jamais ce qui se cache à l'intérieur

(14) Une boîte de chocolats : on ne sait jamais sur quoi on va tomber

Ces descriptions métaphoriques impliquent une métaphore conceptuelle commune dans notre vie quotidienne : LA PENSÉE EST LA NOURRITURE (IDEA IS FOOD : Ahrens, 2002). Ainsi, le processus mental de compréhension est lié au processus de digestion de la nourriture qui a une base corporelle et concrète.

Revenons à notre questionnaire. Le processus à l'œuvre dans le fait de faire connaissance avec un homme est lié aux idées de *déguster*, de *mâcher*, pour ensuite *découvrir le goût* de ce chocolat, ce qui entraîne de bonnes ou de mauvaises surprises.

Il est à noter que ces cas sont produits par des locutrices qui se placent du point de vue de l'agentivité, c'est à dire de celles qui mangent.

La jeunesse des hommes

La majorité des aliments décrivant les hommes soulignent que leur valeur augmente avec l'âge, comme le vin. Un seul cas est évoqué pour marquer leur perte de jeunesse :

(15) Fruits : ils flétrissent

Cette représentation soutient l'argument que les femmes sont comparées à des fruits (sucrés) pour une durée limitée de consommation.

Conclusion du domaine NOURRITURE

Bien que la comparaison entre les aliments sucrés et les femmes ne soit pas développée dans les expressions conventionnelles, cette association est révélée par les sujets parlants. La forme des fruits est ainsi comparée au corps féminin et la date d'expiration des produits est mise en parallèle avec la jeunesse limitée des femmes. Quant aux hommes, la caractéristique *se bonifie avec le temps* comme le vin est fréquemment évoquée pour les désigner. Par ailleurs, le processus *faire connaissance avec les hommes* s'assimile, pour les femmes, au processus de dégustation d'un dessert.

De plus, les métaphores ayant recours à la nourriture sont convoquées par les deux sexes pour se décrire mutuellement. Cela est fondé sur la métaphore UN ACTE SEXUEL EST MANGER. Dans cette métaphore, les locuteurs et les locutrices se désignent eux-mêmes ou elles-mêmes en tant qu'agents qui mangent une personne du sexe opposé transformée en aliment.

5.1.7 Le domaine SURNATUREL

Les personnages surnaturels que les locuteurs sélectionnent pour décrire les deux sexes font souvent écho aux métaphores conventionnelles. En outre, les caractéristiques mises en avant correspondent également à ces personnages existants.

5.1.7.1 LES FEMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS

Deux types principaux sont associés aux femmes : *déeses* et *anges*. Au niveau des caractéristiques, la force, la beauté et l'agrabilité sont mises en avant.

1. Déesses

C'est le type le plus prédominant dans le domaine surnaturel. Dans la mythologie, les déesses véhiculent les idées récurrentes de pouvoir, de beauté et de séduction. Ces attributs sont toujours pertinents aujourd'hui lorsque les femmes sont comparées aux déesses. Les exemples ci-dessous confirment ces idées :

- (1) Déesses : elles peuvent tout
- (2) Déesses : la muse des hommes
- (3) Déesses : leur beauté

2. Anges

L'ange implique une puissance secondaire de caractère sacré. Ce symbole du principe du bien est comparé aux femmes car elles s'occupent des autres et protègent leur entourage :

- (4) Anges : elles prennent soin des autres et font en sorte de donner les conseils qui font avancer
- (5) Anges : elles protègent tout le monde

3. D'autres personnages

D'autres figures correspondent également à des personnages conventionnels : *Pénélope*, *Vénus*, et une *fée*. Pénélope souligne la beauté des femmes ; Vénus provoque le désir des hommes envers elles. Quant à la fée, elle est dotée d'une puissance magique.

Enfin, l'utilisation des extraterrestres met l'accent sur les capacités des femmes :

(6) Extraterrestres : elles sont capables de remuer ciel et terre

5.1.7.2 LES HOMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS

En décrivant les hommes comme des personnages surnaturels, le pouvoir, la force et le désir sexuel sont mis en avant. Semblables aux MF, les figures choisies peuvent toutes trouver leur correspondance conventionnelle.

1. Dieux

Les hommes sont comparés aux dieux. A l'aide des images des dieux, ils sont perçus comme tout-puissants et parfaits :

(1) Dieux : zéro défaut

(2) Dieux : ils doivent tout maîtriser

Ayant une valeur déontique, le verbe auxiliaire *devoir* dans l'exemple (2) montre que *savoir tout maîtriser* n'est pas considéré comme naturel pour les hommes, mais comme un savoir acquis. Un autre cas révèle également que l'association entre les hommes et les dieux est construite socialement :

(3) Dieux : ils se prennent pour tels, voulant avoir main mise sur tout, même ce qui ne relève pas d'eux !

Selon un locuteur, cette ambition vient surtout des hommes et du regard que la société pose sur eux comme le montre dans cet exemple, l'utilisation du verbe *se prendre pour* et *vouloir*.

La force

La force est une motivation récurrente pour l'utilisation de métaphores décrivant les hommes dans chaque domaine source. Deux personnages surnaturels ressortent, *Titan* et *Hulk* :

(4) Titans : ils sont capables de déplacer des montagnes

(5) Hulk : ils sont costauds

Enfin, un extrait du *Seigneur des anneaux*, qui met en scène le personnage de *Gollum*, est choisi pour l'obsession de son « trésor ». Cette hantise obsessionnelle est comparée au désir sexuel des hommes :

(6) Gollum : car ils sont obnubilés par le sexe

Conclusion du domaine SURNATUREL

Comme les personnages surnaturels sont liés à un sexe particulier (e.g. *dieu*, *Hulk* sont masculins ; *déesse* est féminin), les personnages féminins sont associés aux femmes et les personnages masculins aux hommes. Pour les femmes, les caractéristiques soulignées à l'aide des personnages surnaturels sont toutes positives : la beauté, la protection, la capacité, et la gentillesse, sans préciser la sexualité. En revanche, l'aspect *femme fatale* qui est régulièrement mis en avant dans l'utilisation conventionnelle n'est pas abordé. Concernant les hommes, le pouvoir, la force et la sexualité sont mis en évidence.

5.1.8 Le domaine CORPS

Seuls trois cas liés aux corps humains sont répertoriés pour les MF et un seul cas pour les MH. Une occurrence d'utilisation de cœur, représente l'amour pour les femmes. Les deux autres concernent les réactions physiques liées à certaines émotions :

- (1) Larmes : elles sont multitâches et parfois pleurent de trop
- (2) Sourire : malgré une vie pas toujours facile et le poids de son foyer à porter, elle prend sur elle, cache ses peines et présente souvent son plus beau sourire

Le seul cas décrivant les hommes est *rire*, la raison de ce choix provient d'une citation de *Gargantua* (2007) [1534] de François Rabelais « Pour ce que le rire est le propre de l'homme ».

5.2 Type des domaines sources

Cette section présente les métaphores les plus fréquentes recensées dans le questionnaire. Pour chaque domaine cible, LES FEMMES et LES HOMMES, les dix types les plus importants sont introduits successivement.

Afin d'étudier les données, nous adoptons le Modèle de Correspondance Conceptuel (*Conceptual Mapping Model*) proposé par Kathleen Ahrens (2010). Cette méthode permet d'analyser des correspondances linguistiques en fonction d'*entités*, *qualités*, et *fonctions*, qui peuvent faire correspondre respectivement des noms, des adjectifs, et des verbes à des catégories grammaticales car les motivations d'emploi des métaphores concernent non seulement notre système conceptuel, mais également notre représentation de la grammaire et des lexiques (Kathleen Ahrens, 2002, 2010). D'après ce modèle, les motivations d'utilisation des correspondances entre les domaines cibles et sources sont appelées Principe de Correspondance (*Mapping Principles*, idem).

Chaque type sera présenté par rapport à ses entités, qualités, et fonctions en posant ces questions :

- (1) Quelles entités le domaine source possède-t-il ?
- (2) Quelles qualités le domaine source ou les entités dans ce domaine source possèdent-ils ?
- (3a) Que fait le domaine source ?
- (3b) Que peut-on faire sur ou dans le domaine source ?

Dans les questions (1) et (2), les entités et les qualités possédées par un domaine source peuvent être classées sans difficulté. Cependant, il n'est pas évident de répondre aux questions (3a) et (3b), car les verbes concernent plus souvent un décalage de rôle syntaxico-sémantique. Par exemple, dans la métaphore où les femmes sont comparées aux fleurs, une motivation fréquemment évoquée est *elles fanent en vieillissant*. Bien que *les femmes* occupent la place de sujet syntactique du verbe *faner*, sémantiquement, *les femmes* ne sont ni agent, ni patient. Pour cela, distinguer les motivations d'utilisation selon leur catégorie grammaticale est insuffisant. Par conséquent, en plus des rôles *agent* et *patient*, Nous complétons en ajoutant d'autres rôles sémantiques à l'aide de FrameNet (Baker, Fillmore, & Lowe, 1998 ; Fillmore, 2006) si les questions (3a) et (3b) ne suffisent pas pour analyser les verbes.

Le tableau ci-dessous montre les dix types les plus fréquents décrivant les deux sexes :

Ordre	MF	Nb	MH	Nb
1	fleurs	49	enfants	39
2	hommes	33	femmes	24
3	mères	34	animaux	21
4	soleil	15	lions	11
5	chats	12	arbres	11
6	roses	10	vin	9
7	lionnes	9	voitures	9
8	enfants	8	rocs	8
9	rocs	8	pères	6
10	guerrières	6	piliers	6
	Total	184	Total	144

Tableau 16. MF et MH les plus fréquentes dans le questionnaire français

Nous remarquons que le nombre d'occurrences de la sélection des types de métaphores s'adressant aux femmes est toujours plus important que celui destiné aux hommes (184 contre 144 au global). Cela est lié à la quantité et la conventionnalité des métaphores décrivant les femmes. Puisqu'il y a plus d'expressions conventionnelles dont les images correspondent à celles des femmes, les locuteurs et les locutrices auront tendance à utiliser celles-ci en priorité.

En revanche, comme moins de métaphores conventionnelles désignent les hommes, les locuteurs n'ont pas tendance à choisir les mêmes métaphores, c'est pourquoi les types les plus importants sont convoqués moins fréquemment.

Dans la présentation de chaque type, le tableau résume toutes les motivations d'utilisation. Pour chaque ligne du tableau, les motivations d'utilisation des métaphores qui partagent la même notion sont regroupées même si les expressions des locuteurs diffèrent légèrement.

Nous regroupons les entités (adjectifs) en (1), les qualités (noms) en (2), et les fonctions (verbes) en (3). Parmi les verbes, le rôle *agent* est marqué en (3a), et le rôle *patient* en (3b). De plus, il existe d'autres rôles : *aging entity* en (3c) et *Expérienceur (Experiencer)* en (3d). Voici leurs définitions :

(3c) Aging entity : une entité subit un changement d'âge, généralement associé à une détérioration ou à un changement d'état⁹⁴.

(3d) Expérienceur : une entité qui éprouve ou ressent les émotions ou désire qu'un événement se produise⁹⁵.

Enfin, s'il s'agit d'une catégorisation au lieu d'une comparaison métaphorique, nous notons comme (4), à l'exemple de cette motivation : *Les femmes sont comme les hommes, ils sont des êtres humains*. En voici la définition du Frame de la Catégorisation :

(4) « Un Cognizer interprète un élément comme appartenant à une certaine catégorie. Dans ce processus, le Cognizer peut percevoir soit passivement l'élément et noter qu'il correspond aux critères d'une catégorie, soit examiner activement l'élément par certains critères qui définissent une catégorie (ou un ensemble de catégories) »⁹⁶.

⁹⁴ Le rôle *Entity* concerne le Frame « Aging » : « An Entity is undergoing a change in age typically associated with some deterioration or change in state. » Pour distinguer avec « entité » possédé par un domaine source (comme *des épines* d'une rose), nous l'appelons *Entity* dans le Frame Aging comme « Aging Entity ». La définition du Frame *Aging* est récupérée de FrameNet :

https://framenet2.icsi.berkeley.edu/fnReports/data/frameIndex.xml?frame=Level_of_force_exertion

⁹⁵ Le rôle Expérienceur est impliqué dans plusieurs Frames. Nous en adaptons deux et les fusionons en une seule définition pour s'adapter à notre étude : La définition du frame *Desiring* : « une entité désire qu'un événement se produise » (An Experiencer desires that an Event occur.) La définition est récupérée de FrameNet : https://framenet2.icsi.berkeley.edu/fnReports/data/frameIndex.xml?frame=Level_of_force_exertion Le Frame *Emotions* : « une entité qui éprouve ou ressent les émotions. » (The Experiencer is the person or sentient entity that experiences or feels the emotions.) Sa définition est récupérée de FrameNet :

https://framenet2.icsi.berkeley.edu/fnReports/data/frameIndex.xml?frame=Level_of_force_exertion

⁹⁶ Il s'agit du Frame « Categorization » dans le FrameNet. La définition : « A Cognizer construes an Item as belonging to a certain Category. In this process, the Cognizer may either passively perceive the Item and note that it fits the Criteria for a Category, or, alternatively, actively examine the Item for certain Criteria that define a Category (or set of Categories). » La définition est récupérée de FrameNet :

https://framenet2.icsi.berkeley.edu/fnReports/data/frameIndex.xml?frame=Level_of_force_exertion

5.2.1 Métaphores utilisées pour décrire les femmes les plus fréquentes

Nous présentons ces types par ordre décroissant.

1. Fleurs

Les qualités représentent la plupart des utilisations de cette métaphore, telles que *belle*, *parfumée* et *fragile*. Même si nous remarquons certains noms liés à la métaphore de fleur, ce ne sont pas des parties des fleurs tels qu'un pétale ou une feuille, mais plutôt une nominalisation de leurs qualités. Par exemple, la *beauté* provient de l'adjectif *belle* et la *fragilité* de *fragile*. Dans ces cas-là, nous les catégorisons en tant que quantité au lieu d'entité de fleur.

En ce qui concerne la question « que fait la fleur ? », les motivations sont toujours liées à leurs qualités. Par exemple, *elle s'épanouit*, *elle fane* et *elle soigne son apparence* sont tous liés à la beauté de la fleur. De plus, la fleur ou une femme n'ont pas la volonté de faner. Leur faible agentivité peut être aussi montrée par la transitivité des verbes en collocation avec les fleurs : *s'épanouir* et *faner*, les deux verbes les plus utilisés, sont tous les deux des verbes intransitifs. Enfin, la fleur est souvent considérée comme patient : *il faut en prend soin* en est une motivation récurrente.

Voici les motivations d'utilisation du type fleur pour décrire les femmes :

	Expressions linguistiques	Nb
(2) Qualité	belles	9
	belles mais fragiles	2
	jolies	3
	fragiles	6
	fragiles mais renaissent	1
	parfumées	4
	elles sentent bon mais ça ne dure pas longtemps	1
	diverses/variées	5
	déliçates	1
	bonnes	1
	coquettes	1
	changeantes (apparence)	1
	radieuses	1
	éphémères	1
	parfois flamboyantes, parfois fanées (dépend de leur humeur)	1
	douces	1
	voluptueuses	1
	resplendissantes	1
	agréables	1

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	fraîches	1
	sensibles	1
(2) Sous-total		44
(3a) Agent	elles soignent leur apparence	1
	elles embellissent une maison	1
(3b) Patient	il faut en prendre soin	5
	agréables à regarder	2
	agréables à voir	1
	avoir besoin d'être à la lumière	1
	avoir besoin de l'amour	1
(3c) Aging entity	elles s'épanouissent puis fanent / en vieillissant	8
	elles fanent	5
(3d) Expérienceur	elles aiment sentir bon	1
(3) Sous-total		26
Total		70

Tableau 17. Motivations d'utilisation de *fleur*

Selon ces motivations, les **Principes de Correspondance** sont générés des façons suivantes :

1. Des genres variés de fleurs sont comparés aux nombreux types de femmes.
2. Le cycle de la vie des femmes est comparé à celui des fleurs : la jeunesse correspond à la floraison, la vieillesse au flétrissement.
3. Que des fleurs aient besoin de soleil et d'eau est mis en parallèle avec le fait que les femmes ont besoin d'amour (ou d'autres choses non précisées par les locuteurs).
4. Les caractéristiques des femmes sont comparées à celles des fleurs telles que la beauté, la fragrance, la fragilité et le fait qu'elles ont besoin qu'on prenne soin d'elles.

Par la suite, nous introduisons une sous-espèce de *fleur*.

2. Roses

Comme *rose* est un sous-genre de *fleur*, il faut garder à l'esprit que les motifs liés aux fleurs sont sous-entendus pour la rose, même si les locuteurs ne l'expriment pas.

Tout comme pour les fleurs, les noms évoqués par les locuteurs ne concernent pas des parties spécifiques des roses, mais nominalisent leurs qualités : la *délicatesse* provient de l'adjectif *délicat*, la *beauté* de *belle*, et la *grâce* de *gracieuse*. Ces attributs sont par conséquent groupés comme qualités, qui composent la plupart des motivations.

Une entité de *rose* peut donc être recensée : des épines, représentant une attitude d'auto-défense.

Expressions linguistiques		Nb	
(1) Entité	épines	1	
(2) Qualité	belles	2	4
	belles mais éphémères	1	
	jolies et sensibles à la fois	1	
	déliçates	3	
	fragiles	1	2
	fragiles et dangereuses à la fois	1	
	éternelles	1	
	parfumées	2	
	gracieuses	1	
	douces	1	
	finès	1	
(2) Sous-total		15	
(3a) Agent	se protéger	1	
Total		17	

Tableau 18. Motivations d'utilisation de *rose*

Principes de correspondance :

La métaphore LES FEMMES SONT DES ROSES est basée sur LES FEMMES SONT DES FLEURS.

Les femmes sont comparées aux roses car les caractéristiques des femmes sont comparables à celles des roses. Des traits prototypiques comprennent *belle mais dangereuse, éphémère et délicate*.

3. Hommes

Comme nous l'avons mentionné plus tôt, la construction « A est comme B » peut évoquer deux fonctions. La première étant une comparaison métaphorique (les femmes sont comme des fleurs), la deuxième, la catégorisation (les hommes sont comme les femmes, ils sont des êtres humains).

En examinant les noms donnés par les locuteurs, ils classent de fait les deux sexes dans la même catégorie et ne font pas de distinction entre les appellations *êtres humains, humains, ou race humaine*. Sous les noms de ces catégories, les femmes et les hommes partagent des compétences identiques et des droits égaux. Les qualités comme *fortes et libres* caractérisent les femmes. Enfin, la question « que peuvent faire les femmes » montre que les femmes luttent toujours pour l'égalité des sexes.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	fortes	1
	libres	1
	courageuses	1
	indispensables	1
(2) Sous-total		4
(3a) Agent	elles travaillent (comme les hommes)	2
	elles avancent correctement dans la vie si elles sont bien cultivées	1
	elles peuvent faire les mêmes métiers que les hommes	1
(3c) Expérienceur	elles veulent être leur égal	1
	elles veulent ressembler aux hommes	1
(3) Sous-total		6
(4) Catégorie	êtres humains	4
	membres de l'espèce humaine	1
	genre humain	1
	race humaine	1
	des humaines	1
Points communs	égalité des sexes	15
	compétences identiques	2
	égalité des droits	2
	une humanité commune	1
(4) Sous-total		28
Total		38

Tableau 19. Motivations d'utilisation de *homme*

Principes de Correspondance :

1. Les femmes appartiennent à la même catégorie que les hommes : les êtres humains.
2. Elles sont considérées comme ayant les mêmes capacités et les mêmes droits tout en étant aussi fortes et libres que les hommes.

4. Mamans

On trouve *maman* dans le même domaine HUMAINS que les femmes, par conséquent les attributs essentiels des premières tels que *maternelle* et *protectrice* représentent les caractéristiques typiques de ces dernières. Leurs actions sont également associées à ce qui est considéré comme un trait naturel de mère tel que *donner la vie, éduquer les enfants et prendre soin des autres*.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	maternelles	5
	protectrices	2
	irremplaçables	1
	gentilles	1
(2) Sous-total		9
(3a) Agent	elles donnent la vie	8
	elles élèvent/éduquent leurs enfants	5
	elles prennent soin des autres	4
	elles rassurent et stabilisent le foyer	1
	elles savent anticiper et réconforter toutes personnes en trouvant les mots justes	1
(3) Sous-total		19
Total		28

Tableau 20. Motivations d'utilisation de *mère/maman*

Principes de Correspondance :

Les femmes sont représentées comme *maman* car les attributs des mères sont prééminents dans la catégorie des femmes.

5. *Soleil*

Les deux motivations principales pour utiliser cette métaphore sont **la chaleur** et **la lumière** que le soleil fournit aux humains. Même si ces deux noms ne sont pas répertoriés dans le questionnaire, les caractéristiques concernées sont représentées par des adjectifs et des verbes.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	lumineuses	5
	éblouissantes	2
	dangereuses	1
	peuvent être chaudes mais dangereuses	1
	radieuses	1
	chaleureuses	1
	douces	1
	(2) Sous-total	
(3a) Agent ⁹⁷	elles illuminent	2
	elles brillent	1
	elles réchauffent nos cœurs	1
	elles rayonnent de générosité	1
(3) Sous-total		5
Total		17

Tableau 21. Motivations d'utilisation de *soleil*

⁹⁷ Il s'agit du Frame « Location_of_light » dans le domaine source *soleil* : A perceptible Figure shows up against a Ground location due to Light shining on/from it, its salience possibly dependent on a « Cause_of_shine ».

Principes de Correspondance :

Les caractéristiques personnelles sont comparées aux caractéristiques physiques du soleil. Plus précisément, *lumineux* et *chaleureux*.

1. LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE (HAPPINESS IS LIGHT : Kövecses, 2008 ; Sullivan, 2006 ; Yu, 1995) : Le bonheur est comparé à la lumière ou à la chaleur : lorsqu'on est de bonne humeur, c'est comme se trouver dans un espace éclairé ou réchauffé.

Les femmes apportent une sensation de bonheur aux gens, elles sont comme la source de la lumière, le soleil.

2. La blessure mentale est comprise comme une douleur perçue dans le domaine physique : la brûlure du corps. Les femmes peuvent provoquer une lésion mentale qui se compare à une brûlure causée par le soleil.

6. Chats

Voici les qualités et les comportements des chats qui sont choisis pour représenter ceux des femmes :

Expressions linguistiques		Nb
(1) Entité	griffes	2
(2) Qualité	félines	2
	indépendantes	1
	indépendantes, mais ont quand même besoin d'affection	1
	attentives	1
	douces avec des griffes	1
	gracieuses	1
	mystérieuses	1
	observatrices	1
	joueuses	1
	doivent être intelligentes	1
(2) Sous-total		11
(3a) Agent	même en les caressant dans le sens du poil elles peuvent vous griffer juste pour jouer	1
(3b) Patient	difficiles à apprivoiser	1
(3d) Expérienceur	elles veulent des câlins puis s'énervent	1
	elles ont besoin de tendresse et d'amour	1
(3) Sous-total		4
Total		17

Tableau 22. Motivations d'utilisation de *chat*

Principes de Correspondance :

Les caractéristiques et les comportements des femmes sont comparés aux caractéristiques et aux comportements des chats. Les qualités essentielles partagées comprennent *indépendance mais besoin d'affection, douce (féline) et énervée (griffes) en même temps*.

7. Lionnes

La force et le fait qu'elles protègent leurs petits sont deux raisons données par les locuteurs qui sélectionnent des lionnes pour désigner les femmes :

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	fortes	2
	combatives	1
	protectrices	1
(2) Sous-total		4
(3a) Agent	protègent /s'occupent de leur progéniture	4
	protègent leurs proches	1
	elles gèrent tout	1
(3) Sous-total		6
Total		10

Tableau 23. Motivations d'utilisation de *lionne*

Principes de Correspondance :

Les caractéristiques et les comportements des femmes sont comparés aux caractéristiques et aux comportements des lionnes. Attributs importants : *protéger leur progéniture et être fortes*.

8. Enfants

Les attributs prototypiques des enfants sont soulignés :

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	émotives	2
	manipulables	1
	irresponsables	1
	touchantes	1
	fragiles	1
	insouciantes	1
(2) Sous-total		7
(3d) Expérienceur	elles se chamaillent	1
	elles pleurent	1
(3) Sous-total		2
Total		9

Tableau 24. Motivations d'utilisation de *enfant*

Principes de Correspondance :

Les caractéristiques et les comportements des femmes sont comparés aux caractéristiques mentales et physiques des enfants. Caractéristiques principales : *émotive, fragile, et immature.*

9. Rocs

Roc est employé fréquemment pour sa matière solide :

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	solides	3
	résistantes	1
	fortes	1
	incassables	1
	pragmatiques	1
	organisées	1
(2) Sous-total		8
(3a) Agent	elles font face à tous les événements de la vie sans s'effondrer	3
Total		11

Tableau 25. Motivations d'utilisation de roc

Principes de Correspondance :

Les caractéristiques personnelles *dur, résistant, solide* sont comprises comme les caractéristiques physiques de la matière du roc qui sont comparées aux femmes.

10. Guerrières

En ayant recours à *guerrière*, l'agentivité des femmes est constamment soulignée. Même si *les femmes* sont identifiées en tant qu'expérienceur, un être vivant qui désire qu'un événement se produise dans les exemples (3d) en raison de l'utilisation du verbe *devoir* indiquant le souhait de faire quelque chose, les actions après ce verbe auxiliaire sont très agentives comme : *lutter contre beaucoup de stéréotypes.*

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	fortes	1
(3a) Agent	elles se battent encore pour avoir le choix et l'égalité entre les sexes	1
	elles n'abandonnent jamais quand elles veulent quelque chose	1
(3d) Expérienceur	elles doivent lutter contre beaucoup de stéréotypes	1
	elles doivent souvent se battre pour faire valoir leurs droits	1
	elles doivent toujours s'affirmer face aux hommes	1
Total		6

Tableau 26. Motivations d'utilisation de guerrière

Principes de Correspondance :

Les guerrières se battent contre quelque chose.

Les femmes sont comparées aux guerrières car elles se battent ou doivent se battre pour l'égalité des sexes et contre des stéréotypes.

5.2.2 Métaphores utilisées pour décrire les hommes les plus fréquentes

Les métaphores les plus importantes désignant les hommes sont moins fréquentes que les métaphores s'adressant aux femmes. Cela peut être lié à la fréquence des expressions conventionnelles visant ces dernières dans la langue française, et aussi à l'interface de la cognition, psychologie et sociologie. Par exemple, ces métaphores émergent de la vie quotidienne dans les contextes d'interaction entre les deux sexes (l'immaturation mentale des hommes est comparée aux *enfants*), ou les valeurs sociales concernant la maturation physique (les femmes fanent comme les *fleurs* alors que les hommes se bonifient comme le *vin*).

1. *Enfants*

Les *enfants* sont le type le plus évoqué pour comparer les hommes. En ce qui concerne leurs actions, les verbes sont liés aux mêmes qualités qui représentent la catégorie la plus importante. Par exemple, la motivation *avoir besoin d'une femme/mère* peut signifier *dépendant* ; dans *il faut qu'on s'occupe d'eux*, cela peut être interprété comme *immature*.

	Expressions linguistiques	Nb
(2) Qualité	irresponsables	4
	immatures	2
	capricieux	2
	fragiles	1
	fragiles mais voulant paraître fort	1
	faibles	1
	indépendants en société et dépendants en famille	1
	manipulables	1
	joueurs	1
	fragiles quand ils sont malades	1
	bêtes	1
	pas sages	1
	naïfs	1
	insouciant	1
(2) Sous-total		19
(3b) Patient	il faut qu'on s'occupe d'eux	7
(3d) Expérienceur	ils ont toujours besoin d'assistance	4
	ils ont besoin d'être rassurés	2

Expressions linguistiques		Nb
(3d) Expérienceur	besoin d'une femme/mère	4
	ils se plaignent toujours	2
	il leur faut tout tout de suite	2
	un rien les émerveille	1
	ils s'émerveillent toujours	1
	ils n'écoutent que ce qu'ils souhaitent	1
(3) Sous-total		24
Total		43

Tableau 27. Motivations d'utilisation de *enfant*

Principes de Correspondance :

Les caractéristiques typiques des enfants sont *immatures, faibles, ayant besoin de l'aide des autres*. Les hommes sont comparés aux enfants puisqu'ils partagent ces attributs avec eux.

2. Femmes

Tout comme la comparaison « les femmes sont comme les hommes », mettre les hommes en parallèle avec les femmes concerne également une catégorisation : ils appartiennent tous les deux aux êtres humains. Cependant, nous remarquons que l'utilisation des qualités est différente pour cette paire de comparaison femme-homme.

Quand les locuteurs expriment « les hommes sont comme les femmes », certaines caractéristiques considérées stéréotypiquement féminines sont liées aux hommes, comme *sensibles* et *souples*. Prenons une paire de métaphores donnée par un locuteur :

« Les femmes sont comme des plantes : elles sont capables d'être parfois souples, fortes, résistantes et savent se courber au gré des vents. Mais peuvent aussi se déraciner et se briser d'un simple souffle.

Les hommes sont comme les femmes : ils sont souples, fins et résistants à la fois. »

Dans cet exemple, la comparaison des hommes aux femmes est fondée sur la comparaison des femmes aux plantes : elles sont souples, fortes et résistantes, puis ces attributs sont assimilés aux hommes à l'aide de la construction de *comme*.

En revanche, des caractéristiques vues comme masculines telles que *fortes*, *libres* et *courageuses* sont associées aux femmes lorsqu'on fait la comparaison « les femmes sont comme les hommes », impliquant que ces attributs sont perçus comme appartenant par défaut aux hommes selon l'utilisateur.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	souples, fins et résistants à la fois	1
	sensibles	2
(2) Sous-total		3
(3a) Agent	ils travaillent	1
	ils peuvent faire les mêmes choses qu'elles	1
(3) Sous-total		2
(4) Catégorie	des humains	4
	êtres humains	3
	espèce humaine	1
Points commun	égalité des sexes	4
	égalité des droits	2
	une humanité commune	1
	les mêmes défauts et qualités	1
(4) Sous-total		16
Total		21

Tableau 28. Motivations d'utilisation de femme

Principes de Correspondance :

1. Les hommes appartiennent à la même catégorie que les femmes : les êtres humains.
2. Ils sont considérés comme ayant les mêmes capacités et les mêmes droits tout en étant aussi sensibles et souples que les femmes.

3. Animaux

Comparer les hommes aux animaux implique le modèle de LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE (Lakoff & Turner, 1989). Les caractéristiques considérées comme particulièrement associées aux animaux sont ainsi retransmises aux hommes comme *brutal* et *bête*.

En ce qui concerne la question « que font les animaux /les humains », certains locuteurs soulignent les traits communs aux deux comme la motivation récurrente *ils ont les mêmes besoins*, certains mettent en avant le fait que les hommes sont perçus comme supérieurs aux animaux.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	bestiaux	2
	inutiles	1
	brutaux	1
	peuvent être des brutes tout comme des êtres doux	1
	idiots	1
(2) sous-total		6
(3a) Agent	ils réagissent à l'instinct	2
	leur priorité est le toit sous lequel ils vivent	1

Expressions linguistiques		Nb
(3a) Agent	ils mangent et dorment et travaillent pour leur famille	1
	ils font la guerre	1
	ils se bouffent entre eux	1
(3d) Expérienceur	ils ont les mêmes besoins (de manger, dormir, de se reproduire)	5
	ils doivent se battre pour survivre avec leurs qualités et leur supériorité	1
	ils veulent prouver leur supériorité	1
(3) Sous-total		13
(4) Catégorie	l'homme est un représentant animal sur terre (un peu plus évolué)	1
	descend du singe	1
	ils sont des animaux civilisés et ingénieux	1
(4) Sous-total		3
Total		22

Tableau 29. Motivations d'utilisation de *animal*

Principes de Correspondance :

Les caractéristiques qui appartiennent aux animaux sont soulignées pour représenter celles des hommes : l'instinct et le besoin biologique.

4. Lions

Les lions sont choisis pour décrire les hommes parallèlement aux lionnes qui le sont pour décrire les femmes. Les motivations soulignées sont la force et la poursuite du pouvoir des lions.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	forts	4
	conquérants	1
(2) Sous-total		5
(3d) Expérienceur	ils veulent garder le pouvoir	3
	ils peuvent avoir une force tranquille	1
	ils se veulent forts et veulent protéger ceux qu'ils aiment	1
	ils doivent souvent mesurer qui a la plus grosse	1
(3) Sous-total		6
Total		11

Tableau 30. Motivations d'utilisation de *lion*

A la différence des descriptions des *lionnes*, les locuteurs ajoutent une valeur épistémique en utilisant les verbes de modalité *vouloir*, *devoir* et *pouvoir* (six cas dans (3d) expérienceur).

Par exemple, dans la phrase « ils veulent garder le pouvoir », la proposition subordonnée « garder le pouvoir » ne se réfère pas à la nature des hommes selon les locuteurs. Contrairement à la MF des *lionnes*, nous n'avons pas attesté l'utilisation de ces verbes de modalité. Cela implique que *protéger sa progéniture* est considéré comme la nature des lionnes, donc des femmes (voir la section précédente 5.2.1).

Principes de Correspondance :

Les lions sont au sommet de la chaîne alimentaire et sont considérés comme les rois du règne animal. Le royaume des animaux est mis en parallèle avec la société des humains. Les hommes sont comparés aux lions car ils (se veulent) forts et ils veulent être au pouvoir.

5. Arbres

Les *arbres* sont régulièrement utilisés en paire avec des *fleurs* qui désignent des femmes.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	protecteurs	3
	enracinés dans leur fondement /le sol	2
	solides	2
	droits	2
	forts et fragiles à la fois	1
	rigides	1
	fiabiles	1
Total		12

Tableau 31. Motivations d'utilisation de *arbre*

Principes de Correspondance :

1. S'ancrer dans l'esprit d'une façon durable est comparé à la façon dont les arbres prennent racine (s'enraciner dans le sol).
2. Les hommes sont comparés aux arbres car les attributs physiques *rigides*, *solides*, *protecteurs*, et *droits* de ces derniers contribuent à conceptualiser ceux des premiers.

6. Vin

Les motivations données par les locuteurs pour sélectionner le vin sont cohérentes : il s'améliore avec le temps. Nous n'avons trouvé qu'un cas décrivant l'effet négatif de l'alcool.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	c'est bon au début mais peut vite saouler	1
(3c) Aging entity	ils se bonifient avec le temps / en vieillissant	8
Total		9

Tableau 32. Motivations d'utilisation de *vin*

Principes de Correspondance :

La qualité d'une personne est comparée à celle du vin.

Le caractère et la valeur des hommes s'améliorent en vieillissant de la même manière que le vin qui se bonifie avec le temps.

7. Rocs

Le type *roc* n'est pas genré quand on le convoque pour décrire les deux sexes. Les caractéristiques mobilisées pour décrire les hommes sont globalement comparables à celles s'adressant aux femmes.

Expressions linguistiques		Nb	
(2) Qualité	solides	2	3
	solides, robustes mais brisables	1	
	forts	2	
	imposants	1	
	rassurants	1	
	durs	1	
	inébranlables	1	
	indifférents émotionnellement	1	
	fiables	1	
(2) Sous-total		11	
(3) Agent	ils protègent	1	
Total		12	

Tableau 33. Motivations d'utilisation de *roc*

Principes de Correspondance :

La matière physique du *roc dur*, *solide*, et *protecteur* est adoptée pour décrire les mêmes attributs personnels des hommes.

8. Pères

Les motivations données par les locuteurs pour lier les hommes et les pères ne sont pas aussi détaillées que celles qui associent les femmes et les mères.

Deux raisons soulignent leurs fonctions dans la famille, tandis que les autres ne s'expliquent pas, comme on le montre dans ces exemples :

1. Leurs enfants les voient ainsi
2. Parce que mon père et mon frère sont des hommes
3. C'est logique

Expressions linguistiques		Nb
(3a) Agent	ils éduquent les enfants	1
(3d) Expérimenteur	ils doivent être chef de famille et présents pour les enfants	1
Total		2

Tableau 34. Motivations d'utilisation de *père*

De la même manière que la différence entre les *lions* et les *lionnes*, l'utilisation du verbe déontique *devoir* dans (3d) est constatée comme rattacher aux *pères* et représente le fait que les rôles de *chef de famille* et d'*être présent pour les enfants* ne sont pas un état naturel pour les hommes. Au contraire, les rôles liés aux mères sont observés comme naturels/innés étant donné l'absence du verbe *devoir* (voir la section précédente 5.2.1).

Principes de correspondance :

Les hommes sont représentés comme des pères pour leur rôle dans la famille.

9. Piliers

Les motivations d'évocation du *pilier* proviennent de ses qualités *solide* et *stable* et de ses fonctions de protection et de soutien :

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	solides	1
	droits	1
	mégalomanes	1
	protecteurs	1
	émotionnellement stables	1
(2) Sous-total		5
(3b) Patient	ils n'ondulent pas ou peu, très ennuyeux à regarder	1
(3d) Expérimenteur	ils osent plus facilement soutenir et supporter de grands projets et de grandes organisations	1
(3) Sous-total		2
Total		7

Tableau 35. Motivations d'utilisation de *pilier*

Principes de Correspondance :

1. La caractéristique émotionnelle *stable* est comparée à la qualité physique *stable* d'un pilier.
2. Un soutien, un support et une protection psychologique sont comparés aux caractéristiques physiques d'un pilier.

Les hommes sont comparés aux piliers car ils sont émotionnellement plus stables et ils jouent les rôles de soutien, de support, et de protection de leur famille.

10. Voitures

Les qualités et les fonctions des voitures sont associées aux hommes.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	impatients	1
	pragmatiques	1
	rapides	1
	puissants	1
	maniabiles	1
	tantôt rapides et sportives, tantôt polluantes et moches	1
(2) Sous-total		6
(3a) Agent	il friment	1
	tout roule	1
	ils avancent	1
(3d) Expérienceur	ils aiment aller droit au but	1
	ils ont besoin de carburant pour avancer	1
(3) Sous-total		5
Total		11

Tableau 36. Motivations d'utilisation de voiture

Principes de Correspondance :

1. LES HOMMES SONT DES VOITURES se fonde sur la métaphore conceptuelle LES HUMAINS SONT DES MACHINES (Crowther-Heyck, 1999 ; Gigerenzer & Goldstein, 1996 : PEOPLE ARE MACHINES).

Les comportements des machines et des humains sont mis en parallèle : la façon qu'a une personne d'avancer est comparée à celle d'une machine quand elle démarre. Le fait qu'une personne a besoin d'énergie et d'enthousiasme pour faire quelque chose est comparé à une machine ayant besoin de carburant.

2. Les caractéristiques physiques d'une personne *rapide, sportive* sont comparées aux attributs des voitures.

Conclusion de 5.2

En analysant les dix types les plus importants de MH et MF, nous examinons les raisons sous-jacentes entre les domaines cibles FEMMES/HOMMES avec d'autres domaines sources. Premièrement, nous avons généré les Principes de Correspondance pour chaque type. Deuxièmement, en classifiant les motivations par catégorisation grammaticale et rôles sémantiques, nous assimilons la correspondance entre la connaissance encyclopédique et les

expressions linguistiques. Le tableau 37 et le tableau 38 résument les occurrences d'actualisation des entités, qualités et fonctions pour chaque type.

	fleur	homme	mère	soleil	chat	rose	lionne	enfant	roc	guerrière	Nb	%
1	Entité				2	1					3	1,3%
2	Qualité	44	4	9	12	11	4	7	8	1	115	51,6%
3	Fonction	26	5	19	5	5	6	2	3	5	77	34,5%
3a	Agent	2	4	19	5	2	6		3	2	44	19,7%
3b	Patient	10				2					12	5,4%
3c	Aging Entity	13									13	5,8%
3d	Expérienceur	1	1			1		2		3	8	3,6%
4	Catégorisation		28								28	12,6%
	Total	96	42	47	22	21	16	11	14	11	223	100%

Tableau 37. Les dix types les plus importants de MF en français : regroupement selon la catégorie grammaticale et les rôles sémantiques

		enfant	femme	animal	lion	arbre	vin	voiture	roc	père	pilier	Nb	%
1	Entité											0	0,0%
2	Qualité	19	3	6	5	12	1	6	11		5	68	44,6%
3	Fonction	24	2	13	6	0	8	5	1	2	2	58	41,7%
3a	Agent		2	11				3	1	1		18	10,8%
3b	Patient										1	8	5,8%
3c	Aging Entity						8					8	5,8%
3d	Expérienceur	17		2	6			2		1	1	29	19,4%
4	Catégorisation		16	3								19	13,7%
	Total	43	21	22	11	12	9	11	12	2	7	150	100%

Tableau 38. Les dix types les plus importants de MH en français : regroupement selon la catégorie grammaticale et les rôles sémantiques

Pour répondre à la première question « Quelles entités le domaine source possède-t-il ? » sous le cadre du Modèle de Correspondance Conceptuel (Ahrens, 2010), seulement deux entités sont mentionnées : *griffes* des chats et *épines* des roses.

Cette faible fréquence est associée à la nature non-abstraite des humains. Par rapport aux concepts abstraits tels que L'AMOUR et LE TEMPS où nous avons besoin d'utiliser les entités concrètes d'autres domaines sources (L'AMOUR EST UN VOYAGE, LE TEMPS C'EST DE L'ARGENT) pour faciliter la compréhension, les motivations de MH et MF concernent globalement les *métaphores à une correspondance* (one-correspondence metaphors, Mendoza Ibáñez, 2000) où les qualités sont les plus évoquées (e.g. la caractéristique *courageux* dans *Achille est un lion*, voir chapitre 1.2.1).

Pour cela, le nombre d'occurrences des qualités des MF et des MH est le plus élevé (52% pour les MF, 45 pour les MH), ce qui correspond à notre deuxième question « Quelles qualités le domaine source ou les entités dans ce domaine source possèdent-ils ? ».

Troisièmement, en ce qui concerne les motivations qui contiennent des actions correspondantes à la troisième question « Que fait le domaine source ? », 19,7% des rôles sémantiques que les femmes jouent concernent le rôle agent. Cette importance représente l'agentivité des femmes exprimée par ces métaphores.

Quant aux MH, le rôle sémantique expérimenteur, une entité qui ressent une émotion ou un désir, est le plus répertorié (19,4%), ce qui est lié à l'utilisation des verbes de modalité *vouloir*, *devoir* et *pouvoir* qui expriment une valeur épistémique. C'est également lié à l'évocation du type *enfant*, car leurs émotions, leur désir et leurs besoins sont prépondérants pour cette métaphore.

Les interprétations linguistiques et sociales de ces résultats seront présentées dans le chapitre 8 sous le cadre d'une comparaison inter-culturelle.

5.3 Caractéristiques des domaines cibles en français

Cette section analyse les motivations données par les locuteurs pour utiliser les MH et MF sans considérer leurs domaines sources et types. Cela permet d'avoir une vue d'ensemble des raisons d'être des métaphores et d'examiner les caractéristiques des deux sexes qui sont soulignées dans la culture française. Chaque motivation produite par les locuteurs sera catégorisée en trois groupes : (1) rôles ou fonctions sociales, (2) traits ou besoins physiques et (3) caractéristiques de la personnalité.

Le tableau ci-dessous montre la catégorisation des motivations des MF et MH sans distinguer les sexes des locuteurs. Globalement, les fonctions et rôles sociaux des femmes (33%) sont plus accentués que pour les hommes (23%) pendant que les traits de personnalité des hommes (56%) sont mis plus fréquemment en avant par rapport à ceux des femmes (44%). De plus, les

traits physiques sont présents à des taux similaires pour les deux sexes (18% pour MF et 17 pour MH).

Les métaphores sont importantes pour révéler la réalité sociale (Lakoff & Johnson, 1980) et elles peuvent privilégier une compréhension de la réalité par rapport à d'autres compréhensions possibles (Chilton, 1996). Lorsqu'un pourcentage est plus élevé pour un aspect donné et pour un sexe donné, alors les locuteurs insistent plus sur cet aspect pour le sexe en question. Les rôles sociaux des femmes sont considérés comme plus proéminents, ce qui est lié à leur situation sociale. Les traits physiques ne sont pas particulièrement soulignés chez un sexe particulier, et même les valances peuvent être différentes. Par exemple, l'âge des deux sexes est mis en avant, le vieillissement est jugé comme négatif chez les femmes mais comme positif chez les hommes.

	MF		MH	
	N	%	N	%
P	278	44	313	56
S	212	33	145	23
A	115	18	110	17
I	36	6	25	4
TOTAL	641	100	593	100

Tableau 39. Catégorisation des motivations des MF et MH en français (P=traits de personnalité ; S=rôles ou fonctions sociales ; A=apparence/traits physiques ; I=interactions avec l'autre sexe)

Si nous prenons en compte les perspectives des deux sexes, nous remarquons des écarts notables. Nous allons analyser les quatre perspectives :

- F-F : les métaphores émises par des femmes pour décrire les femmes
- H-F : les métaphores émises par des hommes pour décrire les femmes
- F-H : les métaphores émises par des femmes pour décrire les hommes
- H-H : les métaphores émises par des hommes pour décrire les hommes

Le graphe ci-dessous décrit la répartition des motivations catégorisées selon les quatre perspectives. Premièrement, les deux sexes se focalisent plus sur des motivations venant des personnalités (P) et des interactions (I) avec l'autre sexe (F-H et H-F sont plus importants que F-F et H-H respectivement). Cela peut être lié au fait que pour chaque locuteur, l'autre sexe est considéré comme L'AUTRE, et c'est seulement à travers l'interaction que nous percevons leurs caractères. Pour cela, l'accentuation sur les caractéristiques psychologiques de l'autre sexe est importante.

Deuxièmement, les deux sexes insistent plus sur leurs propres fonctions et rôles sociaux (S) qu'ils ne le font pour l'autre sexe (F-F et H-H sont plus importants que F-H et H-F

respectivement). Contrairement aux caractéristiques (P) et (I), les rôles sociaux sont mieux conçus et pratiqués par LE SOI. Pour cela, les locuteurs et les locutrices mettent plus l'accent sur les rôles qu'ils sont supposés jouer dans la société.

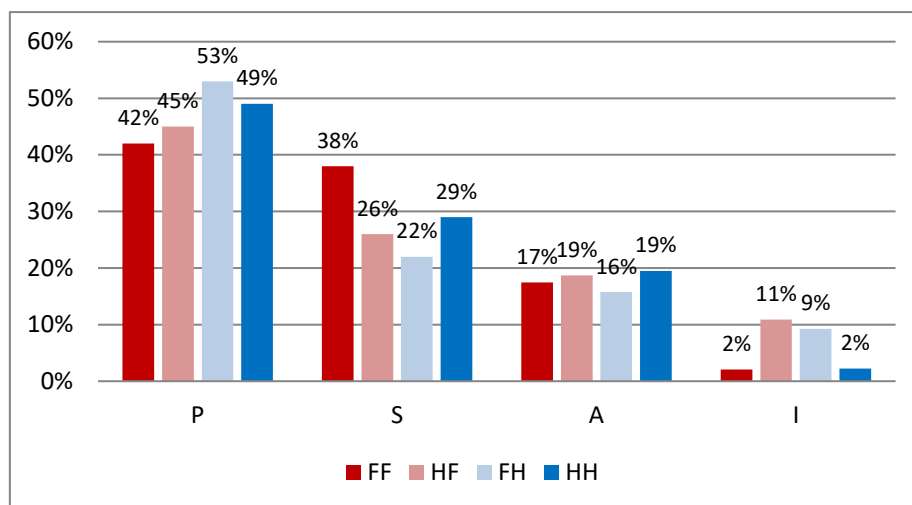


Figure 5. Catégorisation des motivations des MF et MH en fonction des perspectives des deux sexes en français

Nous illustrons maintenant des perspectives différentes en analysant des exemples. Dans chacun d'eux, le type de métaphore sera également donné pour les référencer, y compris les réponses non conformes aux métaphores par le biais d'adjectif ou de nominalisation d'adjectif. Par exemple :

Le courage : elles supportent toutes les violences qui leurs sont infligées, discriminations, viols...

Comme nous mettons l'accent sur les descriptions s'adressant aux deux sexes, l'exemple ci-dessus ne forme pas une métaphore (*les femmes sont comme le courage...) mais nous analysons toujours la motivation.

5.3.1 Caractéristiques sociales

Examinons tout d'abord les motivations liées aux aspects sociaux qui représentent 33% des motivations pour les MF et 25% pour les MH.

5.3.1.1 Caractéristiques sociales des femmes

Les femmes expriment plus fréquemment leurs propres rôles sociaux (38% de F-F contre 26% de H-F).

Perspectives Femme - Femme

Les femmes soulignent trois aspects. En premier lieu, elles mettent en avant leurs rôles et leurs fonctions dans la famille, surtout le fait qu'elles portent et élèvent les enfants. En voici quelques exemples :

- (1) Cocons : elles portent l'enfant
- (2) Laies : elles sont prêtes à tout pour protéger leurs enfants
- (3) Boniches : elles font tout à la maison
- (4) Piliers : elles sont le pilier de la famille

Deuxièmement, elles expriment leurs situations en tant que personnes qui travaillent, ou le dilemme entre la vie familiale et professionnelle :

- (5) Fourmis : elles travaillent tout le temps
- (6) Couteaux suisses : elles sont capables de déployer un grand nombre de fonctions et compétences
- (7) Jongleuses : quoi qu'il arrive elles doivent concilier vie professionnelle avec vie familiale parfois seules

Enfin, les conditions des femmes dans la société sont présentées, notamment sur l'inégalité entre les deux sexes :

- (8) Lutteurs : elles doivent se battre pour être considérées à leur juste valeur
- (9) Courage : elles supportent toutes les violences qui leurs sont infligées : discriminations, viols...

Perspectives Homme - Femme

Les motivations exprimées par les hommes accentuent particulièrement le rôle de la femme en tant que mère, surtout par rapport au don de la vie. Au niveau des motivations sociales, ils marquent constamment l'*égalité des sexes* :

Ces exemples éclairent les fonctions et les rôles familiaux des femmes :

- (10) Eau : elles donnent la vie. Tout être humain est né d'une femme ; tout être humain a besoin d'eau pour vivre
- (11) Familiale : organise la famille, s'occupe de toutes les tâches
- (12) Maternelle : elles élèvent les enfants

Socialement, les hommes mentionnent plus l'*égalité des sexes*, et d'autres mots concernant la même notion. Ainsi, neuf occurrences d'*égalité* et cinq occurrences d'*égal /égalitaire* sont répertoriées chez les hommes contre deux occurrences d'*égalité* et une seule occurrence d'*égal* données par les femmes pour se décrire elles-mêmes.

En effet, même si les hommes expriment que l'égalité des sexes est nécessaire à la société, ce sont les femmes qui subissent les inégalités. Or, les femmes proposent des motivations plus concrètes liées à ce qu'elles rencontrent dans leur vie. C'est pourquoi les femmes expliquent plus profondément les inégalités qu'elles rencontrent au lieu d'affirmer simplement l'égalité des sexes, comme le montrent les exemples (8) et (9) ci-dessus.

En outre, seuls les hommes expriment que les femmes sont complémentaires aux hommes ou bien qu'elles jouent un rôle dans l'équilibre des hommes :

(13) Contrepoids : pour équilibrer avec les hommes

(14) Complément : parfait complément de l'homme dans la vie

Il est présupposé que les femmes complètent les hommes en utilisant *complément*⁹⁸ de l'homme dans l'exemple (13), alors que la même construction *complément de la femme* n'est pas évoqué par la même personne. Cela implique que les hommes sont considérés comme existants par défaut selon ce locuteur.

5.3.1.2 Caractéristiques sociales des hommes

Nous constatons que les femmes soulignent moins le rôle social des hommes que ceux-ci ne le font pour eux-mêmes.

Perspectives Femme - Homme

Les femmes signalent le rôle de chef des hommes et leur responsabilité de famille comme les hommes le font pour eux-mêmes.

(1) Cannes : ils aiment supporter leur famille et endosser des responsabilités

(2) Références : dans les foyers souvent ils sont les chefs de famille

Les femmes expriment l'inégalité des sexes en fonctions de traits sociaux :

(3) Forts : ils ont le pouvoir social et politique

(4) Macho : ils se considèrent supérieurs à la femme

⁹⁸ La définition de *complément* selon le TLFi : Élément nécessaire devant être intégré à un ensemble pour former un tout complet, de manière que rien d'essentiel ou d'utile ne lui manque. *Un complément indispensable ; un complément d'information ; le complément d'une chose.*

En dehors des discours plus généraux, les femmes précisent en détail les difficultés et les discriminations qu'elles rencontrent. Elles sont des victimes impuissantes, ce qui est absent des perspectives des hommes.

(5) Carriéristes : c'est malheureusement évident qu'un homme réussira mieux qu'une femme (dit du sexe faible) à compétence égale, malheureusement les hommes sont encore favorisés par rapport aux femmes dans un même poste

(6) Machos violents : les hommes gouvernent le monde et ne laissent aucune place aux femmes. Résultats : guerres, viols, dégradations de la nature

Perspectives Homme – Homme

Tout comme la perspective F-H, le rôle familial et le statut social des hommes constituent cette catégorie. Au niveau familial, ils prennent le rôle du chef et sont vus comme ceux qui gagnent l'argent pour la famille.

(7) Soutien : c'est le chef de famille, il doit subvenir au besoin de la famille et la protéger

(8) Animaux : ils mangent et dorment et travaillent pour leur famille

En outre, le nombre de mentions des enfants est beaucoup moins fréquent que pour les femmes, seul un cas ressort :

(9) Pères : doit être chef de famille et présent pour les enfants

Ainsi, nous observons que la répartition des tâches entre les deux sexes est toujours très marquée. Les hommes ne s'occupent pas du ménage. Au contraire, ils s'occupent du bricolage, comme les exemples ci-dessous :

(10) Bricoleurs : on leur donne tout à réparer

(11) Paresseux : ne participent pas aux tâches ménagères

Au niveau social, leur prédominance par rapport aux femmes est soulignée :

(12) Machistes : ils se croient supérieurs aux femmes

(13) Machisme : ils aiment les femmes mais ne se sentent pas forcément égaux

En même temps, comme nous l'avons montré plus haut, les hommes se préoccupent de l'égalité des sexes en précisant que les femmes partagent la même position qu'eux.

(14) Les hommes sont comme les femmes : on partage une humanité commune

(15) Les hommes sont comme les femmes : ils sont des êtres humains

Enfin, la polysémie du mot *homme* entraîne des motivations liées au sujet de l'espèce humaine. Ils sont représentés comme dominateurs et destructeurs dans le monde :

(16) Destruction : l'homme se fout des conséquences de ses actes sur la planète

(17) Serpents : ils se mordent la queue en détruisant la terre, l'espace de vie

(18) Dominateurs : culturellement et historiquement...

Ces exemples montrent que le sens « être humain » du mot « homme » peut toujours être évoqué même s'il est mis en parallèle avec « les femmes ».

5.3.2 Caractéristiques physiques

Le deuxième groupe de motivations touchent aux traits physiques, qui représentent 17% de motivations pour les MF et pour les MH.

5.3.2.1 Caractéristiques physiques des femmes

Les points de vue des deux sexes sont montrés successivement.

Perspectives Femme - Femme

Les raisons données par les femmes pour se décrire sont plutôt homogènes. Elles soulignent la beauté, la fragrance, la fragilité, en mettant l'accent sur leur jeunesse qui se perd avec le temps.

(19) Roses : pour leur odeur, leur délicatesse, leur fragilité et le côté éphémère de leur beauté

(20) Fleurs : belles, elles sentent bon, sont différentes et fragiles

(21) Fleurs : elles s'épanouissent en vieillissant

Nous pouvons remarquer que ces descriptions viennent principalement des *fleurs*, métaphore la plus importante du questionnaire. Cela veut dire que certains types contribuent à certaines catégories de caractéristiques. L'interaction entre des types, des domaines et des caractéristiques sera discutée au chapitre 8 afin de faire une comparaison franco-chinoise.

Perspectives Homme - Femme

Les motivations des hommes à relever les traits physiques des femmes sont plus diverses. Il ne s'agit pas seulement des aspects mentionnés par les femmes mais d'autres caractéristiques à l'exemple de la voix, de la peau et du mouvement. L'exemple (22) illustre le mouvement dynamique des femmes et les autres montrent d'autres biais du corps féminin :

(22) Dunes : elles ont des formes courbes et un mouvement d'ondulation (c'est surtout ce mouvement qui est important, et qui évidemment forme des courbes ou les souligne ; une forme courbe qui serait statique m'évoque moins les femmes (mais quand même))

(23) Moi : elles ont la voix aiguë

(24) Douces : elles n'ont pas de poils (lol)

(25) Fleurs : elles sentent bon mais ça ne dure pas longtemps

Enfin, la représentation des femmes en tant qu'objet sexuel d'un point de vue masculin ressort :

(26) Seau : un contenant

(27) Beauté : belle, sensuelle

(28) Chocolat : appétissantes

L'exemple (26) implique un récipient, symbolique du sexe féminin, pendant que l'exemple (28) compare le corps des femmes à de la nourriture en se basant sur la métaphore conceptuelle L'ACTE SEXUEL EST MANGER (Kövesces, 2006 ; Leach, 1964) : être désirée sexuellement est perçu comme être *appétissante*.

5.3.2.2 Caractéristiques physiques des hommes

Les caractéristiques physiques des hommes soulignent principalement leur force physique et leurs besoins biologiques.

Perspectives de Femme - Homme

Les caractéristiques physiques des hommes que les femmes signalent comprennent la force :

(29) Voitures : tantôt rapides et sportives, tantôt polluantes et moches

D'autres traits physiques des hommes, soulignés seulement par les femmes, se réfèrent à la pilosité et à la voix.

(30) Ours : ils sont poilus

(31) Autorité : ils ont une grosse voix

Cela est semblable aux hommes qui perçoivent les femmes sous d'autres angles comme leur voix aiguë. En outre, le désir sexuel et la capacité sexuelle des hommes sont mis en avant :

(32) Chiens : tout les excite

(33) Lapins : ne pense qu'à ça, ils lapinent

En plus de la soif de sexe, l'appétit des hommes a également retenu l'attention :

(34) Cochons : ils mangent tout et n'importe quoi

Dans les exemples (32) à (34), nous voyons que des noms d'animaux sont préférés pour désigner les besoins biologiques, sexuels et alimentaires. Cela est conforme aux études précédentes (Csábi, 1999 ; Gibbs, 1997 ; Lakoff & Kövecses, 1987 ; Lakoff, 1987 ; Lakoff & Turner, 1989 ; MacArthur, 2005) : quand on compare les humains aux animaux, l'instinct primaire est accentué.

Perspectives de Homme – Homme

Les hommes sont perçus comme physiquement forts, musclés, rapides et sportifs.

(35) Motos : puissance, vitesse

(36) Forts : ils sont forts, physiquement rassurant

Ensuite, leur désir sexuel envers les femmes est souligné à l'aide des domaines sources différents :

(37) Gollums : ils sont obnubilés par le sexe

(38) Bonobos : ils ne pensent qu'au sexe

(39) Lapins : toujours à vouloir se reproduire

Par ailleurs, des descriptions concernant leurs capacités sexuelles sont également recensées :

(40) Neige : les femmes ne savent jamais combien de centimètres elles auront ni combien de temps ça durera

Vu que le mot *homme* a le sens d'*être humain*, les besoins des humains sont mis en parallèle avec ceux des animaux, en précisant les mêmes nécessités biologiques que pour ces derniers.

(41) Animaux : besoins de manger, dormir...

Ainsi, les niveaux *humains* et *animaux* de LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE sont comparés par les locuteurs qui utilisent le mot *homme* dans son acception d'*être humain*.

5.3.3 Caractéristiques psychologiques

Nous présentons d'abord la distribution de MF et MH après avoir catégorisé les traits personnels selon le Big Five (voir 2.3.3), illustré par les dispositions montrées ci-dessous. Il y a deux pourcentages présentés dans les tableaux. Présentés en colonnes, les pourcentages représentent la proportion de chaque trait central de la personnalité (A+C+O+N+E=100%),

alors que les pourcentages présentés en lignes signifient le rapport des traits de degré bas et ceux de degré haut (Bas+Haut=100%).

L'ordre de ces cinq traits centraux⁹⁹ est comparable pour MF et MH : Agréabilité et Conscienciosité sont les deux catégories les plus importantes, suivies d'Ouverture, Névrotisme et Extraversion. Deuxièmement, les caractéristiques de degré bas des MH sont plus nombreuses que celles décrivant les femmes (44% des MH contre 10% des MF), surtout pour les catégories A, C, et O.

MF	Bas	Haut	Total	%
A	11	92	103	37
C	5	68	73	26
O	8	44	52	19
N	1	35	36	13
E	3	11	14	5
Total	28	250	278	100
%	10	90	100	

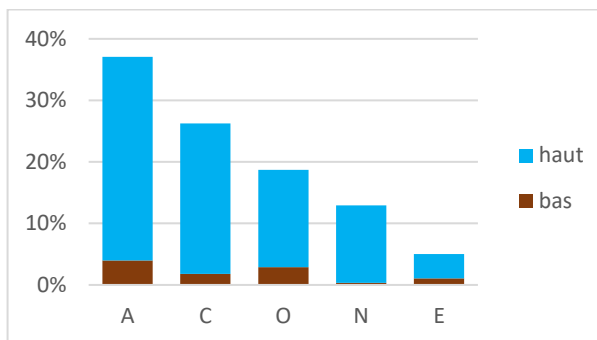


Tableau 40. et Figure 6. Distribution des traits personnels pour MF en français

MH	Bas	Haut	Total	%
A	54	43	97	31
C	40	46	86	27
O	34	33	67	21
N	2	30	32	10
E	8	23	31	10
Total	138	175	313	100
%	44	56	100	

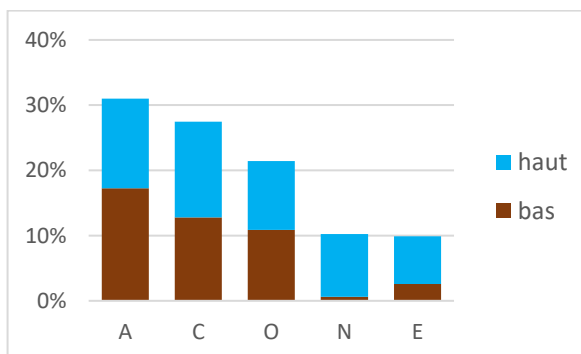


Tableau 41. et Figure 7. Distribution des traits personnels pour MH en français

Les sections suivantes présentent les analyses des données d'après les perspectives des deux sexes et analysent les différences constatées entre les hauts et les bas de chaque catégorie de Big Five (Goldberg, 1993 ; Gosling, Rentfrow & Swann, 2003).

⁹⁹ (1) Ouverture (O) : ce regroupement distingue les personnes imaginatives et créatives de celles conventionnelles.

(2) Conscienciosité (C) : les personnes qui ont un haut degré de conscienciosité sont autodisciplinées, respectent les obligations, privilégient l'organisation plutôt que la spontanéité et sont orientées vers des buts.

(3) Extraversion : les extravertis sont perçus comme pleins d'énergie et enthousiastes, avec une tendance à chercher la stimulation et la compagnie des autres ou des émotions positives.

(4) Agréabilité (A) : Ce caractère concerne en général l'harmonie sociale. Les personnes agréables sont appréciées et s'entendent bien avec les autres.

(5) Névrotisme (N) : Il s'agit de la tendance à ressentir des émotions négatives, telles que la colère, l'anxiété ou la dépression.

5.3.3.1 Caractéristiques psychologiques des femmes

Les tableaux ci-dessous montrent la fréquence et le pourcentage des cinq catégories ainsi que la répartition des traits de bas degré et de haut degré.

Nous observons deux différences principales entre les points de vue F-F et H-F en regard des cinq catégories. Premièrement, les femmes expriment plus de traits de la Conscienciosité pour se décrire, tandis que les hommes soulignent plus les traits de l'Agréabilité des femmes. Deuxièmement, les traits de bas degré sont plus fréquemment mentionnés par les hommes (17%) que par les femmes elles-mêmes (5%).

F-F	Bas	Haut	Total	%
A	2	44	46	27
C	1	62	63	38
O	2	25	27	16
N	1	20	21	13
E	3	8	11	7
Total	9	159	168	100
%	5	95	100	

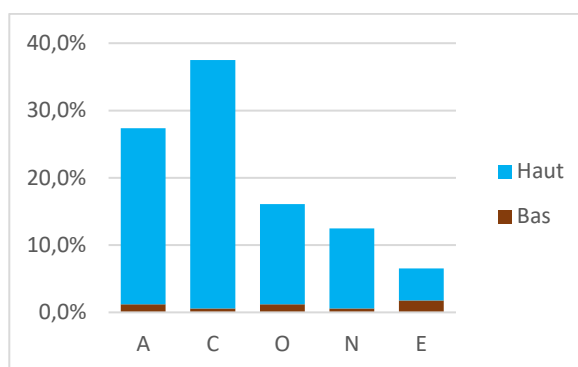


Tableau 42. et Figure 8. Distribution des traits personnels de Big Five de F-F en français

H-F	Bas	Haut	Total	%
A	10	30	40	36
C	3	24	27	25
O	6	19	25	23
N	0	15	15	14
E	0	3	3	3
Total	19	91	110	100
%	17	83	100	

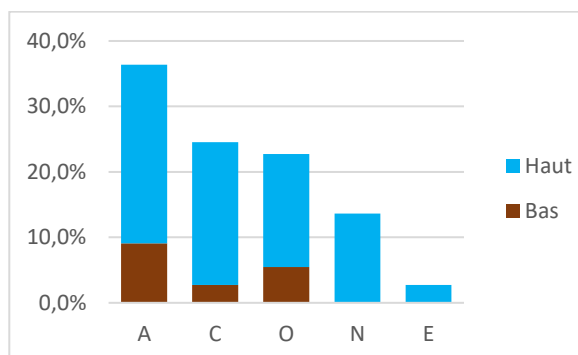


Tableau 43. et Figure 9. Distribution des traits personnels de Big Five de H-F en français

Perspectives Femme - Femme

Nous allons maintenant présenter chaque groupe pour illustrer ces données.

1. Conscienciosité (C)

Les femmes sont désignées comme travailleuses, courageuses, organisées, et surtout, fortes et solides quand elles rencontrent des difficultés. Soixante-deux occurrences décrivent un fort caractère dans cette catégorie.

(42) Force : elles affrontent tout, courageusement, à la hauteur de leurs moyens

(43) Calculatrices : elles calculent et anticipent leurs actes et interprètent davantage le comportement de leur entourage

(44) Roseaux : elles plient mais ne rompent pas

Une seule occurrence exprime le manque d'autodiscipline et le locuteur évoque la fable *La cigale et la fourmi* :

(45) Cigales : elles ont tendances à être dépensières

2. Agréabilité (A)

Les femmes montrent également un fort degré d'Agréabilité. Elles se voient comme amicales, serviables, généreuses et prêtes à écouter et reconforter les autres.

(46) Mères : s'occupent souvent de tout le monde, des hommes, des ami(e)s, etc.

(47) Fondant au chocolat : leur cœur est tendre

(48) Tempérance : elles apaisent les choses dans les sources de conflit

Il n'y a qu'un cas qui montre qu'elles sont « non agréables » :

(49) Renards : elles sont très rusées

3. Ouverture (O)

L'ouverture aux expériences catégorise les personnes créatives, compliquées, curieuses intellectuellement par rapport aux gens terre-à-terre et conventionnels. Les femmes présentent ces caractéristiques de manière importante :

(50) Livres : ouverts ou mystérieux, intelligents, éducatifs

(51) Sagesse : elles s'intéressent au monde avec leur tête et leur cœur

A l'inverse, elles sont également représentées comme *enracinées dans la terre*, ce qui peut signifier qu'elles sont attachées à certaines choses, donc *peu ouvertes*.

Cependant, les métaphores dépendent largement des contextes et des interprétations. Certaines motivations manquent d'élaboration, nous les classons après discussion avec des locuteurs français.

4. Névrotisme (N)

Les femmes sont perçues comme étant plus réactives émotionnellement, ce qui les rend plus lunatiques :

(52) Chats : elles veulent des câlins puis s'énervent

(53) Furies : leurs humeurs varient

En même temps, ceux qui sont fortement névrotiques subissent plus d'émotions négatives. La fragilité des femmes est un sujet courant :

(54) Porcelaine : malgré tout elles sont fragiles

(55) Filles : on est fragiles, ce besoin de faire ressentir à l'autre cette fragilité de temps en temps

5. Extraversion (E)

Les personnes ayant une forte extraversion cherchent plus de stimulations dans le monde extérieur et ont tendance à parler plus ou à chercher l'attention des autres. Ces caractéristiques conviennent aux femmes comme le montrent les exemples (56)-(58) :

(56) Pies : elles parlent beaucoup

(57) Fleurs : besoin d'être à la lumière

(58) Pipelettes : elles adorent discuter entre copines

Cependant, deux cas montrent la solidité des femmes et leur tendance à gérer leurs émotions :

(59) Solidaires : les femmes sont souvent plus solidaires

(60) Pratiques : elles résolvent souvent leurs problèmes, seules

Perspectives Homme - Femme

Les motivations H-F se différencient des F-F selon deux critères principaux. Premièrement, l'Agréabilité représente la catégorie la plus importante suivie de la Conscienciosité. Les trois autres conservent le même ordre : Ouverture, Névrotisme, et Extraversion.

Deuxièmement, bien que toutes les catégories présentent plus de caractéristiques d'un degré haut, les traits exprimant un degré bas sont plus nombreux dans H-F que dans F-F. Examinons l'Agréabilité pour illustrer cela. Parmi les 37 occurrences présentes dans cette catégorie, dix indiquent que, selon les hommes, les femmes ne sont « pas agréables » contre un seul cas parmi les 62 points de vue que les femmes portent sur elles-mêmes.

1. Agréabilité

Les raisons signalant que les femmes ont un degré important d'Agréabilité sont proches de celles données pour les F-F : elles sont douces, gentilles, rassurantes, pacifiques et à l'écoute. Alors qu'une caractéristique du point de vue des hommes est mise en avant : la fidélité.

(61) Confidentes : elles possèdent une écoute attentive, une attitude douce et rassurante

(62) Anges : elles prennent soin des autres, et font en sorte de donner les conseils qui font avancer

(63) Cagous : elles sont fidèles

Comme mentionné plus haut, les femmes sont perçues comme ayant plus de traits désagréables selon les hommes : elles sont jalouses, exigeantes, et égoïstes.

(64) Vipères : elles sont capables de se piquer entre elles

(65) Reines : on fait tout pour elles, elles sont exigeantes, elles sont directives, elles sont sûres d'elles, elles prennent les décisions, elles règnent sur leur petit royaume

2. Conscienciosité

De même que les hommes reconnaissent le caractère consciencieux des femmes, ils sont d'accord sur le fait qu'elles sont plus organisées, mûres, courageuses, et résistent mieux aux conditions dures.

(66) Rocs : elles tiennent le coup face à des tempêtes

(67) Polycompétente : elles sont en capacité de gérer plusieurs choses simultanément

Ils signalent également l'irresponsabilité et le manque de contrôle des femmes :

(68) Enfants : elles sont irresponsables

(69) Dépensière : elles dépensent beaucoup trop d'argent

3. Ouverture

Un fort degré d'Ouverture est également visible et montre la complexité des femmes. Pour les hommes, elles sont inattendues, difficiles à comprendre.

(70) Chats : elles sont difficiles à apprivoiser

(71) Mystère : on ne sait jamais comment elles vont réagir

(72) Énergique : sont souvent à l'origine d'une nouvelle idée

Et au contraire, elles sont également vues comme fermées, têtues et répétitives :

(73) Perroquets : elles répètent tout ce qu'elles entendent

(74) Frivoles : centres d'intérêts légers

4. Névrotisme

Tous les attributs de cette catégorie précisent que les femmes possèdent un haut degré de Névrotisme : elles s'énervent plus facilement et leurs humeurs sont changeantes.

(75) Casse-tête : elles se prennent la tête pour peu parfois

(76) Vagues : les émotions d'une femme montent et descendent comme une vague sur la mer

5. Extraversion

Enfin, une seule caractéristique est soulignée dans cette catégorie : le bavardage des femmes, comme ci-dessous :

(77) Pluie : c'est génial quand elles s'arrêtent

(78) Chiennes : elles parlent toujours

La section suivante concerne l'analyse des motivations représentant les hommes.

5.3.3.2 Caractéristiques psychologiques des hommes

Les tableaux et figures ci-dessous illustrent la répartition des traits de personnalité des hommes selon les points de vue des deux sexes. Premièrement, l'ordre des trois catégories les plus importantes, A, C et O, est identique. Par la suite, les hommes expriment plus de traits concernant l'Extraversion pour se décrire, alors que les femmes soulignent plus d'aspects du Névrotisme. Deuxièmement, tout comme MF, c'est le sexe opposé qui met plus en avant les traits de degré bas (41% de H-H contre 46% de F-H). L'Agréabilité reçoit le plus de traits de bas niveau dans les F-H. En d'autres termes, les attributs désagréables des hommes sont plus évoqués selon les perspectives des femmes.

F-H	Bas	Haut	Total	%
A	37	23	60	32%
C	24	29	53	28%
O	20	20	40	21%
N	1	20	21	11%
E	4	9	13	7%
Total	86	101	187	100%
%	46%	54%	100%	

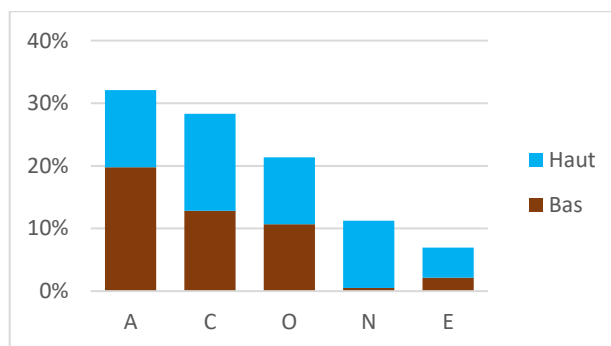


Tableau 44. et Figure 10. Distribution des traits personnels de Big Five de F-H en français

H-H	Bas	Haut	Total	%
A	17	20	37	29%
C	16	17	33	26%
O	14	13	27	21%
N	1	10	11	9%
E	4	14	18	14%
Total	52	74	126	100%
%	41%	59%	100%	

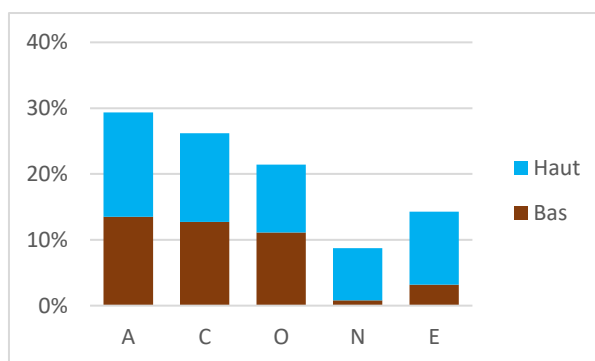


Tableau 45. et Figure 11. Distribution des traits personnels de Big Five de H-H en français

Perspectives Femme - Homme

Les motivations de F-H contiennent le plus de caractéristiques de degré bas parmi les quatre perspectives. En d'autres termes, les femmes contribuent le plus aux descriptions négatives destinées au sexe opposé.

1. Agréabilité

Soixante-deux pour cent des attributs de l'Agréabilité concernent des traits déplaisants. Tout d'abord, l'égoïsme est souligné régulièrement, en précisant l'envie de pouvoir des hommes qui l'imposent aux autres :

- (1) Personnes égoïstes : ils font passer tous leurs besoins primaires avant le bien-être de leur entourage (inverse de la femme)
- (2) Puissants : imposent leur puissance aux autres, détiennent le pouvoir

Deuxièmement, la brutalité et l'agressivité sont mises en avant par les femmes à l'exemple des cas ci-dessous :

- (3) Feu : pour leur côté guerrier, destructeur mais aussi parfois salvateur...
- (4) Potentiellement dangereux : ils peuvent frapper fort

Enfin, les femmes accentuent leur infidélité :

- (5) Infidèles : l'homme est comme un animal car son premier but est de se reproduire

Evidemment, les qualités des hommes sont également marquées. Ils sont perçus comme protecteurs, fiables, doux, sensibles, et sympathiques :

- (6) Chaises : on peut se reposer sur eux, trouver un appui
- (7) Oreiller : réchauffants, douillets, agréables, rassurants

Enfin, les femmes pensent que les hommes se bonifient avec l'âge :

(8) Bon vin : ils s'améliorent avec le temps

2. Conscienciosité

Une grande partie des caractéristiques de haut degré souligne la force et la solidité des hommes, ainsi que l'envie de protéger leurs proches :

(9) Arbres : car ils sont solides et protègent en cas de tempête

(10) Lions : ils se veulent forts et veulent protéger ceux qu'ils aiment

En outre, l'ambition et l'exigence font partie intégrante de leur Conscienciosité :

(11) Ambitieux : pour avoir l'ambition de réussir quelque chose

(12) Ambitieux : ils veulent être les meilleurs

Cependant, les hommes sont caractérisés par l'impulsivité, le manque d'attention et de capacité à supporter la douleur. En voici quelques représentations :

(13) Douillet : ils ne résistent pas à la moindre petite douleur

(14) Enfants : ils ne supportent pas la frustration

3. Ouverture

Dans cette catégorie, les traits *bas* et *haut* sont également répartis. En ce qui concerne *bas*, les points de vue des femmes corroborent ceux des hommes sur eux-mêmes en précisant qu'ils préfèrent la simplicité et la routine au changement.

(15) Perroquets : ils répètent les mêmes choses

(16) Caillou : ils aiment la simplicité et n'aiment pas se prendre la tête

(17) Inflexibles : dans leur façon de vivre ils ne changent guère

L'aspect carriériste des hommes est marqué comme une caractéristique d'ouverture *haute*, alors que les femmes évoquent l'instabilité et la liberté au sujet de ceux-ci.

(18) Avions : ils vont et viennent, et ne reviennent pas toujours à leur premier port de départ

(19) Nuages : ils planent

De plus, l'incompréhensibilité et l'imprévisibilité des femmes sont également signalées par les hommes.

(20) Un mystère : il reste toujours une part d'inconnu, d'imprévisible

4. Névrotisme

Les femmes produisent deux fois plus d'attributs concernant le Névrotisme que ne le font les hommes : dix occurrences de H-H contre 21 occurrences de F-H, dont 20 sont de haut degré. Dans un premier temps, les hommes sont considérés comme fragiles et faibles, mais cette fragilité est accompagnée d'une autre façade, soit cachée, soit camouflée par leur force ce qui crée un contraste :

(21) Cristal : au fond d'eux, ils sont fragiles et doivent être protégés

(22) Cachent leurs faiblesses : c'est ce qu'on leur a appris !

(23) Enfants : ils sont fragiles mais veulent paraître fort

Dans un deuxième temps, les hommes sont décrits comme lunatiques.

(24) Orages : ils éclatent sans prévenir, sans se contrôler et font parfois beaucoup de dégâts

(25) Nuages : ils peuvent être très calme mais aussi avoir un tempérament coléreux

(26) Grands enfants : ils s'émerveillent toujours

Enfin, une seule locutrice met l'accent sur leur stabilité émotionnelle :

(27) Piliers : ils sont souvent plus stables émotionnellement. Ça permet de garder un cap

5. Extraversion

La fierté des hommes est récurrente et ils sont considérés comme ayant besoin d'attention :

(28) Diamants : ils aiment être admirés à haute voix

(29) Fierté : l'homme est toujours fier de ce qu'il fait

Comparé avec l'Ouverture des MF, un seul cas montre le bavardage des hommes, supposant que c'est une caractéristique féminine :

(30) Pipelettes : ils sont autant bavards que les femmes

Perspectives Homme - Homme

La différence la plus importante qui marque la distribution de MH et MF est que les MH reçoivent plus de traits qui sont classés comme bas pour A, C, et O que les MF. Cela est également vrai du point de vue des hommes : ils sont moins « agréables », moins « consciencieux », et moins « ouverts ».

1. Agréabilité

Concernant les traits « agréables » des hommes, ils se considèrent comme francs, fidèles, protecteurs, et tendres. Le trait le plus saillant est qu'ils mûrissent en vieillissant :

- (31) Roc : on compte sur eux
- (32) Chiens : ils sont beaux, rassurants, et fidèles
- (33) Bon vin : ils s'améliorent en vieillissant

Pourtant, ils s'attribuent la brutalité, la cruauté, l'agressivité, et l'égoïsme :

- (34) Cobras : ils attaquent pour peu de raison
- (35) Animaux : ils sont brutaux
- (36) Méchant : faire du mal à autrui

2. Conscienciosité

A part la résistance aux difficultés qui est largement associée aux femmes, les hommes s'attachent à des aspects en rapport avec le travail : ils sont ambitieux et carriéristes :

- (37) Femmes : ils sont souples, fins et résistants à la fois
- (38) Machines : ils sont travailleurs et increvables
- (39) Ambitieux : ils veulent réussir

En outre, l'irresponsabilité, l'immatunité, la fainéantise, et le manque de réflexion avant d'agir (l'impulsivité) représentent leur manque de Conscienciosité.

- (40) Paresseux (l'animal) : il veut tout mais ne fait rien, et en plus il est sale
- (41) Nounours : ils sont fainéants
- (42) Enfants : joueurs pas toujours très responsables besoin d'une femme/mère !

3. Ouverture

Au sujet de l'Ouverture, les traits montrant que les hommes sont peu « ouverts » sont plus marquants. Contrairement à la complexité et l'imprévisibilité des femmes, ils sont considérés comme prévisibles et préférant rester dans la routine plutôt que d'être soumis au changement. De plus, les opinions avec lesquelles ils sont en désaccord sont perçues avec méfiance par les hommes.

- (43) Moutons : souvent suivent tous le même mouvement

(44) Enfants : ils n'écoutent que ce qu'ils souhaitent

(45) Têtus voire obtus : je les vois rarement changer de pratique et, quand ils changent de pratique, ils le font rarement en ayant changé d'avis pour autant

En même temps, leur ouverture les amène à vouloir prendre plus de risques, en voici quelques illustrations :

(46) Bon pain : ils ont soif de progrès et prennent des risques

(47) Soldats : ils sont aventuriers

4. Extraversion

Les personnes extraverties ont tendance à chercher l'attention et la compagnie des autres. Elles expriment plus facilement leurs émotions. Ces caractères se retrouvent chez les hommes :

(48) Soleil : il cherche à briller

(49) Paons : ils se pavantent

(50) Amour : ils peuvent exprimer des sentiments

Simultanément, les hommes possèdent des côtés introvertis : ils sont froids, peu assertifs, et ne sont pas expressifs quant à leurs émotions.

(51) Frigos : froid et austère

(52) Caramel : ils sont mous

(53) Peu expansifs : ils gardent beaucoup plus leurs émotions pour eux

5. Névrotisme

Seules des caractéristiques de haut degré sont représentées dans ce regroupement du trait.

(54) Les volcans : ils explosent parfois sans aucun motif

(55) La mer : on est d'humeur changeante

5.3.4 Caractéristiques de l'interaction

La dernière catégorie provient de l'interaction et de la relation aux autres. Ces caractéristiques portent une forte subjectivité des locuteurs. Voici la définition de la subjectivité (Stein & Wright, 2005 :1) :

« La subjectivité concerne l'expression de soi et la représentation de la perspective ou du point de vue du locuteur (ou, plus généralement, d'un agent) dans le discours - ce qu'on a appelé l'empreinte du locuteur. ¹⁰⁰»

Comme chaque individu possède une perspective au travers d'interaction avec les autres (Du Bois : 2007), les hommes mobilisent plus de caractéristiques de l'interaction pour décrire les femmes et vice versa. Ces motivations d'évocation portent une signification interactive en rapport à son propre sexe (H-F : 11% par rapport à F-F : 2% ; F-H : 9 % par rapport à H-H : 2%). Voici tout d'abord quelques exemples des MF :

(1) Gosses: il ne faut pas trop se prendre la tête avec

(2) Voitures : indispensables, coûtent cher, ont besoin d'entretien, on les adore, on les bichonne, on en prend soin, on les compare

Dans les deux exemples, les perspectives viennent des hommes. Les caractéristiques saillantes représentés par les enfants comportent *immature, émotif, irresponsable, fragile*, etc. (voir 5.2.1 et 5.2.2). Mais dans l'exemple (1), la motivation d'emploi *il ne faut pas trop se prendre la tête avec* ne concerne pas directement ces caractéristiques mais est dépendante de l'évaluation de leur interaction. Nous pouvons l'interpréter comme « les femmes sont immatures, donc il ne faut pas trop se prendre la tête avec ».

Dans l'exemple (2), ce locuteur compare les femmes aux voitures, ce qui est fondé sur son expérience avec celles-ci. En faisant cela, c'est la mise à disposition des femmes qui est accentuée, elles n'ont pas d'agentivité, et ce locuteur intègre son point de vue en tant qu'agent dans ce discours.

Voyons ensuite quelques exemples de la perspective des femmes envers les hommes :

(3) Enfants : Qu'ils se reposent sur leur femme

(4) Boite mail : il faut toujours la consulter et faire le tri pour en tirer parti

L'exemple (3) est similaire à l'exemple (1), on compare l'autre sexe aux enfants. La relation de dépendance des hommes envers leurs femmes est comparée à la relation enfants-mères. Dans l'exemple (4), la structure des deux événements se ressemble : la fréquentation des hommes est comparée au fait de recevoir des e-mails, il faut les consulter et les trier pour

¹⁰⁰ Stein & Wright (2005 :1) : « [T]he subjectivity [...] concerns expression of self and the representation of speaker's (or, more generally, a locutionary agent's) perspective or point of view in discourse – what has been called a speaker's imprint. »

obtenir l'essentiel. Chaque homme est comparé à un e-mail, et un homme bien est comparé à un e-mail important.

Comme les perspectives des femmes sont depuis longtemps invisibles à cause de leur statut social inférieur qui leur ferme l'accès à la création de la langue, ceci fait ressortir de façon importante les visions basées sur la subjectivité des locutrices dans les études des métaphores du genre.

Conclusion de 5.3

Dans cette section, nous avons analysé toutes les motivations des locuteurs français selon trois catégories (1) rôles ou fonctions sociales (2), caractéristiques ou besoins physiques, et (3) attributs de la personnalité.

En ce qui concerne des rôles sociaux, ceux des femmes sont plus soulignés. Par ailleurs, chaque sexe exprime davantage ses propres fonctions et rôles sociaux qu'il ne le fait pour le sexe opposé. Pour les femmes, l'inégalité des sexes et le dilemme entre leur vie professionnelle et leur vie familiale sont deux sujets récurrents, pendant que les hommes sont représentés comme le chef de famille ou ayant la caractéristique macho.

Nous remarquons également que la division du travail à la maison est toujours stéréotypée. Le ménage et les affaires liées aux enfants sont toujours considérés plus féminines, alors que les activités comme le bricolage sont associées aux hommes.

Par rapport aux traits physiques, la beauté et la jeunesse des femmes reçoivent plus d'attention, tandis que la force et le désir sexuel sont particulièrement soulignés pour décrire les hommes. Pour le sexe opposé, les personnes perçoivent davantage des aspects non conventionnels tels que la pilosité, la voie, et le mouvement du corps.

De plus, nous adaptons le modèle Big Five afin d'analyser les traits de personnalité qui comprennent la moitié des motivations. L'ordre des cinq traits centraux est identique selon les perspectives des F-F et des H-F, alors que l'alignement de ces cinq catégories varie légèrement pour les H-H et les F-H. Comme il existe plus de métaphores conventionnelles s'adressant aux femmes, ces métaphores influencent la sélection des locuteurs, certains aspects, en particulier des femmes, sont mis en avant plus systématiquement.

Concernant la dimension haut et bas pour ces cinq catégories, les hommes sont liés plus fréquemment que les femmes aux traits ayant une connotation négative. Enfin, les locuteurs et les locutrices donnent plus de traits négatifs pour décrire le sexe opposé, particulièrement concernant ceux de l'Agréabilité.

CHAPITRE 6. ANALYSE DES DONNÉES DU QUESTIONNAIRE MANDARIN

Ce chapitre a pour objectif de présenter les données récoltées grâce au questionnaire administré à 240 locuteurs natifs du mandarin et exécuté à Taïwan. Les trois niveaux d'analyse sont identiques au chapitre 5 où nous avons déjà présenté le questionnaire français : (1) appartenance à des domaines sources (e.g. ANIMAUX, PLANTES), (2) typologie des domaines sources (e.g. eau, arbre), et (3) caractérisation des domaines cibles (e.g. douce, fort).

La représentation des données du questionnaire en mandarin est principalement répartie sur deux niveaux. D'abord, sont présentés les sinogrammes¹⁰¹ suivis de leurs traductions libres, puisque les exemples concernent une narration descriptive au lieu d'expressions courtes comme dans le chapitre 4. Concernant le *pinyin*, système de romanisation du mandarin, seule la transcription des types (eau, lion, etc.) sera donnée. S'il est nécessaire de préciser certains mots dans le texte, le *pinyin* sera ajouté en italique à côté de ces mots soulignés afin d'en faciliter l'identification. Par exemple, dans le texte ci-dessous :

水 *shui* « eau » : 用耐力和包容(*baoron*)力去適應多變的環境 « s'adapter à l'environnement changeant avec endurance et tolérance »

La transcription en *pinyin* du sinogramme *shui* « eau » suit le caractère chinois 水¹⁰². La traduction libre est présentée à la suite de la motivation. Le *pinyin baorong* est complété à côté du sinogramme 包容, souligné, afin de citer ce mot dans l'analyse selon notre besoin.

6.1. Appartenances à des domaines sources

Après avoir catégorisé toutes les métaphores qui désignent les deux sexes selon leurs domaines sources (DS), nous obtenons la répartition suivante :

¹⁰¹ Cela se réfère aux caractères traditionnels utilisés à Taïwan.

¹⁰² Dans ce chapitre, les caractères chinois sont présentés dans leur forme traditionnelle, telle qu'utilisée à Taïwan. La transcription des caractères de chaque métaphore suit le système officiel de *pinyin*, utilisé en République Populaire de Chine mais sans marque de tons.

Domaines sources	MF	%	MH	%	Total	%
NATURE	212	32	168	26	380	29
ANIMAUX	125	19	168	26	293	23
OBJETS	127	19	137	21	264	20
PLANTES	99	15	56	9	155	12
HUMAINS	33	5	60	9	93	7
NOURRITURE	39	6	19	3	58	4
SURNATUREL	9	1	13	2	22	2
CORPS	2	0	10	2	12	1
AUTRES	7	1	11	2	18	1
Total	653	100	642	100	1295	100

Tableau 46. Distribution des domaines sources du questionnaire en mandarin

D'un point de vue global, le domaine NATURE arrive en tête et représente 29% des occurrences. Viennent ensuite le domaine ANIMAUX et le domaine OBJETS avec respectivement 23 et 20% des occurrences relevées. On notera que malgré sa prédominance en termes de fréquence dans le dictionnaire (39%), des métaphores ayant recours aux plantes pour décrire les deux sexes ne représentent que 12% de fréquence auprès des locuteurs taiwanais. À titre de comparaison, le domaine principal en français, celui des HUMAINS, ne représente que 7% des métaphores en mandarin, tandis que les domaines NOURRITURE, SURNATUREL et CORPS obtiennent chacun moins de 5%.

De plus, si nous considérons séparément les métaphores décrivant les femmes et celles décrivant les hommes, nous remarquons que les ordres de représentation ne sont pas identiques. Ainsi, en ce qui concerne les MF, ce sont les domaines NATURE, PLANTES et NOURRITURE qui sont prédominants, alors que pour les MH, les sujets parlants ont plus souvent recours aux domaines ANIMAUX, HUMAINS, OBJETS et SURNATUREL. Les distributions de DS pour les deux sexes sont représentées dans la figure ci-dessous :

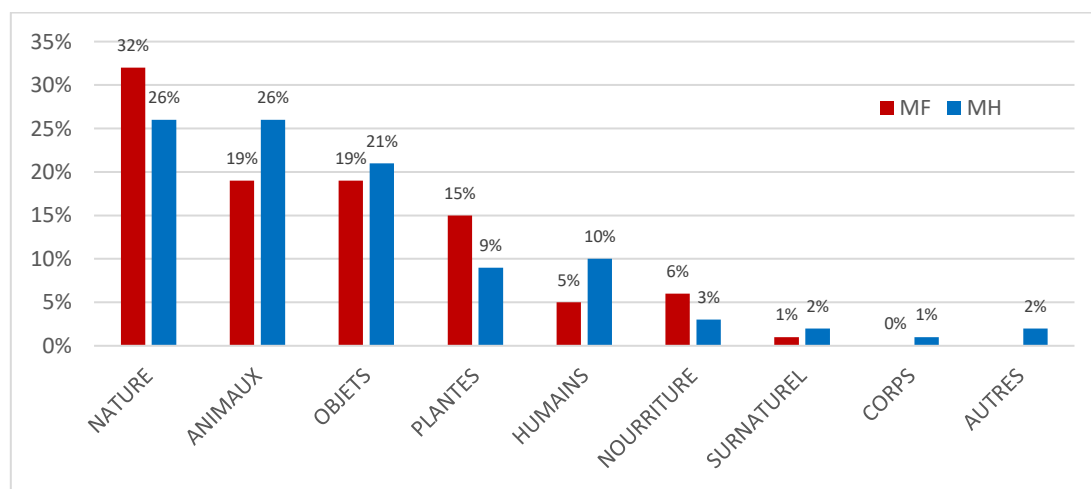


Figure 12. Distribution des métaphores selon les domaines sources du questionnaire mandarin (MF = métaphores décrivant les femmes, MH = métaphores décrivant les hommes)

La partie suivante propose une vue synthétique pour chaque domaine source. Nous allons les présenter séquentiellement selon leur fréquence.

6.1.1 Domaine NATURE (1/2) — SUBSTANCE

Le domaine NATURE comprend, en mandarin, le nombre d'occurrences le plus élevé. Au vu de l'importance de ce domaine et de sa particularité culturelle, nous présenterons donc ces métaphores dans deux sous-catégories distinctes. La section 6.1.1 est donc intitulée SUBSTANCE (comme l'*eau*, le *métal*, le *bois*, etc.) et la section 6.1.2 VUE PANORAMIQUE, (à l'exemple d'une *rivière* et d'une *montagne*). Ces deux sections représentant respectivement 15% et 14% des métaphores globales.

Tout comme les caractéristiques soulignées en français dans le même domaine, ce sont les matériaux et les attributs physiques des types SUBSTANCES qui sont mis en avant quand il s'agit d'utilisation métaphorique. Quant aux types de VUE PANORAMIQUE, ils se basent sur la relation entre les humains et la nature pour dénoter métaphoriquement les caractéristiques des deux sexes. En même temps, ces sous-catégories s'appuient toutes deux sur le même système philosophique du Yin-Yang, dont les sous-notions sont utilisées pour représenter les femmes et les hommes. En outre, certains types VUE PANORAMIQUE sont des variantes d'autres types SUBSTANCE, qui partagent les mêmes noyaux de connotation. Le groupe de « l'eau, la rivière, la mer, les vagues » en est un exemple.

D'après la notion occidentale de LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE (Lakoff & Turner, 1989 ; Lovejoy, 1936 ; Kiełtyka & Kleparski, 2005a), le monde minéral se trouve en dessous de celui des êtres animés car il lui manque la capacité de reproduction ainsi que les attributs mentaux et sensoriels. L'expression française *plus bas que terre* est un exemple découlant de cette pensée.

Au contraire, dans le confucianisme et le taoïsme, les caractéristiques de personnalité et les vertus sont habituellement comparées avec les substances, notamment avec l'*eau*¹⁰³. De plus, la féminité et la masculinité sont perçues au travers des attributs des substances. Les métaphores des deux sexes sont alors représentées régulièrement sous forme de paire dans ce domaine.

6.1.1.1 LES FEMMES SONT DES SUBSTANCES

Ce domaine renferme la métaphore la plus courante en mandarin : celle de l'eau, avec 95 occurrences y compris des variantes ce qui représente 15% de toutes les métaphores et

¹⁰³ Voir la métaphore LES FEMMES SONT DE L'EAU dans le dictionnaire, chapitre 4.3.1.

84% du domaine source des SUBSTANCES. En plus de l'eau, d'autres types comprennent l'air, la terre, les éléments métalliques, et le feu. Nous commencerons par la métaphore la plus essentielle.

1. Eau

On peut trouver les raisons de l'usage très fréquent de la métaphore de l'eau dans ce que cette substance représente traditionnellement de nombreuses caractéristiques applicables aux humains telles que l'adaptabilité, la flexibilité, la tolérance, la douceur, la faiblesse, et inversement la force, le caprice et l'indispensabilité. Ces caractéristiques sont régulièrement exprimées de façons concurrentes.

En outre, ces différentes caractéristiques peuvent toutes se retrouver dans des expressions conventionnelles liées à l'eau qui sont elles-mêmes fortement liées à la féminité dans la culture chinoise. Cependant, le lien entre les expressions où l'eau est le domaine source et où la femme est le domaine cible ne peut pas toujours être établi de façon directe. Pour se faire, il convient de cheminer en partant des caractéristiques (ou attributs) que nous venons d'énumérer et de les lier à la féminité, l'eau faisant le lien entre les deux : caractéristiques liées à l'eau → eau / eau → féminité.

Adaptabilité et flexibilité

L'eau s'adapte à son contenant peu importe la forme de celui-ci. Cet attribut est personnifié de façon à être compris comme une capacité d'adaptation à l'environnement, en particulier lorsqu'une femme doit abandonner sa vie d'origine pour s'intégrer à la famille de son mari après le mariage, comme cela était le cas traditionnellement. Deux exemples l'illustrent :

- (1) 水 « eau » : 依附著各樣瓶子，就可以變化成各種樣子，像是傳統女性願意捨棄自己的形象，跟隨著丈夫家庭 « en épousant tous types de contenants, elles peuvent prendre n'importe quelle forme, comme une femme traditionnelle qui abandonne son image en suivant la famille de son mari »
- (2) 水 « eau » : 在什麼容器裏就成為什麼樣子，用耐力和包容力去適應多變的環境 « prendre la forme du contenant, s'adapter à l'environnement changeant avec endurance et tolérance »

Tolérance

L'eau est également associée à une forme de tolérance. On peut faire remonter cette association au philosophe Zhuangzi. Un extrait de son œuvre souligne que la mer est grande car elle peut accueillir l'eau de milliers de rivières.

(3) 天下之水莫大於海，萬川納(*na*)之：« l'eau la plus grande du monde est la mer, elle contient des milliers de rivières »

納 *na*, est un synonyme de 容 *rong*. Ils signifient tous les deux *contenir*. Les deux termes 容納 *rongna* « contenir » et 包容 *baorong* « tolérer » contiennent le même morphème 容 *rong*. En partageant la même notion, le sens de *contenance* est transformé en *tolérance* dans le domaine physique ou personnel, laquelle est associée aux femmes par l'image de l'eau.

Douceur et faiblesse (mais avec force)

S'il faut choisir un mot pour représenter la métaphore de l'eau, 柔 *rou* est sûrement le meilleur candidat. Il se manifeste 47 fois dans la métaphore de l'eau. Il peut traduire les notions de douceur, de faiblesse, de fragilité ou de mollesse, en fonction des autres éléments avec lesquels il se combine. Quatre combinaisons se présentent fréquemment :

溫柔 *wen rou* « tiède-rou : doux »

柔情 *rou qing* « rou-émotion : tendre/doux »

柔弱 *rou ruo* « rou-faible : faible/fragile »

柔軟 *rou ruan* « rou-mou : mou/doux »

Pourtant, ces mots qui relèvent du champ lexical de la douceur et de la faiblesse sont souvent associés à la force et la puissance. Quelques exemples viennent illustrer ces propos :

(4) 水 « eau » : 看似溫柔卻有力量 « avoir l'air doux mais être en fait très puissant »

(5) 水 « eau » : 柔情似水，心靜如水，因柔能克剛，也能安慰家人的心 « douce et tendre comme de l'eau, apaisée comme de l'eau, car la faiblesse peut conquérir la dureté et reconforter le cœur de la famille »

(6) 水 « eau » : 可塑各種形狀，可以柔情似水也有強大的力量 « pouvoir prendre n'importe quelle forme, être douce comme de l'eau et avoir une force puissante »

Nous pouvons remarquer que l'eau est d'abord le domaine source des attributs abstraits *douce* et *tranquille* représentés par des expressions conventionnelles 柔情似水 « rou-émotion-comme-eau, doux comme de l'eau », 心靜如水 « cœur-tranquille-comme-eau, apaisé comme de l'eau », et 柔能克剛 « rou-pouvoir-conquérir-dureté, la faiblesse peut conquérir la dureté ».

L'association entre ces caractéristiques et l'eau date de Lao Tseu, qui explique en profondeur la Voie et sa philosophie par la métaphore de l'eau. Nous reprenons la citation introduite dans le chapitre 4.3 :

「天下莫柔弱於水，而攻堅強者莫之能勝，以其無以易之。弱之勝強，柔之勝剛，天下莫不知，莫能行。」
《老子第七十八章》

« Il n’y a rien dans le monde
de plus souple et de plus faible que l’eau ;
mais pour attaquer ce qui est dur et fort,
il n’y a rien qui la surpasse,
qui puisse la remplacer.
Que le faible l’emporte sur le fort
et le souple sur le dur. »
(Tao de King, LXXVIII)

Encore une fois, l’association entre ces traits de caractère et l’eau ainsi que le lien établi entre la féminité et l’eau impliquent que les traits illustrés par l’eau sont représentatifs de la féminité.

Le caprice

Dans le monde naturel, on retrouve également l’image de l’eau sous d’autres formes telles que la mer et la pluie qui peuvent causer des désastres naturels comme des inondations ou des tsunamis. Ces grandes perturbations représentent l’inconstance de l’humeur des femmes. Des exemples en sont présentés ci-dessous :

- (7) 水 « eau » : 很柔，但生氣的時候像水犯很可怕 « généralement très douces mais quand elles sont en colère, c’est comparable à une inondation, terrible »
- (8) 水 « eau » : 可以很順，爆發很可怕 « peut être docile, mais quand ça explose, c’est horrible »

Cette notion de grand changement d’eau fait référence à une expression conventionnelle et familiale :

- (9) 水可載舟，亦能覆舟 « l’eau peut faire avancer un bateau mais peut également le renverser »

Cette expression s’appuie sur la nature changeante de l’eau pour décrire un phénomène général : une bonne chose peut avoir deux facettes, positive et négative, tout comme l’eau qui peut transporter ou détruire un bateau. Avec cette expression, les locuteurs reprennent facilement le domaine source de l’eau et l’associent à la versatilité du domaine cible, les femmes.

Une autre raison de choisir l'eau pour dire le changement des émotions des femmes est que les larmes sont également composées d'eau. Ces gouttes d'eau sont donc liées à l'inconstance de l'humeur car, selon les locuteurs, les femmes pleurent facilement et brusquement.

(10) 水 « eau » : 愛掉淚，男人不該讓女人流淚 « ses larmes tombent facilement. Les hommes ne doivent pas faire pleurer les femmes »

L'indispensabilité

On ne peut pas vivre sans eau. Cette indispensabilité de l'eau est comparée au besoin qu'ont les hommes d'avoir une femme. L'eau joue un rôle majeur dans une importante variété de domaines sources tels que la douceur, la souplesse ou bien, naturellement, la source de la vie. De même, les femmes sont également nécessaires en tant qu'elles sont source d'affection, d'amour maternel et, par conséquent, obligatoires pour produire la vie comme le montrent les exemples (11) et (12) :

(11) 水 « eau » : 柔情似水，每個人都需要 « douceur comme de l'eau, tout le monde en a besoin »

(12) 水 « eau » : 女人能孕育生命 « les femmes peuvent donner la vie »

L'infiltration

Par la suite, les femmes sont désignées par l'eau car elles infiltrent les pensées des autres :

(13) 水 « eau » : 追根究底滲¹⁰⁴透你的思想 « investiguer jusqu'au fond, pénétrer les pensées »

Confucius explique la vertu comme un phénomène d'infiltration : « Douce et transparente, elle peut s'infiltrer jusqu'aux plus petits recoins, symbole de méditation »¹⁰⁵. Via la métaphore de l'eau entrant progressivement à l'intérieur des choses (une expérience de l'eau à laquelle chacun a déjà été confronté), on passe ainsi du domaine concret au domaine abstrait pour symboliser une pénétration progressive et durable dans l'esprit.

Changement d'état

Les trois états de l'eau sont également associés aux changements d'apparence et aux caractéristiques des femmes et la glace remplit particulièrement ce rôle.

¹⁰⁴ En mandarin, le concept *s'infiltrer* révèle le lien avec l'eau par la morphologie. Le caractère 滲 *shen*, qui signifie *s'infiltrer*, porte la clé de l'eau « 氵 ». En se combinant avec 透 *tou*, indiquant *partout/à travers*, 滲透 *shentou* exprime *pénétrer dans l'esprit*.

¹⁰⁵ Voir chapitre 4.3.1.

La glace 冰 *bing*, dont la couleur blanche et la nature solide représentent la pureté et la persistance¹⁰⁶, est déjà présente dans les expressions conventionnelles, comme extension de l'eau.

(14) 冰 *bing* « glace » : 外表看起來堅強，但還是水做的 « avoir l'air solide/dur à l'extérieur, mais n'être tout de même que de l'eau »

(15) 冰 *bing* « glace » : 有個性但若受到太陽的照射便會融化 « avoir du caractère mais fond en s'exposant aux rayons du soleil »

L'exemple (14) exprime que même si la glace a une forme solide, sa nature est toujours celle de l'eau sous sa forme liquide. Cela veut dire que même les femmes qui ont l'air forte en apparence possèdent les caractéristiques de l'eau : douceur, faiblesse, souplesse, etc.

L'exemple (15) compare également la dureté de la glace à des caractères forts, en précisant que cette dureté fond au soleil, qui est une autre métaphore de l'affection, notamment de l'amour.

Les trois états et les métaphores de leurs attributs propres se manifestent parfaitement dans l'exemple suivant, réalisé par un nom plus générique 液體 *yiti* « liquide » :

(16) 液體 *yiti* « liquide » : 液體能順應環境變化。有時像霧一樣難捉摸，有時像水一樣柔軟，有時像冰一樣尖銳冷酷 « un liquide peut s'adapter à l'environnement. Il est parfois comme le brouillard, difficile à attraper, parfois comme de l'eau, doux et souple, parfois comme de la glace, acéré et froid »

L'eau est le seul élément dont nous pouvons aisément faire l'expérience sous ses trois états : gazeux, liquide et solide. Les attributs de chaque état correspondent aux facettes diverses des femmes, basés sur la conceptualisation des domaines allant du physique au personnel. Ses variétés et sa complexité montrent également l'importance des substances en concrétisant des qualités de la personnalité dans la culture chinoise.

2. Substances gazeuses

Deux types de substances gazeuses représentant les femmes ont été répertoriées : une occurrence de 空氣 *kong qi* « air » et trois cas de 氧氣 *yang qi* « oxygène » utilisés pour des raisons similaires : l'indispensabilité pour la vie. Un exemple de chaque métaphore est illustré ci-dessous :

(17) 空氣 *kong qi* « de l'air » : 不能沒有他 « on ne peut pas vivre sans cela »

¹⁰⁶ Voir chapitre 4.3.1.

(18) 氧氣 *yang qi* « de l'oxygène » : 在身邊沒有感覺，但沒有卻不行 « on ne le sent pas à ses côtés, mais on ne peut pas vivre sans »

L'utilisation des métaphores est motivée par notre expérience du corps (Gibbs ; 2005 ; Gibbs, Lima, & Francozo, 2004 ; Grady, 1999 ; Kövecses, 1995, 2010b ; Lakoff & Johnson, 1980 ; Yu, 1998). Alors même que le besoin d'air est universel pour les humains, chaque culture prend ou non cette expérience pour point de départ d'un domaine source qui visera à comprendre une autre sphère. Absente dans la langue française, la métaphore gazeuse reste spécifique au mandarin.

3. Terre

Cette catégorie inclut des minéraux mais pas les métaux. Le *sable*, la *terre* et le *carbone* font partie de ce groupe.

Pour le *sable*, en tant que matériau, c'est la complexité à le saisir qui est mise en avant. Examinons l'exemple suivant :

(19) 沙子 *shazi* « sable » : 遍地皆是，抓起時卻無法阻止從指縫中流失，偶爾又會吹進眼裡讓人 流淚 « il est partout, mais quand tu essaies d'en saisir, tu ne peux pas l'empêcher de s'écouler entre tes doigts. Parfois quand le vent te le souffle dans les yeux, il te fait pleurer »

Le fait que le sable puisse s'écouler entre les doigts est comparé avec la difficulté de garder sa femme. Quant à l'expérience du sable qui entre dans les yeux, elle est associée à l'idée de larmoyer, métonymie de pleurer, insistant sur la tristesse liée à l'incapacité de garder sa femme.

La terre, comme l'eau, est indispensable pour nourrir la vie. La motivation à sélectionner une métaphore évoquant la terre est similaire à celle qui entraîne le choix d'une métaphore évoquant l'eau : elle peut donner la vie tout autant que produire des désastres naturels. En voici une illustration :

(20) 土 *tu* « terre » : 有時能孕育萬物有時卻像土石流掩沒一切 « parfois elle donne la vie aux créatures, parfois elle inonde tout comme une coulée de boue »

Une coulée de boue se compose de terre et d'eau. Les interprétations de l'eau interviennent donc ici de la même manière que dans l'expression conventionnelle (voir l'exemple (9)) 水能載舟，亦能覆舟 « l'eau peut faire avancer un bateau mais peut également le renverser ».

Enfin, 木炭 *mutan* « carbone » est également interprété en lui joignant un autre élément, le feu :

(21) 木炭 *mutan* « carbone » : 經過大火的歷練，越燒越更能顯示她的堅強 « plus il a subi les dures épreuves du feu, plus sa force apparaît »

La chaleur du feu est comparée à de dures épreuves. Le comportement du carbone qui endure les assauts répétés du feu représente la force des femmes qui rencontrent des difficultés dans la vie.

4. *Éléments métalliques*

Deux métaux sont adoptés dans des métaphores exprimant la force et l'endurance des femmes qui affrontent des difficultés : l'*or*, l'*acier* et le *fer*¹⁰⁷.

(22) 金子 *jinzi* « or » : 脆弱不易保存，但卻經得起淬鍊 « fragile et difficile à conserver, mais il arrive à passer les épreuves »

(23) 鋼鐵 *gang tie* « acier et fer » : 堅強 *jian qiang* « solide et fort »

De nouveau, les propriétés physiques de ces métaux sont comparées à des traits de personnalité ce qui permet de mieux comprendre ce domaine abstrait chez les humains.

5. *Le feu*

Passons maintenant à la métaphore du feu lorsqu'elle sert à décrire les femmes. La raison première de ce choix est la même que pour l'eau : le fait que sa nature peut aider ou détruire.

(24) 火 *huo* « feu » : 小火很暖，大火很危險 « un feu doux réchauffe, un grand feu est dangereux »

L'autre motif est la mauvaise humeur :

(25) 火 *huo* « feu » : 脾氣火(*huo*) « humeur-feu, avoir une mauvaise humeur ».

Des études sur les métaphores des émotions révèlent que la colère est représentée par la chaleur qui se manifeste suite à des effets physiologiques : quand nous sommes en colère, la température du corps augmente, ce qui, par corrélation, aboutit à la métaphore conceptuelle LA COLÈRE EST LA CHALEUR (ANGER IS HEAT, Chen, 2010 ; Gibbs et al., 1997 ; Kövecses, 2003, 2005, 2010b ; Lakoff & Johnson, 1980 ; Lakoff & Kövecses, 1987 ; Yu, 1995, 2008). De plus, dans la culture chinoise, Yu (1995, 1998) a montré que la colère est spécifiquement comparée au feu ce qui nous donne la métaphore conceptuelle : LA COLÈRE EST DU FEU (ANGER IS FIRE). Avec cette conceptualisation, le feu représentant la colère est subséquentement associé aux femmes de tempérament chaud.

¹⁰⁷ 鋼鐵 *gang tie* « acier-fer » : Même si ce sont deux métaux différents, ils forment un lexique au lieu de deux.

6. Autres substances

D'autres éléments moins représentatifs comprennent le *verre*, le *coton*, la *soie* et le *caoutchouc*, dont les comportements physiques sont transmis au domaine personnel.

Le *verre* (玻璃 *boli*) se compare à la fragilité mentale et physique malgré une impression de solidité :

(26) 玻璃 *boli* « verre » : 看似堅硬其實脆弱 « avoir l'air dur mais être en fait fragile »

(27) 玻璃 *boli* « verre » : 心靈上或身體上都很容易受傷 « se blesser facilement : mentalement ou physiquement »

La *soie* et le *coton* sont sélectionnés pour leur mollesse 柔軟 *rou ruan*, dont le morphème 柔 *rou* apparaissait déjà fortement en collocation avec 溫 *wen* « chaud/doux ». L'association entre 溫柔 « doux » et le coton est donc établie.

(28) 絲綢 *sichou* « soie » : 柔軟 (*rou ruan*) « mou, doux, souple »

(29) 棉花 *mian hua* « coton » : 溫柔 (*wen rou*) « doux »

Enfin, la plasticité du caoutchouc est utilisée pour exprimer la souplesse et l'adaptabilité des femmes.

(30) 橡皮 *xiang pi* « caoutchouc » : 可塑性很高 « avoir une bonne plasticité/ flexibilité »

Gardons en tête que le mot lié à une substance représentant les femmes avec le plus de pertinence est 柔 *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple ». Examinons dorénavant le sexe opposé en continuant notre exploration du domaine SUBSTANCES.

6.1.1.2 LES HOMMES SONT DES SUBSTANCES

Le domaine SUBSTANCES est également considérable pour les métaphores décrivant des hommes : 82 occurrences représentent 13% de l'ensemble des métaphores. Comme pour les femmes, les catégories sont claires malgré leur moindre quantité. En revanche, la distribution est plus éparse que dans le cas des femmes. Nous présentons les catégories principales : la *Pierre*, le *bois*, le *feu*, les éléments métalliques, la *terre*, et l'*air*.

1. Matière minérale

Ce groupe inclut le nom générique 石頭 *shitou* qui peut représenter toute matière minérale ou plus ordinairement, une pierre/un caillou.

石頭 *shitou* est présent dans 29 occurrences, soit 35% de ce domaine source. Contrairement aux femmes représentées par 軟 *ruan* « doux, tendre, flexible, mou, fragile, faible », les

métaphores liées aux hommes contiennent souvent son antonyme 硬 *ying*, ce qui peut correspondre aux notions « dur, solide, ferme, rigide, insensible et têtu ». Des exemples sont répertoriés accompagnés d'une première traduction littérale et, au besoin, d'une seconde plus libre :

- (1) 石頭 *shi tou* « pierre » : 堅硬(*ying*) « dur, solide »
- (2) 石頭 *shi tou* « pierre » : 剛硬(*ying*) 堅強不輕易流淚 « dur et solide, ne pas pleurer facilement »
- (3) 石頭 *shi tou* « pierre » : 很笨脾氣很硬(*ying*) « stupide, avoir une humeur dure » / « avoir un fort caractère »
- (4) 石頭 *shi tou* « pierre » : 腦子、情感硬(*ying*) 的不會變通 : « avoir le cerveau et des émotions dures, ne pas savoir comment s'adapter » / « mentalement rigide, ne pas savoir comment s'adapter »
- (5) 石頭 *shi tou* « pierre » : 遇到問題總是喜歡硬(*ying*) 碰硬(*ying*) 去解決 « « quand ils affrontent des problèmes, ils les résolvent en opposant la dureté à la dureté » / « quand ils affrontent des problèmes, ils les résolvent par la force »

L'association entre 石頭 *shitou* « pierre » et les hommes est parallèle avec celle entre 水 *shui* « l'eau » et les femmes. Le domaine physique qui se réfère à la dureté des minéraux est utilisé pour comprendre des domaines abstraits.

Dans l'exemple (1) la dureté et la solidité décrivent concrètement la matière. Dans l'exemple (2), l'attribut *dur* est employé pour évoquer les caractéristiques personnelles *dur* et *fort*, à l'instar de (3) et (4), où la dureté est adoptée pour appréhender un caractère difficile, la psychorigidité ou l'indifférence. Enfin, la façon dont on affronte une situation de manière dure ou dont on se confronte directement à une situation en créant des conflits par exemple, est également représentée par le même mot *ying* (5).

De plus, on notera l'emploi du nom générique 礦物 *kuan wu* (littéralement minéral), et de noms spécifiques permettant de se référer aux minéraux tels que : 雲母 *yun mu* « mica » et 鑽石 *zuan shi* « diamant ».

Les caractéristiques de ces minéraux sont comparées aux traits de caractère des personnes comme on les compare également aux caractéristiques de *shitou* « pierre ».

La composition des minéraux est simple et est comparée à la personnalité des hommes :

- (6) 礦物 *kuan wu* « minéraux » : 硬(*ying*) , 看似無變化單一質量 « dur, avoir l'air uniforme, ayant la même matière »

Le mica, dont les caractéristiques sont qu'il est dur à l'extérieur mais facilement friable, est comparé à celles de l'air, fort en apparence mais fragile, comme l'intérieur des hommes.

- (7) 雲母 *yun mu* « mica » : 看起來很硬(*ying*)，其實很脆弱 « paraître dur mais être en fait très fragile »

Enfin, l'homme peut être vu comme un diamant enveloppé par des minéraux ordinaires :

- (8) 包著礦的鑽石 *bao zhe kuang de zuan shi* : « diamant enveloppé par des minéraux » :
沒教(*mei jiao*)就永遠是顆石頭，但經琢磨後卻是最閃亮的
« si on ne les instruit pas, ils sont comme les pierres, mais une fois sculptés et polis il sont les plus brillants »

Un diamant doit être « sculpté et poli » pour valoir quelque chose. Le polissage des minéraux représente le processus de formation de l'homme à jouer son rôle (social / d'homme / dans la société).

Ce procédé est passif. L'usage de 沒教 « si on ne les instruit pas » montre que l'agent dans le cas du diamant peut se comprendre comme la société ou les femmes, qui forment les hommes pour qu'ils deviennent ce qu'ils doivent être.

2. Bois

Les métaphores utilisant 木 *mu* ou 木頭 *mu tou*¹⁰⁸ « le bois » pour décrire les hommes dépendent également des métaphores existantes dont le domaine source est le bois. En mandarin, le bois est employé pour exprimer les qualités « simple et franc, mais aussi insensible et indifférent ». La morphologie 木訥 *mu na*, littéralement « bois-retard », signifie « sincère, simple mais lent à s'exprimer ». Les motivations pour sélectionner le bois sont fortement liées au lexique du 木訥 *mu na* et aux expressions conventionnelles qui constituent une partie de la composition. Voici deux expressions fixes utilisées par les locuteurs :

- (9) 木 *mu* 訥 *na* 寡 *gua* 言 *yan*
bois lent à la parole peu mots
« sincère et honnête mais lent à parler »
- (10) 剛 *gang* 毅 *yi* 木 *mu* 訥 *na*
dur/solide résolu bois lent à la parole
« résolu et lent à s'exprimer »

¹⁰⁸ 頭 *tou* est un suffixe courant en mandarin qui s'attache aux noms sans changer leur sens. C'est une des caractéristiques du mandarin moderne qui préfère un mot dissyllabique à la place d'un mot monosyllabique.

Ces expressions ne portent pas de connotation péjorative malgré l'attribut *lent à parler*. En effet, pour Confucius, 剛毅木訥 *gang yi mu na* est un composé de quatre caractéristiques qui sont proche du 仁 *ren*¹⁰⁹ « la bienveillance » :

- (11) 剛 *gang*、毅 *yi*、木 *mu*、訥 *na*、近仁 *ren*。 « fort, résolu, simple, lent à la parole, si une personne possède ces qualités, nous pouvons dire qu'elle est bienveillante »

Cependant, cette caractéristique du *bois* peut être aussi défavorable. Lié à la dureté, le bois est perçu comme un matériau rigide et inflexible. Les exemples suivants le montrent. Les trois premiers (12)-(14) illustrent la dureté et l'inflexibilité, tandis que les deux autres (15)-(16) concernent l'insensibilité.

- (12) 木頭 *mu tou* « bois » : 總是硬梆梆 « toujours très dur » / « toujours très rigide »
- (13) 木頭 *mu tou* « bois » : 頑固 « têtu »
- (14) 木頭 *mu tou* « bois » : 腦子、情感硬的不會變通 « psychologiquement et émotionnellement rigide, ne pas savoir s'adapter »
- (15) 木頭 *mu tou* « bois » : 不擅表達 « pas doué pour s'exprimer »
- (16) 木頭 *mu tou* « bois » : 不解風情 « ne pas comprendre les sentiments romantiques »

En français, ces extensions métaphoriques du bois sont également valides. Selon le TLFi, dire d'une personne qu'elle est *en bois* signifie qu'elle est de nature fruste, de caractère rude, dépourvue de sensibilité et l'expression *avoir une tête de bois* est employé pour commenter une personne entêtée.

3. Feu

Sept occurrences de métaphores portant sur 火 *huo* « feu » ont été identifiées. Ainsi, la mauvaise humeur, l'impulsivité, l'énergie et la force sont soulignées par la métaphore du feu. Nous avons expliqué dans la partie précédente que la colère est représentée par le feu sous la métaphore conceptuelle LA COLÈRE EST DU FEU (ANGER IS FIRE, Chen, 2010 ; Yu, 1995, 1998) dans la culture chinoise. Dans l'exemple ci-dessous, les hommes sont comparés au feu car les gaz sécrétés par la rate vont et viennent très rapidement :

- (18) 火 *huo* « feu » : 脾氣¹¹⁰ 來得快去得快 « la colère monte très vite mais redescend tout aussi vite »

¹⁰⁹ Le *Ren* est un concept crucial de l'éthique du confucianisme, une vertu d'humanité et de mansuétude, qui peut se traduire par *bienveillance* (Cheng, 1981, 1997).

¹¹⁰ 脾氣 *pi qi* « spleen gaz »/« humeur, tempérament ». Selon la théorie de la médecine chinoise, les émotions dépendent des organes internes et le *qi* est du gaz dans le corps.

Avec cette conceptualisation des émotions et des organes, Yu (1995) montre que les métaphores émotionnelles se basent sur les expériences du corps. En outre, dans le système Yin-Yang, le feu représente le Yang, lequel est associé à la masculinité par rapport au Yin, la féminité, qui est quant à elle représentée par l'eau. Cela peut expliquer pourquoi quand les femmes sont comparées à l'eau, leurs homologues masculins en tant que feu forment avec elles une paire de métaphores des deux sexes.

Par ailleurs, le rapport du feu et de la masculinité fait ressortir d'autres motivations. 剛強 *gang qiang* et 剛烈 *gang lie* partagent le même lexique 剛 *gang*, qui peut correspondre aux notions *dur, ferme, fort, inflexible* et *constant*. Il s'agit une nouvelle fois d'antonymes de 柔 *rou* qui représentent les adjectifs *mou, faible, doux* et *flexible*. En effet, les combinaisons ayant recours à 剛 *gang*, parmi lesquelles 剛強 *gang qiang* et 剛烈 *gang lie*, sont toutes des synonymes qui servent à décrire l'intensité de la force. Par conséquent, l'idée de force qui est intimement liée à la masculinité autorise d'y associer le feu qui partage avec elle cet attribut.

En outre, le comportement du feu, parfois hors de contrôle, fait écho à l'impulsivité des hommes. Enfin, la chaleur et la lumière du feu peuvent être comparées à l'attribut *énergique*, comme avec le soleil : la bonne humeur est comparée à un lieu éclairé ou qui réchauffe. La caractéristique *énergique* induit une sensation chaleureuse, représentée ici par le feu.

4. *Éléments métalliques*

Onze métaphores associant les hommes à des métaux ont été dénombrées, dont trois occurrences de 鐵 *tie* « fer », quatre de 鋼 *gang* « acier » et quatre de la combinaison 鋼鐵 *gang tie* « fer et acier » associées en raison du sens métaphorique qu'implique leur matière dure et solide. Trois cas de 鐵 *tie* « fer » sont utilisés en combinaison lexicale avec *gang* et ses synonymes, signifiant *dur* et *solide* représentant le Yang, la masculinité :

(19) 鐵 *tie* « fer » : 陽剛 (*yang gang*) , 壯 « masculin-dur, fort : masculin et fort »

(20) 鐵 *tie* « fer » : 剛硬 (*gang ying*) « dur-dur : dur »

(21) 鐵 *tie* « fer » : 剛強 (*gang qiang*) « dur-fort : fort »

鋼 *gang* « acier » est un homophone de 剛 *gang* : ils partagent à la fois un même son et le sens de *dureté* et les motivations poussant à l'utilisation de 陽剛 *yang gang* « masculin » et 剛硬 *gang ying* « dur » avec le fer sont également valables pour l'acier.

Par ailleurs, un autre mot 堅強 *jian qiang* composé de 堅 *jian* exprime « solide » et de 強 *qiang* « fort » ressort pour décrire les hommes. Et l'acier est également métaphorisé pour souligner la masculinité en dehors du champ lexical propre aux métaux. L'exemple (22)

explique qu'il est attendu des hommes qu'ils soient forts et qu'ils ne pleurent pas aisément ; le suivant (23) lie le chauvinisme à l'acier. Ces associations sont ici basées sur le fait que 鋼 *gang* est connoté comme masculin et non sur son rapport au métal.

(22) 鋼 *gang* « l'acier » : 鋼(*gang*) 硬(*ying*) 堅強(*jian qiang*) , 不輕易流淚 « dur et fort, ne pas pleurer facilement »

(23) 鋼 *gang* « l'acier » : 沙文主義 « chauvinisme »

Enfin, la combinaison de ces deux matières représente une notion générale de solidité et de fermeté, réalisée par le lexique 堅 *jian* « solide, ferme ». Les caractéristiques qui contiennent ce caractère sont liées aux hommes, et comprennent la *force*, la *persévérance*, l'*insistance* et l'*obstination*. En voici des exemples :

(24) 鋼鐵 *gang tie* « fer et acier » : 堅(*jian*)強 « solide-fort : fort »

(25) 鋼鐵 *gang tie* « fer et acier » : 堅(*jian*)持(*chi*)毅力 « l'insistance, la persévérance »

(26) 鋼鐵 *gang tie* « fer et acier » : 堅(*jian*)硬固執 « solide, dur, obstiné »

Dans l'exemple (25), 持 *chi* signifie *maintenir*, qui dans le mot 堅持 *jian chi* est associé à la persévérance. Dans (26), 堅 *jian* est associé à 硬 *ying*, signifiant *dur* et le tout signifie métaphoriquement « être obstiné / têtu ».

Par ces exemples, nous remarquons que la métaphore provient régulièrement des réseaux sémantiques : le centre représente le sens original. Son sens métaphorique est établi en y ajoutant d'autres lexiques. Enfin, une image qui correspond à cette extension est sélectionnée comme candidate du domaine source.

1. La caractéristique *ying* « dur » provient de *gang tie* « acier et fer »
2. *jian* se combine avec *ying*, donnant *jian ying*, signifiant également « dur »
3. Le sens métaphorique de *jian ying* « têtu/obstiné » émerge
4. Le sens « têtu/obstiné » est associé à *gang tie*

5. Terre

「女兒是水做的骨肉，男人是泥作的骨肉。我見了女兒，我便清爽；見了男子，便覺濁臭逼人。」(紅樓夢) « Les femmes sont composées d'eau alors que les hommes sont faits de boue. En voyant les femmes, je me sens frais ; en voyant les hommes, je me sens mauvais. »¹¹¹ (*Le rêve dans le pavillon rouge*)

¹¹¹ La traduction de l'auteure. Cf. l'édition moderne : Cao (2019).

Cette citation provient d'un roman majeur de la littérature chinoise, *Hong lou meng* 紅樓夢 *Le rêve dans le pavillon rouge*. Cette phrase n'est pas une invention totale de l'auteur ; il a fondé sa conceptualisation des deux sexes sur une convention : les femmes sont comparées à l'eau, alors que les hommes sont une matière solide, le sol. Le sol et l'eau mélangés donnent de la boue, 泥 *ni*. Ce concept est si profondément enraciné dans la culture chinoise que les locuteurs les utilisent fréquemment sous forme de paire dans leurs productions métaphoriques.

(27) 泥 *ni* « boue » : 臭 « ça sent mauvais »

(28) 泥 *ni* « boue / sol » : 因為泥需要水才能做事(種植之類的) « car le sol a besoin d'eau pour pouvoir être travaillé (pour planter par exemple) »

L'exemple (27) fait référence à la citation du *rêve dans le pavillon rouge* en exprimant que les hommes ne sentent pas bon. Dans (28), la relation entre les deux sexes est représentée par la relation entre les éléments : les hommes ont besoin des femmes comme le sol a besoin d'eau pour pouvoir être fertile. Cette relation interne entre les éléments sera développée plus en profondeur dans le chapitre 8 portant sur l'interprétation culturelle.

De plus, un autre terme qui mélange la *boue* et la *terre* est mis au jour. L'exemple (26) décrit l'état du sol plutôt que la boue par l'ajout de 土 *tu* « sol / terre ». Il renvoie ainsi à une matière dure, qui manifeste une utilisation métaphorique : *têtu*.

(29) 泥土 *nitu* « sol » : 固執 « têtu »

Rappelons que 土 *tu* « sol » est également utilisé pour décrire les femmes, la façon dont l'eau est incorporée y est différente en fonction du sexe : pour les femmes, *une coulée de boue* se produit à cause de l'intervention de l'eau. Pour leurs homologues masculins, le sol, un élément dur, est ce qui reste une fois l'eau retirée.

6. Matériaux gazeux

L'air et l'oxygène renvoient à l'indispensabilité des femmes. Leur emploi pour les hommes est moins évident. Il existe deux occurrences de 空氣 *kong qi* « l'air », dont une décrivant les hommes pour leur indispensabilité, et l'autre simplement pour leur omniprésence.

On notera la paire de métaphores suivantes décrivant les femmes comme de l'oxygène et les hommes comme du dioxyde de carbone. Les raisons en sont illustrées ci-dessous :

(30) 女人是氧氣 : 生命必需品 « les femmes sont de l'oxygène car elles sont indispensables dans la vie »

(31) 男人是二氧化碳：與氧氣相輔相成 (呼 / 吸) « les hommes sont du dioxyde de carbone car ils complètent l'oxygène (inspirer / expirer) »

De nouveau, la complémentarité entre les deux sexes est représentée par les éléments et leur interaction avec les humains (inspirer et expirer). Cette mise en scène fait fusionner la nature et les humains en soulignant leur relation complémentaire, ce que dévoile l'essentiel des métaphores concernant les deux sexes en mandarin.

7. *Autres*

D'autres éléments moins représentatifs comprennent 沙 *sha* « sable », 玻璃 *bo li* « verre », et 橡皮 *xiang pi* « caoutchouc ». Les raisons de ces choix pour décrire les hommes sont comparables à ceux faits pour décrire les femmes. Le sable est utilisé en référence au fait qu'il est difficile à saisir ; le verre en raison de son apparence dure cachant une nature fragile et le fait qu'il est facile à briser ; enfin, le caoutchouc dont la plasticité représente la flexibilité des hommes.

Conclusion du domaine NATURE – SUBSTANCE

Dans le domaine SUBSTANCE, les caractéristiques physiques des matériaux sont convoquées pour représenter des traits de personnalité. Les notions essentielles des deux sexes sont consistantes : le concept noyau des femmes demeure 柔 *rou*, correspondant au Yin dans le système philosophique Yin-Yang qui exprime les attributs opposés et complémentaires. Sous ce lexique 柔 *rou*, nous trouvons les modificateurs indiquant un amoindrissement de l'intensité : *faible, fragile, mou, doux*, mais en même temps *flexible et adaptable*. Dans la culture chinoise, 水 *shui* « l'eau » peut inclure tous ces traits de personnalité, ce qui en fait le meilleur choix pour y comparer les femmes.

Au contraire, les hommes sont représentés par les antonymes de 柔 *rou*, principalement 剛 *gang* « dur, rigide » 硬 *ying* « dur » et 堅 *jian* « solide », qui sont tous utilisés comme des synonymes servant à préciser le degré de résistance d'objets différents. Les substances illustrant ces concepts comprennent les métaux, le bois et le feu.

Une autre sous-catégorie de NATURE interagit de façon considérable avec le Yin-Yang, il s'agit de la VUE PANORAMIQUE dont nous allons parler maintenant.

6.1.2 Domaine NATURE (2/2) – VUE PANORAMIQUE

Les métaphores qui ont recours à l'image de la vue panoramique représentent 14% des occurrences recensées. Le système Yin-Yang joue un rôle prépondérant dans ce domaine où les éléments naturels qui appartiennent à Yin sont associés aux femmes et ceux liés à Yang

aux hommes. Par exemple, le soleil est conceptualisé en tant que Yang et la lune en Yin, le premier est donc employé pour décrire les hommes et la seconde les femmes. De même, les hommes sont associés au ciel et les femmes à la terre, ou encore les uns aux montagnes et les autres à la mer. Ces expressions apparaissent par paires. D'autres types ne forment pas de paire en raison de traits de personnalité spécifiquement liés à un sexe (ex. *douce* pour la femme).

6.1.2.1 LES FEMMES SONT LA VUE PANORAMIQUE

Nous avons découvert 98 occurrences des noms liés à l'idée de NATURE, ce qui représente 15% des métaphores liées aux femmes.

1. Lune

La lune 月亮 *yueliang* représente un quart du domaine VUE PANORAMIQUE avec 23 occurrences. Son importance provient du type en lui-même qui est associé à Yin, désignant la féminité. Les caractéristiques soulignées comprennent la lumière, la douceur, l'amour maternel, le cycle menstruel, le caprice, et l'influence des expressions conventionnelles.

Cette métaphore va souvent de paire avec celle décrivant les hommes comme le soleil : la notion originale de Yin-Yang découle justement des états clairs et sombres. En chinois simplifié, le caractère Yin 阴 porte comme composant *yue* 月, la lune, alors que pour Yang 阳 c'est *ri* 日, le soleil.

Bonheur et Guidage

La lune qui brille doucement dans la nuit est similaire aux métaphores du soleil que nous avons déjà analysées. Dans LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE (HAPPINESS IS LIGHT : Kövecses, 2008 ; Sullivan, 2006 ; Yu, 1995), l'état psychologique se rapporte à un lieu et la source de la lumière représente la raison du bonheur. Un lieu éclairé est l'image de la bonne humeur. La deuxième fonction de la lumière est de guider, surtout la nuit. Les deux exemples suivants expliquent ces motivations :

(1) 月亮 *yueliang* « lune » : 照亮每一個世界 « éclairer chaque monde »

(2) 月亮 *yueliang* « lune » : 在看似黑暗的夜空裡，有著明亮的存在 « dans la nuit sombre demeure une existence lumineuse »

Modestie

La différence entre le soleil et la lune en tant que sources de lumière est que la clarté lunaire ne réchauffe pas la terre. La lune est alors conceptualisée comme un soutien discret. Dans les

métaphores associant la lune à l'idée de modestie, la chaleur et la clarté sont comparées à l'activité et à la visibilité ce qui dénote leur importance dans la vie sociale.

Traditionnellement, les hommes sont mis en avant et jouent un rôle actif et principal dans la famille et la société. Ces fonctions sont mises en parallèle avec le soleil dont la lumière est comparée avec l'activité des hommes tandis que la passivité et les rôles complémentaires sont compris par la clarté douce de la lune. En voici quelques exemples :

(3) 月亮 *yueliang* « lune » : 月球不像太陽般的熾熱，卻願意一直默默陪伴著 « la lune n'est pas comme le soleil, aussi bouillant, mais elle t'accompagne silencieusement pour toujours »

(4) 月亮 *yueliang* « lune » : 溫和皎潔，不會大大散發自己的光芒 « douce et claire, n'éblouit pas »

Ces deux descriptions illustrent bien la façon dont les femmes sont traditionnellement perçues dans la culture chinoise : elles ne doivent pas trop se montrer mais il faut qu'elles soient toujours là pour soutenir et accompagner les hommes.

Douceur

L'image de la lumière indirecte et claire est la motivation la plus importante pour utiliser une métaphore contenant la lune : 溫柔 *wenrou*, littéralement « tiède-douce ». La morphologie de *wenrou* se rapporte à d'autres motivations qui convoquent la lune : 溫暖 *wen nuan* « tiède / doux » en raison de *wen* ; 溫和 *rou he* « doux » et 溫情 *rou qing* « affectueux » au travers de *rou*.

Lunatique

Le trait de caractère 陰 *yin* « lunatique » est associé à la lune pour de nombreuses raisons. En premier lieu, comme le sens original de Yin est *sombre*, Yin est adopté pour décrire l'ombre qui couvre la lune. Le sens littéral de Yin, qui relève du domaine physique, est (ici ?) doublé d'un sens figuré relevant du domaine émotionnel. Etant donné que l'ombre recouvre régulièrement tout ou partie de la surface visible de la lune, cette obscurité a été associée à des émotions négatives :

(5) 有 陰 *yin* 暗 面， 陰 *yin* 晴 *qing* 不定 *buding*
avoir sombre sombre côté nuageux ensoleillé incertain
« avoir des émotions négatives, lunatiques »

La deuxième raison de cette association provient d'une expression conventionnelle *yin qing bu ding*, où Yin représente le temps nuageux. Le temps qu'il fait est habituellement utilisé

pour concrétiser les humeurs comme dans la métaphore LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE (HAPPINESS IS LIGHT : Kövecses, 2008 ; Sullivan, 2006 ; Yu, 1995), une expression qui associe indirectement la lune :

l'ombre sur la lune → Yin (sens sombre) → domaine du temps (météo) → domaine émotionnel

Voici l'expression conventionnelle liée à la lune qui concerne *yin* et *qing* « nuageux et ensoleillé » :

(6) 陰 *yin* 晴 *qing* 圓 *yuan* 缺 *que*¹¹²
sombre claire ronde manquant
« la lune s'obscurcit ou brille, elle croît ou décroît »

Cette expression est tirée d'un poème classique où la croissance et la décroissance de la lune sont comparées à l'inconstance des humains : tantôt tristes, tantôt heureux ; tantôt réunis, tantôt séparés. En appliquant cette tournure aux femmes, nous interprétons que les émotions et l'apparence des femmes sont perçues comme instables.

Menstruation

Une raison d'associer les femmes à la lune concerne leur cycle menstruel, comme l'explicite l'exemple ci-dessous :

(7) 月亮 *yue liang* « lune » : 月經(*yue jing*)一個月一次 « la menstruation se produit une fois par mois »

Le mot 月 *yue* « la lune, mensuel » est intégré dans la morphologie de la menstruation : *yue jing* en mandarin, littéralement « lune période ». La relation étroite entre les femmes et la lune est donc ici explicite.

En outre, comme la lune influence les marées, la fluctuation des vagues est comparée au changement d'humeur :

(8) 月亮 *yue liang* « lune » : 心情的起伏像月亮影響潮汐 « le changement d'humeur est comme l'influence de la lune sur la marée »

Créer un lien indirect entre la lune et les émotions des femmes implique donc que la lune produit également un effet sur les femmes.

¹¹² 蘇軾《水調歌頭·丙辰中秋》：人有悲歡離合，月有陰晴圓缺，此事古難全。 « People have sorrow and joy; they part and meet again. The moon dims or shines; it waxes or wanes. »

D'autres expressions

D'autres expressions conventionnelles ou chansons impliquant la lune permettent aux locuteurs l'usage de métaphores genrées impliquant cet astre. En voici deux exemples :

(9) 月亮 *yue liang* « lune » : 被很多男生追求 « être poursuivie par beaucoup de garçons »

Cette métaphore est basée sur une expression 眾星拱月 *zheng xing gong yue* « de nombreuses étoiles encerclent la lune » qui signifie qu'une personne est le centre de l'attention des autres. En utilisant cette expression comparant les femmes à la lune, le locuteur assimile également les hommes aux étoiles, ce qui met l'accent sur la relation active-passive des hommes-femmes.

Des paroles de chansons jouent également un rôle de vecteur. Une chanson très commune pour les enfants compare la mère à la lune. Voici le début de la chanson :

(10) 母親像月亮一樣照亮我家門窗 « maman est comme la lune, éclairant la fenêtre et la porte de chez moi »

Cette image est expliquée par ces deux métaphores que nous avons déjà explicitées : LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE et LE GUIDAGE EST LA LUMIÈRE.

Ces deux occurrences renforcent l'importance des métaphores existantes concernant le domaine source qui nous occupe actuellement, et ces expressions conventionnelles sont reprises par les locuteurs et reliées à un certain sexe pour former leurs propres métaphores.

Dans la même lignée, l'occurrence du mot *étoiles* comporte des caractéristiques similaires à la lune : l'accompagnement et le guidage.

(11) 星星 *xingxing* « étoiles » : 永遠陪伴，指引方向 « accompagner pour toujours, guider la direction »

2. Eau (en tant que catégorie)

Rappelons que le type *shui* « eau » dans le domaine SUBSTANCES est présent dans le plus grand nombre de métaphores. De nombreux éléments naturels composés d'eau partagent les mêmes caractéristiques agrémentées des traits spécifiques du paysage. Cette catégorisation comprend la *mer*, les *vagues*, les *rivières*, les *ruisseaux*, la *source d'eau*, la *pluie*, la *neige* et les *nuages*.

a) mer/océan

La mer, ou l'océan 海 *hai* représente amplement cette catégorie de l'eau avec 14 occurrences parmi les 38 cas recensés. Les raisons de ce choix des locuteurs sont principalement corrélées à celles de la sélection de l'eau : le changement brusque, la tolérance, la douceur,

l'engendrement de la vie. Des caractéristiques plus spécifiques à la mer sont également présentes : folie et profondeur.

Profonde, imprévisible, changeante mais tolérante et charmante

La profondeur et l'imprévisibilité sont employées pour se référer à la personnalité des femmes : elles sont difficiles à connaître et il est compliqué de lire leurs émotions et humeurs. En même temps, les femmes sont tolérantes comme la mer qui contient des créatures de toutes sortes. Ces traits sont fréquemment mêlés l'un avec l'autre. Voici quelques exemples :

(12) 海 *hai* « mer » : 具包容卻(*que* « mais »)也瘋狂 « tolérante mais aussi folle »

(13) 海 *hai* « mer » : 心情總是捉摸不定但(*dan* « mais »)包容性大 « d'humeur imprévisible mais très tolérante »

Comme dans le cas de l'*eau* que nous avons vu précédemment, ces motivations contiennent des caractéristiques à la fois positives et négatives, manifestées par des mots de transitions qui signifient *mais* : 卻 *que* et 但 *dan*.

Le dictionnaire contient cette expression conventionnelle : 女人心, 海底針¹¹³ *nüren xin*, *haidizhen* « le cœur des femmes, l'aiguille au fond de la mer », qu'il faut comprendre comme : « (comprendre) la pensée des femmes est aussi difficile que de trouver une aiguille dans la mer ».

(14) 大海 *da hai* « mer » : 女人心(*nüren xin*)總難億測 « le cœur des femmes est toujours difficile à comprendre »

Dans cette dernière expression, le cœur des femmes est, quoiqu'implicitement, comparé à la mer. Ceci est soutenu par l'explication du locuteur reprenant la première partie de la locution *nüren xin* « le cœur des femmes ».

Douce et souple mais destructrice

Une des facettes changeantes de la mer est son degré de tranquillité, qui est lui aussi comparé à la douceur des femmes :

(15) 海 *hai* « mer » : 寧靜, 柔和 « tranquille, douce »

La nature de l'eau comme de la mer, est de pouvoir être douce et simultanément destructrice tout comme la mère des créatures, qui a le pouvoir d'engendrer et de ruiner la vie.

(16) 海洋 *hai yang* « océan » : 萬物的母親可柔軟可摧毀 « la mère des créatures, peut être douce et destructrice »

¹¹³ Voir chapitre 4.2.1, l'exemple (7).

b) Vague

La vague 海浪 *hailang* est caractérisée par les mouvements constants qui se produisent à la surface d'une masse d'eau. Deux attributs de celle-ci sont transposés au domaine humain : les humeurs et la diligence.

En premier lieu, la fluctuation des vagues est comparée aux hauts et aux bas émotionnels qu'une personne peut éprouver. Cela correspond à la métaphore conceptuelle HAPPINESS IS UP, SADNESS IS DOWN (Lakoff & Johnson, 1980). Comme le montre l'exemple (17) :

(17) 海浪 *hailang* « vagues » : 心情總起伏不定 « les humeurs sont toujours fluctuantes »

En deuxième lieu, la régularité des mouvements des vagues est assimilée à la diligence vue comme le travail sans relâche effectué par la femme au sein du foyer :

(18) 海浪 *hailang* « vagues » : 總是持續作著自己的工作(照顧家庭) « faire toujours son travail sans cesse (s'occuper de la famille) »

c) Ruisseaux

Le terme 溪 *xi* « un ruisseau ou une fleuve » représente également une métaphore importante. Une locutrice a choisi d'utiliser le ruisseau en se basant sur une expression conventionnelle *di shui chuan shi* :

(19) 溪 *xi* « ruisseau » : 滴水穿石 (*di shui chuan shi*) « une goutte d'eau peut pénétrer une roche ».

Appliquée aux femmes, cette image implique que la persévérance peut conquérir la dureté. Selon cette même locutrice, le pouvoir des femmes est doux mais persistant par rapport au pouvoir des hommes, très rapide et direct.

d) Fleuves

Plus grand et important que les ruisseaux, 河流 *heliu* « le fleuve » est une ressource essentielle pour la vie humaine. Sa fonction nourricière pour la terre est comparée aux femmes pour leur productivité.

(20) 河流 *heliu* « un fleuve » : 供養土地水源，滋養萬物 « fournir à la terre de l'eau, nourrir toutes les créations »

e) Eau courante

La notion plus générale de 流水 *liu shui* « l'eau courante » peut englober les rivières et les fleuves et donc leurs caractéristiques. La douceur, la force sans forme, et une existence

constante sont mises en avant. Ces attributs sont conformes aux qualités de Yin en tant que le noyau de la féminité 柔 *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple » est associé de la dureté comme le montrent les exemples ci-dessous :

(21) 流水 *liu shui* « eau courante » : 無形但強悍 « sans forme mais fort et dur »

(22) 流水 *liu shui* « eau courante » : 心思細膩(*xinsi xi ni*) , 細水長流(*xi shui chang liu*),
« sentimental, écoulement de l'eau fine en permanence »

Un des termes qui appartient à la catégorie binaire et complémentaire de Yin-Yang est 細 *xi*, représentant « fin/petit » par rapport à 粗 *cu* « gros/brut ». Comme d'autres lexiques qui indiquent un petit volume selon les noms qu'ils modifient, ils ont tous des sens métaphoriques.

Dans la deuxième partie de la phrase de l'exemple (22) *xi shui chang liu*, « ténu-eau-long-couler » la ténuité de l'eau courante est représentée par la même expression conventionnelle *xi shui chang liu*, signifiant « mince cours d'eau coule loin et toujours ». Le sens métaphorique est transféré au domaine relationnel ou émotionnel, exprimant l'amour ou un sentiment doux mais qui dure très longtemps. En pensant à la notion *xi* « fin », son sens figuré est également évoqué.

Ainsi, pour décrire une personne prudente ou sentimentale, il est pertinent d'utiliser *xi* comme dans la première partie de la phrase (22) *xin si xi ni* « le cœur a une pensée fine », qui peut correspondre aux notions « attentif, soigneux, prudent » en français.

f) Source d'eau

La source d'eau est comparée à la source de l'amour :

(23) 泉水 *quan shui* « source » 愛源源不絕 (*ai yuan yuan bu jue*) « l'amour est sans fin »

La raison donnée par un locuteur est fondée sur une expression conventionnelle : *yuan yuan bu jue*, qui signifie littéralement « un flux sans fin » et dans lequel *yuan*¹¹⁴ représente la source d'eau. Du domaine naturel au domaine émotionnel, « la source d'amour » justifie une motivation pour comparer les femmes à la source.

¹¹⁴ 源 *yuan*, portant la clé d'eau « 氵 » avec son élément phonétique 原 *yuan*, explique que la notion de l'origine dépend de la source d'eau, une expression conventionnelle 追本溯源 *zhui ben shuo yuan*, signifiant « rechercher l'origine de quelque chose ». *zhui* et *shuo*, synonymes, « rechercher » et *ben* et *yuan* représentant la racine d'arbre et la source d'eau respectivement. Cette expression montre que le concept de l'origine vient du domaine de la nature, similaire de l'usage métaphorique de « source » en français dont l'étymologie, selon le TLFi, provient de la *source* « eau qui sort de terre ; endroit où un cours prend sa source ». Ce cas manifeste des expériences humaines partagées.

g) Nuages

Nous avons répertorié onze occurrences comparant les femmes aux nuages 雲 *yun*. Les raisons de ces comparaisons sont consistantes : dix cas sont fondés sur leurs changements constants et un cas concerne la douceur.

Le terme 變 *bian* « changer » est essentiel à la métaphore des nuages dont la forme change sans cesse. Cette idée de transformation continuelle est également mobilisée pour appréhender le changement émotionnel. Il existe de nombreuses expressions comme par exemple :

(24) 雲 *yun* « nuages » : 個性變(*bian*)幻莫測, 捉不住(*zhuo bu zhu*) « la personnalité change imprévisiblement, insaisissable »

(25) 雲 *yun* « nuages » : 變(*bian*)化多端, 忽遠忽近(*hu yuan hu yin*) « changer constamment, tantôt loin, tantôt près »

(26) 雲 *yun* « nuages » : 千變(*bian*)萬化 (內心) « changement interminable (à l'intérieur) »

Ces trois expressions se rapportent à la même idée : les émotions ou les humeurs des femmes changent constamment comme le font les nuages.

Les autres collocations avec 變 *bian* « changer » et leur traduction : 多變 *duo bian* « beaucoup changer », 善變 *shan bian* « changer facilement » et 變化大 *bian hua da* « changer grandement », représentent toutes « des changements importants », particulièrement quand le sujet de ces changements est 情緒 *qing xue* « émotion » ou 心情 *xin qing* « humeur ».

Du domaine physique au domaine psychologique, la distance qui sépare les hommes des nuages concrétise la distance psychologique les séparant des femmes, comme dans (24) et (25), *zhuo bu zhu* « insaisissable » et *hu yuan hu yin* « tantôt loin, tantôt près ». Une autre expression fréquente indique également l'insaisissabilité : 捉摸不定 *zhu mo bu ding*, signifiant « saisir-toucher-interminable : insaisissable ».

Enfin, les nuages, puisqu'ils sont composés de vapeur d'eau, appartiennent à la catégorie du Yin. Leur matière est donc « douce » (les nuages sont représentés grâce à du coton dans les films d'animation ou comparés à du coton dans la littérature pour enfants). La notion de 柔 *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple » est également applicable aux nuages :

(27) 雲 *yun* « nuages » : 柔, 可塑性強 « douces, une grande flexibilité »

h) Pluie

L'utilisation de pluie 雨 *yu* permet d'évoquer l'imagination, ce qui est moins fréquent lorsque l'on a recours à la métaphore du nuage. De plus, les justifications quant au choix de la pluie

sont plus variées et imaginatives selon les locuteurs. Pourtant, la plupart de ces motivations partagent des sens communs liés aux caractéristiques essentielles de l'eau en tant qu'elle est indispensable pour la vie (28) ainsi qu'au fait que la pluie peut être à la fois douce et puissante. Cela est montré par les exemples (29)-(30) :

(28) 雨 *yu* « pluie » : 生命必須 « indispensable pour la vie »

(29) 雨 *yu* « pluie » : 有時大時小, 滋養萬物 « tantôt grande, tantôt petite, nourrir le monde »

(30) 雨 *yu* « pluie » : 柔美而浪漫, 卻也有強大的力量 « douce et romantique, mais qui possède une puissance considérable »

En comparant ces traits de caractère aux femmes, nous voyons que leur productivité et leur capacité à être à la fois douces et fortes sont mises en avant.

i) Neige

Les attributs physiques de la neige 雪 *xue* contribuent également à décrire les femmes. Ainsi, on voit bien dans l'exemple (32) que « légère, blanche et pure » conviennent à la notion de féminité : les femmes sont souvent de plus petite taille que les hommes. De plus, il est attendu des femmes qu'elles demeurent dans le foyer familial. Elles prennent donc moins le soleil et sont plus blanches de peau. Enfin, l'association entre la pureté et la neige via la couleur blanche se passe d'explications.

(31) 雪 *xue* « neige » : 輕輕的、白白的、純淨的 « légère, blanche, pure »

L'exemple (32) est à nouveau basé sur la métaphore L'AMOUR EST LE FEU / L'AMOUR EST LA CHALEUR (LOVE IS FIRE : Ahrens, 2002 ; Gibbs, 1992 ; LOVE IS HEAT : Kövecses, 2005, 2010a) qui s'appuie sur des effets physiologiques. Fondre, c'est à dire passer d'un état solide à un état liquide représente les émotions qui s'adoucissent avec l'amour.

(32) 雪 *xue* « neige » : 遇到愛遇熱就融化 « en rencontrant l'amour, la chaleur, elle fond »

3. Vent

Tout comme les nuages, le vent 風 *feng* est insaisissable ; mais contrairement à eux, il est également intangible. Cette caractéristique se retrouve dans l'expression qui désigne les nuages : 捉摸不定 *zhu mo bu ding*, littéralement « saisir toucher interminable », représentant « insaisissable ». Ce sont les émotions et les humeurs des femmes instables qui sont mises en avant par cette comparaison.

Cependant, des attributs positifs sont également mentionnés. Il s'agit de la douceur (溫柔 *wen rou*) de la liberté (自由 *zi you*), et de la légèreté (輕盈 *qing ying*).

4. Soleil

Revenons un instant à la métaphore du soleil 太陽 *tai yang* qui se réfère également à l'expression L'AMOUR EST LE FEU / L'AMOUR EST LA CHALEUR (LOVE IS FIRE : Ahrens, 2002 ; Gibbs, 1992 ; LOVE IS HEAT : Kövecses, 2000, 2005 ; Yu, 1998). La corrélation demeure entre la sensation d'amour et l'augmentation de la température corporelle. Les raisons 熱情 *re qing* « chaud sentiment » / « passionné » et 溫暖 *wen nuan* « chaud » / « chaleureux » sous-entendent cette métaphore conceptuelle.

En même temps, le soleil appartient à la catégorie du Yang qui s'oppose à la lune, Yin. Mais quand une femme devient mère, elle se transforme en Yang. Elle n'est ainsi plus considérée comme faible car elle se doit d'être forte et solide pour ses enfants.

Des expressions conventionnelles en chinois soutiennent cette transformation, illustrées dans l'exemple ci-dessous :

- (33) 太陽 *tai yang* « soleil » : 溫暖家庭，像母性光輝，為母則剛(*wei mu we gang*) : « réchauffer la famille, comme la brillance de la maternité, être forte en devenant une mère »

Rappelons que 剛 *gang* peut signifier les notions « dur, fort, solide », liées à la masculinité. Le locuteur a expliqué le choix de cette métaphore Yang par l'association de 母 *mu* « mère » et 剛 *gang*.

5. Printemps

Trois caractéristiques essentielles sont transposées du printemps aux femmes : la vitalité, l'agréabilité et le caprice.

Tout d'abord, le fait que les femmes donnent la vie est lié au printemps qui représente la renaissance de la vie :

- (34) 春天 *chun tian* « printemps » : 代表著生生不息、萬物延續之生命力 « représenter la vie sans fin, la vitalité, la continuité de tous les êtres »

La renaissance de la végétation est, bien évidemment, la caractéristique la plus notable du printemps, notamment pour les fleurs. Dans le dictionnaire en mandarin, les fleurs sont présentes dans le plus grand nombre de métaphores liées aux femmes. De plus, le printemps désigne également les femmes en raison de la floraison qui a lieu en cette saison. Un mélange de ces deux types est présenté dans le même exemple :

- (35) 春天 *chun tian* « printemps » : 散發陣陣的花香 « exhaler un parfum floral »

Cet exemple montre que la comparaison des femmes au printemps est liée à la métaphore des fleurs ; l'arôme des fleurs étant comparé au parfum des femmes.

Le temps est doux et agréable au printemps. Cette sensation est comparée à l'agréabilité des femmes et au plaisir de s'entendre avec elles :

(36) 春天 *chun tian* « printemps » : 讓人感到舒服且放鬆 « le printemps met les gens à l'aise et les détend »

Pourtant, malgré sa douceur, le temps qu'il fait au printemps n'est pas stable, et change continuellement. Cette inconstance du temps est mise en parallèle avec les humeurs des femmes :

(37) 春天 *chun tian* « printemps » : 舒適卻善變 « confortable mais capricieux »

6. Temps (qu'il fait)

Le temps 天氣 *tian qi*, tout comme les saisons, influence les émotions humaines. Par exemple, la météo de Taïwan est catégorisée en tant que climat de mousson tropical. Ainsi, de grands changements arrivent habituellement au cours d'une même journée : le temps peut passer d'un grand soleil à un orage accompagné de fortes pluies en quelques instants avant de repasser aussi vite au soleil. Dans ce contexte, dix occurrences du nom général désignant « le temps » représentent l'instabilité des émotions des femmes. Voici deux expressions conventionnelles reproduites par les locuteurs provenant du domaine du temps / de la météo et appliquées au domaine psychologique :

(38) 天氣 *tian qi* « climat » : 陰晴不定 « nuageux-ensoleillé-indéfini : lunatique »

(39) 天氣 *tian qi* « climat » : 晴時多雲偶陣雨 « ensoleillé, mais partiellement nuageux avec pluie occasionnelle : lunatique »

Par ailleurs, des typhons passent occasionnellement sur cette île. Ces expériences pour les Taïwanais deviennent alors un domaine source spécifique. La gravité des typhons est comparée aux états émotionnels variés et versatiles des femmes, comme montré dans cet exemple :

(40) 颱風 *tai feng* « typhons » : 有時強颱重創台灣, 有時後像輕颱下下雨刮刮風平安無事 « parfois des typhons importants frappent gravement Taïwan, parfois de légers typhons avec un peu de pluie et un peu de vent mais tout va bien »

Enfin, les motivations décrivant les nuages sont également applicables pour la métaphore du temps. Le mot 變 *bian* « changer » apparaît régulièrement comme dans 多變 *duo bian*

« beaucoup changer », 善變 *shan bian* « changer facilement » et 變化大 *bian hua da* « grand changement », le tout signifiant « lunatique ».

Nous avons mis l'accent sur la présentation du domaine source NATURE, qui comprend les notions essentielles du Yin telles que la lune et l'eau dans la nature (la *mer*, la *rivière*, la *pluie*, etc.). Ces types sont normalement produits en paires avec leurs homologues du Yang, faisant un concept complet du Yin-Yang.

6.1.2.2 LES HOMMES SONT LA VUE PANORAMIQUE

Les MH qui adoptent des vues naturelles représentent 86 occurrences (contre 98 cas pour les MF), dont le *soleil*, la *montagne* et le *vent* en sont les types principaux.

1. *Soleil*

Le soleil 太陽 *tai yang* représente un tiers de ce domaine. Les métaphores conceptuelles sont comparables à celles trouvées dans le questionnaire français, qui dépendent de deux fonctions essentielles du soleil : fournir lumière et chaleur. D'autres motivations proviennent des interprétations de la masculinité liées au soleil en raison de Yang. Enfin, des rôles sociaux des hommes sont également représentés par l'association de notions masculines.

Bonheur

Tout comme la métaphore de la lune, celle du soleil provient de la métaphore conceptuelle LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE (HAPPINESS IS LIGHT : Kövecses, 2008 ; Sullivan, 2006 ; Yu, 1995) où l'humeur est comparée à la localisation. Être de bonne humeur doit donc être compris comme être à un endroit éclairé par une source de lumière, ici, le soleil.

Certaines raisons données pour ce choix sont caractérisées par l'utilisation du mot 照¹¹⁵ *zhao* « éclairer » :

(1) 太陽 *tai yang* « soleil » : 照耀 (*zhao yao*) « éclairer briller »

(2) 太陽 *tai yang* « soleil » : 照亮整個世界 *zhao liang zheng ge shi jie* « éclairer le monde entier ».

La chaleur, la passion, la directivité

À l'inverse de la lune qui n'émet pas de chaleur et dont l'attribut remarquable est la douceur, la chaleur du soleil est comparée à la douceur psychologique et physique des hommes. En premier lieu, les mots du domaine de la température sont transmis aux traits de personnalité

¹¹⁵ 照 *zhao* « éclairer », se compose de 日 *ri* « le soleil », son élément phonétique 召 *zhao*, et 灺 en bas, la clé signifiant du feu. Sa composition, nous indique que l'idée d'« éclairer » vient du soleil.

des hommes comme 溫暖 *wen nuan* « tiède-chaud : chaleureux » et 熱情 *re qing* « chaud-sentiment : passionné ». En second lieu, la température plus élevée allouée aux hommes par ces traits de personnalité est mise en parallèle avec la chaleur du soleil, comme on le voit dans cet exemple :

- (1) 太陽 *tai yang* « soleil » : 感覺男人總是熱呼呼的，運動完 or 體溫較高 « avoir l'impression que les hommes sont toujours bouillants après le sport, ou bien avoir une température corporelle élevée par exemple »

La force, l'énergie

L'énergie solaire permet la photosynthèse, pierre angulaire de la chaîne alimentaire. Cela en fait un symbole d'énergie et de force. L'association de la force et des hommes réside en deux rôles sémantiques.

Premièrement, les hommes peuvent être la source de la force vitale comme le soleil l'est pour les plantes :

- (2) 太陽 *tai yang* « soleil » : 有活力，一家之主，如同太陽是世界生命的來源 « avoir de l'énergie, chef de famille, à l'instar du soleil qui est la source de la vie »

Dans le domaine humain, la source de la vie, associée à l'image de l'homme, peut s'interpréter comme la personne qui apporte de la vigueur ou qui fournit l'argent à la famille. Selon le contexte, « le chef de famille » représente la source financière et l'autorité. En outre, grâce à leur force physique, les hommes sont plus souvent décrits comme agents :

- (3) 太陽 *tai yang* « soleil » : 擁有較多力量 « posséder plus de force »

Le soleil éclaire directement la terre. Ce phénomène physique direct est comparé à des personnalités franches et affirmées :

- (4) 太陽 *tai yang* « soleil » : 陽光明亮果斷 « le soleil brille et affirme »

- (5) 太陽 *tai yang* « soleil » : 不隱藏，直接 « ne pas se cacher, direct »

Rappelons que les paires se présentent régulièrement, soit en paire de types (soleil-lune), soit en paire de motivations sémantiquement liées. L'exemple (6) est construit avec une métaphore de la pluie destinée aux femmes et incarne des caractéristiques opposées à celles allouées aux hommes :

- (6) 雨 *yu* « pluie » : 隱藏自己個性，濕冷感覺 « cacher sa propre personnalité, sensation d'humidité et de froideur »

Au niveau des types, même le couple soleil et pluie n'est pas une paire conventionnelle sous la catégorie Yin-Yang, mais ils s'y retrouvent effectivement si nous les examinons séparément. Mais si on les ramène aux traits de personnalité qu'ils décrivent, ils sont parfaitement complémentaires : les hommes sont en général directs et ne se cachent pas tandis que les femmes sont plutôt indirectes et ont tendance à cacher leurs actes, selon cet imaginaire culturel. Les types servent ainsi à enrichir l'image : une sensation directe et ensoleillée comparée à une sensation indirecte et humide.

La masculinité

Le lien entre le soleil et le Yang, dont un sens est la masculinité, associe les caractéristiques de la virilité au soleil. Déjà vus dans le domaine SUBSTANCES, ces attributs indiquent une intensité importante en fonction des noms qui les modifient.

Les adjectifs ci-dessous définissent tous « la force », et portent une connotation de masculinité. En effet, tous les caractères composant *yang*, *gang*, *qiang*, *lie* sont synonymes et signifient « un grand degré ». Pour cela, ils se présentent avec le soleil en collocation.

陽剛 <i>yang gang</i> « fort »	<i>yang</i> : mâle/actif/vivifiant/dur	<i>gang</i> : dur/ferme/fort/inflexible
剛強 <i>gang qiang</i> « fort »	<i>gang</i> : dur/ferme/fort/inflexible	<i>qiang</i> : fort/puissant
強烈 <i>qiang lie</i> « fort »	<i>qiang</i> : fort/puissant	<i>lie</i> : violent/intense/fort/ferme
剛烈 <i>gang lie</i> « fort »	<i>gang</i> : dur/ferme/fort/inflexible	<i>lie</i> : violent/intense/fort/ferme

En le mettant en contexte, l'exemple (7) *qiang lie* « fort » désigne la lumière solaire à midi. Dans l'exemple suivant (8), *gang qiang* « fort » peut être lié avec l'attribut *égoïste*, car *gang* peut signifier *dur* et *inflexible* :

(7) 太陽 *tai yang* « soleil » : 像他中午的光線很強烈(*qiang lie*) « intense comme la lumière à midi »

(8) 太陽 *tai yang* « soleil » : 剛強(*gang qiang*) 自私 « dur, fort, égoïste »

Ces traits caractéristiques de la masculinité ne s'interprètent pas forcément positivement. Cela est également vrai quand ce sont leurs rôles sociaux qui sont soulignés.

Les rôles sociaux

Les exemples (9) et (10) marquant les rôles dans la famille sont considérés comme positifs en ce qu'ils sont le soutien financier et mental de la famille ou qu'ils prennent leurs responsabilités à la maison.

(9) 太陽 *tai yang* « soleil » : 給全家金錢精神供應 « fournir les ressources financières et mentales à la famille »

(10) 太陽 *tai yang* « soleil » : 男人會照顧家裡 « ils s'occuperaient de la maison »

Ces motivations sont éloignées des fonctions métaphoriques du soleil (la chaleur et la lumière) mais découlent des connotations liées à la masculinité et des rôles que la société s'attend à ce que les hommes tiennent.

Cependant, des métaphores à connotations négatives sont basées sur le fait que le soleil n'est, de par sa nature, présent que dans la journée. Dans l'exemple (11), le soleil est personnifié et montre que s'il travaille le jour, il en est incapable la nuit comme les hommes qui travaillent la journée et ne font rien à la maison le soir.

(11) 太陽 *tai yang* « soleil » : 早上工作晚上沒作用 « travailler le matin, ne servir à rien le soir »

L'exemple suivant montre le désaccord d'une locutrice sur les prétentions des hommes :

(12) 太陽 *tai yang* « soleil » : 自以為(*zìyǐwéi*)要照亮全世界 « croire qu'ils pourraient éclairer le monde »

En ajoutant *zìyǐwéi*, signifiant qu'*il croit naïvement que*, la locutrice doute de la supposition « éclairer le monde ».

2. Montagne

Le deuxième type le plus important, la montagne 山 *shan*, est contenu dans 23 occurrences. Il est souvent associé à l'eau avec laquelle il constitue une paire. Les caractéristiques de 山 *shan* « montagne » sont associées aux hommes sous la forme de trois notions principales : la stabilité, la fiabilité, et la masculinité.

La stabilité

Les montagnes sont représentées en tant qu'emblème de stabilité et de durabilité en raison de leur existence intemporelle dans la culture chinoise. Cette stabilité physique est utilisée pour décrire la caractéristique *stable* de la personnalité des hommes. Le terme 穩 *wen* exprime également cette idée et ses collocations sont choisies pour cette raison comme 穩重 *wen zhong* « stable lourd » et 穩定 *wen ding* « stable fixé », qui signifient tous les deux *stable*. De plus, 重 *zhong* « lourd » et 定 *ding* « fixé, ferme » sont également des métaphores qui passent du domaine physique au domaine psychologique :

(11) 山 *shan* « montagne » : 情緒穩定(*wen ding*) « les émotions sont stables »

(12) 山 *shan* « montagne » : 穩重(*wen zhong*) , 實際 , 現實 « stable, pratique, réaliste »

La fiabilité

La *fiabilité* est présentée grâce au mot 靠 *kao*. Ce caractère signifie littéralement *s'appuyer sur, compter sur* ou *près de*, en fonction de ses compositions morphologiques. Les mots qui le contiennent indiquent la fiabilité : 可靠 *ke kao* « pouvoir s'appuyer, fiable » et 依靠 *yi kao* « s'appuyer sur, soutien ». La métaphore (13) en est un exemple :

(13) 山 *shan* « montagne » : 可以給女人堅強的依靠 (*yi kao*) « pouvoir donner un soutien solide aux femmes »

Par ailleurs, l'association entre la montagne et la fiabilité se retrouve dans la morphologie du terme 靠山 *kao shan* « un appui », signifiant littéralement *près de la montagne* dont le sens métaphorisé devient : *appui, support*. Nous pouvons imaginer la trajectoire de cette métaphorisation : les ancêtres vivaient à côté des montagnes qui était la source de leur subsistance, apportant donc une stabilité voire un soutien. Examinons les deux exemples contenant 靠山 *kao shan* :

(14) 山 *shan* « montagne » : 要當女人的靠山(*kao shan*) « il faut être un soutien pour les femmes »

(15) 山 *shan* « montagne » : 穩重 , 靠山(*kao shan*) , 負責家計 « stable, soutien, responsable du financement de la famille »

Le choix des locuteurs a donc été motivé par le fait que nous voyons que les hommes sont toujours considérés comme ceux qui sont responsables de la famille ou ceux qui jouent le rôle de protecteur.

La masculinité

Comme nous l'avons vu, les montagnes sont associées aux caractéristiques de la masculinité et des adjectifs formés autour des lexiques 強 *qiang* et 壯 *zhuang* et leurs collocations, et possèdent des attributs prototypiques de la virilité, tels que :

(16) 堅強(*qiang*) « solide, dur, ferme, fort, résistant-fort, puissant : fort »

(17) 強壯 *qiang zhuang* « fort, puissant-fort physiquement : fort »

(18) 雄壯(*zhuang*)威武 « masculin-fort physiquement-majestueux : masculin et fort »

Enfin, « un sous-genre » de montagne qui partage cette notion de masculinité et donc les mêmes caractéristiques qu'une montagne est 火山 *huo shan* « volcan », qui est employé pour désigner les éruptions émotionnelles (19) et sexuelles (20) des hommes.

(19) 火山 *huo shan* « volcan » : 生氣爆發可怕 « c'est terrible la colère en éruption »

(20) 火山 *huo shan* « volcan » : 為了1秒的高潮願意浪費全部的人生 « ils pourraient gaspiller toute leur vie juste pour une seconde d'orgasme »

Ces exemples montrent que les hommes sont capables de surgissements impétueux et violents comparables à l'éruption d'un volcan. De plus, *huo shan* est composée de *huo* qui signifie le feu, substance liée à la masculinité. L'image du volcan est donc particulièrement pertinente pour décrire les hommes.

3. Vent

La caractéristique première associée à la métaphore du vent 風 *feng* est qu'il est insaisissable. Lorsque le vent est lié aux femmes, ce sont les émotions instables qui sont mises en avant ; pour les hommes, c'est leur liberté de mouvement qui est soulignée.

Les locutrices motivent leurs choix en insistant sur le caprice et la liberté des hommes. Selon elles : tout comme le vent, ils ne demeurent pas à un endroit fixe. Ils vont et viennent comme ils veulent sans avoir besoin de penser aux autres :

(21) 風 *feng* « vent » : 來去自如，飄泊不定 « ils vont et viennent librement, ils planent sans s'installer »

(22) 風 *feng* « vent » : 隨停隨走，順從自己的渴望不為他人改變 « ils s'arrêtent et ils se déplacent selon leurs envies, ne changent jamais pour les autres »

Un locuteur décrit les hommes plus positivement : 自在不受拘束 « libres et sans contraintes ». Lorsque les femmes sont associées au vent, ce n'est pas l'idée de liberté qui est la plus présente. Cela révèle une réalité sociale : les hommes ont le privilège de se déplacer librement, tandis que les femmes sont plus contraintes en raison d'attentes sociales (elles feraient mieux de rester dans la sphère domestique) ou du danger qu'elles encourraient à sortir toutes seules par exemple.

Dominant, ambitieux

La différence entre les deux sexes ne s'arrête pas là. Rappelons que les attributs *doux, légers* du vent sont transmis aux femmes tandis que pour les hommes, ce sont le désir de contrôler et l'ambition qui sont marqués.

Le rapport entre le vent et ces traits de caractère provient probablement de l'omniprésence du vent, selon l'explication d'un locuteur :

(23) 風 *feng* « vent » : 野心無所不在 « l'ambition est partout »

Lorsque le vent a une présence constante, cette omniprésence est comparée au degré de désir que l'on éprouve pour quelque chose, et dans le cas évoqué (23) le désir de réussir.

4. Ciel

Le ciel 天 *Tian* est une notion essentielle dans la culture chinoise qui est présente non seulement dans la mythologie mais aussi dans la philosophie et la religion. *Tian* peut se comprendre de nombreuses manières en tant, par exemple, que dieu suprême, univers, ou voie de la nature.

Tian est également personnifié. Il contrôle et décide tout par rapport aux 人 *ren*, les humains, qui reçoivent et écoutent l'oracle du dieu.

Rappelons également que dans la section du domaine NATURE relatif au dictionnaire, le ciel et la terre sont considérés comme l'origine du monde ; le premier étant conceptualisé en tant que masculin, la seconde en tant que féminin.

Examinons les métaphores utilisant le ciel pour désigner les hommes. Ceux-ci sont considérés comme dominateurs comme dans 主宰 *zhuzai* « dieu/maître dominer » / « dominateur » et incontrôlables :

(24) 天 *tian* « ciel » : 想幹嘛就幹嘛，自我中心 « il fait ce qu'il veut, égocentrique »

(25) 天 *tian* « ciel » : 男人是女人、小孩的依靠，也是主宰(*zhuzai*) « les hommes sont le soutien des femmes et des enfants, ils sont aussi dominateurs »

(26) 天 *tian* « ciel » : 你需要就會在，但不見得給妳幫助，無奈不能控制它 « il est toujours là quand tu as besoin de lui, même s'il ne t'apporte pas nécessairement son aide. Se sentir impuissante de ne pas pouvoir le contrôler »

Ces exemples montrent les attributs de *tian* : (1) il a le droit de tout décider, (2) les humains ne peuvent rien faire d'autre que de respecter sa volonté et (3) sa présence est éternelle.

Transférés de *tian* aux hommes, ces attributs sont vus comme des expressions de leur nature égoïste et incontrôlable. A quoi s'ajoute le fait qu'ils ont l'autorité sur les femmes et les enfants par leur rôle de maître.

Mettons en parallèle à ce *tian* égocentrique de l'exemple (27) une métaphore décrivant les femmes en tant que 地 *di* « terre », produite par la même locutrice :

(27) 地 *di* « terre » : 有韌性在什麼環境皆有應對成長方式(對應自私的天) « avoir la flexibilité et des manières pour survivre en s'accordant à n'importe quel environnement (correspondant au *tian* égoïste) »

La participante à l'entretien explique ainsi cette paire de métaphores :

« Le ciel, il pleut, il fait beau, il fait nuageux, etc., nous ne pouvons pas contrôler ce qu'il fait, c'est comme les hommes, ils font ce qu'ils veulent. Alors la terre, elle ne peut que recevoir ce que fait le ciel (la pluie, le soleil, etc., mais elle va avoir sa manière de vivre, comme les femmes qui s'adaptent à leur compagnon. »

5. Eau (en tant que catégorie)

Les caractéristiques transmises de la mer 海 *hai* aux femmes comprennent l'imprévisibilité des émotions, la dualité entre douceur et destruction ainsi que la fonction nourricière. Les caractéristiques transmises aux hommes sont différentes.

Comme nous l'avons vu, les caractères associés aux hommes voient leur intensité fortement modifiée à la hausse. Ainsi, les deux adjectifs : 廣闊 *guang kuo* « vaste/large », et 澎湃 *peng pai*¹¹⁶ « déferlant », peuvent décrire des vagues se formant subitement et dont l'ampleur est importante. Ces deux modificateurs du domaine physique s'emploient également pour interpréter le domaine psychologique. L'immensité de la mer est comparée à l'ouverture d'esprit des hommes. L'arrivée massive des vagues exprime l'agitation émotionnelle et affective qui peut s'interpréter comme « énergique et passionnée ». En voici les illustrations :

(28) 海洋 *hai yang* « mer » : 有廣闊(*guang kuo*)的胸襟 « avoir un esprit ouvert »

(29) 海浪 *hai lang* « mer » : 永遠澎湃(*peng pai*) « toujours passionnant »

Un autre type, la rivière (河 *he*), est choisi pour représenter les deux sexes mais pour des raisons contrastées. Ressemblant à la mer, les motivations liées au choix de ce type concernent les caractéristiques de l'eau : douce, sans forme mais forte, et ayant un aspect nourricier.

Quand les hommes sont comparés à la rivière, on leur attribue les caractéristiques de « plein de vigueur, courageux », contrairement aux femmes, qui sont vues comme douces et nourricières :

¹¹⁶ 澎湃 *peng pai*, ces deux caractères portant la clé de l'eau (氵 *shui*), une onomatopée du son des vagues. Ils se composent d'un élément sémantique eau et d'un élément phonétique 彭 *peng* et 拜 *bai*.

(30) 河 *he* « rivière » : 奔放、湍急、向著目標勇往直前 « (le courant) rapide, torrentueux, aller courageusement vers le but »

6. Tonnerre

Le dieu du tonnerre¹¹⁷ de la mythologie est masculin, c'est pourquoi il est seulement associé aux hommes. La raison de son utilisation est basée sur des expressions conventionnelles dont le domaine cible est la fureur, à l'exemple de 暴跳如雷 *bao tiao ru lei* « sauter furieusement comme le tonnerre ». Puisque la nature du tonnerre est bruyante, imprévisible et fulgurante, il est convoqué pour donner l'image concrète d'une personne en colère.

Par ailleurs, le tonnerre est brusque et soudain, ce qui représente la colère des hommes, facilement irrités et furieux mais dont les éclats ne durent pas.

(31) 雷 *lei* « tonnerre » : 暴跳如雷(*bao tiao ru lei*), 脾氣差, 但來得快去得快
« furieux comme le tonnerre, avoir un tempérament chaud mais qui part aussi vite qu'il est arrivé »

Conclusion du domaine NATURE – VUE PANORAMIQUE

La sous-catégorie VUE PANORAMIQUE du domaine NATURE est par essence le champ le plus important parmi tous les domaines. Sous le système Yin-Yang, les objets naturels sont catégorisés en féminin et masculin et associés en paires complémentaires. Les humains des deux sexes sont naturellement compris dans ce système, le sexe féminin est lié à ceux catégorisés comme Yin tandis que le sexe masculin l'est au Yang.

Les paires retrouvées dans ce domaine correspondent à des paires traditionnellement définies comme Yin-Yang (e.g. la lune – le soleil ; l'eau – la montagne ; la terre – le ciel), ou dont les caractéristiques correspondent aux attributs de Yin-Yang (e.g. doux – solide ; recevant – donnant).

Contrairement au français, les types utilisés en mandarin sont particulièrement genrés, ainsi un type décrivant un sexe spécifique ne pourra être dévolu à l'autre. Par exemple, dès que la *montagne* est conceptualisée comme masculine, il devient difficilement possible d'associer ce type aux femmes. Malgré des cas exceptionnels, les motivations des locuteurs s'alignent sur les caractéristiques de la même catégorie Yin ou Yang, selon leur sexe. Par exemple, même lorsque les hommes sont décrits comme la *rivière* ou comme la *mer* (traditionnellement défini

¹¹⁷ Le dieu du tonnerre est aussi appelé 雷公 *lei gong*, signifiant littéralement « tonnerre monsieur ».

en tant que Yin), les raisons de ces choix s'accordent aux traits de la masculinité (*large, rapide, courageux*).

D'autre part, les éléments liés à la nature dans la langue française ne sont pas aussi genrés¹¹⁸. La distribution des mêmes types et caractéristiques se fait vers les deux sexes sans distinction importante. Cela s'explique à nouveau par les différences de philosophie culturelle qui agissent en arrière-plan que nous allons aborder en détail dans le chapitre 8.

6.1.3 Domaine ANIMAUX

Le domaine ANIMAUX est le second domaine le plus important, il représente 23% des occurrences recensées. Dans ce domaine, les MH sont plus prépondérantes que les MF en quantité, puisqu'elles occupent respectivement 26% et 19%.

6.1.3.1 LES FEMMES SONT DES ANIMAUX

Les animaux associés aux femmes comprennent principalement les chats, les animaux dociles, les oiseaux, et les grands félins puis des animaux qui représentent les femmes fatales. De plus, l'utilisation de certains animaux souligne des situations où les femmes doivent s'occuper de plusieurs choses en même temps.

1. Chats

L'animal le plus courant pour représenter les femmes est 貓 *mao* « chat », qui apparaît 30 fois au sein des 126 cas de métaphores animales (26%).

La plupart des attributs soulignés par l'utilisation des chats sont comparables à ceux que nous avons découverts en français : des traits de caractère *indépendants mais en même temps câlins, capricieux, mystérieux, élégants, et attirants*. Deux exemples illustrent ces caractéristiques :

(1) 貓 *mao* « chats » : 神秘帶有希引力 « mystérieux et attractif »

(2) 貓 *mao* « chats » : 溫柔中帶壞脾氣 « douceur mêlée de mauvaise humeur »

Néanmoins, certains traits davantage marqués par les locuteurs taiwanais sont moins présents chez les Français, par exemple : 溫柔 *wen rou* « doux », 乖 *guai* « docile, obéissant » et 需要被照顧 *xue yao bei zhao gu* « besoin qu'on s'occupe d'elle ». De la même manière, les caractéristiques *jaloux, difficile à apprivoiser* relevées en français sont moins perceptibles dans le questionnaire en mandarin.

¹¹⁸ Voir chapitre 5.1.4.

Il est à noter qu'il n'y a pas d'expression genrée conventionnelle en rapport au chat en chinois. Il est probable que le lien effectué entre la féminité et cet animal provienne de son statut d'animal de compagnie.

2. *Autres animaux dociles*

Des animaux herbivores sont associés aux femmes pour l'image douce qu'ils projettent. Il s'agit de 兔子 *tu zi* « lapins » et 綿羊 *mianyang* « moutons » et de ceux qui sont en bas de la chaîne alimentaire à l'exemple de 鹿 *lu* « cerfs » et 羚羊 *lingyang* « antilopes » :

(3) 綿羊 *mian yang* « moutons » : 溫順可愛 « docile, mignonne »

(4) 兔子 *tu zi* « lapins » : 溫柔 « douce »

De plus, le préfixe 小 *xiao* « petit » est utilisé pour signifier l'affection. On obtient alors 小兔子 *xiao tu zi* « petits lapins » et 小綿羊 *xiao mian yang* « petits moutons ». La combinaison de *xiao* avec des animaux herbivores exprime ainsi les idées « petite, douce et docile » qui conviennent de façon stéréotypée aux femmes.

3. *Oiseaux / animaux volants*

Les oiseaux sont associés aux femmes via les caractéristiques *petite* et *bavarde* dans les expressions conventionnelles. D'après les locuteurs actuels, ces attributs sont toujours pertinents.

Le préfixe 小¹¹⁹ *xiao* « petit » est ajouté à toutes les occurrences de 鳥 *niao* « oiseaux » (7 occurrences), formant 小鳥 *xiao niao* « petits oiseaux ». Une expression conventionnelle reprend cette métaphore : 小鳥依人 *xiao niao yi ren*, signifiant littéralement qu'un petit oiseau se pose sur une personne. Appliquée à une fille/femme, il faut comprendre qu'elle se pose sur un homme.

La définition donnée par les locuteurs fait écho à la définition conventionnelle « se poser sur l'homme », et d'autres métaphores de *petit oiseau* soulignent le fait d'être douce ou le rôle de mère.

(5) 小鳥 *xiao niao* « petits oiseaux » : 小鳥依人 (*xiao niao yi ren*) , 溫柔 « une femme petite se pose sur un homme, douce »

(6) 小鳥 *xiao niao* « petits oiseaux » : 照顧小孩 « s'occuper des enfants »

¹¹⁹ Le préfixe 小 *xiao* n'indique pas seulement le sens concret « petit », mais aussi un élément pour un terme d'affection. Il est commun de l'ajouter devant un prénom ou un nom de famille pour montrer l'intimité entre les locuteurs.

Par ailleurs, quoiqu'ils soient des animaux de compagnie, les oiseaux sont gardés en cage. Cette image est accentuée afin de correspondre à la situation des femmes dont on attend la prise en charge des affaires domestiques. En revanche, les hommes sont perçus comme des oiseaux sauvages qui n'ont pas besoin de rester à la maison, mais qui doivent quand même retourner à leur nid. Voici une paire proposée par un locuteur pour désigner les deux sexes en ayant recours à la métaphore de l'oiseau :

(7) 家鳥 *jia niao* « oiseaux à la maison » : 關在籠子裡，被限制女主內(*nu zhu nei*)
« être enfermés dans la cage, elles sont limitées à rester à l'intérieur »

(8) 倦鳥 *juan niao* « oiseaux (sauvages) fatigués » : 男主外(*nan zhu wai*)要歸巢 « les hommes fournissent le pain (rester à l'extérieur). Il faut rentrer à son nid »

Dans les exemples (7)-(8), l'expression 男主外，女主內 *nan zhu wai, nu zhu nei* « homme à l'extérieur, femmes à l'intérieur » décrit la convention traditionnelle de répartition des tâches. Selon cette notion, les hommes ont la responsabilité de gagner de l'argent, tandis que les femmes s'occupent des affaires domestiques. En reprenant cette expression *nan zhu wai, nu zhu nei*, les deux sexes forment une paire sémantique par le choix du même type d'animal.

Dinde

La caractéristique *bavarde* est également soulignée par un autre gallinacé 火雞 *huo ji* « dindes », littéralement *feu poulet*. Son piaillement, considéré comme bruyant, devient un trait pertinent pour représenter le bavardage des femmes.

Abeilles

Un autre animal volant, 蜜蜂 *mi feng* « abeilles » est choisi pour la même raison que le sont les dindes. Le son émis par la vibration des ailes, désagréable pour les humains, est lié à la caractéristique « bavarde ». De plus, la petite taille de l'insecte adhère au principe qui veut que les femmes soient largement comparées avec des animaux de petite taille.

4. Grands félins

La violence des femmes est accentuée par le recours aux métaphores impliquant de grands félins : 老虎 *lao hu* « tigres », 獅子 *shi zi* « lions » et 豹 *bao* « léopards ».

N'ayant pas de genre grammatical par défaut, les noms des animaux ne sont pas genrés en mandarin. S'il faut souligner celui-ci, on aura recours aux préfixes 公 *gong* « mâle / appellation pour les hommes » et 母 *mu* « femelle / mère ». Parmi les sept occurrences de tigres, une seule à recours à la distinction 母 « femelle », on obtient alors 母老虎 *mu lao hu*

« tigresse », dont la motivation reste la même ; quant à l'adjectif 兇 *xiong* « féroce », il signifie l'humeur terrifiante des femmes en colère.

En revanche, 獅子 *shi zi* « lions » et 母獅 *mu shi* « lionnes » ont différentes significations. Le premier met en avant les mêmes caractéristiques que tigre/tigresse, tandis que le deuxième accentue l'idée d'instinct maternel :

(9) 母獅 *mu shi* « lionnes » : 照顧, 母愛, 關懷 « s'occuper des autres, l'amour maternel et le soin »

Cette différence provient de l'existence de l'expression figurée 母老虎 *mu laohu* « tigresse ». Puisqu'une *tigresse* est déjà interprétée de façon conventionnelle comme « féroce », la définition du mot *mu laohu* par les locuteurs est par conséquent moins libre.

5. Femmes fatales

Les métaphores qui décrivent les femmes dangereuses et séduisantes font écho à l'étude de Hines (1996) LES FEMMES SONT DES FEMMES FATALES (WOMEN AS FEMME FATALE).

Les locuteurs utilisent les deux animaux, 狐狸 *hu li* « renards » et 毒蠍 *du xie* « scorpions venimeux », en référence aux expressions conventionnelles 狐狸精 *huli jing* « renard-esprit : femme séduisante » et 蛇蠍美人 *she xie mei ren* « serpent-scorpion-belle : femme fatale » pour évoquer des femmes séduisantes et dangereuses. En voici un exemple :

(10) 狐狸 *hu li* « renards » : 勾引人, 為了目的不擇手段 « pour séduire les hommes, elles peuvent faire ce qu'il faut sans scrupules »

En comparant les femmes avec ces animaux, deux attributs, *intrigant* et *séduisant*, sont mobilisés en même temps en concordance avec les expressions destinées pour décrire les femmes fatales.

6. Animaux multitâches

Le fait que les femmes soient multitâches, car elles doivent s'occuper de leur vie professionnelle et gérer la vie familiale, donne une raison de les comparer à des animaux à huit pattes ou huit bras. 蜘蛛 *zhi zhu* « araignées » et 章魚 *zhang yu* « poulpes » sont sélectionnés pour dépeindre la vie bien remplie des femmes. Dans ces métaphores, les pattes et les bras de ces animaux sont personnifiés en mains d'êtres humains, qui doivent être lus comme des métonymies des tâches effectuées.

(11) 八爪章魚 *ba zhua zhang yu* « poulpes à huit pattes » : 家庭事業人際都要面面俱到 « il faut s'occuper de plusieurs facettes, la vie professionnelle et relationnelle »

7. Autres animaux peu représentés

Environ 30% des animaux n'apparaissent que dans une seule occurrence. Néanmoins, le faible nombre d'occurrences de ces métaphores ne signifie pas qu'elles ne sont pas conventionnelles. Certaines métaphores sont conventionnelles mais au niveau de la métaphore conceptuelle LES HUMAINS SONT DES ANIMAUX (Dalbera, 2006 ; Haslam, Loughnan & Sun, 2011 ; Hsieh, 2004 ; Kövecses, 2010a ; Talebinejad & Dastjerdi, 2005), sans lien avec un sexe en particulier. Les raisons peuvent être motivées par l'apparence ou les comportements des animaux.

Apparence des animaux

Les créatures portant des piquants servent à contrer les attaques. Transposés du domaine physique au mental, les piquants décrivent une personne adoptant une attitude défensive pour se protéger. L'exemple du hérisson illustre cela :

(12) 刺蝟 *ci wei* « hérissons » : 用刺來保護自己偽裝 « se défendre avec des piquants »

De même, la texture du corail peut être transposée du domaine physique au caractère des femmes en impliquant que, malgré leur apparente douceur, elles sont également très fortes.

(13) 珊瑚 *shan hu* « coraux » : 看起來柔軟但質地堅硬 « avoir l'air doux/mou mais avoir une texture dure »

Comportements des animaux

Les humains considèrent que les fourmis sont de bonnes travailleuses. Leur activité continue est comparée avec les travaux incessants des femmes dans leurs vies domestique et professionnelle. En voici un exemple :

(14) 螞蟻 *ma yi* « fourmis » : 窮其一生都為了家事努力工作著 « épuiser toute sa vie pour faire le ménage et travailler »

Caractérisés par une poche abdominale, les kangourous véhiculent l'image d'un animal qui s'occupe de sa progéniture.

(15) 袋鼠 *dai shu* « kangourous » : 照顧小孩 « s'occuper des enfants »

À Taïwan, la majorité des tâches liées à l'éducation des enfants est encore réservée aux femmes.

6.1.3.2 LES HOMMES SONT DES ANIMAUX

Ce domaine représente 26% de métaphores désignant les hommes. Certaines métaphores animales font partie des plus importants types parmi toutes les MH, ce que nous allons examiner en détail dans la section 6.2 (types de domaines sources).

1. Lions

Nous avons recensé 37 occurrences de lions (22% du domaine). D'après les locuteurs, les lions représentent la masculinité, le pouvoir, la majesté, l'impulsivité, l'ambition et le courage. Ces caractéristiques correspondent à l'image attendue des hommes dans la société taïwanaise, ce félin est donc un emblème pertinent à leur associer. Quelques exemples montrent ces attributs :

- (1) 獅子 *shi zi* « lions » : 權力象徵 « symbole de pouvoir »
- (2) 獅子 *shi zi* « lions » : 威嚴 « puissants, sévères, majestueux »
- (3) 獅子 *shi zi* « lions » : 勇猛 « courageux, féroces »

En outre, certaines caractéristiques telles que possessifs, et l'évocation de *machos* et *autoritaires* sont associées aux lions qui sont présentés comme masculins en chinois. En étant comparés aux lions, les hommes sont donc eux aussi perçus comme dépositaires de ces caractéristiques.

- (4) 獅子 *shi zi* « lions » : 老大心態 « mentalité de chef »
- (5) 獅子 *shi zi* « lions » : 控制欲強 « désir de contrôler »

Par ailleurs, en tant que chasseurs au sommet de la chaîne alimentaire, les lions sont perçus comme ayant le rôle actif dans une relation romantique, tandis que les femmes sont représentées comme des proies. Cela fait écho aux MF où les femmes sont comparées à de petits animaux dociles tels que les lapins et les moutons.

Enfin, étant le roi du règne animal, les lions sont transformés en chef de famille dans les métaphores liées aux hommes. Ils ont la responsabilité de protéger et de s'occuper de la famille.

- (6) 獅子 *shi zi* « lions » : 鞏固自己家保護伸張權力 « consolider sa famille et agrandir son pouvoir »

2. D'autres grands animaux situés en haut de la chaîne alimentaire

Mis à part les lions, d'autres animaux féroces sont associés aux hommes tandis que les femmes sont conceptualisées en tant qu'animaux dociles et chassés. 老虎 *lao hu* « tigres », 狼 *lang* « loups », 豹 *bao* « léopards », 老鷹 *lao ying* « aigles », et 鯊魚 *sha yu* « requins » sont des exemples. Les attributs essentiels de ces animaux prédateurs sont l'agressivité et la violence :

(16) 豹 *bao* « léopards » : 凶狠會偷襲 « ils sont féroces, cruels et ils attaquent secrètement »

L'instinct animal en lien avec le désir sexuel est également souligné. 狼 *lang* « loup » est particulièrement lié à l'instinct sexuel en raison d'une expression conventionnelle 色狼 *selang* « pervers-loup : pervers ». Tout comme une métaphore liée au tigre :

(17) 虎 *hu* « tigres » : 如果喜歡一個女生會想快點把她吞掉 « s'il aime une fille, il veut l'avaler dès que possible »

La métaphore (17) est similaire à la métaphore conceptuelle L'ACTE SEXUEL EST MANGER (Ger, Belk & Askegaard, 1996 ; Kövesces, 2006), dans lesquelles les femmes sont transformées en proie et en nourriture et considérées comme des objets sémantiques de l'acte de manger et de l'acte sexuel.

3. Chiens

Deux animaux sont fréquemment utilisés en binôme, 貓 *mao* « chats » et 狗 *gou* « chiens ». Quand les femmes sont décrites comme des chats, les hommes sont comparés aux chiens. Les caractéristiques accentuées par cet animal sont catégorisées sous deux aspects : la relation avec les humains et les comportements.

Relation avec les humains

Les chiens sont des animaux de compagnie ayant une relation très proche avec les humains. Ils servent à garder la maison et sont fidèles à leurs maîtres. Les motivations par rapport à la famille et la fidélité sont montrées par deux exemples :

(18) 狗 *gou* « chiens » : 無論如何, 都想有個家 « peu importe comment, il a envie d'avoir une maison »

(19) 狗 *gou* « chiens » : 人類最忠誠的動物, 決不變心 « l'ami le plus fidèle des humains, ne change jamais de cœur / leur est toujours fidèle »

En même temps, le fait que les chiens soient domestiqués pour être au service des humains est mis en parallèle avec l'obligation sociale subie par les hommes comme le montre l'exemple ci-dessous :

- (20) 狗 *gou* « chiens » : 強迫被制約的溫馴的動物 « un animal qui est conditionné à être docile »

Comportements

Comme en français, le comportement des chiens est représenté comme *facile et infidèle en relation amoureuse* selon l'interprétation des locuteurs. Ces traits sont appliqués aux hommes dans le but d'exprimer leur infidélité et l'instinct sexuel :

- (21) 狗 *gou* « chiens » : 到處撒野愛偷吃 « voir des femmes partout et tromper facilement leur compagne »
- (22) 狗 *gou* « chiens » : 看到漂亮女人就搖尾巴 « en voyant des jolies filles, ils remuent la queue »

En outre, les chiens sont également perçus comme simples et énergiques :

- (23) 狗 *gou* « chiens » : 目標導向, 想吃睡丟球他就接 « tourné vers son but, s'ils veulent manger, il mangent, s'ils veulent dormir, il dorment »
- (24) 狗 *gou* « chiens » : 忠實單純有活力 « fidèles, simples et énergiques »

Ces attributs sont opposés à ceux des chats qui sont perçus comme indépendants, doux et mystérieux.

4. Buffles

Dans le domaine animal, 牛 *niu* est le troisième type le plus fréquent pour représenter les hommes. En mandarin, *niu* peut, plus généralement indiquer la famille des bovidés. Des préfixes peuvent être ajoutés, au besoin, pour préciser des espèces. Par exemple, 水牛 *shui niu* « eau *niu* » présente un buffle domestique ; 乳牛 *ru niu* « lait *niu* » se réfère à une vache. Etant donné que les *shui niu* jouent un rôle important dans la culture chinoise en raison de leur lien avec la vie agricole, *niu* peut signifier *buffle domestique* même sans préfixe. Leurs fonctions et caractéristiques sont comparées à celles des hommes.

Le buffle, comme les hommes, travaille aux champs et est considéré comme une force de travail essentielle. La métaphore du buffle est donc utilisée pour souligner le rôle des hommes dans la famille en tant que travailleur :

- (25) 牛 *niu* « buffles » : 要努力耕種做事 « il faut labourer et travailler durement »

Des attributs de *niu* sont également personnifiés. Étant de tempérament docile, les *niu* sont perçus comme insensibles, pas romantiques et obstinés quand ils sont mis en parallèle avec les hommes :

(26) 牛 *niu* « buffles » : 不解風情 « ne pas comprendre des sentiments amoureux »

(27) 牛 *niu* « buffles » : 他們耐操但是不敏銳 « ils supportent bien les difficultés mais ils ne sont pas sensibles »

Deux expressions conventionnelles peuvent expliquer l'association entre l'obstination, le non-romantisme et les hommes.

(28) 牛 *niu* « buffles » : 對牛彈琴 « jouer de la musique pour des buffles / parler avec des gens qui ne peuvent pas comprendre »

(29) 牛 *niu* « buffles » : 鑽牛角尖 « percer la corne des buffles / obstiné, têtu »

Sous le cadre de GÉNÉRIQUE EST SPÉCIFIQUE (GENERIC IS SPECIFIC : Lakoff & Turner, 1989), ce qu'une personne n'est pas capable de saisir concerne souvent le domaine du romantisme, surtout lorsqu'il s'agit de relations entre les deux sexes. Vu que les hommes sont moins sensibles, ils sont comparés à des buffles qui ne comprennent pas la musique. Dans l'expression (29) *niu*, l'agent n'est pas un buffle, mais les locuteurs associent tout de même cet animal à l'attribut *têtu*.

A l'exception des buffles, 公牛 *gong niu* « mâle *niu*, le taureau » et 鬥牛 *dou niu* « rivaliser *niu*, taureau (pour la corrida) » sont sélectionnés afin de souligner l'impulsivité des hommes et le fait qu'ils sont férus de compétition et de combat.

Préfixes pour des animaux associés aux hommes

Rappelons que le préfixe 小 *xiao* signifiant petit ou exprimant l'affection est souvent rattaché aux noms des animaux associés aux femmes.

Plusieurs préfixes sont fréquemment utilisés pour décrire les êtres masculins en ayant recours à des noms d'animaux : 大 *da* « grand », 猛 *meng* « féroce », 鬥 *dou* « combatif », et 野 *ye* « sauvage ». Quelques exemples illustrent cela :

Avec 大 *da* « grand » : 大象 *da xiang* « grand éléphant » ; 大鯨魚 *da jingyu* « grande baleine »

Avec 猛 *meng* « féroce » : 猛獸 *meng shou* « bête féroce » ; 猛虎 *meng hu* « tigre féroce »

Avec 鬥 *dou* « combatif » : 鬥牛 *dou niu* « taureau combatif » ; 鬥雞 *dou ji* « coq combatif »

Avec 野 *ye* « sauvage » : 野獸 *ye shou* « bête sauvage » ; 野馬 *ye ma* « cheval sauvage »

La tendance à ajouter ces préfixes révèle que l'on considère que les hommes sont considérés comme possédant ces attributs : *grands* par rapport aux femmes, *féroces* car ils sont perçus comme actifs dans le domaine professionnel ou relationnel, *sauvages* car ils passent plus de temps dehors comparés aux femmes qui sont contraintes de rester à la maison.

Néanmoins, quelques cas de préfixes normalement rattachés aux femmes sont également utilisés pour représenter les hommes avec, cependant, des motivations distinctes. Considérons deux exemples contenant 小 *xiao* qui indique la petite taille ou l'affection :

(30) 小鳥 *xiao niao* : « petits oiseaux » : 喜歡自由 « aimer la liberté »

(31) 小鹿 *xiao lu* : « petits cerfs » : 心理不成熟 « physiquement immature »

Quand 小鳥 *xiao niao* « petits oiseaux » est le domaine source des métaphores consacrées aux femmes, ce sont la petite taille et le bavardage qui sont mis en avant. Mais cet animal trouve une autre interprétation lorsqu'il est lié aux hommes. De la même manière, 小鹿 *xiao lu* « petits cerfs » s'applique aux femmes pour la douceur et le fait qu'ils sont chassés (par des animaux agressifs, sous-entendu les hommes). Cependant, quand le domaine cible change, l'attribut non conventionnel *immature* est convoqué pour représenter les hommes.

Conclusion du domaine ANIMAUX

Les analyses du domaine ANIMAUX en mandarin montrent que les femmes ont tendance à être considérées comme des animaux de compagnie, des animaux de petites tailles et des animaux chassés. Au niveau des caractéristiques, les adjectifs *petite*, *docile* et *douce* sont les plus représentatifs quand il s'agit de désigner les femmes.

Au contraire, les hommes sont habituellement associés aux animaux sauvages (libres) ou de grandes tailles. Les attributs *féroce*, *actif* et *impulsif* sont souvent mis en avant. Enfin, les locuteurs sont enclins à conceptualiser les deux sexes en une paire dans laquelle la relation est représentée globalement comme active-passive avec les hommes prenant le rôle actif.

6.1.4 Domaine OBJETS

Ce domaine présente comme en français des types nombreux mais dont chaque occurrence est rare. Le type le plus fréquent pour décrire les femmes apparaît seulement sept fois (comparé aux 30 occurrences de *chat* et aux 90 occurrences d'*eau*) et, 64 % des noms d'objets n'apparaissent qu'une fois. Dans ce domaine, les caractéristiques des humains sont régulièrement comparées aux fonctions des objets. Nous avons regroupé les métaphores non pas en fonction de la fréquence de leurs types mais en fonction des caractéristiques communes aux objets utilisés.

6.1.4.1 LES FEMMES SONT DES OBJETS

D'une manière générale, les femmes sont comparées à certains types d'objets qui ont besoin d'être appréciés, à d'autres qui sont remplaçables ou bien à des objets qui évoquent les caractéristiques *chaleureux, lunatique et bavard*.

1. Objets appréciés

La catégorie la plus importante concerne les objets qui doivent être appréciés pour en découvrir la beauté ou la valeur. Ces objets comprennent 書 *shu* « livres », 畫 *hua* « tableaux » 文章 *wen zhang* « articles de presse » et 藝術品 *yi shu pin* « œuvres d'art ». En comparant les femmes à ces objets, leur passivité est soulignée. Ces utilisations nécessitent un agent qui fait la découverte de ces objets par la lecture ou l'observation. Les locuteurs expriment explicitement que les agents qui utilisent ces objets sont des hommes.

Examinons deux exemples :

- (1) 藝術品 *yi shu pin* « œuvres d'art » : 她的美是很主觀的, 但是也是都獨具特色的, 需要獨特的眼光的男人(*nan ren*)來欣賞每個不同的作品然後發掘出最喜愛的一項 « sa beauté est subjective, mais aussi unique. Il faut un homme qui a un goût spécial pour apprécier toutes les œuvres différentes et découvrir celle qu'il préfère »
- (2) 書 *shu* « livres » : 要細細品讀完才能了解她在想什麼 « il faut les lire attentivement pour comprendre ce qu'elles pensent »

Dans ces descriptions, les femmes n'ont aucune agentivité et elles ne peuvent qu'attendre que les hommes viennent les découvrir. Cela s'accorde à l'attente sociale selon laquelle les femmes doivent être passives et attendre que les hommes initient les relations amoureuses.

2. Objets jetés ou remplacés

N'ayant pas la capacité d'agir, les femmes sont comparées aux objets remplaçables dès que les hommes en ont assez. Les vêtements, notamment, expriment cela :

- (3) 衣服 *yi fu* « vêtements » : 新衣很喜歡常穿出去炫, 穿膩了就時長擺在家裡, 等到舊了老了就丟了 « bien aimer les nouveaux vêtements et les mettre pour sortir. Dès qu'on en a assez, les mettre dans l'armoire pour longtemps. Quand ils deviennent vieux et usés, les jeter »
- (4) 衣服 *yi fu* « vêtements » : 可以一件換過一件 « pouvoir en changer l'un (vêtement) après l'autre »

Ces deux exemples montrent que les hommes jouent le rôle sémantique d'agents, ceux qui s'habillent avec les vêtements et qui remplacent ceux qui sont usés. Ces exemples sont semblables aux cas des objets appréciés comme des livres où les femmes n'ont pas de choix et ne peuvent que se laisser faire.

L'utilisation du vêtement dans la métaphore peut faire référence à une expression conventionnelle provenant du roman *Les Trois Royaumes*¹²⁰ :

(5) 兄弟如手足，女人如衣服。衣服破，尚可縫；手足斷，安可續？

« les frères sont comme des mains et des pieds, les femmes sont comme des vêtements. Si tes vêtements sont abimés, cela se répare, alors que si un de tes membres est amputé, cela n'est pas réparable »

Cette expression souligne que l'amitié entre les hommes est plus importante qu'une relation romantique : si la femme d'un homme est décédée, il peut toujours en épouser une autre, mais les frères (amis) ne sont pas remplaçables.

Dans les exemples (3)-(4), les locuteurs insistent sur la déplaçabilité des femmes tout comme celle des vêtements.

3. Objets beaux mais fragiles

Les femmes sont également comparées à de beaux objets, surtout à ceux qui sont fragiles ou dangereux. Par exemple : 花瓶 *huaping* « vases » et 高跟鞋 *gaogenxie* « chaussures à talons hauts » :

(6) 花瓶 *hua ping* « vases » : 外表美麗，光彩奪目，愛情像易碎的花瓶，不堪一擊
« belle à l'extérieur, éblouissante. L'amour est comme un vase fragile, vulnérable »

(7) 高跟鞋 *gao gen xie* « chaussures à talons hauts » : 性感美麗，卻也危險性強，塑造著美麗的形體卻很容易斷
« belle et sexy, mais très dangereuse. Elles représentent une belle forme mais se cassent facilement »

4. Électroménager

Comme nous l'avons remarqué précédemment, les tâches domestiques sont toujours considérées comme relevant de la sphère des femmes. Les appareils ménagers sont employés sous forme de métonymie pour exprimer les fonctions des femmes dans la famille à l'instar de *machines à laver, aspirateurs, réfrigérateurs et autocuiseurs*.

¹²⁰ 三國演義 *Les Trois Royaumes* : un roman historique chinois sur la fin de la dynastie Han et la période des Trois Royaumes, (169-280). Écrit par *Luo Guanzhong* au XIV^e siècle. Ce roman fait partie des quatre livres extraordinaires de la littérature chinoise.

(8) 冰箱 *bing xiang* « réfrigérateurs » : 隨時發揮母愛的精神填飽大家的肚子, 冰箱裡的食物也能讓女人展現創意 « exprime à tout moment l'esprit de l'amour maternel pour nourrir tout le monde. La nourriture dans le réfrigérateur peut montrer la créativité des femmes »

(9) 吸塵器 *xi chen qi* « aspirateurs » : 維持家庭很忙碌 很多勞務 « maintenir la famille, être très occupée, beaucoup de tâches à faire »

5. Objets gardant la chaleur

Les femmes sont perçues comme ayant plus de traits de personnalité agréables que les hommes tels que la tolérance, la douceur, le soutien et la chaleur. Ces attributs sont représentés par des objets qui gardent la chaleur et la douceur. L'exemple de *couverture* est présent dans trois occurrences :

(10) 棉被 *mian bei* « couvertures » : 抱媽媽時感覺很軟很軟 « sentir la douceur des câlins de sa maman »

(11) 棉被 *mian bei* « couvertures » : 包容(*bao rong*)性, 並且給予溫暖, 像是女性母性的那一塊 « être tolérant, donner de la chaleur, comme le côté maternel des femmes »

L'association entre les concepts de tolérance et de couverture découle de l'association morphologique existant dans 包容 *bao rong* « la tolérance » où *bao* signifie envelopper/couvrir et *rong* contenir/tolérer.

Par conséquent, l'idée de couverture est liée à la tolérance et à ce qui fournit de la chaleur. On attribue des motivations similaires à d'autres objets qui incluent 暖暖包 *nuan nuan bao* « chauffe-mains » et 烘爐 *hong lu* « chauffages » pour la chaleur, et 大衣 *da yi* « manteaux » pour la chaleur et la tolérance.

6. Caractéristiques « incompréhensible, lunatique, capricieuse »

Deux cas se fondent sur l'expression conventionnelle 海底針 *haidi zhen* « une aiguille au fond de la mer ». Cette métaphore compare les femmes à la mer et leur cœur à une aiguille au fond de celle-ci. Il faut donc comprendre le fait qu'il est impossible de retrouver une aiguille dans la mer comme le fait que les femmes sont difficiles à comprendre. De plus, l'instabilité des émotions féminines est représentée par une bombe :

(12) 炸彈 *zha dan* « bombes » : 隨時都有可能爆炸 « elle peut exploser à tout moment »

Un autre objet qui porte une connotation neutre ou positive est le *kaléidoscope* en soulignant les changements rapides à l'extérieur et à l'intérieur des femmes :

(13) 萬花筒 *wan hua tong* « kaléidoscopes » : 總是千變萬化，無論外表或想法 « peu importe l'apparence ou les idées, elles sont en changement permanent »

7. Caractéristiques « bavarde, lancinante »

Les attributs *bavarder* et *rabâcher toujours les mêmes choses* sont représentés par des objets qui véhiculent une impression répétitive et agaçante. Une machine à écrire est une image convoquée pour cette raison :

(14) 打字機 *da zi ji* « machines à écrire » : 啥事他都可以一直唸 « elles peuvent se répéter sans cesse, peu importe le sujet »

Deux motifs sous-jacents sont observés. En premier lieu, le bruit constant de la frappe est lié aux femmes qui parlent incessamment. En deuxième lieu, le texte produit par la machine est mis en parallèle aux paroles produites par quelqu'un. Dans cette perspective, 廣播電台 *guang bo dian tai* « station de radio » est choisi pour les mêmes raisons.

Selon des études sociolinguistiques, les femmes ragotent beaucoup plus que ne le font les hommes (Coates, 1996, 2015 ; Jones, 1980). Le magazine de potins 壹週刊 *Yi zhou kan* « Next Magazine », un tabloïd très controversé à Taïwan, souligne la variété des ragots auxquelles les femmes s'intéressent.

6.1.4.2 LES HOMMES SONT DES OBJETS

Représentant 21% des métaphores décrivant les hommes, ce domaine souligne principalement les fonctions familiales et sociales des hommes en les comparant aux fonctions d'objets du quotidien.

1. Support et protection

La première catégorie concerne les objets qui soutiennent ou qui protègent. L'exemple du *pilier* est présent dans six occurrences : les motivations des locuteurs indiquent qu'il faut soutenir/supporter la famille. Du domaine physique au domaine psychologique et financier, le rôle des hommes dans la famille est mis en parallèle avec le rôle de pilier, surtout dans une maison. Les verbes 支撐 *zhi cheng* « supporter » et 撐住 *cheng zhu* « maintenir » soutiennent la famille, illustrant ce changement de domaines.

(1) 房子的柱子 *fan zi de zhu zi* « pilier d'une maison » : 要(yao)撐住(cheng zhu)一家人 « il faut soutenir toute la famille »

L'idée de protection se retrouve dans les emplois de termes liés au bâtiment qui servent à protéger la famille. *Remparts et fossés d'une ville, un mur d'enceinte et un port* sont choisis pour la même fonction.

- (2) 城池 *cheng chi* « remparts et fossés d'une ville » : 讓心愛的妻子、幼小的兒女有了安全感，是最可靠的依賴 « pour que la femme aimée et les enfants se sentent en sécurité, l'appui le plus fiable »
- (3) 圍牆 *wei qiang* « mur d'enceinte » : 要(yao)保護圍牆裡的人 « devoir protéger les gens à l'intérieur »

Dans les exemples (1) et (3), nous constatons l'utilisation du verbe déontique 要 *yao* « devoir », montrant que prendre la responsabilité de la protection est une obligation pour les hommes au lieu d'une caractéristique naturelle.

2. *Pourvoyeur*

Contrairement aux femmes qui sont considérées comme devant prendre en charge les tâches domestiques, les hommes sont ceux qui pourvoient aux besoins de la famille. Cette fonction de pourvoyeur est représentée par 提款機 *ti kuan ji* « distributeur de billets » et 賺錢機器 *zhuan qian ji qi* « machine à gagner de l'argent ». Voici quelques illustrations utilisant *distributeurs de billets* :

- (4) 提款機 *ti kuan ji* « distributeur de billets » : 錢領完了會有行員把錢補足，家裡所有的生活開銷都要想辦法支付 « si il n'y a plus d'argent dans le distributeur, un employé de banque viendra le remplir. Il faut se débrouiller pour payer toutes les dépenses de la famille »
- (5) 提款機 *ti kuan ji* « distributeur de billets » : 提供女人來提款 « permet aux femmes de retirer de l'argent »

Même si l'écart entre les taux d'emploi des deux sexes se réduit, celui des hommes est toujours plus élevé que celui des femmes à Taïwan¹²¹. De plus, entre les âges de 35 et 39 ans, les femmes ont beaucoup moins accès au travail, ceci étant dû en partie à un retour à la sphère domestique après le mariage. Cette pratique est révélée par les utilisations des métaphores où les hommes sont perçus comme des distributeurs de billets et les femmes comme des appareils ménagers.

¹²¹ Source : Direction générale du budget, de la comptabilité et des statistiques à Taïwan.

3. Moyens de transport

Les véhicules sont associés aux hommes pour trois raisons. En premier lieu, transporter la famille est considéré comme relevant du rôle des hommes. Deux moyens de transport sont utilisés pour représenter ce rôle : 車 *che* « véhicule » et 休旅車 *xiu li che* « familiale ».

La deuxième raison provient de la métonymie OBJET UTILISÉ POUR DÉFINIR UN UTILISATEUR (OBJECT USED FOR USER : Kövesces & Radden (1998). Comme pour les Français, la voiture représente un certain statut social pour les hommes qui investissent plus de temps et d'argent dans leurs voitures :

- (6) 車 *che* « véhicules » : 男人愛玩車 « les hommes aiment jouer avec des voitures »
- (7) 車 *che* « véhicules » : 代表身分地位 « représenter son statut et sa position »
- (8) 車 *che* « véhicules » : 男人的附屬品 « accessoires des hommes »

En dernier lieu, les caractéristiques des voitures sont transformées en traits personnels et physiques des hommes. L'impulsivité, l'efficacité et la vitesse sont soulignées :

- (9) 車 *che* « véhicules » : 跑得快凡事講求效率 « rouler très vite et attacher de l'importance à l'efficacité »
- (10) 車 *che* « véhicules » : 橫衝直撞 « se heurter et se bousculer sans but / agir impulsivement »

Cette dernière perspective est comparable à la métaphore LE CORPS EST UNE MACHINE (BODY IS MACHINE : Glebkin, 2013 ; Johnson 1987 ; Kövesces, 2005 ; Lakoff & Johnson, 1999 ; Pinker, 2009), qui compare des comportements aux attributs des machines.

4. Technologie

Si l'on en croit le stéréotype, les hommes seraient plus doués avec la technologie que les femmes et il est généralement attendu qu'ils soient experts dans ce domaine. Des créations provenant de cette attente sont évoquées pour exprimer cette capacité, à l'exemple de la *technologie*, de l'*ordinateur*, et de *Google* :

- (11) 科技 *ke ji* « technologie » : 會日新月異 « en constante évolution et changement »
- (12) 電腦 *dian nao* « ordinateurs » : 問什麼都盡可能有答案出來 « peu importe ce qui est demandé, ils doivent donner une réponse le plus rapidement possible »
- (13) *Google* : 大家覺得他們什麼都應該(*ying gai*)要懂 « on pense qu'ils doivent tout connaître »

Il est à noter que l'exemple (13) révèle que cette capacité est acquise, ce qui s'exprime par l'utilisation du verbe auxiliaire déontique 應該 *ying gai* « devoir » : ce sont les connaissances qu'ils doivent acquérir et qui ne sont donc pas innées. Une autre motivation pour choisir l'ordinateur réside dans la simplicité des commandes et la rigueur des actions comme le montre l'exemple ci-dessous :

(14) 電腦 *dian nao* « ordinateurs » : 一個指令一個動作 « une instruction, une action »

5. Armes, objets phalliques

Des objets dangereux aux formes phalliques sont liés à la force, à l'impulsivité et à la dangerosité des mâles. Un couteau, ou plus précisément, la lame d'un couteau, un pistolet et une scie-sauteuse sont sélectionnés afin de souligner ces attributs :

(15) 槍 *qiang* « pistolets » : 容易發飆，逞凶鬥狠 « facilement énervé, aimer montrer sa force et se battre avec les autres »

(16) 刀鋒 *dao feng* « lame d'un couteau » : 銳利而乾脆 « tranchant et direct / franc »

(17) 電鑽 *dian zuan* « scies-sauteuses » : 力量很快很直接 « la force est rapide et directe »

Ces objets peuvent tous servir d'armes. Les traits physiques et l'apparence de ces objets sont fusionnés avec les caractéristiques de brutalité, d'impulsivité, et avec leur image phallique, qui sont un symbole pertinent de la masculinité.

6. Objets en lien avec la pression

Dans une société patriarcale, les femmes subissent l'oppression des hommes qui, quant à eux subissent également d'une grande pression. Dans ce contexte social, les hommes sont éduqués depuis l'enfance à cacher leurs émotions et leurs faiblesses pour mettre seulement en avant leur force et leur pouvoir. Cette contrainte est visualisée par des objets qui supportent la pression ou des objets qui sont rembourrés.

Deux occurrences d'*autocuiseur* illustrent que les hommes doivent supporter le stress et la difficulté rencontrée sans pouvoir les exprimer aux autres.

(18) 悶騷鍋 *men sao guo* « cocotte-minute » : 會忍不會輕易訴苦 « se retenir, ne pas montrer sa faiblesse »

(19) 悶鍋 *men guo* « cocotte-minute » : 自己解決壓力 « garder pour soi son stress »

Des objets étouffés par quelque chose illustrent plus clairement la façon d'être des hommes. Examinons trois objets pour expliquer les rôles sémantiques dans ces métaphores :

(20) 沙包 *sha bao* « sacs de frappe » : 被揍都不能還手 « être frappé mais ne pas pouvoir se défendre »

(21) 填充娃娃 *tian chong wa wa* « peluches » : 不僅自負於自己的見解，還被賦予給予人溫暖的責任，卻也需要其他人的關愛，但又不曾說出口。「 pas seulement fiers de leurs propres opinions, mais aussi dotés de la responsabilité de tenir chaud aux autres. En même temps, ils ont besoin de l'attention et de l'affection des autres mais ils ne l'expriment pas »

(22) 汽球 *qi qiu* « ballons » : 平時壯大飽滿，一碰到脆弱整個倒地不起 « ils sont normalement larges et gonflés, mais dès qu'ils rencontrent une faiblesse, ils se dégonflent complètement »

Ces trois objets représentent le corps des hommes. Le sable, le coton ou l'air sont évoqués à la façon du rembourrage ce qui se trouve à l'intérieur de leurs corps ou de leurs cerveaux : les façons de se conduire en tant qu'homme, ou les responsabilités qu'ils doivent prendre. En outre, un rôle sémantique invisible, la source de ces rembourrages, signifie la société, la culture collective d'où viennent les règles à suivre et la source de la pression.

Un autre type exprimant la contrainte est la responsabilité des hommes concernant des objets en lien avec le fait d'attacher comme 風箏 *feng zheng* « cerf-volant » et 枷鎖 *jiasuo* « chaîne / joug » :

(23) 風箏 *feng zheng* « cerf-volant » : 被線綁住還是想往自由的地方跑 « attaché par une ficelle mais il veut toujours voler vers la liberté »

(24) 枷鎖 *jia suo* « chaîne / joug » : 太多無所謂的責任 « trop de responsabilités de toutes parts »

Les hommes sont conceptualisés en tant que corps du cerf-volant, le vent et le ciel représentent la liberté. La ficelle signifie la force qui retient l'homme avec un rôle sémantique implicite, l'agent qui tient le cerf-volant désigne la source de leur oppression.

Conclusion du domaine OBJETS

Lorsque l'on compare les fonctions des objets aux deux sexes, on constate que les divisions du travail sont reproduites : les femmes sont liées à des appareils ménagers, tandis que les hommes le sont aux véhicules et aux machines qui pourvoient l'argent. Au niveau de l'activité, la passivité des femmes est représentée par des objets qui attendent qu'on découvre leur valeur et leur beauté, alors que les hommes sont mis en parallèle avec des objets qui fournissent protection et soutien. Concernant leurs caractéristiques, le bavardage des femmes

est souligné au travers d'objets qui font des bruits répétitifs et produisent de la parole. Au contraire, des objets sous pression suggèrent que les hommes ne doivent pas montrer leur faiblesse et qu'ils subissent eux aussi une forme d'oppression sociale. Enfin, l'impulsivité et la dangerosité de ceux-ci sont mises en exergue par des armes ayant une image phallique.

6.1.5 Domaine PLANTES

Ce domaine est le plus prolifique du *Dictionnaire Mandarin Chinois Révisé* (DMR), particulièrement pour les métaphores concernant les femmes. Non seulement quantitativement, mais aussi d'un point de vue conventionnel. Les métaphores du questionnaire trouvent leurs correspondances dans le dictionnaire.

6.1.5.1 LES FEMMES SONT DES PLANTES

Tout comme avec les résultats du questionnaire, les femmes sont conceptualisées en tant que *fleurs*, *herbes* et *arbres*, pour un total de 99 occurrences (15%).

Les *fleurs* se retrouvent dans le plus grand nombre de métaphores avec 83 occurrences (84% dans ce domaine). C'est la deuxième source la plus importante parmi les MF après l'*eau* (90 occurrences).

1. Des fleurs (nom générique)

Les fleurs 花 *hua* dans leur sens générique sont comparées aux femmes. Les caractéristiques principales restent similaires à celles des métaphores conventionnelles : la beauté, la jeunesse, la fragrance, la fragilité et la variété des espèces.

La beauté et la jeunesse

L'apparence des femmes est fortement soulignée par la beauté des fleurs. Les adjectifs les plus mentionnés comprennent 漂亮 *piao liang* « jolie », 美麗 *mei li* « belle », et une expression 賞心悅目 *shang xin yue mu* « apprécier-cœur-plaire-yeux : agréable à regarder, jolie ».

Basée sur la métaphore conceptuelle LE CYCLE DE LA VIE DES FLEURS EST LE CYCLE DE L'ÂGE DES FEMMES (voir chapitre 4.1.1), la beauté est directement liée à la jeunesse, qui est mise en parallèle avec la floraison, alors que la vieillesse se rapporte au flétrissement. La période de la beauté est extrêmement courte selon cette image :

(1) 花 *hua* « fleurs » : 青春美麗有限 « la jeunesse et la beauté sont limitées »

(2) 花 *hua* « fleurs » : 年輕的時候很美，老的時候像花謝的花 « elles sont belles quand elles sont jeunes, alors qu'elles sont comme des fleurs flétries quand elles sont vieilles »

La fragrance et la délicatesse

La fragrance des fleurs est comparée à l'odeur parfumée des femmes : elles portent souvent des parfums et font plus attention à elles :

(3) 花 *hua* « fleurs » : 隨時打扮漂漂亮亮噴得香香的 « elles se font toujours jolies et elles se mettent du parfum »

La notion centrale de féminité, 柔 *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple » est liée aux fleurs. Des mots composés contenant ce caractère chinois indiquent la douceur (溫柔 *wen rou* « tiède-rou : douce ») et la grâce (柔美 *rou mei* « rou-belle : délicat, gracieux »).

Un synonyme de 柔 *rou*, 嬌 *jiao*¹²², possédant la clé de la femme, est appliqué régulièrement aux fleurs. Selon le dictionnaire DMR, 嬌 *jiao* est défini comme 柔弱 *rou ruo* « rou-faible : faible » et 柔美 *rou mei* « rou-belle : belle avec délicatesse ». Ces deux mots contiennent le caractère *rou*, montrant que *jiao* et *rou* partagent les mêmes notions : fragile, douce, belle.

Reprenons une citation qui explique la relation entre les fleurs et les femmes (Barnhart, 1983 : 84-85) :

« La beauté des fleurs est interchangeable avec la beauté des femmes. Ce phénomène est intrinsèque à la pensée et à la langue chinoise. Presque tous les caractères décrivant la beauté ont le radical de la femme et appartiennent donc à la catégorie de l'image féminine. »

Cette interchangeabilité de la langue est applicable à ce mot 嬌 *jiao*. Trois mots composés destinés aux femmes motivent l'utilisation des métaphores de fleurs :

嬌媚 *jiao mei* « *jiao*-charmante : belle et attirante »

嬌美 *jiao mei* « *jiao*-belle : belle et charmante »

嬌貴 *jiao gui* « *jiao*-précieux : délicate et précieuse »

Même implicitement, la connotation de *jiao* et de ses dérivés contient le concept de *rou* mélangeant la délicatesse et la beauté.

¹²² 嬌 *jiao* porte la clé 女 *nü*, signifiant la femme. Ce mot est un modificateur spécifiquement destiné aux femmes ou même peut être un nom se référant aux femmes.

La variété

花 *hua* « fleurs » est un nom d'un niveau basique (*basic-level category*, Rosch, 1978) qui contient des sous-catégories que l'on peut comprendre comme des espèces spécifiques de différentes fleurs. Cette métaphore des fleurs indique qu'il y a autant de sortes de femmes qu'il y a de types de fleurs. Comme le montrent ces deux exemples :

(4) 花 *hua* « fleurs » : 各式各樣種類 « il y a toutes sortes de fleurs »

(5) 花 *hua* « fleurs » : 每一朵花都有他的美只是不同的美麗 « chaque fleur porte sa propre beauté, simplement des beautés différentes »

Regarder les femmes en tant que fleurs est un point de vue conventionnel de la part des hommes. Deux métaphores conceptuelles découvertes dans le dictionnaire sont toujours valables actuellement : LES HOMMES SONT CEUX QUI S'OCCUPENT DES PLANTES et LES HOMMES SONT DES ANIMAUX QUE LES FLEURS ATTIRENT¹²³.

LES AGENTS : LES HOMMES SONT CEUX QUI S'OCCUPENT DES PLANTES

En premier lieu, les fleurs ont besoin qu'on s'occupe d'elles. Les agents qui s'occupent des fleurs sont comparés aux hommes, plus particulièrement à la façon dont ils se comportent avec les femmes. Les actions des agents sont mises en parallèle. Les actions recensées du questionnaire comprennent 保護 *bao hu* « protéger », 呵護 *he hu* « prendre bien soin de » et 照顧 *zhao gu* « s'occuper de ». L'exemple (6) montre que les femmes ont un rôle passif qui nécessite l'attention des hommes.

(6) 花 *hua* « fleurs » : 需要細心呵護 « (elles) ont besoin qu'on prenne soin d'elles attentivement »

LES HOMMES SONT DES ANIMAUX QUE LES FLEURS ATTIRENT

L'interaction entre les deux métaphores LES HOMMES SONT DES ANIMAUX et LES FEMMES SONT DES FLEURS¹²⁴ conceptualise les hommes comme des abeilles et des papillons attirés par les fleurs. Cette métaphore souligne la séduction exercée sur les hommes par les femmes d'un point de vue androcentrique. Alors que les femmes en tant que fleurs n'ont pas valeur d'agent, leur existence et leur beauté font venir les hommes pour profiter de la floraison.

L'expression conventionnelle 招蜂引蝶 *zhao feng yin die* « provoquer-abeille-attirer-papillon » est toujours pertinente. Sa connotation implique que ce sont les femmes qui sont à

¹²³ Voir chapitre 4.1.1, les exemples (28)-(32).

¹²⁴ Voir chapitre 4.1.1, les exemples (31)-(32).

la source de cette attirance (sexuelle). D'autres motivations basées sur cette image sont représentées par les locuteurs comme dans l'exemple (7) :

(7) 花 *hua* « fleurs » : 美麗的花朵每隻蜜蜂都想採 « jolies fleurs, chaque abeille voudrait en cueillir »

Ce cas personnifie les abeilles en utilisant le verbe 採 *cai* « cueillir », se fondant sur la métaphore 採花 *cai hua* « cueillir des fleurs » qui signifie un homme dépuceant une femme.

2. Fleurs d'espèces spécifiques

La rose est l'espèce de fleur la plus représentée avec 15 occurrences parmi les 24 cas dans cette catégorie. D'autres types comprennent *fleur de prunier*, *fleur de lys*, *tulipe*, *pivoines* et *miscanthus*.

Il est à noter que les métaphores florales d'espèces différentes possèdent également les caractéristiques de la métaphore des fleurs d'un niveau générique (花 *hua*). Cela veut dire que la jeunesse et la beauté sont toujours des traits importants, même si ce n'est pas explicite.

a) Roses

Selon les locuteurs, les attributs essentiels de la rose 玫瑰 *mei gui* sont ses épines, et sa qualité de symbole de beauté et de délicatesse. Les épines sont interprétées en tant que défense blessant les personnes qui s'approchent. Combinées avec la beauté, l'explication la plus commune de la rose est qu'elle est belle mais blessante comme illustré par ces deux exemples :

(8) 玫瑰 *mei gui* « roses » : 他們看起來美麗難以抗拒, 但不小心呵護的話是會被刺到« elles ont l'air belles, difficile de résister. Mais si on ne prend pas assez soin d'elles, elles piquent quand même »

(9) 玫瑰 *mei gui* « roses » : 有時帶著刺但不失嬌嫩美麗 « parfois elles portent des épines mais elles sont toujours délicates, tendres et belles »

L'exemple (8) montre la perspective des hommes, faisant référence à la métaphore LES HOMMES SONT CEUX QUI S'OCCUPENT DES PLANTES. Ils sont les agents qui aiment la beauté, résistent à la séduction, et en même temps ce sont ceux qui prennent soin de ces roses, représentées par les femmes.

b) Fleurs de prunier

Les fleurs de prunier 梅花 *mei hua* sont représentées comme la fleur nationale de la République de Chine (Taïwan)¹²⁵. Elle est un symbole de la résilience et de la persévérance

¹²⁵ La fleur nationale de la République de Chine (Taïwan) a été officiellement désignée fleur de prunier par le

face à l'épreuve. Cela provient de sa floraison hivernale, même durant les hivers rigoureux. Cette caractéristique s'emploie pour dépeindre la persévérance des femmes dans les situations difficiles, ce qu'éclairent les deux exemples ci-dessous :

(10) 梅花 *mei hua* « fleurs de prunier » : 越冷越開花，堅強 « plus il fait froid, plus elles sont florissantes »

(11) 梅花 *mei hua* « fleurs de prunier » : 即便遇到多艱難的困境，依然堅忍不拔 « malgré tant de difficultés, elles sont toujours résilientes »

La description de l'exemple (10) tient au domaine des fleurs alors que (11) est transmis aux femmes.

c) Fleurs de lys

Les fleurs de lys 百合花 *bai he hua* sont réputées pour leur fragrance agréable. En la transmettant aux femmes, cette métaphore précise l'agréabilité de la personnalité, ainsi que la fragrance des femmes :

(12) 百合花 *bai he hua* « fleurs de lys » : 漂亮，香 « jolies, fragrant »

(13) 百合花 *bai he hua* « fleurs de lys » : 讓環境舒服的特性 « faire que son entourage se sente à l'aise »

d) D'autres fleurs moins fréquentes

La pivoine 牡丹花 *mu dan hua* est surnommée « la reine des fleurs » en Chine en raison de la taille de la fleur ouverte et la prégnance de son parfum. Elle est considérée comme une fleur luxueuse, une impression toujours présente aujourd'hui comme avec 華貴氣質 *hua gui qi zhi* « nature splendide ».

En revanche, la tulipe 鬱金香 *yu jin xiang* est représentée comme une fleur douce et tendre (柔和 *rou he*) par opposition à la richesse de la pivoine.

Enfin, la fleur de *miscanthus* (管芒花 *guan mang hua*) est caractérisée par sa prolifération même dans des conditions peu clémentes. Cet attribut se compare à la grandeur et à la persévérance des femmes.

3. Arbres

Quatre occurrences concernant les arbres ont été répertoriées en tant que MF, deux concernant les saules pleureurs et deux les arbres au sens large.

Yuan exécutif en 1964.

Les arbres (樹 *shu*) sont habituellement un domaine source réservé aux hommes. Quand les femmes prennent cette image, les caractéristiques qui sont prototypiquement attribuées au masculin sont transmises au féminin : *protecteur* (par rapport aux enfants), *fort* et *solide*. En voici deux exemples :

(14) 樹 *shu* « arbres » : 照顧下一代 « s'occuper des enfants »

(15) 樹 *shu* « arbres » : 堅韌 « ferme et solide »

Les caractéristiques des arbres ne sont pas systématiquement comparées aux femmes, à l'exception de certaines espèces spécifiques comme les saules pleureurs, même si les deux noms, *arbres* et *fleurs*, sont tous les deux des noms de niveau basique (*basic-level category*, Rosch, 1978).

Conventionnellement, le *saule pleureur* (楊柳 *yang liu* / 柳樹 *liu shu*) est seulement évoqué pour désigner les femmes parmi les arbres. Dans les expressions conventionnelles, cette plante est un synonyme de 花 *hua* « fleurs » mais aussi un nom pour faire référence aux prostituées¹²⁶.

En outre, la finesse et la souplesse du saule pleureur sont mobilisées pour retracer les parties du corps des femmes. Pour les locuteurs, cette évocation représente la souplesse des femmes qui se concrétise dans le domaine psychologique en plus du domaine physique.

L'exemple (16) évoque la souplesse de la fierté, et l'exemple (17) une figure jolie, gracieuse et élégante.

(16) 楊柳 *yang liu* « saules pleureurs » : 身段柔軟 « corps-souple : humble, modeste »

(17) 柳樹 *liu shu* « saules pleureurs » : 婀娜多姿 « gracieuse et attirante »

4. Herbes

Traditionnellement, les femmes sont comparées aux herbes aromatiques, 芳草¹²⁷ *fang cao*, employées en tant que synonyme de 花 *hua* « fleurs ».

Sans être spécifiquement destinées aux femmes, il n'est pas nouveau d'utiliser les herbes pour une métaphore personnifiée. Elles peuvent survivre facilement selon l'environnement, car elles sont considérées comme résistantes. Par ailleurs, parce qu'elles sont petites, les herbes sont régulièrement attribuées à ceux qui sont faibles mais qui résistent aux conditions difficiles ou rudes.

¹²⁶ Voir chapitre 4.1.1, les exemples (17)-(23).

¹²⁷ Voir chapitre 4.1.1, les exemples (24)-(27).

L'utilisation des attributs *résistante* et *petite* est motivée par les locuteurs pour associer les herbes aux femmes. Les raisons de ce choix sont pertinentes. En voici deux illustrations :

(18) 草 *cao* « herbes » : 弱小生命力強 « faibles et petites, une vitalité forte »

(19) 草 *cao* « herbes » : 外表柔弱，事實堅韌 « avoir une apparence faible, en fait solide et résistante »

5. Graines

Enfin, les graines sont utilisées de la même manière pour comprendre les comportements des humains. Deux noms génériques 種子 *zhong zi* « graines » et un genre spécifique, celui du colza, ressortent.

En premier lieu, des graines peuvent donner naissance à une plante, ce qui est comparé à la gestation des femmes :

(20) 種子 *zhong zi* « graines » : 可以繁殖下一代 « pouvoir produire les enfants »

En second lieu, donner une nouvelle vie, ce qui s'interprète comme un espoir :

(21) 種子 *zhong zi* « graines » : 有無限可能 « avoir des possibilités illimitées »

Quant aux graines de colza, elles sont considérées comme fortement fécondes et adaptables à l'environnement. Ces caractéristiques conviennent à celles attendues chez les femmes :

(22) 油麻菜籽 *you ma cai zi* « graines de colza » : 落地生根，處處皆可以生長 « prendre racine facilement, pouvoir pousser partout »

Puisque les femmes sont généralement plus petites que les hommes, le préfixe 小 *xiao* « petit »¹²⁸ s'ajoute aux noms qui sont comparés aux femmes comme dans le domaine ANIMAUX. Par exemple, les fleurs (*hua*) et les herbes (*cao*) deviennent en *xiao hua* et *xiao cao*, signifiant respectivement *petite fleur* et *petite herbe*.

6.1.5.1 LES HOMMES SONT DES PLANTES

Les *arbres* représentent la MH recueillant le plus d'occurrences avec 71% ayant recours aux plantes. D'autres cas dispersés comportent *fleurs* ainsi que *herbes*.

Conceptualiser les deux sexes en une paire avec une liaison sémantique entre eux est aussi commun dans ce domaine. La plupart des binômes impliquent une *fleur* et un *arbre*.

1. Arbres

¹²⁸ Voir note 118.

Comparable aux métaphores des fleurs destinées aux femmes, le nom générique 樹 *shu* « arbres » est essentiel pour faire référence aux hommes.

Les motivations données par les locuteurs pour utiliser ces métaphores sont distinctes de celles données pour décrire les femmes. Tout d'abord, les traits soulignant la jeunesse et la beauté sont absents. En second lieu, les caractéristiques de la personnalité sont opposées à celles décrivant les femmes. Enfin, leurs rôles sociaux sont plus marqués que pour les femmes en raison de l'utilisation des métaphores liées aux plantes.

Protecteur, soutien, abri

Lorsque les femmes sont considérées comme des fleurs fragiles ayant besoin que l'on prenne soin d'elles, les hommes sont transformés en arbres qui protègent les fleurs autour d'eux. Les caractéristiques les plus mentionnées comprennent 保護 *baohu* « protecteur », 依靠 *yi kao* « compter sur / s'appuyer sur » et 支撐 *zhi cheng* « soutenir ».

Les catastrophes naturelles sont comparées aux difficultés de la vie quotidienne. Les arbres, en tant qu'abris pour les humains pendant les intempéries, sont décrits comme un soutien pour les femmes et la famille lors des passages difficiles de la vie comme dans ces deux exemples :

- (1) 大樹 *da shu* « grands arbres » : 颶風下雨時要像大樹保護(*baohu*)女人 « il faut protéger les femmes comme les grands arbres pendant les typhons et la pluie »
- (2) 大樹 *da shu* « grands arbres » : 可依靠(*yika*) , 保護(*baohu*) « on peut s'appuyer sur eux »

En outre, le préfixe 大 *da* « grand » est régulièrement ajouté pour décrire des arbres (il accompagne 45% des occurrences de *shu*), donnant 大樹 *da shu* « grands arbres ». Cela fait écho à l'analyse du domaine ANIMAUX qui a révélé que les hommes sont associés aux grands animaux sauvages et les femmes aux petits animaux dociles.

Dualité : fort mais...

Contrairement aux femmes qui sont vues comme fragiles à l'extérieur et fortes à l'intérieur¹²⁹, les hommes sont perçus comme durs à l'extérieur, mais doux à l'intérieur. Les expressions conventionnelles qui combinent les notions centrales de la masculinité et de la féminité 剛 *gang* « dur, solide, fort, rigide » et 柔 *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple »

¹²⁹ Les fleurs, le plus important type dans le domaine PLANTES, ne sont pas le meilleur exemple pour montrer cet attribut. Alors que le trait 外柔內剛 *wai gang nei rou* « extérieur *rou* intérieur *gang* » est répétitif à travers tous les domaines en tant que notion essentielle pour décrire les femmes.

expriment bien cela. Transformés en arbres, les hommes sont dotés de l'attribut 外剛內柔 *wai gang nei rou*, signifiant « extérieur *gang* intérieur *rou* ».

Par ailleurs, les arbres peuvent être causes de blessure, indiquant que les hommes pourraient provoquer des lésions malgré leur rôle protecteur.

- (3) 大樹 *da shu* « grands arbres » : 可以遮風避雨，但是也有可能被大樹壓死 « qui peut être un abri contre le vent et la pluie, mais il est possible d'être écrasé par l'arbre »

Traits physiques

Les hommes sont représentés comme grands, forts et robustes (par opposition à la petite taille et à la fragilité supposées des femmes). Deux cas montrent ces traits physiques :

- (4) 樹 *shu* « arbres » : 高大強壯，有安全感 « grands et forts, avoir un sens de sécurité »

- (5) 樹 *shu* « arbres » : 又大又壯 « grands et robustes »

Aspects sociaux

Dès qu'un nom est associé à la virilité, les associations peuvent s'éloigner de ses caractéristiques originales (grand, abri par exemple) et se rapprocher des traits de la masculinité construite.

Cette abstraction mène à lier les arbres aux rôles et fonctions attendus par la société :

- (6) 大樹 *da shu* « grands arbres » : 必須要承擔責任 « devoir prendre la responsabilité »

- (7) 樹 *shu* « arbres » : 在家裡他是一家之主，可以依靠 « il est le chef de la famille, pouvoir compter dessus »

Enfin, une autre manière de décrire les arbres (*shu*) est d'ajouter le caractère 木¹³⁰ *mu* « arbre, bois » au caractère 樹 *shu* pour créer le mot 樹木 *shu mu*. Les dictionnaires donnent à ces deux mots, *shu* et *shu mu*, un sens identique, *arbre*. Pourtant, d'après le principe de compositionnalité (*principle of compositionality*, Grandy, 1990 ; Janssen & Partee, 1997), le composant 木 *mu* apporte une précision sémantique.

En effet, *mu* s'interprète métaphoriquement comme « simple, franc, ou insensible, indifférent ». C'est pourquoi le mot composé 木訥¹³¹ *mu na* « bois / retard à s'exprimer » est régulièrement associé aux hommes en raison de leurs traits de caractère « simple, mais lent à s'exprimer ».

¹³⁰ Voir chapitre 6.1.1.2, les exemples (10)-(17).

¹³¹ Voir chapitre 6.1.1.2, les exemples (10)-(12).

(8) 樹木 *shu mu* « arbres » : 表達能力總是差了點 , 大部分不太會表達, 比較木訥(*mu na*) , 需要更多溝通技巧 « leur capacité à s'exprimer est plus mauvaise. La plupart des hommes ne savent pas trop s'exprimer, ils ont besoin de plus de compétences en communication »

Espèce spécifique

Une seule espèce d'arbres spécifique est mentionnée. Cette rareté vient du manque d'expressions conventionnelles qui conceptualisent les hommes en tant qu'arbres d'espèces variées selon les différents traits soulignés.

Le seul cas est 榕樹 *rong shu* « banyan », un arbre commun à Taïwan :

(9) 榕樹 *rong shu* « banyans » : 包容(*bao rong*) , 有責任感 , 可依靠 « tolérants, responsables, fiables »

Cet arbre est souvent planté dans les parcs, dans les écoles ou dans les rues. L'ombre de son feuillage est si large que les foules se rassemblent sous leurs canopées pour participer à des activités. Cette image accueillante motive l'association à l'idée de tolérance. D'ailleurs, la prononciation de cet arbre 榕 *rong* est un homophone de cet attribut 包容 *bao rong* « tolérant », rendant sémantiquement et phonologiquement pertinente cette métaphore.

2. Herbes

Les caractéristiques des herbes transmises aux femmes soulignent généralement une apparente faiblesse mais une force intrinsèque. En ce qui concerne les hommes, c'est sur leur apparence que les locuteurs insistent le plus. Comparées à la beauté des fleurs, les herbes sont considérées comme insignifiantes et monotones. Et les hommes faisant moins attention à leur apparence offrent une bonne raison de les comparer aux herbes :

(9) 草 *cao* « herbes » : 外表隨性 « appearance-spontané : négliger les habits »

Deux occurrences sollicitant cette motivation sont présentées conjointement avec les métaphores des fleurs qui soulignent la beauté des femmes, faisant une paire sémantique :

(10) 草 *cao* « herbes » : 有些不太引人注目 , 但也有些很迷人、值得欣賞的 « certains hommes n'attirent pas l'attention, mais certains sont charmants et appréciés »

(11) 花 *hua* « fleurs » : 賞心悅目 , 有些甚至芬芳 « (les femmes) être jolies à regarder, certaines sont même parfumées »

3. Fleurs

L'essentiel des métaphores utilisant les fleurs pour décrire les femmes évoque leur cycle de vie et leur beauté, ce qui n'est le cas d'aucune des quatre métaphores qui désignent les hommes.

La beauté des fleurs est tout d'abord interprétée chez les hommes par une tendance à la vantardise, à quoi s'ajoute l'idée que ceux-ci dépendent des femmes dans leurs relations comme les fleurs dépendent de l'eau.

(12) 花 *hua* « fleurs » : 男生多數會炫耀，花的存在本身就是要展示自己的美麗 « la plupart des hommes se vantent. L'existence des fleurs démontre leur propre beauté »

(13) 花 *hua* « fleurs » : 男人會靠女人(如果他有女人的話)。花很難獨活，需要水。通常有權的男人不可能沒有家庭，那也是支撐他身分地位的一個依據 « les hommes dépendent des femmes (s'ils ont une femme). Les fleurs ne peuvent pas vivre toutes seules, elles ont besoin d'eau. Normalement il est impossible qu'un homme puissant n'ait pas de femme. C'est aussi une base de son statut »

La vantardise et la dépendance aux femmes ne s'accordent donc pas avec les caractéristiques conventionnelles (jeune, fragile, belle) associées aux fleurs.

Espèces spécifiques

Les locuteurs évoquent 玫瑰 *mei gui* « roses » et 太陽花 *tai yang hua* « tournesols » pour désigner les hommes, mais l'interprétation de ces deux métaphores est différente de celle liée aux femmes.

Tout d'abord, la fragilité est soulignée en utilisant la rose pour caractériser les hommes. Cette métaphore est à mettre en parallèle avec la métaphore *herbe* adressée aux femmes précisant l'opposé : la survivabilité.

Ensuite, l'association des roses aux hommes est plus positive : *passionné, sans restriction* par rapport à *belle mais qui peut se défendre* pour les femmes. Pour les premiers, c'est la couleur rouge et la connotation de la rose qui sont mises en avant, tandis que pour les femmes, c'est la nature en tant que fleur (avoir des épines) et la beauté qui sont soulignées.

Le même phénomène est applicable aux *tournesols*. En mandarin, la couleur jaune est connotée comme énergique et active. En outre, la morphologie de ce mot *tai yang hua* se compose de *tai yang* « soleil » et *hua* « fleur » dans lequel le soleil est fortement associé aux hommes. Cependant, quand les femmes sont comparées aux tournesols, elles sont décrites comme « se tournant vers les hommes qu'elles aiment », comme les tournesols se tournent vers le soleil.

Conclusion du domaine PLANTES

Le domaine des PLANTES constitue une des paires sémantiques les plus importantes pour les deux sexes sous la forme de *fleurs-arbres* pour femmes-hommes. La conventionalité et la productivité DES FEMMES SONT DES FLEURS sont considérablement représentées dans les réponses à notre questionnaire. La jeunesse, la beauté et la fragilité sont des traits essentiels pour les femmes. En revanche, les hommes sont caractérisés par les fonctions de protection, de soutien, ainsi que par la grande taille et la force.

Par ailleurs, le domaine PLANTES est parfois mis en relation avec d'autres domaines comme dans les binômes *soleil-fleurs* (NATURE-PLANTES) et *fleurs-eau* (PLANTES-SUBSTANCES) qui représentent le rapport hommes-femmes.

De plus, les mêmes plantes peuvent être appliquées aux deux sexes mais avec des motivations différentes comme par exemple lorsque les *fleurs* sont comparées aux hommes. Cette métaphore non conventionnelle sélectionne des attributs superficiels des fleurs au lieu d'être mise en parallèle avec la structure profonde des métaphores florales, comme c'est le cas pour les femmes.

Jusqu'à présent, nous avons présenté les domaines sources les plus productifs qui correspondent à 85% de notre corpus en mandarin. La partie suivante concernera les domaines les moins présents.

6.1.6 Domaine HUMAINS

Le domaine HUMAINS n'est pas fortement représenté dans les utilisations conventionnelles en mandarin (voir chapitre 4.6) par rapport aux expressions françaises (voir chapitre 3.1) ; une moindre quantité qui se retrouve également chez les locuteurs : seulement 7% de métaphores sont concernées en chinois contre 31% en français.

En regardant de plus près, les métaphores désignant les hommes sont deux fois plus nombreuses que celles décrivant les femmes en mandarin. Par conséquent, les catégorisations sont plus claires et les types sont également plus concentrés pour les MH. En revanche, la classification des MF est moins systématique étant donné la dispersion de la distribution.

6.1.6.1 LES FEMMES SONT DES HUMAINS

Nous classons les caractéristiques partagées de la manière suivante : des *enfants*, des *mères*, des *noms de métiers*, des *personnages dominants*, des *noms du domaine politique*, des *noms propres aux humains*, des *commères* et des *dépensières*.

1. Enfants / bébés

C'est le seul type présent dans plus de trois occurrences. Les femmes sont comparées aux enfants car elles ont besoin que l'on s'occupe d'elles et que l'on fasse attention à elles. Par exemple :

- (1) 小孩 *xiao hai* « enfants » : 需要人哄，需要人照顧，需要人疼惜 « avoir besoin qu'on les cajole, qu'on prenne soin d'elles, qu'on les aime tendrement »

De plus, les émotions et les caprices sont soulignés :

- (2) 小孩 *xiao hai* « enfants » : 感性多於理性 « émotionnelles plus que raisonnables »
(3) 嬰兒 *ying er* « bébés » : 你老是不知道她想幹嘛 « tu ne sais jamais ce qu'elles veulent »

2. Mères

Le rôle de mère est considéré comme primordial pour les femmes, à la fois au sens de « qui donne la vie » et de « qui éduque les enfants ». En outre, les corvées ménagères sont toujours considérées comme étant de la responsabilité des femmes ou des mères.

- (4) 媽媽 *mama* « mères » : 母性養育 « l'instinct maternel élève et éduque les enfants »
(5) 媽媽 *mama* « mères » : 容忍辛苦，扛起所有的雜事 « subir la souffrance, prendre la responsabilité de toutes les affaires »

3. Noms de métiers

Trois noms de métiers sont sélectionnés pour leurs caractéristiques les plus représentatives. D'abord, les femmes sont comme des *magiciennes* parce qu'elles peuvent créer quelque chose à partir de rien. Cette capacité est comparée à la compétence des femmes à se débrouiller dans tous les sujets domestiques :

- (6) 魔術師 *mo shu shi* « magiciens » : 可以無中生有，家中所缺的一切食衣住行育教娛樂都能變出來 « pouvoir faire apparaître quelque chose à partir de rien. Tout ce qu'il faut à la maison, nourriture, habillement, logement, transport, éducation, divertissement, elles sont capables de s'en sortir »

En outre, la capacité d'organiser la vie quotidienne de la famille, y compris celle des enfants, est comparée au travail des *réalisateurs* qui écrivent des scénarios :

(7) 導演 *dao yan* « réalisateurs » 很會做計畫，把小孩、自己感情的劇本都想好
« savoir bien faire des plans, prévoir les scripts de la relation amoureuse elle-même et
ceux des enfants »

Il s'agit d'une autre métaphore conceptuelle dans l'exemple (7) : LA VIE EST UNE SCÈNE¹³²
(LIFE IS A STAGE ou DRAMA AS LIFE, Babula, 1972 ; Manning, 1991 ; Yu & Jia 2016). Dans
cette métaphore, la vie est vue comme un théâtre où chacun est un acteur jouant son propre
rôle avec d'autres acteurs jouant leur propre rôle. La description des réalisateurs est une
extension basée sur cette structure.

Enfin, les traits *soigneux* et *attentif* sont considérés comme typiquement attribués aux femmes
qui sont perçues comme 護士 *hu shi* « infirmières ».

4. Esclaves étrangères

Même si l'esclavage est illégal à Taïwan, des travailleurs étrangers sont « importés » de pays
plus pauvres ; ils portent le nom de 外籍勞工¹³³ *wai ji lao gong*, littéralement « travailleurs
étrangers », abrégé en tant que 外勞 *wai lao*.

La plupart de ces travailleurs étrangers sont des femmes, et accomplissent les tâches
domestiques les plus dures (Lan, 2005, 2008). Par exemple, elles s'occupent des personnes
âgées et de leur toilette, doivent faire tout le ménage et travaillent souvent sept jours sur sept,
(ayant parfois un seul jour de repos mensuel), le tout pour des salaires très faibles.

Dans ce contexte social, les locuteurs comparent les femmes à ces travailleuses, car ce sont
normalement les femmes qui s'occupent de toutes ces tâches au sein de la famille :

(8) 外勞 *wai lao* « travailleurs étrangers » : 辛苦悲慘 « pénible, dur et misérable »

(9) 外勞 *wai lao* « travailleurs étrangers » : 家事總是做不完 « il y a toujours du ménage
à faire, c'est sans fin »

¹³² La métaphore LA VIE EST UNE SCÈNE est représentée dans la littérature et le théâtre. Par exemple, « All the world's a stage » (Le monde est une scène) est la phrase qui commence un monologue de *As You Like It* de William Shakespeare, dit par le mélancolique Jacques dans la scène VII de l'acte II.

¹³³ A Taïwan, les travailleurs étrangers comportent deux catégories : col blanc et col bleu, représentant 28 647 et 677 698 personnes respectivement en 2018, d'après le Yuan exécutif. En général, 外勞 *wai lao* fait référence à la catégorie col bleu. Ces travailleurs sont « importés » de pays d'Asie du sud-est, principalement d'Indonésie, de Thaïlande, du Vietnam et des Philippines. Dépendant de leurs nationalités, les employeurs peuvent les appeler en tant que « nationalité + servante ». Par exemple, une travailleuse philippine est nommée 菲傭 *fei yong* « philippine servante ». Ces domestiques, globalement des femmes, sont souvent appelées « esclaves étrangers » par leurs employeurs. Les conditions salariales sont mauvaises et elles subissent souvent des violences (sexuelles).

La métaphore qui prend *wai lao* « esclaves étrangers » pour l'associer aux femmes révèle la réalité sociale taïwanaise d'une manière exceptionnelle : les femmes d'un pays plus développé sous-traitent le ménage, et parfois leur rôle de mère, à des femmes migrantes qui viennent d'un pays plus pauvre (Lan, 2004, 2008). Pourtant, les tâches domestiques sont toujours considérées comme la responsabilité des femmes qui, en tant que locutrices, rattachent *wai lao* à elles-mêmes.

5. Personnages dominants

Des figures qui contrôlent les autres sont mises en parallèle avec les femmes et les caractéristiques *dominante* et *exigeante*. Ces expressions viennent de perspectives masculines, les hommes se voyant comme « des victimes » et contrôlés par les femmes. Ces personnages comprennent 管家婆¹³⁴ *guan jia po* « femmes de charge », 管家 *guan jia* « gestionnaires de la maison », 指揮官 *zhi hui guan* « commandants », 霸王 *ba wang* « despotes » et 法官 *fa guan* « juges ». En voici quelques exemples :

(10) 指揮官 *zhi hui guan* « commandants » : 啥事都要順自己的意願 « il faut qu'on suive sa volonté pour tout »

(11) 法官 *fa guan* « juges » : 會質問問題反覆問 « questionner et requestionner ce que tu fais »

Il faut noter que ces pouvoirs, en apparence donnés aux femmes, demeurent dans la sphère privée uniquement. Bien qu'elles paraissent aux commandes de la relation, le pouvoir social est toujours contrôlé en profondeur par les hommes d'un point de vue structurel.

D'autres types qui impliquent l'irrationalité évoquent deux personnages négatifs : des bandits et des arnaqueurs :

(12) 流氓 *liu man* « bandits » : 生氣起來不分對與錯 « quand elles s'énervent, elles ne distinguent plus le bien du mal »

(13) 詐騙集團 *zha pian ji tuan* « groupe d'arnaqueurs » : 當你陷入他勿圈套, 怎麼樣都是你吃虧 « dès que tu es tombé dans leur piège, tu subis des inconvénients »

6. Sphère politique

L'environnement politique taïwanais est très vivant. Ce thème courant sert à un domaine source évident pour les locuteurs. Pourtant, les métaphores choisies comportent toutes une connotation négative. D'abord, les femmes sont comparées aux partis d'opposition car à

¹³⁴ 管家婆 *guan jia po* « femmes de charge » : ce terme porte une connotation péjorative, s'adressant aux femmes qui aiment tout gérer ou qui s'intéressent aux affaires personnelles des autres.

Taiwan, les partis d'opposition attaquent régulièrement le parti au pouvoir quelles qu'en soient les raisons :

(14) 在野黨 *zai ye dang* « parti d'opposition » : 為反對而反對 « s'opposer purement pour s'opposer »

En outre, les personnages politiques ou les politiciens ne véhiculent pas une image de fiabilité auprès du peuple taiwanais :

(15) 政治人物 *zheng zhi ren wu* « personnages politiques » : 表裡不一 « dire quelque chose, mais faire autrement »

(16) 政治家 *zheng zhi jia* « politiciens » : 喜歡的東西才要 « ils prennent seulement les choses qu'ils veulent »

Ces caractères sont fournis par les locuteurs masculins, représentant leurs points de vue sur les femmes.

7. Noms propres aux humains

Utiliser les noms propres pour représenter certains attributs implique la métonymie MEMBRE D'UNE CATÉGORIE POUR LA CATÉGORIE (A MEMBER OF A CATEGORY FOR THE CATEGORY, Kövesces & Radden (1998)). Dans ce cadre, une personne dont les caractéristiques sont considérées comme stéréotypiques et saillantes est sélectionnée afin de représenter un groupe dans son entier.

Trois personnages sont mentionnés pour leurs attributs prépondérants, une actrice britannique et deux célébrités taiwanaises. Ainsi, Audrey Hepburn est considérée comme un modèle qui ne s'écarte pas du droit chemin :

(17) 奧黛麗赫本 *ao dai li he ben* « Audrey Hepburn » : 要永遠知道自已的方向在哪 : « Comme elle, les femmes doivent savoir dans quelle direction mener leur vie »

Les deux célébrités taiwanaises mentionnées sont : 陳文茜 *Sisi Chen*, une commentatrice de télévision et politicienne, considérée comme intelligente et courageuse et 林志玲 *Lin Chi-Ling*, une mannequin et actrice, reconnue comme « le premier visage de Taiwan » pour sa beauté et son élégance.

8. Bavardes et dépensières

Des personnages de séries télévisées et des commères sont utilisés pour souligner le bavardage des femmes qui aiment ragoter :

(18) 電視劇人物 *dian shi ju ren wu* « personnages de séries télévisées » : 說哭就哭說笑就笑很八卦 « elles passent du rire aux larmes. Elles aiment les ragots »

(19) 三姑六婆¹³⁵ *san gu liu po* « commères » : 女人一多比較喜歡討論八卦 « quand il y a beaucoup de femmes, elles adorent discuter des ragots »

En outre, les femmes sont décrites comme des personnes « dépensant l'argent sans hésitation » comme des « tueurs » (殺手 *sha shou*). Cela vient d'une construction « verbe + 不眨眼 *bu zha yan* », littéralement faire quelque chose sans ciller, signifiant exécuter une action sans pitié, sans hésitation. L'idée qu'un tueur cruel tue quelqu'un sans pitié (殺人不眨眼 *sha ren bu zha yan*) est comparée à la notion des femmes dépensant l'argent sans hésitation (花錢不眨眼 *hua qian bu zha yan*).

Enfin, une paire de métaphores présente le rapport à l'argent des deux sexes. Selon un locuteur, les hommes sont comparés aux « producteurs », 生產者 *sheng chan zhe* au sens où ils gagnent l'argent tandis que les femmes sont comparées aux « consommateurs », 消費者 *xiao fei zhe* qui le dépensent.

Avec ce trope, l'argent est donc compris comme un produit que l'on fabrique et que l'on consomme.

6.1.6.2 LES HOMMES SONT DES HUMAINS

Ce domaine représente presque 10 % (61 occurrences) des métaphores qui désignent les hommes. Par comparaison, la catégorisation des MH est plus restreinte, soit par le nombre de ses typologies, soit par celui de ses caractéristiques.

Même si lorsque nous sélectionnons les humains comme domaine source il n'y a pas de correspondance entre les métaphores recueillies par le questionnaire et les expressions conventionnelles, un type important se détache : (1) *enfants* (21 occurrences), loin devant d'autres catégories importantes telles que (2) *chasseurs*, (3) *figures puissantes*, (4) *personnages courageux*, (5) *noms de métiers*, et (6) *noms du domaine politique*.

1. *Les enfants*

Les attributs prototypiques des enfants demeurent l'immatunité, la simplicité, le besoin qu'on s'occupe d'eux et leurs interactions avec les femmes. Les noms compris dans cette catégorie

¹³⁵ 三姑六婆 *san gu liu po* « trois bonzesses et six vieilles femmes » se réfère originellement aux femmes de neuf métiers différents qui sont perçues comme des gens qui propagent beaucoup de ragots. Cette expression comprenant ces métiers est devenue une nomination pour exprimer : des commères.

comprennent des synonymes du mot enfant : 孩子 *hai zi*, 小孩 *xiao hai*, 兒童 *er tong* et 嬰兒 *ying er*. Les trois premiers signifient tous *enfant*, le dernier signifie *bébé*.

L'immaturité

Les hommes sont tout d'abord décrits comme manquant de maturité, un trait de personnalité qui n'est pas présent dans les MF mais qui utilise le même type : les *enfants*. Des modificateurs qui indiquent ce trait de personnalité comprennent 幼稚 *you zhi* « puéril », 不成熟 *bu cheng shou* « immature », 天真 *tian zhen* « naïf », 長不大 *zhang bu da* « ne pas arriver à grandir » et 孩子氣 *hai zi qi* « infantile » :

- (1) 小孩 *xiao hai* « enfants » : 想法太天真(*tian zhen*) , 有時太幼稚(*you zhi*) « leurs pensées sont naïves, parfois trop puériles »

Simplicité et instinct

En second lieu, les attributs *simple* (單純 *dan chun*), *capricieux* (任性 *ren xing*), et *sensible* (敏感 *min gan*) sont soulignés dans les métaphores impliquant des enfants.

Un seul cas mentionnant des bébés concerne les désirs au lieu de la raison.

- (2) 未教化的嬰兒 *wei jiao hua de ying er* « un bébé non-civilisé » : 毫無理性可言, 慾望是一切 « n'avoir aucune raison, les désirs dépassent tout »

Dans ce cas, un *bébé non-civilisé* représente l'instinct et les désirs sauvages opposés à l'état civilisé symbolisé par la raison.

Besoin d'attention et d'aide

La relation entre les femmes et les hommes est souvent comparée à celle existant entre les mères et les enfants, qui ont toujours besoin qu'on les cajole ou qu'on les encourage et qu'on prenne soin d'eux.

Par ailleurs, les enfants sont incapables de vivre seuls. Ils ont besoin de mères pour les servir et pour prendre soin d'eux. Cette incapacité à vivre seul est également présentée comme une caractéristique des hommes :

- (3) 小孩 *xiao hai* « enfants » : 平常像生活白癡, 隨時需要照顧 « en ce qui concerne la vie quotidienne, ils sont comme des idiots, ils ont tout le temps besoin qu'on s'occupe d'eux »

Cette description montre que la sphère domestique reste féminine. Le manque de compétence vient du manque d'expérience : les femmes sont toujours considérées comme responsables

des tâches ménagères. Par conséquent, pour les hommes, c'est d'abord leur mère, puis leur femme qui prend en charge toutes les affaires du foyer.

Cet autre exemple présente la passivité des hommes par rapport aux tâches ménagères :

(4) 小孩 *xiao hai* « enfants » : 下班回到家後什麼事情都要老婆叫才會做 « après le travail, il ne fait rien à la maison, sauf si sa femme lui demande de le faire »

Autres interactions avec les femmes

Les hommes suscitent des sentiments compliqués d'amour et de haine chez les femmes, comme un enfant peut engendrer à la fois amour et détestation chez un parent. D'ailleurs, selon un locuteur, la nature des hommes devient transparente devant les femmes :

(5) 小孩 *xiao hai* « enfants » : 碰到女人就會露出本性 « la vraie personnalité des hommes se révèle dès qu'ils rencontrent les femmes »

2. Les chasseurs

Une des caractéristiques prototypiques de la masculinité réside dans le fait que les hommes cherchent quelque chose de façon active et assidue, à l'exemple des *chasseurs* qui traquent le gibier. Dans cette métaphore LES HOMMES SONT DES CHASSEURS, deux choses sont conceptualisées en tant que proie : d'un côté, les hommes pourchassent les femmes, de l'autre, ils recherchent les ressources nécessaires à leur subsistance.

Dans une relation amoureuse, les hommes sont toujours considérés comme ceux qui doivent faire le premier pas. C'est pourquoi une paire de métaphores compare les hommes aux chasseurs et les femmes aux lapins :

(6) 男人像獵人，要追求女人；女人像兔子，被獵（被男人追求）« les hommes sont comme les chasseurs, ils chassent les femmes, alors que les femmes sont comme des lapins, chassés (poursuivies par les hommes) »

En outre, les hommes sont considérés comme soutien de famille. Le fait de soutenir sa famille grâce aux fruits de son travail, est mis en parallèle avec les chasseurs capturant le gibier.

(8) 獵人 *lie ren* « chasseurs » : 這是原始動物的本能，需要去找東西養自己的家 « l'instinct des animaux. Il faut chercher la nourriture pour faire vivre sa famille »

Dans ce cas, nourrir sa famille se réduit en une fonction intégrée à l'instinct animal des hommes.

3. Figures puissantes

Le fait que les hommes sont ceux qui ont le plus de pouvoir est représenté grâce à des personnages puissants, comprenant 皇帝 *huang di* « empereur », 國王 *guo wang* « roi », 老闆 *lao ban* « patron », 船長 *chuan zhang* « capitaine », 大老爺 *da lao ye* « grand maître » et 領導者 *ling dao zhe* « leader ». Leur pouvoir se manifeste à deux échelles : dans la société et dans la famille.

En premier lieu, les hommes sont en général considérés comme ceux qui dirigent et commandent :

(7) 皇帝 *huang di* « empereur » : 因為男人喜歡權力、指使 « parce que les hommes aiment le pouvoir et commander »

(8) 領導者 *ling dao zhe* « leaders » : 領導 « ils dirigent »

En second lieu, les hommes sont également présentés comme dominants et puissants dans le domaine familial :

(9) 國王 *guo wang* « roi » : 結婚後大家都要聽他的 « après le mariage, tout le monde doit lui obéir »

(10) 船長 *chuan zhang* « capitaine » : 掌舵在家有權柄 « il dirige à la maison, dépositaire de l'autorité »

La sélection de ces figures puissantes n'est pas due au hasard. Les personnages tels que *femmes de charge* ou *gestionnaires de la maison* sont liés aux femmes en raison du trait de personnalité *dominant*. À l'inverse, les figures véritablement puissantes au niveau politique et économique sont utilisées à l'exemple de l'*empereur* et du *roi* pour parler des hommes, ce qui révèle l'aspect patriarcal de la société taïwanaise.

4. Personnages courageux

De même, le trait de personnalité *courageux* souligne la masculinité. Il est attendu des hommes qu'ils soient vaillants, protecteurs et forts. Ces attributs sont mis en avant par ces personnages : *guerriers*, *soldats*, *avant-garde*, *hommes de fer* et *gardes du corps*.

Les trois premiers types *guerriers*, *soldats*, et *avant-garde* sont liés à la guerre, un domaine traditionnellement masculin, dans lequel les hommes doivent montrer leur courage et leur héroïsme. Les guerres visent par ailleurs à protéger les femmes et les enfants. Ces éléments sont représentés dans les métaphores qui comparent les hommes à ces noms :

(12) 勇士 *yong shi* « guerriers » : 強大的戰鬥力 « avoir une forte compétence de combat »

(13) 阿兵哥 *a bing ge* « soldats » : 勇敢衝鋒陷陣 « s'élancer à l'assaut courageusement sur l'ennemi et rompre la ligne »

De plus, d'après les locuteurs masculins eux-mêmes, ces traits de caractère doivent être compris comme des constructions sociales :

(14) 勇士 *yong shi* « guerriers » : 必須(*bi xu*)給女人保護與安全感 « il faut protéger les femmes et leur donner un sentiment de sécurité »

(15) 鐵人 *tie ren* « hommes de fer » : 從小就被教育要(*cong xiao jiu bei jiaoyu yao*)當勇敢的人, 就算他當下很想哭也要忍(*yao ren*) « ils sont éduqués à être braves, même s'ils ont envie de pleurer, ils doivent se retenir »

Ces deux exemples montrent que les hommes sont bien conscients de ce qui leur est imposé par l'éducation et la société en actualisant le mot indiquant la modalité, plus précisément, l'obligation *bi xu* et *yao* « il faut » et *cong xiao jiu bei jiaoyu yao* « ils sont éduqués depuis l'enfance à devoir faire quelque chose ».

5. Sphère politique

Les métaphores de la sphère politique sont appliquées aux deux sexes. Les métaphores contenant des connotations liées aux politiciens sont toujours négatives, peu importe la cible qu'elles désignent. Le type destiné aux hommes est encore plus négatif que celui s'adressant aux femmes. Ils sont comparés aux 政客 *zheng ke* « politicards » plutôt qu'à des 政治家 *zheng zhi jia* « politiciens ». De plus, le type 政治人物 *zheng zhi ren wu* « personnages politiques » est choisi car il désigne les hommes qui « cherchent à ne pas perdre la face » (愛面子¹³⁶ *ai mian zi*).

Enfin, deux noms de politiciens taïwanais sont cités, 馬英九 *Ma Ying-jeou*¹³⁷ et 宋楚瑜 *James Soong*¹³⁸, tous les deux pour des raisons similaires : *pas crédibles* et *ne savent pas tenir leurs promesses*.

6. Noms de métiers

L'utilisation des noms de métiers marque les rôles et les fonctions des hommes dans la répartition du travail à la maison. Les tâches considérées traditionnellement comme viriles ou masculines incluent de conduire une voiture, le bricolage et porter des objets lourds et tous les travaux nécessitant une certaine force physique. Voici les noms de métiers mentionnés : 司機

¹³⁶ 愛面子 *ai mian zi* : se préoccuper beaucoup des apparences (ou : de son honneur, de son prestige, de sa réputation).

¹³⁷ Ma Ying-jeou : L'ancien président de la république de Chine (Taïwan) du 20 mai 2008 au 20 mai 2016.

¹³⁸ James Soong : Un homme politique taïwanais. Il termina deuxième à l'élection présidentielle de 2000.

si ji « chauffeurs », 水電工 *shui dian gong* « plombiers », 長工 *chang gong* « travailleurs forcés », et 挑夫 *tiao fu* « porteurs ». Enfin, deux noms se référant aux *domestiques* sont utilisés : 僕人 *pu ren* et 傭人 *yong ren*.

Un point notable est la différence des perspectives exprimées par les deux sexes. Selon les locutrices, le rôle des hommes est « naturel » et les noms de métiers qu'elles utilisent pour exprimer ces rôles le sont de façon neutre.

(11) 司機 *si ji* « chauffeurs » : 接送 « transporter d'un lieu à un autre, aller chercher, accompagner »

(12) 水電工 *shui dian gong* « plombiers » : 修理各種東西 « réparer toutes sortes de choses »

A l'inverse, les locuteurs masculins ajoutent, pour se plaindre, un modificateur aux noms de métiers utilisés. En premier lieu, le mot *gratuit* (免費的 *mian fei de*) est ajouté afin de modifier les noms de métiers, indiquant que les hommes ne considèrent pas ces travaux comme allant de soi :

(13) 免費的傭人 *mian fei de yong ren* « domestiques gratuits » : 一叫就動 « dès que tu l'appelles, il bouge »

(14) 免費的司機 *mian fei de si ji* « chauffeurs gratuits » : 接送 « transporter d'un lieu à un autre, aller chercher, accompagner »

De plus, le verbe déontique 要 *yao* « falloir » montrent à nouveau l'obligation. Dans les exemples suivants, les hommes signalent leur rôle comme étant obligatoire :

(15) 挑夫 *tiao fu* « porteurs » : 出來要(*yao*)背東西 « il faut porter des choses quand on sort »

(16) 長工 *chang gong* « travailleurs de force » : 啥事都要(*yao*)聽令於女人 « il faut répondre aux attentes des femmes »

On constate à travers ces exemples que les hommes sont plus conscients des tâches qu'ils doivent accomplir que les femmes, et de même pour les femmes, ce qui est un des résultats essentiels de notre étude.

Conclusion du domaine HUMAINS

Les locuteurs taïwanais utilisent plus fréquemment les noms du domaine HUMAINS pour décrire les hommes. Tout d'abord, l'immaturation des hommes est la caractéristique principale soulignée par l'utilisation du type *enfants*. D'autres figures viennent principalement du domaine militaire, mettant en avant le courage et la force. En outre, les pouvoirs économiques

et politique sont représentés par des figures puissantes à l'exemple du *roi* et de l'*empereur*. Enfin, les métiers conventionnellement considérés comme masculins sont associés aux hommes pour illustrer leur rôle vis-à-vis de la répartition des tâches (*chauffeurs, bricoleurs*).

Par rapport aux femmes, les types ainsi que les caractéristiques sont dispersés. Leurs rôles en tant que mères et femmes de ménage sont remarqués. D'autres attributs : *dominantes, commères* et *dépendantes* se présentent en choisissant des figures ayant prototypiquement ces traits.

Enfin, des paires sémantiques apparaissent également dans ce domaine. Des binômes humain-humain par exemple *commandant-soldat*, qui révèlent une relation dans laquelle la femme est dominante ; *producteur-consommateur* qui montre une relation dans laquelle l'homme gagne de l'argent et l'autre le dépense. De plus, des paires composées d'un humain et d'un non-humain apparaissent de la même manière. La paire *lettré – livres* par exemple, montre que ce sont les hommes qui découvrent ce qu'il y a dans les livres, ces derniers étant une métaphore désignant les femmes ; cela révèle la relation active-passive à l'œuvre entre les deux sexes.

6.1.7 Domaine NOURRITURE

Le domaine NOURRITURE cible davantage les femmes que le domaine HUMAINS. Ainsi, deux fois plus d'occurrences de MF que de MH existent (39 contre 19 cas), représentant respectivement 6% et 3%.

Nous observons un contraste au sein du domaine NOURRITURE entre les données recueillies dans les deux dictionnaires alors que les locuteurs français et taïwanais utilisent des métaphores communes d'après nos questionnaires. En mandarin, les tropes suivent généralement la convention suivante : LES FEMMES SONT DES OBJETS SUCRÉS, dont les fruits et les desserts sont les deux sous-catégories principales. Mais en ce qui concerne les hommes, la métaphore la plus importante porte sur l'alcool. Disons d'emblée que ces deux résultats correspondent à ceux que nous avons découverts en français.

6.1.7.1 LES FEMMES SONT DE LA NOURRITURE

Les métaphores recourant à la nourriture pour décrire les femmes ont été abordées précédemment dans la partie française traitant du même domaine¹³⁹. Les études de Hines (1994, 2000) suggèrent que la métaphore LES FEMMES SONT DES DESSERTS se fonde sur LES HUMAINS SONT DES OBJETS et LES FEMMES SONT SUCRÉES. Le processus ATTEINDRE UN OBJET DÉSIRÉ se transforme en PRENDRE QUELQUE CHOSE À MANGER (Gibbs, Lima &

¹³⁹ Voir chapitre 5.1.6.

Francozo, 2004 ; Lakoff, 1987). Ces métaphores évoquant les desserts révèlent que les hommes en tant que mangeurs, expriment un désir envers les desserts que sont les femmes.

Cependant, une facette qui n'a pas été mise en lumière par ces raisonnements se manifeste dans les données en mandarin : LA JEUNESSE DES FEMMES EST LA DATE D'EXPIRATION DE LA NOURRITURE.

Dans le domaine FLEURS, nous avons dévoilé que la jeunesse des femmes est une des motivations les plus importantes données par les locuteurs. Ce motif est également pertinent pour la nourriture : « chaque aliment a une date d'expiration, il vaut mieux le consommer avant cette période » est adopté pour comprendre que « chaque femme tient à sa jeunesse, il vaut mieux la posséder avant qu'elle ne vieillisse ». Cette motivation est singulièrement applicable aux fruits, qui s'abîment rapidement avec le temps.

LES FEMMES SONT DES OBJETS SUCRÉS

Au sein des métaphores présentant les femmes comme des objets sucrés, les fruits et les desserts représentent les deux catégories principales avec 12 occurrences de fruits et 10 de desserts. Dans un contexte alimentaire, les fruits peuvent rentrer dans la catégorie des desserts, dont les ingrédients sont souvent des fruits. Mais nous les examinerons séparément en raison des spécificités de chaque type vis-à-vis du facteur joué par la date d'expiration.

1. Fruits

Tournons-nous tout d'abord vers les fruits sélectionnés pour représenter les femmes : 草莓 *cao mei* « fraises », 蜜桃 / 桃子 *mi tao / tao zi* « pêches », 蘋果 *ping guo* « pommes », 椪柑 *pon kan* « Chinese Honey Orange », 木瓜 *mu gua* « papayes », 葡萄 *pu tao* « raisins » et 西瓜 *xi gua* « pastèques ». On remarque en premier lieu que ce sont tous des fruits sucrés (on note l'absence des *citrons* par exemple). De plus, ces fruits présentent tous des formes arrondies (les ananas ou les bananes ne sont donc pas utilisés).

Trois raisons accompagnent les métaphores de fruits pour désigner les femmes : leur date d'expiration, leur goût sucré, et leur beauté.

Date d'expiration

Deux caractéristiques essentielles des fruits sont transmises aux femmes : *sucré* et *il faut bien les conserver*. L'utilisation du nom général 水果 *shui guo* « fruits » illustre parfaitement cela :

- (1) 水果 *shui guo* « fruits » : 很甜, 但很容易隨著時間影響了外表 « très sucrés, mais leur apparence s'abîme facilement avec le temps »

Les femmes sont considérées *sucrées* comme des fruits, ce qui implique une apparence désirable. La forme rebondie et généreuse d'une jeune femme se compare à un fruit rond et juteux. Mais un fruit qui, au fil du temps, perd sa fraîcheur est mis en parallèle avec la perte d'attractivité sexuelle des femmes prenant de l'âge.

Par ailleurs, le goût sucré s'applique également au caractère des femmes. Pourtant elles sont représentées comme « ne pouvant pas se conserver trop longtemps » d'un point de vue physique, qu'il s'agisse des caractéristiques corporelles extérieures ou intérieures :

- (2) 木瓜 *mu gua* « papayes » 很甜，一個女人很有身材也很有內涵，但內心卻很脆弱，也不能放太久，會壞掉，容易扣到，就坑坑疤疤 « très sucré, représentant une femme en plein forme (physiquement) et élégante, alors qu'elle est fragile à l'intérieur et ne peut pas se conserver trop longtemps car elle s'abîme et a, par la suite, des trous partout »

La date d'expiration est en effet liée avec le goût sucré et la joliesse des fruits. Ces deux derniers aspects motivent également d'autres cas.

Goût sucré et beauté

Sucré et beau est exprimé par un seul mot en mandarin 甜美 *tian mei* dont les deux caractères représentent les deux notions : sucré (甜 *tian*) et beau (美 *mei*). Les trois fruits 草莓 *cao mei* « fraises », 蜜桃 *mi tao* « pêches » et 蘋果 *ping guo* « pommes » peuvent être accompagnés de ce modificateur, qui peut désigner la joliesse et la séduction à l'exemple de la fraise :

- (3) 草莓 *cao mei* « fraises » : 會有甜美的微笑 « elles ont un sourire sucré et beau »

Conventionnellement, d'un point de vue masculin, vouloir manger quelque chose de sucré représente le désir sexuel dirigé vers les femmes (Hines, 2000). Pour cette raison, la métaphore LES FEMMES SONT DES OBJETS SUCRÉS n'a pas d'équivalence masculine. Cette perspective est montrée par des locuteurs :

- (4) 蘋果 *ping guo* « pommes » : 又甜(*tian*)又美(*mei*)又可口(*ke kou*) « sucrée, belle et savoureuse »

- (5) 葡萄 *pu tao* « raisins » : 30 歲女人像葡萄，好吃(*hao chi*)又好看 « les femmes dans la trentaine sont comme des raisins, délicieuses et jolies »

Ces exemples concernent la métaphore MANGER EST L'ACTE SEXUEL. Cette notion ainsi que les expressions linguistiques du désir apéritif sont applicables aux désirs sexuels, à la faim et aux addictions (Ger, Belk, et Askegaard, 1996). En outre, des termes illustrant ces désirs sont interchangeables. Cela explique les termes 可口 *ke kou* « savoureux » et 好吃 *hao chi* « délicieux » parfaitement transmis du domaine alimentaire aux femmes.

2. Desserts

Les métaphores n'ayant pas recours aux fruits soulignent principalement l'aspect *sucré* des femmes et sont plus simples à analyser. Il s'agit de : 甜點 *tian dian* « desserts », 糖果 *tan guo* « bonbons », 冰淇淋 *bing qi lin* « glaces », 巧克力 *qiao ke li* « chocolat », 棉花糖 *mian hua tang* « barbe à papa », 口香糖 *kou xiang tang* « chewing-gum », 鮮奶油 *xian nai you* « crème fraîche », 愛玉¹⁴⁰ *ai yu* « gelée d'aiyu » et 麻糬 *mo shu* « mochi ».

Les bonbons sont l'exemple typique utilisé par les locuteurs lorsqu'il s'agit de souligner le goût sucré :

(6) 糖果 *tan guo* « bonbons » : 甜美，可愛，繽紛 « sucrés et jolis, mignons, colorés »

Généralement, la date d'expiration des desserts arrive moins rapidement que celle des fruits. Cependant, un type *glace* souligne cette fraîcheur éphémère qui dépeint le lien des objets sucrés et la jeunesse des femmes :

(7) 冰淇淋 *bing qi lin* « glaces » : 美好，很快就融化 « belles, mais elles fondent rapidement »

Par ailleurs, les textures des desserts offrent une autre motivation aux métaphores. Ainsi, la texture du *mochi*, 黏 *nian* « gluant », se transforme en trait de personnalité « collant, trop présent et qui ne sait pas se décider ». Un autre exemple insiste sur la texture molle de la *barbe à papa* afin de préciser la gentillesse et la tendresse des femmes que l'on peut mettre en rapport avec l'expression 心軟 *xin ruan*, littéralement « cœur-mou », signifiant *avoir bon cœur*.

Il est à noter que même ces métaphores de texture ne soulignent pas particulièrement la nature des desserts, ce qui veut dire que le concept LES FEMMES SONT DES OBJETS SUCRÉS implique une connotation profondément structurelle.

3. Alcool

Quatre cas de MF adoptant l'alcool sont recensés. Parmi elles, une moitié souligne la passivité des femmes et les autres considèrent la valeur que certains alcools prennent avec le temps. Ces deux types de métaphores mettent l'accent sur des aspects différents des expériences liées

¹⁴⁰ La gelée d'aiyu est un aliment généralement consommé sous forme de snack sucré, principalement à Taïwan et Singapour, mais aussi dans certains endroits de Malaisie (Ipoh), et dans les restaurants de spécialités taïwanaises au Japon et en Chine. Elle est principalement consommée en dessert avec du miel et du jus de citron, parfois ajoutée dans des boissons glacées.

à l'alcool. Le premier met l'accent sur les agents qui en dégustent, le second sur les caractéristiques de l'alcool.

LES FEMMES SONT L'ALCOOL, LES HOMMES SONT LES BUVEURS

Dans ce cadre, les femmes sont toujours les objets qui attendent que les agents, les hommes, les découvrent. L'exemple (8) *alcool de fruit* est une fusion de deux concepts : les fruits et l'alcool. D'un côté, les fruits fournissent leur attribut le plus essentiel : *sucré*, désignant l'agrément et la gentillesse des femmes ; d'un autre côté, l'alcool apporte son effet prototypique : le trouble physique et mental lié à l'ivresse. Ce mélange permet d'exprimer les deux facettes des femmes : une personne d'abord *sucrée* mais dont le caractère profond s'exprime après quelque temps.

(8) 水果酒 *shui guo jiu* « alcool de fruit » : 甜帶後勁 (個性強) « sucré mais dont l'effet est fort par la suite, une femme avec un fort caractère »

Un autre exemple compare simplement les femmes au vin, en ce qu'elles ont besoin d'une personne de goût pour les découvrir et les déguster.

(9) 紅酒 *hong jiu* « vin rouge » : 值得有品味的人品嚐 « il faut une personne de bon goût pour la déguster »

Enfin, la nature de certains alcools qui se bonifient avec le temps est transmise aux femmes. Cela inclut des vins conservés en caves (酒窖的酒 *jiu jiao de jiu*) et l'alcool de sorgho (高粱酒 *gao liang jiu*).

4. Des aliments mous et blancs

Cette sous-catégorie regroupe des aliments mous et globalement blancs : elle comprend 豆腐 *to fu* « tofu », 包子 *bao zi* « petit pain farci cuit à la vapeur », 土司 *tu si* « pain de mie » et 麵包 *mian bao* « pain ».

Ces deux attributs impliquent l'usage d'une métaphore d'image (*image metaphor*, Lakoff, 1993) liée à l'apparence idéale des femmes. Traditionnellement, on préfère qu'une femme ait la peau blanche, symbole d'une famille aisée puisqu'elle n'a pas besoin de travailler au champ ou à l'extérieur. De plus, les femmes sont généralement moins musclées, ce qui est vu comme un signe de féminité, la caractéristique *molle* est donc pertinente. Rappelons que dans la section présentant les expressions conventionnelles, *tofu*¹⁴¹ est une métaphore d'image désignant la peau blanche et douce, une métonymie pour représenter les femmes. On comprend donc, à l'aide de cette convention, pourquoi la sélection des types possédant les

¹⁴¹ Voir chapitre 4.7.1, les exemples (9)-(10).

attributs *blanc* et *mou* a du sens, même si ce ne sont pas forcément des raisons directement exprimées par les locuteurs. En voici deux exemples :

(10) 豆腐 *to fu* « tofu » : 心軟 « cœur-mou : concéder facilement »

(11) 包子 *bao zi* « petit pain farci cuit à la vapeur » : 有內涵 « doté d'une richesse intérieure »

La texture *molle* s'utilise dans le domaine de la personnalité de la douceur. *Avoir un cœur mou* signifie « qui s'accorde facilement avec les autres ». L'autre exemple compare la pâte blanche à l'extérieur de la brioche à l'apparence des femmes, et la farce à leur aspect intérieur.

5. Épices

Pour finir, une autre métaphore conceptuelle compare les femmes aux épices : L'IMPRESSIION RESSENTIE DE LA VIE EST LE GOUT ALIMENTAIRE. Dans cette métaphore, une personne rendant la vie plus intéressante est mise en parallèle avec l'acte de relever le goût d'un plat. Les femmes apportent ainsi le changement dans une vie monotone, elles sont donc considérées comme les épices dans la cuisine comme dans ces deux cas où des *épices* et du *sel* illustrent cette fonction :

(12) 香料 *xiang liao* « épices » : 她們會為生活添增許多變化 « elles apportent beaucoup de changements dans la vie quotidienne, elles assaisonnent la vie »

(13) 鹽 *yan* « sel » : 因為在群體中成為調和 « elles sont l'assaisonnement dans un groupe »

6.1.7.2 LES HOMMES SONT DE LA NOURRITURE

Le domaine NOURRITURE a du mal à trouver des expressions linguistiques conventionnelles liées aux hommes car ils sont vus comme les consommateurs des femmes.

Cependant, une métaphore récurrente en mandarin ainsi qu'en français illustre le fait que les hommes sont comparés à l'alcool dans les deux cultures. Il s'agit de LES HOMMES SONT L'ALCOOL. D'autres métaphores ont moins en commun : ni typologie ni caractéristiques.

1. Alcool

Quarante-deux pour cent des métaphores dans ce domaine ont un rapport avec l'alcool. Contrairement à la motivation essentielle de *la date d'expiration* pour les MF, la valeur des hommes augmente avec l'expérience et le statut social, comme le vin ils se bonifient avec le temps. Le terme générique 酒 *jiu* « alcool » est le plus mentionné. La construction 越老越... *yue lao yue...* « plus vieux, plus... » est utilisée pour expliquer comment les hommes se

transforment avec le temps. Les modificateurs comportent 值錢 *zhi qian* « coûteux », 香 *xiang* « qui sent bon », 醇 *chun* « moelleux » ou la combinaison *xiang chun* « bon et moelleux » :

(1) 酒 *jiu* « alcool » : 越老越香醇 « plus vieux, meilleur et moelleux »

(2) 酒 *jiu* « alcool » : 經歷過歲月的男人像酒一樣越陳越香 « les hommes sont comme le vin, plus ils sont vieux, meilleurs ils sont »

D'autres types alcooliques comprennent 紅酒 *hong jiu* « vin » et 好酒 *hao jiu* « bon alcool », tous les deux précisent que les hommes « se bonifient avec le temps ».

2. Objets sucrés

Les hommes ne sont pas exclus du domaine des fruits et des desserts. Cependant, l'utilisation de la nourriture pour désigner les hommes ne concerne pas les métaphores conceptuelles qui soulignent l'âge et l'acte sexuel, c'est pourquoi LA JEUNESSE D'UNE PERSONNE EST LA DATE D'EXPIRATION DE LA NOURRITURE et ATTEINDRE UN OBJET DÉSIRÉ EST PRENDRE QUELQUE CHOSE À MANGER (Ger, Belk et Askegaard, 1996 ; Gibbs, Lima & Francozo, 2004 ; Lakoff, 1987) ne sont pas prises en compte. En lieu et place, seules des caractéristiques superficielles se transforment chez les hommes :

(3) 鳳梨 *feng li* « ananas » : 多刺，皮厚，味道很豐富 « avoir beaucoup d'épines, la peau est épaisse mais le goût est riche »

(4) 外硬內軟的蛋糕 *wai ying nei ruan de dan gao* « gâteaux durs à l'extérieur mais mous à l'intérieur » : 內在有纖細的一面 « ils ont également un côté doux à l'intérieur »

Même en ayant recours à un dessert, les hommes sont désignés comme « durs à l'extérieur et doux à l'intérieur », cette caractéristique se retrouve également dans d'autres domaines.

Conclusion du domaine NOURRITURE

Le domaine NOURRITURE met conventionnellement les femmes en avant en tant qu'objets sucrés. Ce faisant, le désir des hommes pour les femmes est révélé par l'envie de manger des desserts. En outre, la caractéristique la plus importante des femmes réside toujours dans leur jeunesse dont la fin est comprise comme la date d'expiration des fruits. Par ailleurs, les aliments ne contribuent pas seulement à décrire la nature des femmes. En effet, les métaphores d'image comme la forme des fruits (ronde et dodue), la couleur et la texture (blanc et doux) sont mises en parallèle avec leur apparence.

En revanche, l'attribut essentiel souligné chez les hommes est que leur valeur augmente avec le temps par l'utilisation du type *alcool*, qui se bonifie avec le temps.

En résumé, pour le domaine NOURRITURE, la qualité des femmes réside dans les attributs biologiques qu'elles possèdent naturellement, tandis que l'importance des hommes demeure du côté social, de l'expérience et du statut social qu'ils acquièrent.

6.1.8 Domaine SURNATUREL

Ce domaine est encore plus rare : 20 occurrences au total pour les deux sexes, soit 2% de toutes les métaphores.

L'influence des mythologies sur les métaphores humaines, comme celles des périodes gréco-romaines, est absente en mandarin. Dans la culture chinoise, la sélection des personnages qui possèdent des superpouvoirs vient principalement des bandes dessinées et du cinéma. Des dieux locaux, des anges et le diable fournissent également leurs caractéristiques aux deux sexes.

6.1.8.1 LES FEMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS

La raison principale soulignant le superpouvoir des femmes se rapporte au fait qu'elles doivent gérer toutes les tâches quotidiennes.

1. *Super-héros*

Deux super-héros de bandes dessinées, *Superman* et *Mazinger Z*¹⁴², sont adoptés afin de désigner les femmes considérées comme toutes-puissantes, capables de surmonter toutes les affaires et difficultés :

(1) 超人 *chao ren* « Superman » : 萬能 « tout-puissant »

(2) 鐵金剛 *tie jin gang* « Mazinger Z » : 萬事皆做 « il fait tout »

Un autre personnage, un robot *Transformers* est sélectionné pour sa capacité à *se transformer* car, en mandarin, *changer* et *transformer* se disent avec le même mot 變 *bian*. Ainsi, les femmes sont perçues comme inconstantes, tant mentalement que physiquement.

(3) 變形金剛 *bian xing jing gong* « Transformers » : 外在、情緒和感情千變(*bian*)萬化 « l'apparence, les émotions et les sentiments changent sans cesse »

¹⁴² *Mazinger Z*, une série japonaise de manga créée par Gō Nagai, adaptée en dessin animé. C'est un robot géant, capable d'arrêter les forces du Mal.

2. Déesses

La deuxième motivation marque la tolérance des femmes en choisissant des figures féminines de différentes religions considérées comme bienveillantes :

(4) 聖母瑪利亞 *sheng mu ma li ya* « Sainte Marie » : 愛，包容 « l'amour, la tolérance »

(5) 菩薩¹⁴³ *pu sa* « Bodhisattva » : 有求必應，心軟 « elle répond à toutes tes demandes, avoir un cœur mou (avoir un cœur d'or) »

3. Ange et diable

L'ange (天使 *tian shi*) est perçu comme pur. Cette pureté est comparée à la naïveté des femmes. Du point de vue d'un locuteur, celles-ci sont faciles à leurrer et se font escroquer facilement par les hommes.

De plus, l'image du diable (魔鬼 *mo gui*) n'est pas utilisée pour sa malveillance mais pour le stress subi par les locuteurs dans leurs vies quotidiennes. Cet état de stress transforme les femmes en diables d'après une locutrice.

4. L'interaction avec les hommes

Enfin, la relation entre les deux sexes est comparée à une relation SURNATURELLE-HUMAINE. Rappelons que les *enfants* sont la métaphore la plus importante du domaine HUMAINS pour les MH. Lorsque les hommes sont comparés aux enfants, les femmes sont comparées à *Doraemon*¹⁴⁴, un robot chat possédant tous les outils magiques dans sa poche pour subvenir à leurs besoins :

(6) MF : 小叮噹 *xiao ding dan* « Doraemon » : 當小孩要什麼都會想辦法給 « elles essaient de donner tout ce dont ils ont envie aux enfants »

(7) MH : 小孩 *xiao hai* « enfants » : 平常像生活白癡，隨時需要照顧 « ils sont empotés et ont besoin que l'on prenne constamment soin d'eux »

6.1.8.2 LES HOMMES SONT DES PERSONNAGES SURNATURELS

Les superpouvoirs des hommes soulignent les fonctions de protection, de soutien et de force physique. Par ailleurs, les dieux sont utilisés afin de faire remarquer que les hommes doivent

¹⁴³ L'image de *Pusa* (Bodhisattva) était originalement masculine en Inde. Il a été féminisé après avoir été introduit en Chine pendant la Dynastie Tang (618-907). *Pusa* peut aussi être utilisé en tant que nomination pour se référer aux dieux en général à Taïwan. La plus connue est 觀音菩薩 *guan yin pu sa* « Bodhisattva Guanyin », qui renvoie à la bienveillance.

¹⁴⁴ *Doraemon*, une série de mangas japonais, adapté par la suite sous forme de dessins animés. La série présente un chat-robot nommé Doraemon, ayant voyagé à travers le temps depuis le futur, qui a recours à des outils superpuissants venus du futur pour aider un jeune garçon qui ne fait que pleurer.

répondre aux demandes des autres, mais des figures négatives mettent en avant la malveillance et la difficulté à communiquer.

1. *Super-héros*

Superman et *Mazinger Z* sont également convoqués pour caractériser les hommes et le *géant* est choisi pour les mêmes raisons.

Avec les images de ces trois icônes, les hommes sont perçus comme le pilier, le soutien et se caractérisent par la solidité et la persistance. Voyons un exemple pour chaque type :

- (1) 無敵鐵金剛 *wu di tie jin gang* « *Mazinger Z* » : 一家支柱 « le pilier de la famille »
- (2) 超人 *chao ren* « *Superman* » : 萬事皆可達 « il peut tout faire »
- (3) 巨人 *ju ren* « géants » : 給人可靠的感覺 « donner une impression fiable »

Deuxièmement, la taille du *géant* ne correspond pas aux femmes qui sont souvent plus petites que les hommes. Quand les super-héros sont associés aux femmes, l'aspect physique n'entre pas en ligne de compte. Enfin, une autre figure pour représenter les hommes est *King Kong* car il désigne la force pure (強壯 *qiang zhuang*).

2. *Dieux*

Deux noms de dieux, 神明 *shen ming*, une appellation générale pour se référer à tous les dieux et un dieu local 土地公¹⁴⁵ *tu di gong*, littéralement *Monseigneur le Sol*, sont sélectionnés pour la même raison :

- (4) 有求必應 *you qiu bi ying* « répondre à toutes les demandes »

Comme on considère les hommes comme devant répondre aux besoins de leurs familles, ils sont associés aux dieux tout-puissants.

Enfin, l'utilisation des deux figures : *extraterrestres* et *démon*, montre le mécontentement des locutrices. La première image se focalise sur la difficulté à communiquer avec les hommes en raison d'une différence de langue ou de méthodes de communication. La seconde marque la nature diabolique des hommes :

- (5) 外星人 *wai xing ren* « extraterrestres » : 難溝通，說的話聽不懂 « difficile de communiquer avec eux, on ne peut pas comprendre ce qu'ils disent »
- (6) 撒旦 *sa dan* « démon » : 天性邪惡 « leur nature est démoniaque »

¹⁴⁵土地公 *tu di gong*, un Esprit/Dieu chinois d'influence locale qui veille à la façon d'un fonctionnaire sur le bien-être des habitants.

Conclusion du domaine SURNATUREL

Les super-héros de bande dessinée prêtent leurs superpouvoirs aux deux sexes, soulignant qu'ils sont tout-puissants pour triompher des difficultés de la vie quotidienne. Par ailleurs, nous remarquons qu'il existe une congruence entre les sexes des personnes et les sexes des personnages surnaturels (e.g. Sainte Marie pour les femmes et Monseigneur le Sol pour les hommes).

6.1.9 Domaine CORPS

Prendre des parties du corps pour représenter les humains est une métonymie prototypique utilisant UNE PARTIE POUR LE TOUT (A PART OF THING FOR THE WHOLE THING, Kövesces & Radden (1998). Par exemple, la *main* s'utilise pour faire référence à une personne qui aide (donner un coup de *main*) et la *tête* indique une personne (*une bonne tête*).

Les métonymies corporelles représentent moins d'un pour cent des occurrences et seuls deux cas ressortent pour les femmes et huit pour les hommes.

6.1.9.1 LES FEMMES SONT LE CORPS

Toutes les deux concernent 手 *shou* « main » et 小指 *xiao zhi* « petit doigt ». La première est associée à *serrer dans les bras*, représenté comme une source de bonheur pour la famille. Et le petit doigt, même s'il est petit, peut toujours faire beaucoup de choses et est quand même important.

(1) 小指 *xiao zhi* « petit doigt » : 小歸小卻能做很多事也很重要 « même s'il est petit, il peut quand même faire beaucoup de choses et il est aussi important »

On remarque tout d'abord que dans la seconde métonymie la morphologie de 小指 *xiao zhi*, *petit doigt* correspond littéralement à la notion que les femmes sont *petites*, soit physiquement (comme dans les métaphores des animaux), soit par leur fonction.

De plus, le petit doigt n'est pas le plus important. En le comparant aux femmes, on considère celles-ci comme faisant partie d'un groupe, la main. Le rôle de ce doigt est donc de compléter la mission de la main, implicitement la famille ou la société.

6.1.9.2 LES HOMMES SONT LE CORPS

Les parties du corps représentant les hommes partagent généralement deux caractéristiques : *dur* et *important*.

1. Parties dures

Premièrement, l'emploi des *épaules* et des *bras* par rapport à la *main* et au *petit doigt* marque une différence importante entre les hommes et les femmes. En mandarin, 有肩膀 *you jian bang*, littéralement *avoir les épaules*¹⁴⁶, signifie avoir la capacité ou avoir la responsabilité de faire quelque chose. L'expression trouve son origine dans le domaine physique. Puisque les épaules servent à porter des poids physiques ou des responsabilités, elles deviennent donc, par métonymie, la responsabilité et la confiance.

(1) 肩膀 *jian bang* « épaules » : 與生俱來的責任 « la responsabilité innée »

(2) 肩膀 *jian bang* « épaules » : 是女人的依靠 « l'appui des femmes »

En outre, les bras, spécifiquement les bras durs musclés, représentent la protection :

(3) 堅硬的手臂 *jian ying de shou bei* « bras durs » : 保護著女人 « ils protègent les femmes »

Ces exemples montrent la relation protecteur-protégée qui s'exerce entre les hommes et les femmes. Les épaules et les bras solides des premiers mettant les secondes à l'abri et en sécurité.

Les parties dures comportent également les dents (牙齒 *yachi*) et les ongles (指甲 *zhi jia*). La fonction de protection fournie par les hommes ne s'adresse pas seulement aux femmes. L'utilisation des *dents* implique en effet que les hommes doivent protéger le pays comme les dents protègent la langue :

(4) 牙齒 *ya chi* « dents » : 要保護舌頭, 跟保護國家一樣 « (les dents) il faut protéger la langue comme les hommes protègent le pays »

2. La tête et les yeux

Deux autres parties importantes, la tête et les yeux, sont évoquées pour désigner les fonctions importantes des hommes.

La polysémie de *tête* (頭 *tou*), de *partie essentielle du corps* à *quelqu'un d'important* est reprise pour signaler le rôle des hommes en tant que chefs de foyer.

D'ailleurs, la fonction des yeux (眼 *yan*) et de la vue, prend le sens étendu d'observer attentivement et de faire attention à tous les sens.

¹⁴⁶ Cette métonymie est également accessible en français. Selon TLFi, *Avoir les épaules* à + inf. représente *être capable de, être à la hauteur de*.

3. Excrétion...

Enfin, deux types liés à l'excrétion s'appliquent aux hommes pour exprimer l'odeur et leur manque de qualités (大便 *da bian* « excrément ») et l'insignifiance (屁 *pi* « pet »).

Conclusion du domaine CORPS

Globalement, les femmes sont associées aux mains pour leur accueil chaleureux et leur importance mineure alors que les hommes sont vus comme des parties du corps solides et dures qui servent à la protection.

6.1.10 Autre

Cette section englobe le reste des métaphores qui n'appartiennent pas aux domaines sources précédents. Ces expressions concernent des événements, des notions abstraites ou des noms qui n'ont pas de références tangibles telles que la musique ou la couleur. Sept cas de MF et onze occurrences de MH composent ce dernier groupe.

6.1.10.1 Autres métaphores décrivant les femmes

Les métaphores liées à la musique représentent plus de la moitié des occurrences de ce domaine. Les styles musicaux ne sont pas genrés, et les sensations provoquées par les différents types de musique s'associent aux caractéristiques féminines ou masculines selon les locuteurs.

1. Musique

Tout d'abord, le nom générique 音樂 *yin yue* « musique » s'emploie pour exprimer le fait que les voix des femmes sont agréables, puisque la musique est perçue, de manière générale, comme un ensemble de sons esthétiquement plaisants.

Un genre musical se mêle particulièrement aux attributs féminins : le blues, qui se caractérise globalement par un tempérament coloré de langueur ou de mélancolie. De plus, le blues est également considéré comme doux et moelleux :

(1) 藍調 *lan diao* « blues » : 呻吟, 情感宣洩 « gémir, expression émotionnelle »

(2) 藍調 *lan diao* « blues » : 輕柔卻舒服 « léger, doux et confortable »

Ces traits sont conformes aux attributs traditionnellement liés à la féminité : le manque d'énergie, la douceur et l'émotivité.

Par ailleurs, la mélodie de chaque chanson implique des hauts et des bas ; une fluctuation musicale comparée au changement émotionnel des femmes :

- (3) 一首歌 *yi shou ge* « une chanson » : 隨著音樂的起伏而變換 « transformer avec le mouvement musical »

2. Types abstraits

Nous avons recensé deux types n'ayant pas de références matérielles : 謎 *mi* « devinettes » et 雜念 *za nian* « babillage ». Le premier représente les pensées des femmes qui sont perçues comme compliquées et difficiles à cerner. Le deuxième est transparent, les femmes sont plus enclines au bavardage excessif et futile.

6.1.10.2 Autres métaphores décrivant les hommes

Des activités de plein air, la musique et des noms abstraits sont sélectionnés afin de saisir les caractères des hommes.

1. Activités d'extérieur

L'enchaînement d'actions impliquant deux activités, *faire une excursion en montagne* et *pêcher*, s'emploie pour comprendre les étapes nécessaires pour connaître les hommes. Dans ces situations, ce sont les femmes qui sont agents.

- (1) 登山 *deng shan* « monter dans les montagnes » : 危險卻又值得挑戰 « dangereux mais plein de défi »
- (2) 釣魚 *diao yu* « pêcher » : 釣魚時釣魚線不能拉得太緊,就像男人不適合緊綁,拉得越緊反而很快線就斷掉然後就一去不回了,要把釣魚線放得遠,讓男人有自由,反而可以釣大更大更好的魚,就像可以激發出男人更多的優點 « quand tu pêches, il ne faut pas tirer trop fort sur la ligne, il ne faut pas restreindre les hommes. Si tu tires plus fort, le fil casse très vite et ils ne reviennent plus jamais. Il faut lancer le fil plus loin et laisser de la liberté aux hommes. Ainsi, tu pêcheras des meilleurs poissons et plus grands, comme des hommes aux qualités plus grandes »

Cette métaphore concerne des correspondances systématiques au lieu de seulement transférer quelques caractéristiques. Ceci est similaire à des métaphores systématiques comme L'AMOUR EST UN VOYAGE (LOVE IS JOURNEY, Lakoff, 1993 ; Glucksberg & McGlone, 1997). Dans cette représentation, les agents, les pêcheurs sont comparés aux femmes, et les manières de pêcher aux méthodes nécessaires pour s'entendre avec les hommes. De même, ceux-ci sont vus comme des poissons dont les caractéristiques sont comparées aux attributs des hommes. Enfin, la tension de la ligne est comparée à la liberté des hommes : plus de mou représente plus de liberté donnée ou offerte aux hommes.

2. Musique

Par rapport au blues, le rock est perçu comme masculin, caractérisé par une mélodie vocale dominante et par l'utilisation de la guitare électrique et de la batterie. Ce qui donne à ce genre de musique un aspect énergétique et vivant lié aux attributs des hommes :

(3) 搖滾樂 *yao gun yue* « le rock » : 可以充滿力量、激動，也有柔情的一面 « il peut être plein de vigueur et avoir aussi un côté doux »

(4) 搖滾樂 *yao gun yue* « le rock » : 奔放、張狂 « débordant, effréné »

Le premier cas correspond au principe selon lequel la nature des hommes est *gang* « dure, solide, têtu », mais ils peuvent également posséder un côté *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple ».

3. Autres Noms

La couleur noire (黑色 *hei se*) et une ligne droite (直線 *zhi xian*) sont adoptées pour comprendre les caractères et les manières de penser des hommes. La couleur noire désigne un mélange des caractéristiques personnelles puisqu'elle est, elle-même, composée de toutes les couleurs. La ligne droite se compare à la façon qu'ont les hommes de réfléchir, sans détour ni déviation.

Enfin, on charge plus fréquemment les hommes de travaux physiques que les femmes. Cette pénibilité fait ressortir deux occurrences de 苦力 *kuli* « coolie ».

6.2 Type des domaines sources

Cette section, parallèle à la section 5.2 en français, présente les types les plus fréquents du questionnaire en mandarin. Pour notre analyse, nous utilisons également les dix principaux types désignant les deux sexes en adoptant le cadre théorique le Modèle de Correspondance Conceptuel (*Conceptual Mapping Model*, Ahrens, 2010). Nous examinons les motivations des locuteurs selon les catégories « entités », « qualités », et « fonctions » qui correspondent respectivement aux noms, aux adjectifs et aux verbes. D'après Ahrens et Huang (2002), les principes de correspondances ne sont pas seulement une partie du système conceptuel mais aussi une représentation de la grammaire et des lexiques.

Rappelons les questions permettant de découvrir les correspondances entre le domaine source et le domaine cible :

1. Quelles entités le domaine source possède-t-il ?
2. Quelles qualités le domaine source ou les entités dans ce domaine source possèdent-ils ?

3a. Que fait le domaine source ?

3b. Que peut-on faire sur ou dans le domaine source ?

Comme nous l'avons mentionné dans le chapitre 5.2 pour les mêmes analyses en français, nous remarquons que les questions 3a et 3b n'apparaissent pas suffisamment pour traiter toutes les motivations des locuteurs qui contiennent un verbe. En se basant sur nos données, nous ajoutons deux autres rôles sémantiques à l'aide de FrameNet (Baker, Fillmore, & Lowe, 1998) pour distinguer des rôles plus précis : *Aging entity* et *Expérienceur*. Voici leurs définitions :

(3c) *Aging entity*¹⁴⁷ : une entité subit un changement d'âge, généralement associé à une détérioration ou à un changement d'état.

(3d) *Expérienceur*¹⁴⁸ : une entité qui éprouve ou ressent les émotions ou désire qu'un événement se produise. Le tableau ci-dessous montre les dix types les plus fréquents pour MF et MH en mandarin :

Ordre	MF	Nb	MH	Nb
1	水 <i>shui</i> « eau »	90	樹 <i>shu</i> « arbres »	39
2	花 <i>hua</i> « fleurs »	59	獅子 <i>zhi zi</i> « lions »	33
3	貓 <i>mao</i> « chats »	30	石頭 <i>shi tou</i> « pierre »	29
4	月 <i>yue</i> « lune »	22	太陽 <i>tai yang</i> « soleil »	29
5	玫瑰 <i>mei gui</i> « roses »	15	山 <i>shan</i> « montagne »	23
6	海 <i>hai</i> « mer »	12	狗 <i>gou</i> « chiens »	21
7	雲 <i>yun</i> « nuages »	11	牛 <i>niu</i> « buffles »	20
8	兔子 <i>tu zi</i> « lapins »	10	小孩 <i>xiao hai</i> « enfants »	18
9	天氣 <i>tian qi</i> « météo »	9	木頭 <i>mu tou</i> « bois »	12
10	綿羊 <i>mian yang</i> « moutons »	9	風 <i>feng</i> « vent »	9
	Total	267	Total	233

Tableau 47. MF et MH les plus fréquentes dans le questionnaire mandarin

Les motivations similaires sont regroupées dans une ligne unique malgré de légères différences dans ce que déclarent les locuteurs. Nous classons les entités en (1) et les qualités en (2). Concernant les verbes, le rôle agent est marqué en (3a), celui du patient en (3b), *aging entity* en (3c) et *expérienceur* en (3d). A la fin de l'analyse de chaque type, des Principes de

¹⁴⁷ Le rôle *Entity* concerne le Frame « Aging » : « An Entity is undergoing a change in age typically associated with some deterioration or change in state. » Pour distinguer avec « entité » possédée par un domaine source, nous l'appelons *Entity* dans le Frame *Aging* comme « Aging Entity ».

¹⁴⁸ Le rôle *Expérienceur* est impliqué dans plusieurs Frames. Nous en adaptons deux et les fusionons en une seule définition pour s'adapter à notre étude :

Le Frame *Desiring* : « une entité désire qu'un événement se produise » (An Experiencer desires that an Event occur.)

Le Frame *Emotions* : « une entité qui éprouve ou ressent les émotions. » (The Experiencer is the person or sentient entity that experiences or feels the emotions.)

Correspondances (*Mapping Principles*, Ahrens, 2010) seront générés qui expliqueront les motivations des locuteurs dans le choix de ces métaphores.

6.2.1 Métaphores les plus fréquentes décrivant les femmes en mandarin

L'utilisation de certains types s'adressant aux femmes est remarquable en mandarin. L'eau se retrouve dans 90 occurrences alors que la métaphore la plus fréquente en français, les *fleurs*, ne se retrouve que dans 48 cas.

1. 水 *shui* « eau »

Puisque l'eau et les femmes sont toutes les deux associées à 柔 *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple », ces deux notions s'utilisent de façon interchangeable. Plus de la moitié des motivations exprimées par les locuteurs contiennent ainsi les qualités de *rou* ou ses synonymes.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	溫柔 <i>wen rou</i> « douces, tendres, gentilles »	18
	柔中帶剛 <i>rou zhong dai gang</i> « <i>rou</i> mais fortes »	13
	柔情 <i>rou qing</i> « tendres »	7
	以柔克剛 <i>yi rou ke gang</i> « la faiblesse surpasse la force »	4
	柔軟 <i>rou ruan</i> « souples, molles, flexibles »	3
	柔 <i>rou</i> « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple »	3
	柔弱 <i>rou ruo</i> « faibles »	2
	柔美 <i>rou mei</i> « tendres et gracieuses »	1
	柔順 <i>rou shun</i> « douces, dociles »	1
	適應性強 « adaptables à l'environnement »	20
	變化大 « changeantes, capricieuses »	10
	愛哭 « pleurer facilement »	8
	包容 « tolérantes »	5
	善良 « bienveillantes, compréhensives »	5
感性 « émotionnelles »	3	
必要 « vitales »	3	
堅強/力量大 « solides, fortes »	2	
脆弱 « faibles »	2	
仔細/細膩 « soigneuses »	2	
美麗 « belles »	2	
(2) Sous-total		114
(3a) Agent	孕育生命 « engendrer la vie »	2
	滲透思想 « pénétrer les pensées »	1
(3) Sous-total		3
Total		117

Tableau 48. Motivations d'utilisation de 水 *shui* « eau »

Principes de Correspondance :

(1) Les caractéristiques physiques de l'eau sont utilisées pour comprendre les traits de personnalité des femmes. Les qualités essentielles partagées comprennent *douce, douce mais forte à la fois, adaptable, flexible, tolérante, capriceuse, vitale et engendrer la vie*. (La notion clé : 柔 *rou*)

(2) Les *larmes* sont évoquées par métonymie pour représenter les femmes car elles pleurent facilement.

2. 花 *hua* « fleurs »

Les motivations d'utilisation de cette métaphore sont globalement identiques à celles évoquées en français. En rapprochant les femmes des fleurs, l'apparence et la jeunesse sont les deux facettes les plus soulignées.

	Expressions linguistiques	Nb
(2) Qualité	漂亮/美 « jolies, belles »	25
	各式各樣 « il y en a de toutes sortes »	3
	繽紛 « colorées »	3
	香 « fragrances »	2
	嬌貴 嬌媚 « précieuses »	2
	溫柔 « douces »	2
	隨時變化 « changeantes »	2
	可愛 « mignonnes »	1
	脆弱 « fragiles, délicates »	1
(2) Sous-total		41
(3a) Agent	誘惑男人 « séduire les hommes »	2
(3b) Patient	被保護 « être protégées »	4
	賞心悅目 « agréables à regarder »	6
(3c) Aging entity	老了凋謝 « faner en vieillissant »	9
(3d) Expérienceur	愛漂亮 « aimer se faire belles »	4
(3) Sous-total		25
Total		66

Tableau 49. Motivations d'utilisation de 花 *hua* « fleurs »

Principes de Correspondance :

LES FEMMES SONT DES FLEURS se base sur LES HUMAINS SONT DES PLANTES.

(1) Les caractéristiques des femmes sont comparées à celles des fleurs. Par exemple, la beauté, la fragrance et la fragilité sont mises en avant.

(2) Des variantes évoquant différentes sortes de fleurs sont mises en parallèle avec de nombreux types de femmes.

(3) Le cycle de la vie des femmes est comparé à celui des fleurs : la jeunesse correspond à la floraison, la vieillesse au flétrissement.

(4) La relation entre les hommes et les femmes est comparée à celle existant entre les arbres et les fleurs : les premiers sont perçus comme protecteurs et les secondes comme devant être protégées.

3. 貓 *mao* « chats »

Les caractéristiques des chats sont régulièrement comparées à celles des femmes, même si les motivations de chaque locuteur sont variées.

Expressions linguistiques		Nb	
(2) Qualité	溫柔有個性 « douces mais avec du caractère »	8	14
	溫柔 « douces »	6	
	神秘 « mystérieuses »	3	4
	神秘帶有吸引力 « mystérieuses et attirantes »	1	
	有時依賴有時獨立 « parfois collantes parfois indépendantes »	3	
	優雅 « gracieuses »	2	
	驕傲 « fières »	1	
	依賴 « dépendantes »	1	
	陰晴不定 « lunatiques »	1	
	任性 « capricieuses »	1	
	乖巧 « sages »	1	
	獨立自主 « indépendantes »	1	
	纖細 « maigres »	1	
	漂亮 « belles »	1	
	在家 « restant à la maison »	1	
	(2) Sous-total		32
(3b) Patient	需要呵護 « avoir besoin qu'on s'occupe d'elles »	1	
(3d) Expérienceur	愛撒嬌 « aimer minauder »	2	
(3) Sous-total		3	
Total		35	

Tableau 50. Motivations d'utilisation de 貓 *mao* « chats »

Principes de Correspondance :

Les caractéristiques des femmes sont soulignées en ayant recours à celles qui caractérisent les chats. Les traits principalement soulignés comprennent *douces avec du caractère, indépendantes et dépendantes à la fois, mystérieuses, et imprévisibles*.

4. 月亮 *yue liang* « lune »

La qualité qui caractérise la *lune* est 溫柔 *wen rou* « douce ». Les termes qui contiennent les morphèmes *wen* ou *rou* (soulignés dans le tableau) contribuent considérablement à cette métaphore.

Expressions linguistiques		Nb	
(1) Entité	月經 « cycle menstruel »	1	
(2) Qualité	溫柔 <i>wen rou</i> « doux »	<u>溫柔</u> <i>wen rou</i> « douces »	4
		柔和 <u>rou</u> <i>he</i> « douces, moelleuses, accommodantes »	3
		溫和 <u>wen</u> <i>he</i> « douces, modérées »	2
		有 <u>溫柔</u> , 有冷漠 <u>you wen rou</u> , <u>you leng mo</u> « parfois douces, parfois froides »	1
		<u>溫良</u> <i>wen liang</i> « douces, gentilles »	1
		<u>溫暖</u> <i>wen nuan</i> « tièdes, douces »	1
		<u>柔情</u> <i>rou qing</i> « douces, tendres »	1
		心情不定 « lunatiques »	4
		內斂 « humbles, discrètes »	1
		母性 « maternelles »	1
(2) Sous-total		19	
(3a) Agent	照亮每一個世界 « elles éclairent le monde »	2	
	一直陪伴 « elles soutiennent »	1	
(3b) Patient	被很多男生追求 « être poursuivies par les hommes »	1	
(3) Sous-total		4	
Total		23	

Tableau 51. Motivations d'utilisation de 月亮 *yue liang* « lune »

Principes de Correspondance :

1. Les caractéristiques de la *lune* sont utilisées pour décrire les femmes. La lumière douce / brillante mais qui ne brûle pas correspond à l'image des femmes qui doivent soutenir leur entourage mais ne peuvent pas prendre le rôle principal.

2. Basé sur la métaphore conceptuelle LE BONHEUR EST LUMIÈRE (HAPPINESS IS LIGHT : Kövecses, 2008 ; Sullivan, 2006 ; Yu, 1995), l'état psychologique est mis en parallèle avec un lieu. Un lieu éclairé constitue le bonheur.

Les femmes sont métaphorisées en tant que lune et cette source de lumière représente la raison du bonheur des autres.

3. Le cycle menstruel est comparé au cycle de la lune.

5. 玫瑰 *mei gui* « roses »

La métaphore LES FEMMES SONT DES ROSES s'appuie sur LES FEMMES SONT DES FLEURS, et les principes de correspondances des fleurs sont sous-entendus. Une partie de la rose surgit dans cette métaphore : ses épines, représentant l'attitude défensive. D'autres verbes sont également associés à cela.

Expressions linguistiques		Nb
(1) Entité	多刺 « épines »	9
(2) Qualité	漂亮/美麗 « belles »	6
	嬌嫩 « délicates »	1
	心情多變 « changeantes (humeurs) »	1
(2) Sous-total		17
(3a) Agent	細心打扮 « se faire belle »	1
	保護自己 « se protéger »	2
	傷害別人 « blesser les autres »	2
(3b) Patient	要呵護 « il faut qu'on prenne soin d'elles »	1
(3) Sous-total		6
Total		32

Tableau 52. Motivations d'utilisation de 玫瑰 *mei gui* « roses »

Principes de Correspondance :

1. Les épines représentent l'attitude défensive ou la possibilité de blesser les autres.

Une belle rose désigne une (belle) femme qui se protège prudemment ou qui peut causer une blessure aux autres.

2. Les caractéristiques des femmes sont comparées à celles des roses. La qualité la plus soulignée reste la beauté.

6. 海 *hai* « mer »

La mer fait partie de la catégorie de l'eau. Pour cela, certaines des caractéristiques sont comparables à celle-ci.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	包容 « tolérantes »	5
	捉摸不定 « imprévisibles »	3
	深不可測 « insondables »	2
	包容卻瘋狂 « tolérantes mais folles »	1
	迷人 « charmantes »	1
	孕育生命 « engendrer la vie »	1
(2) Qualité	柔和 « douces »	1
	柔軟但可摧毀 « douces mais destructives »	1
Total		15

Tableau 53. Motivations d'utilisation de 海 *hai* « mer »

Principes de Correspondance :

Les qualités de la mer sont évoquées pour saisir les caractéristiques des femmes. La tolérance est comparée au fait que la mer a une contenance importante. L'imprévisibilité de la mer est mobilisée pour expliquer les émotions changeantes des femmes.

7. 雲 *yun* « nuages »

La métamorphose est la qualité centrale des métaphores liées aux nuages :

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	多變/善變/千變萬化 « constamment changeantes »	6
	捉摸不定 « insaisissables (les émotions) »	4
	柔 <i>rou</i> « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple »	1
Total		11

Tableau 54. Motivations d'utilisation de 雲 *yun* « nuages »

Principes de Correspondance :

1. Les caractéristiques de la personnalité des femmes sont comparées aux traits physiques des nuages. L'intangibilité des nuages est utilisée pour comprendre le caprice émotionnel des femmes.
2. La sensation « douce » des nuages est appliquée à la douceur des femmes.

8. 兔子 *tu zi* « lapins »

Tout comme la métaphore liée à la lune, le mot 溫柔 *wen rou* « douce » et les termes qui contiennent les morphèmes *wen* ou *rou* (soulignés dans le tableau) sont apparentées à la métaphore du *lapin*, dont l'image docile correspond à l'attitude attendue des femmes.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	溫柔 <i>wen rou</i> « douces »	2
	溫馴 <i>wen xun</i> « docile »	3
	柔和 <i>rou he</i> « douces, moelleuses, accommodantes »	1
	看起來很純潔實際上有個性 « avoir l'air pures mais avoir du caractère dans les faits »	1
(2) Qualité	膽小 « timides, peureuses »	1
	服從 « soumises »	1
(2) Sous-total		9
(3a) Agent	愛漂亮 « aimer se faire belle »	1
(3b) Patient	被疼愛 « être aimées »	1
	被獵 (追求) « être chassées »	1
(3) Sous-total		3
Total		12

Tableau 55. Motivations d'utilisation de 兔子 *tu zi* « lapins »

Principes de Correspondance :

- (1) Les attributs *douce* et *docile* liés aux lapins sont mis en parallèle avec les femmes.
- (2) La place du lapin en tant que proie dans la chaîne alimentaire est comparée à la relation amoureuse où les hommes sont des prédateurs comparés aux lions par exemple.

9. 天氣 *tian qi* « le temps qu'il fait (taïwanaise) »

Le temps qu'il fait à Taïwan indique le caractère des femmes :

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	陰晴不定 / 晴時多雲偶陣雨 « tantôt nuageux, tantôt ensoleillé : capricieuses, imprévisibles »	9
Total		9

Tableau 56. Motivations d'utilisation de 天氣 *tian qi* « le temps qu'il fait »

Principes de Correspondance :

On indique l'état psychologique des femmes en le comparant au temps qu'il fait. La météo qui change constamment est utilisée avec l'intention de comprendre les humeurs changeantes des femmes.

10. 綿羊 *mian yang* « moutons »

Tout comme la métaphore du lapin, la qualité *docile* est assimilée aux femmes.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	溫柔 « douces, tendres »	4
	溫馴/溫順 « dociles »	3
	順服 « soumises »	1
	可愛 mignonnes »	1
Total		9

Tableau 57. Motivations d'utilisation de 綿羊 *mian yang* « moutons »

Principes de correspondance :

Les attributs *douce* et *docile* des moutons sont associés aux femmes car ces traits sont prototypiquement liés à la féminité.

6.2.2 Métaphores les plus fréquentes pour décrire les hommes en mandarin

Le nombre de métaphores désignant les hommes est moins important que celui désignant les femmes. De plus, le nombre d'occurrence par type est également moins important. La plus fréquente, *shu* « les arbres » comprend 39 occurrences (*shui* « eau », destinée aux femmes en comprend 90).

1. 樹 *shu* « arbres »

Les qualités physiques des arbres sont personnifiées. De plus, les arbres sont perçus comme ceux qui protègent leur entourage, constituant sa fonction la plus importante :

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	可靠 « fiables »	8
	強壯/粗壯 « forts, costauds »	4
	堅強/堅毅 « forts, solides »	3
	高大 « grands »	2
	挺拔 « droits et élevés »	1
	木訥 « insensibles, lents à s'exprimer »	1
	外剛內柔 « durs à l'extérieur mais doux à l'intérieur »	1
	強悍但柔軟度差 « forts mais pas souples »	1
(2) Sous-total		21
(3a) Agent	保護 « protéger (les femmes, la famille) »	16
	有安全感 « donner un sentiment de sécurité »	3
	支撐 « soutenir (la famille) »	2
	負責任 « prendre ses responsabilités »	2
(3) Sous-total		23
Total		44

Tableau 58. Motivations d'utilisation de 樹 *shu* « arbres »

Principes de correspondance :

(1) Les hommes sont comparés aux arbres, car les caractéristiques abstraites des premiers sont comprises à l'aide des attributs physiques des seconds. Les fonctions *protéger*, *soutenir* et les qualités *fiable* et *solide* sont les motivations les plus soulignées.

(2) L'apparence des arbres est comparée à celle des hommes : *grands*, *forts* et *droits*.

(3) La métaphorisation du *bois* « insensible » est appliquée en raison de la proximité entre les *arbres* et le *bois*.

2. 獅子 *shi zi* « lions »

Les lions sont perçus comme des animaux puissants et masculins. Ces traits correspondent aux hommes : les lions qui ont soif de pouvoir.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	威嚴/威武/威猛 « puissants, majestueux »	7
	勇猛/勇敢 « audacieux, braves »	4
	雄壯 « majestueux, vigoureux »	2
	大男人主義 « machistes »	2
	懶 « feignants »	2
	脾氣差 « être de mauvaise humeur »	2
	衝動 « impulsifs »	1
	有野心 « ambitieux »	1
	控制慾 « obsédés du contrôle »	1
	帥 « beaux »	1
(2) Sous-total		23
(3a) Agent	追求權力/做王/做主 « poursuivre le pouvoir/être le roi, le chef »	8
	保護家庭 « protéger la famille »	3
	狩獵 « chasser (les femmes, la ressource) »	1
	有責任 « prendre ses responsabilités »	1
(3) Sous-total		13
Total		36

Tableau 59. Motivations d'utilisation de 獅子 *shi zi* « lions »

Principes de Correspondance :

(1) La place du lion dans la chaîne alimentaire en tant que prédateur supérieur est comparée au statut des hommes dans la société. Ces derniers sont perçus comme puissants, audacieux et ambitieux : leader et chef.

(2) Les hommes étant considérés comme dominants, leur rôle dans la relation entre les deux sexes est comparé à celui des lions : *machiste, obsédé du contrôle et nécessité de chasser les femmes*.

(3) Les traits physiques des lions sont appliqués aux hommes : *forts, beaux, impulsifs et être de mauvaise humeur*.

3. 石頭 *shi tou* « pierre »

Seuls qualificatifs soulignés, ceux qui viennent principalement de la dureté de *pierre*.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	固執/頑固/頑強 « têtus, obstinés »	13
	剛硬/堅硬/堅強 « durs, résolus »	4
	堅強又頑固 « forts mais obstinés »	3
	不知變通 « ne pas savoir s'adapter »	2
	不解風情 « ne pas comprendre la romance (pas romantiques) »	2
	冰冷 « froids, indifférents »	2
	蘊藏價值 « contenir une valeur cachée »	2
	可調教 « éducatibles »	2
	沉默 « silencieux »	1
Total		31

Tableau 60. Motivations d'utilisation de 石頭 *shi tou* « pierre »

Principes de correspondance :

(1) La matière *dure* et *froide* des pierres est utilisée pour comprendre les caractéristiques des hommes : *obstiné, solide, inflexible, indifférent*.

(2) La valeur des pierres (précieuses) a besoin d'être découverte. Celle-ci est comparée à la valeur des hommes.

4. 太陽 *tai yang* « soleil »

La chaleur du soleil est comparée aux traits de personnalité tels qu'*énergique* et *chaleureux*. Par ailleurs, des fonctions considérées masculines comme *gagner de l'argent* et *s'occuper de la famille* sont également associées au soleil.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	溫暖/熱情 « chauds, chaleureux, passionnés »	8
	剛烈/剛強/陽剛/強烈 « virils, forts »	5
	有力量 « puissants »	4
	有活力 « énergiques »	3
	生命必須 « indispensables à la vie »	2
	果斷 « assertifs »	1
	直接 « directs »	1
	自私 « égoïstes »	1
	明亮 « brillants »	1
	有攻擊性 « agressifs »	1
	生命的來源 « source de vie »	1
	體溫高 « avoir une température corporelle élevée »	1
(2) Sous-total		29
(3a) Agent	照亮/照耀 éclairer	4
	賺錢供應全家/照顧家人 « gagner de l'argent pour la famille, s'occuper de la famille »	2
	白天工作晚上沒用 « travailler durant la journée, être inutile le soir »	1
(3) Sous-total		7
Total		36

Tableau 61. Motivations d'utilisation de 太陽 *tai yang* « soleil »

Principes de Correspondance :

- (1) La chaleur du soleil est comparée aux attributs *chaleureux, énergique, passionné* des hommes.
- (2) Le rayon fort et direct du soleil (par rapport à celui doux et indirect de la lune) est comparé respectivement aux traits de personnalité *fort* et *franc*.
- (3) En s'appuyant sur la métaphore LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE, l'état psychologique est lié à un lieu physique. Un lieu éclairé par le soleil représente le bonheur (comme pour la lune). Les hommes sont comparés au soleil, source de lumière et de bonheur.
- (4) Le soleil appartient prototypiquement à la catégorie du *yang*. Les qualités qui composent *yang* se transmettent au soleil, rôles considérés comme masculins.

5. 山 *shan* « montagnes »

Shan appartient au domaine source *quelqu'un sur qui l'on peut s'appuyer*, il est repris pour cette raison.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	穩重 « stables, pondérés »	10
	堅強 « forts, solides »	3
	強壯/雄壯 « forts, masculins »	2
	實際 « pratiques »	1
	威武 « puissants et majestueux »	1
(2) Sous-total		17
(3a) Agent	負責經濟家計 « prendre ses responsabilités et gagner de l'argent pour la famille »	2
(3b) Patient	可依靠/當靠山 « on peut compter sur/s'appuyer sur lui »	11
	具挑戰 « un défi à conquérir »	1
(3) Sous-total		14
Total		31

Tableau 62. Motivations d'utilisation de 山 *shan* « montagnes »

Principes de Correspondance :

(1) Les montagnes sont perçues comme *stables*, *fermes* et *fiabes*. Ces traits sont transmis aux hommes.

(2) Les montagnes appartiennent au *yang*. Les caractéristiques tombant sous la notion de *yang* sont associées aux hommes telles que *fort*, *puissant*, *devant prendre ses responsabilités financières*.

6. 狗 *gou* « chiens »

Les traits importants liés aux chiens sont basés sur leur relation fidèle avec les humains. Cependant, leur relation amoureuse est considérée comme l'inverse de la fidélité.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	忠心/忠實 « fidèles »	7
	賤 « bâtards »	2
	目標導向 « orientés vers un objectif »	2
	笨 « bêtes »	1
	直接 « directs »	1
	單純 « simples »	1
	有活力 « énergiques »	1
	聽話 « obéissants »	1
	英勇 « courageux »	1
(2) Sous-total		17
(3a) Agent	到處偷吃 « tromper sa compagne partout »	1
	在外活動 « rester dehors »	1
(3b) Patient	被制約 « être soumis à la société »	1
(3d) Expérienceur	看到女人高興 « content en voyant des	2

Expressions linguistiques		Nb
(3d) Expérienteur	femmes »	
	需要被照顧 « avoir besoin que l'on s'occupe de lui »	1
	想要有個家 « avoir envie d'avoir une famille »	1
(3) Sous-total		7
Total		24

Tableau 63. Motivations d'utilisation de 狗 *gou* « chiens »

Principes de Correspondance :

- (1) Les caractéristiques prototypiques des chiens comme *fidèles*, *simples*, et *énergiques* sont liés aux hommes.
- (2) Le fait que les chiens ne soient pas monogames est associé aux hommes qui sont perçus comme étant infidèles.
- (3) Le fait que les chiens soient domestiqués est comparable au fait que les hommes sont contraints socialement.

7. 牛 *niu* « buffles »

Utilisés comme force de travail aux champs, les traits *obstiné* et *insensible* des buffles sont mis en avant.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	固執 « obstinés »	3
	強壯 « forts, costauds »	3
	不解風情 « ne pas comprendre la romance »	2
	吹牛 « se vanter »	1
	情感遲鈍 « émotionnellement insensibles »	1
	衝動 « impulsifs »	1
	可靠但會離你而去 « fiables mais il te quittera un jour »	1
(2) Sous-total		12
(3a) Agent	吃苦耐勞/辛苦工作 « être durs à la peine et au travail / travailler dur »	9
	負責任 « assumer la responsabilité »	1
(3d) Expérienteur	任勞任怨 « supporter toutes les peines sans se plaindre »	5
	鑽牛角尖 « faire en vain des efforts pour étudier un problème insignifiant ou insoluble »	1
(3) Sous-total		16
Total		28

Tableau 64. Motivations d'utilisation de 牛 *niu* « buffles »

Principes de Correspondance :

(1) Le fait que les buffles soient utilisés pour le travail aux champs est comparé à la nécessité pour les hommes de travailler dur pour la famille.

(2) *Niu* sert à former des expressions concernant l'insensibilité, l'obstination et la vantardise. Ces expressions sont adaptées pour désigner les hommes, en transmettant le domaine source *niu* aux humains.

8. 小孩 *xiao hai* « enfants »

Les principales motivations pour choisir le type *enfant* sont tout comme en français, les traits *immature* et *dépendant*.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	孩子氣/幼稚 « immatures/enfantins »	6
	任性 « capricieux »	1
	單純 « simples »	1
(2) Sous-total		8
(3a) Agent	碰到女人會露出本性 « dévoiler leur nature dès qu'ils rencontrent les femmes »	1
	不主動做家事 « ne pas participer activement aux ménages »	1
(3c) Patient	讓女人又愛又恨 « être aimés et haïs par les femmes »	1
(3d) Expérienceur	需要哄 « avoir besoin qu'on les cajôle »	3
	需要照顧 « avoir besoin qu'on prenne soin d'eux »	2
	需要稱讚 « avoir besoin qu'on les loue »	1
(3) Sous-total		9
Total		17

Tableau 65. Motivations d'utilisation de 小孩 *xiao hai* « enfants »

Principes de Correspondance :

(1) Les caractéristiques principales des enfants sont mobilisées pour souligner l'immaturité des hommes.

(2) La relation entre les enfants et les mères est comparée à celle existant entre les hommes et les femmes.

9. 木 *mu* « bois »

Semblable à *shi tou* « pierre », la matière et la nature du bois indiquent des caractéristiques de la personnalité des humains.

Expressions linguistique		Nb
(2) Qualité	木訥 « lents à s'exprimer »	4
	硬梆梆/頑固 « durs, obstinés »	2
	呆板 « rigides »	2
	不解風情 « insensibles, ne pas comprendre la romance »	1
	不擅表達 « pas doués pour s'exprimer »	1
	剛毅 « résolus »	1
	反應慢 « lents à répondre »	1
	無所不能 « tout-puissants »	1
(2) Sous-total		13
(3a) Agent	可以是支柱也可以是木屑 « peut servir à tout mais aussi à rien »	1
Total		14

Tableau 66. Motivations d'utilisation de 木 *mu* « bois »

Principes de Correspondance :

(1) La matière *dure* du bois est métaphorisée avec les caractéristiques de personnalité *dure, rigide et inflexible*.

(2) Le caractère 木 *mu* « bois » fait partie des caractères utilisés pour exprimer les notions 木訥 *mu na* « simple, franc, insensible, indifférent ».

Les qualités ci-dessus correspondent à celles des hommes, le domaine source est donc utilisé pour désigner ces derniers.

(3) Les fonctions du bois sont variées et comparées au fait que les hommes peuvent assumer des fonctions multiples.

10. 風 *feng* « vent »

Le fait que le vent se déplace librement souligne la liberté des hommes.

Expressions linguistiques		Nb
(2) Qualité	自在 « libres »	2
	野心 « ambitieux »	1
	心情不定 « capricieux »	1
	高大 « grands »	1
	無所不在 « omniprésents »	1
(2) Sous-total		6
(3a) Agent	來去自如 « aller et venir librement »	3
Total		9

Tableau 67. Motivations d'utilisation de 風 *feng* « vent »

Principes de Correspondance :

(1) Le vent est perçu comme libre et sans contrainte. Ces traits s'appliquent aux hommes qui peuvent agir librement.

(2) Le vent est présent partout. Ceci est mis en parallèle avec les qualités *grand et ambitieux* des hommes.

Conclusion de 6.2

En répertoriant toutes les motivations selon les catégories entité (noms), qualité (adjectifs) et fonctions (verbes) pour les MF et les MH, nous obtenons le tableau 68 et le tableau 69 :

		eau	fleur	chat	lune	rose	mer	nuages	lapin	temps	mouton	Nb	%
1	Entité					9						9	2,7%
2	Qualité	114	41	34	19	17	15	11	9	9	9	278	84,5%
3	Fonction	3	21	1	4	6	0	0	3	0	0	42	11,6%
3a	Agent	3	2		4	5			1			15	4,6%
3b	Patient		10	1		1			2			14	4,3%
3c	Aging Entity		9									9	2,7%
3d	Expérimenteur		4									4	1,2%
	Total	117	62	35	23	32	15	11	12	9	9	329	100%

Tableau 68. Les dix types les plus importants de MF en mandarin : regroupement selon la catégorie grammaticale et les rôles sémantiques

	arbre	lion	pierre	soleil	montagne	chien	buffle	enfant	bois	vent	Nb	%
1	Entité										0	0%
2	Qualité										177	65,6%
3	Fonction										93	34,4%
3a	23	13	0	7	14	7	16	9	1	3	63	23,3%
3b		13		7	2	2	10	2	1	3	14	5,2%
3c					12	1		1			14	5,2%
3d						1					0	0%
	Aging Entity										0	0%
	Expérienceur										16	5,9%
	Total										270	100%
	44	36	31	36	31	24	28	17	14	9	270	100%

Tableau 69. Les dix types les plus importants de MH en mandarin : regroupement selon la catégorie grammaticale et les rôles sémantiques

Concernant les entités, une seule fait partie des domaines sources des MF : les *épines* de rose. En effet, la plupart des motivations résident dans les qualités, les caractéristiques des types, représentant respectivement 84,5% pour les MF et 66% pour les MH. En ce qui concerne les

motivations qui comprennent un verbe, les MH contiennent plus de verbes d'actions (34%) par rapport aux MF (11,6%). En y regardant de plus près, les hommes jouent plus fréquemment le rôle d'agent que ne le font les femmes (23,3% contre 4,6%). Cela implique que l'agentivité est plus mise en avant par les métaphores désignant les hommes. Par ailleurs, le rôle Aging Entity décrivant un sujet qui subit un changement d'âge n'est pas repertorié chez les MH, ce qui montre que l'âge des femmes est plus accentué par ces types. Enfin, les rôles d'Expérienceur, l'entité qui ressent un désir ou une émotion, sont représentés par une *fleur*, un *chien*, un *buffle* et un *enfant* pour exprimer leur besoin, leur désir ou l'état d'émotion qu'il faut supporter.

6.3. Caractéristiques des domaines cibles en mandarin

Cette section a pour objectif d'analyser toutes les motivations données par le biais du questionnaire d'après trois catégories : (1) rôles ou fonctions sociales, (2) caractéristiques ou besoins physiques et (3), traits de la personnalité en ajoutant les points de vue des deux sexes.

Voici la distribution des trois regroupements de motivations :

Les fonctions sociales des hommes sont plus accentuées que celles des femmes (21 % contre 11%), tandis que les caractéristiques physiques sont plus soulignées chez les femmes que chez les hommes (17 % contre 7%). Enfin, des attributs de la personnalité représentent plus de la moitié des caractéristiques citées.

Tout comme l'interprétation donnée pour le français, lorsqu'un pourcentage est plus élevé pour un aspect donné et pour un sexe donné, alors les locuteurs insistent sur cet aspect pour le sexe en question. Ces résultats impliquent que les rôles sociaux des hommes sont considérés comme plus saillants que ceux des femmes, et que l'apparence des femmes est plus souvent mise en avant que celle des hommes dans la société taïwanaise.

Le tableau ci-dessous en montrent la distribution :

	MF		MH	
	N	%	N	%
P	459	64	470	70
S	77	11	142	21
A	123	17	50	7
I	53	7	14	2
TOTAL	712	100	676	100

Tableau 70. Catégorisation des motivations des MF et MH en mandarin (P=traits de personnalité ; S=rôles ou fonctions sociales ; A=apparence/traits physiques ; I=interactions avec l'autre sexe)

Si nous examinons davantage cette classification selon les perspectives des deux sexes, nous observons deux principes. Premièrement, les hommes, comme les femmes, soulignent davantage les aspects sociaux qui les concernent que ceux qui concernent l'autre sexe (F-F et H-H sont plus importants que F-H et H-F respectivement). Ce résultat est conforme à celui obtenu en français. Comme chaque individu connaît mieux les aspects sociaux du SOI afin de pouvoir jouer son propre rôle, les locuteurs et les locutrices mettent donc plus l'accent sur cela.

Deuxièmement, les femmes soulignent plus les caractéristiques physiques des hommes, et vice versa (H-F et F-H sont plus importants que F-F et H-H respectivement). Même si l'écart n'est pas considérable, cela implique que les traits physiques sont plutôt un aspect perçu par L'AUTRE et exprimé par conséquent plus fréquemment par l'autre sexe.

La Figure 13 illustre ces données :

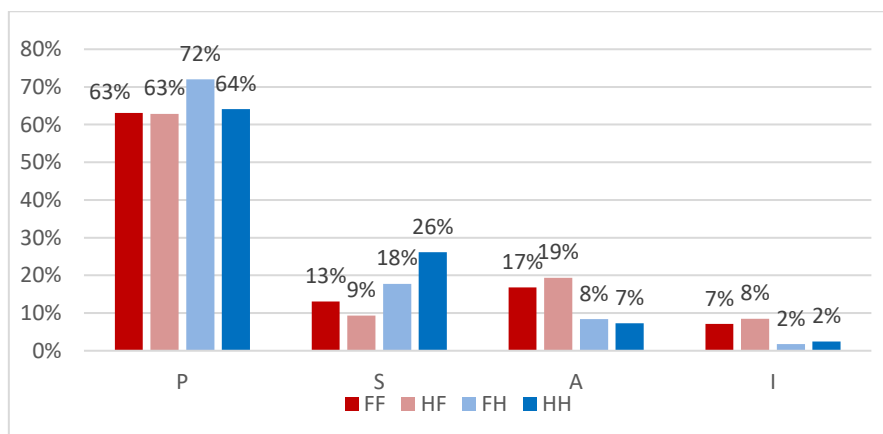


Figure 13. Catégorisation des motivations des MF et MH en fonction des perspectives des deux sexes en mandarin

Nous présentons maintenant des perspectives différentes avec des exemples. Dans chacun d'eux, les types des métaphores, comme une *machine* et une *fourmi*, seront également référencés.

6.3.1 Caractéristiques sociales

Commençons tout d'abord par les motivations associées aux fonctions sociales qui représentent 11% des motivations pour les MF et 21% pour les MH.

6.3.1.1 Caractéristiques sociales des femmes

Voyons comment les rôles des femmes sont représentés dans la société taïwanaise. Deux aspects sont mis en avant : leur rôle dans la famille et leur statut dans la société.

Perspectives de Femme - Femme

Les femmes soulignent leur rôle dans la sphère domestique. L'accent est principalement mis sur le ménage et les enfants.

Le ménage est toujours considéré comme relevant de la responsabilité des femmes. Elles sont donc associées à toutes sortes de tâches :

- (1) 洗衣機 « machines à laver » : 洗衣服 « pour laver les vêtements »
- (2) 吸塵器 « aspirateurs » : 維持家庭很忙碌，很多勞務 « être très occupée en se consacrant à leur famille, elles ont beaucoup de tâches à accomplir »
- (3) 螞蟻 « fourmis » : 窮其一生都為了家事努力工作著 « consacrer toute leur vie à faire le ménage »

La deuxième fonction familiale concerne les enfants : les femmes portent les enfants et les éduquent.

- (4) 大地 « terre » : 為萬物之母 « être la mère de tous les êtres vivants »
- (5) 監視器 « caméras de surveillance » 永遠盯著小孩不放也放不下 « surveiller toujours les enfants, ne jamais pouvoir s'en détacher »

Les femmes décrivent la difficulté d'être à la fois chargées des tâches domestiques, de l'éducation des enfants et de leur propre vie professionnelle.

- (6) 八爪章魚 « pieuvres à huit tentacules » : 因為家庭、事業、人際都要面面俱到 « il faut avoir à cœur toutes ces choses : la famille, le travail et la relation personnelle »
- (7) 陀螺 « toupies » : 一直轉，忙碌 « tourner tout le temps, être très occupé »

Perspectives de Homme - Femme

En tant que groupe dominant, les hommes remarquent également le manque de pouvoir des femmes dans la société :

- (8) 螻蟻 « fourmis ouvrières » : 在社會體制下更常是劬勞的那一群(相對而言較無主宰能力) « Dans l'organisation sociale, ce sont souvent elles qui font le travail le plus pénible »

Ils sont également conscients que les femmes sont contraintes de rester à la maison pour assumer leur rôle :

- (9) 家鳥 « oiseaux domestiques » : 關在籠子裡被限制女主內(*nü zhu nei*) « être enfermé dans une cage, contraint de rester à la maison »

Traditionnellement, la répartition du travail suit strictement l'expression 男主外，女主內 *nan zhu wai, nü zhu nei*, littéralement « les hommes dirigent à l'extérieur et les femmes à l'intérieur ». En reprenant la deuxième partie *nü zhu nei* de cette expression, le locuteur qui a donné cette métaphore exprime cette notion.

Les hommes remarquent également que les femmes ont pour fonction de faire le ménage :

(10) 電鍋 « autocuiseurs » : 煮三餐 « cuisiner les trois repas »

(11) 外勞¹⁴⁹ « travailleurs étrangers » : 家事總是做不完 « devoir sans cesse faire le ménage »

Le rôle nourricier est indiqué de la même façon :

(12) 水 « eau » : 孕育生命 « engendrer la vie »

(13) 袋鼠 « kangourous » : 照顧小孩 « prendre soin des enfants »

Enfin, les fonctions liées aux besoins des hommes forment une catégorie spécifique. Les femmes étant définies par rapport à leurs maris, via le nom de famille ou et le statut social par exemple, elles sont considérées comme subalternes selon certains locuteurs.

(14) 茶杯 « verres à thé » : 因為是男人的配屬，男人是茶壺，女人是茶杯 « les femmes sont accessoires par rapport aux hommes. Les hommes sont la théière et les femmes sont des verres à thé »

(15) 衛生紙 « papier toilette » : 常需要放身邊 « il faut le mettre à côté de toi »

Dans l'exemple (15), les hommes comparent l'importance du papier toilette à celle des femmes. En effet, les Taïwanais sont éduqués depuis l'enfance à avoir tout le temps du papier toilette sur eux¹⁵⁰. Cette habitude est par conséquent comparée à la nécessité d'avoir sa femme à ses côtés. Cependant, le verbe *fang* « mettre » utilisé par le locuteur qui a donné cette métaphore souligne le fait que les fonctions des femmes sont rabaissées au rang d'objets servant les hommes.

(16) 電腦 « ordinateurs » : 隨時隨地都需有個電腦來幫忙處理事務 « il faut toujours un ordinateur pour t'aider à traiter des données »

¹⁴⁹ Voir chapitre 6.1.6, les exemples (8)-(9).

¹⁵⁰ Dans les écoles primaires (ou même à la maternelle) à Taïwan, on insiste beaucoup sur l'habitude de prendre du papier toilette avec soi pour l'enseignement de l'hygiène. Chaque matin, l'enseignant demande à tous les étudiants de sortir leur papier toilette et leur mouchoir pour les examiner. Si un étudiant en oublie, il peut être puni ou perdre un point sur sa « note de morale ». Cette habitude donne un contexte culturel qui explique en quoi le papier toilette est considéré comme important et qu'il faut toujours en prendre avec soi.

6.3.1.2 Caractéristiques sociales des hommes

Les aspects sociaux sont souvent plus mis en avant pour les hommes que pour les femmes. De plus, les hommes sont plus conscients de leurs propres rôles dans la société. Comme Pleck (2004 : 64) le souligne : « Le patriarcat est un système double dans lequel les hommes oppriment les femmes et dans lequel les hommes s'oppriment entre eux ¹⁵¹. »

Dans ce système, il est attendu que les hommes se conduisent selon les archétypes liés à la masculinité. Par exemple, il faut être fort émotionnellement et être en charge de l'argent. Cette pression est subie par les hommes et ressort plus fréquemment dans leur discours.

Perspectives de Femme - Homme

Le statut dans la société ainsi que les fonctions dans la famille sont exprimés dans le questionnaire.

Selon les femmes, les hommes détiennent le pouvoir et sont bien vus s'ils ne sont pas présents à la maison :

(17) 獅子 « lions » : 權力象徵 « symbole du pouvoir »

(18) 錶 « montres » : 男人 3,4 天不在家忙工作別人會稱讚上進 « on loue les hommes s'ils sont absents pendant 3 ou 4 jours pour le travail »

Au niveau de la fonction matérielle, les hommes gagnent l'argent du ménage et jouent le rôle de chauffeurs et de bricoleurs :

(19) 提款機 « distributeurs des billets » : 須要用錢隨時提 « retirer des billets dès que tu as besoin d'argent »

(20) 司機 « chauffeurs » : 接送 « faire des allers et venues »

(21) 水電工 « plombiers » : 修理各種東西 « réparer toutes sortes de choses »

En revanche, aucun des aspects concernant les enfants n'est mentionné. Cela correspond à la notion que les enfants et leur éducation sont principalement de la responsabilité des femmes.

Les hommes gagnent le pain et ils sont le pilier de la famille quoi qu'il arrive.

(22) 賺錢機器 « machines à gagner de l'argent » : 賺錢養家 « gagner de l'argent pour entretenir la famille »

¹⁵¹ Pleck (2004 : 64) : « Patriarchy has two halves which are intimately related to each other. Patriarchy is a dual system, a system in which men oppress women, and in which men oppress themselves and each other. »

(23) 茶壺 « théières » : 賺錢養家, 杯子有多少代表家中人口有多少 « gagner de l'argent pour la famille. Le nombre de verres à remplir représente la taille de la famille à nourrir »

(24) 基石 « pierre angulaire » : 家庭中的基石可以安定, 家中有風雨時可以安穩度過 « il est la pierre angulaire qui soutient la famille, en cas d'orage, tout se passera tranquillement »

Perspectives de Homme - Homme

Premièrement, les locuteurs expriment les obligations et les contraintes auxquelles les hommes sont soumis, comme le montre l'emploi de la modalité déontique 要 *yao* « il faut » et 必須 *bi xu* « devoir ». Ces obligations concernent la nécessité de protéger le pays, d'être responsable, de savoir tout faire, de travailler dur, et de protéger sa femme et sa famille.

Voici quelques exemples avec le verbe 要 *yao* « il faut » :

(25) 牙齒 « dents » : 要(*yao*)保護舌頭, 跟保護國家一樣 « il faut qu'elles protègent la langue comme (les hommes) doivent protéger le pays »

(26) 牛 « buffles » : 要(*yao*)做牛做馬 « il faut être des buffles et des chevaux » / « il faut travailler laborieusement »

(27) 柱子 « piliers » : 要(*yao*)撐住一家人 « il faut soutenir toute la famille »

(28) 超人 « superman » : 什麼都要(*yao*)會 « il faut tout savoir »

Suivent deux autres exemples de l'utilisation lexicale 必須 *bi xu* « devoir »

(29) 大樹 « grands arbres » : 必須(*bi xu*)要承擔責任 « devoir prendre ses responsabilités »

(30) 勇士 « braves » : 必須(*bi xu*)給女人保護與安全感 « devoir fournir à sa femme protection et sensation de sécurité »

Au niveau des statuts sociaux, les hommes sont considérés comme puissants et chefs de famille :

(31) 獅子 « lions » : 做主 « être dominateur »

(32) 船長 « capitaine » : 掌舵, 在家有權柄 « il tient la barre, ayant le pouvoir à la maison »

En fonction des rôles familiaux, les motivations concernant les enfants sont également introuvables. Les motivations H-H sont comparables à F-H : gagner de l'argent et assurer le transport de la famille :

(33) 牛 « buffles » : 工作賺錢 « travailler pour gagner de l'argent »

(34) 免費的司機 « chauffeurs gratuits » : 接送 « transporter des membres de la famille »

Enfin, les hommes sont vus comme ceux qui font le premier pas dans les relations amoureuses.

(35) 獵人 « chasseurs » : 追求 « poursuivre (des femmes) »

(36) 星星 « étoiles » : 眾星拱月，追求者保護功能 « plusieurs garçons poursuivent une fille. Les prétendants protègent (les filles) »

6.3.2 Caractéristiques physiques

Les caractéristiques physiques sont soulignées plus fréquemment chez les femmes. En outre, les locuteurs remarquent plus particulièrement les aspects corporels de l'autre sexe.

6.3.2.1 Caractéristiques physiques des femmes

Les caractéristiques physiques principales mises en avant chez les femmes par les deux sexes sont les mêmes : l'âge, la beauté, la fragrance et la fragilité.

(37) 花 « fleurs » : 含苞盛開，嬌美，凋零 « bourgeon, floraison, belle et délicate, flétrissement »

(38) 花 « fleurs » : 女人很美，而且她們也很愛美 « les femmes sont belles, en plus elles aiment se faire belles »

(39) 春天 « printemps » : 散發陣陣的花香 « exhalent du parfum »

(40) 草 « herbes » : 柔弱被保護 « fragile et devant être protégée »

Il apparait également des caractéristiques plus spécifiques selon les deux sexes.

Perspectives de Femme - Femme

Les femmes expriment deux traits concernant leurs corps : *molle* et *petite* comme dans les exemples (41)-(42) :

(41) 麵包 « pain¹⁵² » 軟軟的 « très doux / mou »

¹⁵² Les pains taiwanais ont la caractéristique d'être très mous et sont comparables aux brioches françaises.

(42) 小鳥 « petits oiseaux » : 小鳥依人 « les petits oiseaux s'appuient sur une personne » / « une femme petite à côté d'un homme »

Perspectives de Homme - Femme

D'après les hommes, la beauté des femmes est mêlée au désir sexuel, représenté par la métaphore L'ACTE SEXUEL EST MANGER (Kövesces, 2006).

(43) 30 歲女人像葡萄 « les femmes trentenaires sont comme des raisins » : 好吃又好看 « elles sont bonnes et jolies »

(44) 蘋果 « pommes » : 又甜又美又可口 « elles sont sucrées, jolies et savoureuses »

Une autre caractéristique soulignée par les hommes est la voix agréable des femmes :

(45) 音樂 « musique » : 聲音很好聽 « la voix est belle »

6.3.2.2 Caractéristiques physiques des hommes

Les caractéristiques concernant les hommes sont moins soulignées que pour les femmes. De la même manière, les femmes expriment plus fréquemment ces métaphores.

Deux aspects sont représentés selon les deux sexes. En premier lieu, l'apparence grand et fort :

(46) 樹 « arbres » : 又大又壯 « grands et costauds »

(47) 金剛 « King Kong » : 很強壯 « très forts »

(48) 野獸 « bêtes » : 力氣很大 « beaucoup de force »

En deuxième lieu, l'impulsivité du sexe :

(49) 色狼 « loups pervers » : 那檔子是無時無刻在腦海 « Ils ne pensent qu'à ça »

(50) 種馬 « étalons » : 下半身思考 « ils réfléchissent avec leur pénis »

(51) 老鼠 « souris » : 找洞鑽 « chercher des trous pour entrer »

Pourtant, certains attributs corporels non-prototypiques sont désignés par les femmes.

Perspectives de Femme - Homme

On attend des hommes qu'ils soient grands et forts. Une locutrice dénonce le fait que certains hommes ne correspondent pas à ce standard :

(52) 雞 « poulets » : 現在的男人，不是太矮，就是瘦弱的像雞一樣，沒辦法保護身邊的人 « les hommes de nos jours, soit ils sont trop petits, soit ils sont maigres comme des poulets, qui ne protègent pas leur entourage »

D'autres caractéristiques évoquent l'apparence peu soignée et la température corporelle élevée :

(53) 草 « herbes » : 外表隨性 « ne pas prendre soin de son apparence »

(54) 太陽 « soleil » : 感覺男人總是熱呼呼的，運動完 or 體溫較高 « avoir l'impression que les hommes sont toujours bouillants après le sport, ou bien avoir une haute température corporelle par exemple »

En outre, les femmes mentionnent la voix des hommes :

(55) 大提琴 « violoncelles » : 雄厚，沉穩的音色，像是男性成熟的脾氣及嗓音 « la voix basse et stable représente les humeurs et la voix mûre des hommes »

6.3.3 Caractéristiques psychologiques

Tout d'abord, examinons les illustrations ci-dessous pour la distribution des MF et MH selon cinq grandes catégories : Ouverture (O), Conscienciosité (C), Extraversion (E), Agréabilité (A), et Névrotisme (N). Dans chaque catégorie, deux dimensions sont possibles : haut et bas. Par exemple, les attributs *compréhensible* et *doux* appartiennent à l'Agréabilité de haut degré, tandis que *brutal* et *égoïste* sont de bas degré.

Les tableaux ci-dessous se lisent en deux axes. Dans la colonne, les pourcentages représentent la proportion de chaque trait central de la personnalité (A+N+C+O+E=100%). Les pourcentages de la ligne concernent les pourcentages des traits de degré bas et ceux de degré haut (Bas+Haut=100%).

MF	Bas	Haut	Total	%
A	41	197	238	52
N	1	108	109	24
C	6	37	43	10
O	10	29	39	8
E	6	24	30	6
Total	64	395	459	100
%	14	86	100	

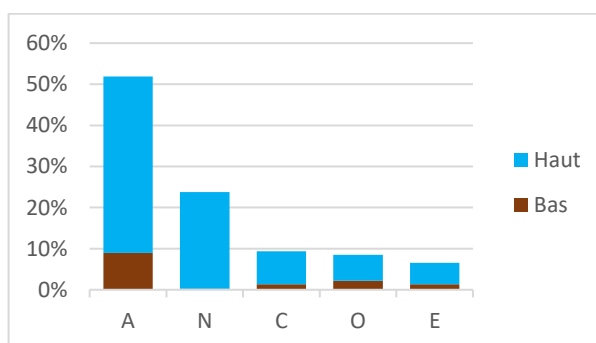


Tableau 71. et Figure 14. Distribution des traits personnels des MF en mandarin

MH	Bas	Haut	Total	%
C	66	60	126	27
A	53	70	123	26
E	48	57	105	22
O	37	24	61	13
N	25	28	53	11
Total	229	239	468	100
%	40	60	100	

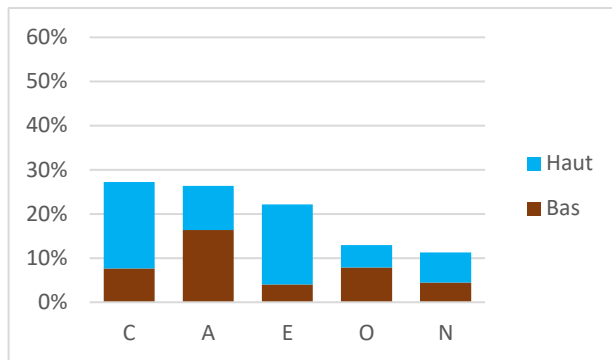


Tableau 72. Figure 15. Distribution des traits personnels des MH en mandarin

En premier lieu, nous observons que la distribution n'est pas homogène pour les deux sexes : les attributs de l'Agréabilité (A) des MF occupent plus d'une moitié (52%) des occurrences, alors que l'Ouverture (O), la Conscienciosité (C) et l'Extraversion (E) en représentent moins d'un quart. En revanche, pour les MH, ces cinq catégories sont distribuées d'une façon plus équilibrée avec la Conscienciosité (C), l'Agréabilité (A) et l'Extraversion (E) qui comprennent chacune moins de 30% des occurrences.

Ce phénomène est lié au choix des types de métaphores. Pour celles désignant les femmes, il existe plus d'expressions conventionnelles associées à certaines caractéristiques qui attribuent une importance à certaines facettes de leur personnalité. Par exemple, l'importance de l'Agréabilité chez les femmes, résulte du type *shui* « eau », la métaphore la plus essentielle en mandarin, qui comprend principalement l'attribut 柔 *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple ».

Deuxièmement, ces cinq groupes d'attributs se répartissent de manière différente pour les deux sexes. Pour les femmes, on obtient dans l'ordre l'Agréabilité, suivie du Névrotisme et de la Conscienciosité, l'Ouverture et l'Extraversion. Pour les hommes en revanche, c'est leur Conscienciosité qui est mise en avant, puis leur Agréabilité et leur Extraversion, l'Ouverture et le Névrotisme arrivant en dernier.

Dans le questionnaire français, les cinq catégories étaient réparties de manière équivalente pour les deux sexes. Cela montre que, selon les locuteurs français, les caractéristiques mises en avant chez les deux sexes ne sont pas aussi marquées qu'en mandarin. Pourtant, pour les locuteurs taïwanais, les attributs décrivant la personnalité sont plus genrés : chaque sexe doit se conformer au rôle attendu par la société.

En ce qui concerne des traits de degré haut et de degré bas, les femmes reçoivent plus des caractéristiques de haut, particulièrement sur l'Agréabilité.

6.3.3.1 Caractéristiques psychologiques des femmes

Abordons tout d'abord la répartition selon les perspectives des deux sexes. L'ordre des cinq groupes est globalement identique. Seules les femmes soulignent l'Ouverture d'une façon importante. De plus, les deux sexes manifestent approximativement la même quantité d'Agréabilité. Les hommes expriment plus d'attributs de bas degrés, donc plus de traits désagréables.

F-F	Bas	Haut	Total	%
A	13	105	118	49
N	1	53	54	23
O	7	21	28	12
C	3	20	23	10
E	5	11	16	7
Total	29	210	239	100
%	12	88	100	

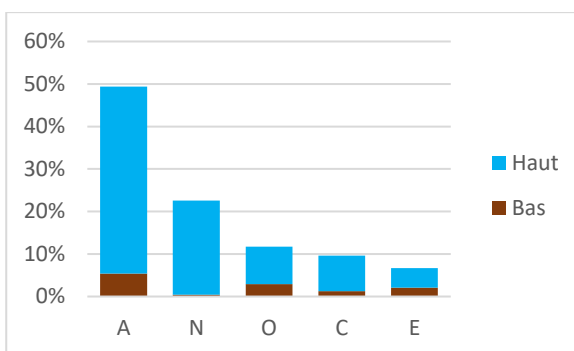


Tableau 73. et Figure 16. Distribution des traits personnels des F-F en mandarin

H-F	Bas	Haut	Total	%
A	28	92	120	55
N	0	55	55	25
C	3	17	20	9
E	1	13	14	6
O	3	8	11	5
Total	35	185	220	100
%	16	84	100	

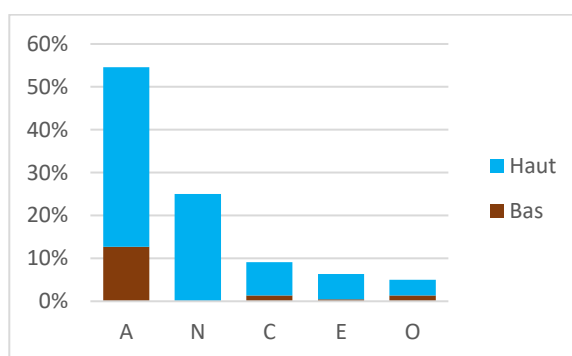


Tableau 74. et Figure 17. Distribution des traits personnels des H-F en mandarin

Perspectives Femme - Femme

Nous présentons dans un premier temps les points de vue des femmes.

1. Agréabilité (A)

Les femmes expriment un fort degré d'Agréabilité. Cette prépondérance vient principalement de *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple » :

(56) 水 « eau » : 可以裝在任何容器裡，溫柔(*wen rou*)，善解人意 « peut remplir n'importe quel contenant, doux, compréhensible »

(57) 絲綢 « soie » : 柔軟(*rou ruan*) « doux »

Pourtant, les femmes rapportent également deux aspects : agréable et désagréable en même temps :

(58) 海 « mer » : 具包容卻也瘋狂 « tolérante mais aussi folle »

Concernant des traits exprimant un degré bas, les femmes se décrivent comme dangereuses et hargneuses :

(59) 狐狸 « renards » : 勾引人，為了目的不擇手段 « séduire les hommes, pour arriver à leur but elles peuvent être sans scrupule »

(60) 老虎 « tigres » : 會咬人的母老虎，可恨的很，隨時翻臉 « tigresses qui mordent, très haïssables, changer d'humeur sans prévenir »

2. Névrotisme (N)

Les études du Big Five à travers 55 cultures montrent que les femmes sont vues comme plus névrosées que les hommes (Schmitt et al., 2008). Cela veut dire que les femmes sont vues comme subissant plus de fluctuations émotionnelles, ce qui est également soutenu par les locuteurs taiwanais :

(61) 水 « eau » : 變化太大 « le changement est trop important »

(62) 變色龍 « caméléons » : 喜怒無常，有時說一是一，有時說一不是一 « sujettes à des sautes d'humeur imprévisibles, parfois elles disent qu'un est égal à un, parfois elles disent qu'un n'est pas égal à un (versatiles) »

(63) 天氣 « météo » : 個性陰晴不定 « leurs humeurs sont lunatiques »

3. Ouverture (O)

Les femmes soulignent plus de traits d'Ouverture pour elles-mêmes (28 occurrences contre 11). Au niveau des motivations de grand degré, elles se perçoivent comme curieuses d'apprendre, bien éduquées et plus créatives.

(64) 學習機 « machines à apprendre » : 不停止學習，充滿熱情 « ne pas arrêter d'apprendre, plein d'enthousiasme »

(65) 香料 « épices » : 她們會為生活添增許多變化 « elles assaisonnent des changements dans la vie »

(66) 包子 « petits pains farcis » : 有內涵 « avoir un contenu, érudit »

En revanche, des expressions manifestant l'Ouverture de degré bas sont également présentées. La façon dont les femmes pensent est décrite comme dichotomique et elles manquent d'un point de vue propre :

(67) 黑白棋 « jeu de Go¹⁵³ » : 思考傾向非黑即白二分法 « la façon de penser a tendance à être soit noire, soit blanche »

(68) 滑鼠 « souris (informatique) » : 較無主見 « moins d'opinion personnelle »

4. Conscienciosité (C)

Les femmes indiquent qu'elles sont plus consciencieuses que les hommes. Elles sont perçues comme solides et résistantes face aux difficultés. De plus, elles savent bien organiser leur propre vie ainsi que celle des enfants :

(69) 梅花 « fleurs de prune » : 即便遇到多艱難的困境，依然堅忍不拔 « même en rencontrant autant de difficultés, elles sont toujours résilientes »

(70) 導演 « réalisateurs » : 很會做計畫，把小孩、自己感情的劇本都想好 « savoir bien faire des plans, prévoir les scripts de la relation amoureuse pour elle-même et ceux des enfants »

Pourtant, elles ont parfois un manque de discernement surtout quand elles font du shopping :

(71) 老虎 « tigres » : 看到衣服就狂買 « elles dépensent follement l'argent en voyant des vêtements »

(72) 瘋狗 « chiens fous » : 不理性 « pas raisonnable »

5. Extraversion (E)

Un fort degré d'Extraversion mène à s'exprimer et à bavarder, caractéristiques désignant les femmes :

(73) 藍調 « blues » : 呻吟，情感宣洩 « gémir, expression émotionnelle »

(74) 秒針 « aiguilles des secondes » : 不知道什麼時候該停止說話 « ne pas savoir quand s'arrêter de parler »

(75) 擴音器 « haut-parleurs » : 喜歡聊八卦 « s'intéresser aux ragots »

En même temps, un niveau bas d'Extraversion confère aux femmes les attributs *discret* et *docile* :

¹⁵³ Le go est un jeu de plateau originaire de Chine. Il oppose deux adversaires qui placent à tour de rôle des pierres, respectivement noires et blanches sur le goban (plateau de jeu).

(76) 月亮 « lune » : 內斂 « discrètes »

(77) 綿羊 « moutons » : 順服 « dociles »

Perspectives Homme - Femme

De manière générale, les hommes et les femmes désignent l'autre sexe comme étant plus désagréable.

1. Agréabilité (A)

Les descriptions des hommes s'accordent à celles des femmes concernant l'attribut le plus important 柔 *rou* ou 溫柔 *wen rou* « douce, flexible, adaptable, souple » qui contribue à la plupart des caractéristiques agréables chez les femmes.

(78) 水 « eau » : 柔(*rou*) , 可塑性強 « *rou*, la plasticité est forte »

Néanmoins, la dualité de l'agréabilité se manifeste plus constamment selon les hommes. Pour eux, les femmes sont tantôt gentilles, tantôt froides ou dangereuses.

(79) 貓 « des chats » : 溫柔(*wen rou*)中帶壞脾氣 « la douceur est mélangée avec une mauvaise humeur »

(80) 月光 « la lumière lunaire » : 有溫柔(*wen rou*) , 有冷漠 « la douceur, l'indifférence »

(81) 火 « du feu » : 小火暖 , 大火很危險 « un petit feu est chaud, mais un grand feu est dangereux »

Les hommes désignent plus souvent des caractères déplaisants. Selon eux, les femmes sont blessantes, dures, dominatrices et elles s'opposent pour rien. Les exemples (82)-(84) illustrent ces mécontentements.

(82) 在野黨 « parti d'opposition » : 為反對而反對 « s'opposer purement pour s'opposer »

(83) 指揮官 « commandants » 啥事都要順自己的意願 « vouloir que tout marche comme elles veulent »

(84) 劍 « épées » : 說話傷人 « leurs paroles blessent les autres »

2. Névrotisme (N)

D'après les hommes, les attributs du Névrotisme des femmes concernent des émotions négatives : l'imprévisibilité émotionnelle, l'explosion imprévue, l'auto-défense sont des cas couramment mentionnés :

(85) 水龍頭 « robinets » : 情感豐富很容易流淚 « émotionnellement riche, pleurer facilement »

(86) 炸彈 « bombes » : 隨時都有可能爆炸 « elles exploseraient à n'importe quel moment »

(87) 颱風 « typhons » : 捉摸不定 « insaisissables »

(88) 玫瑰 « roses » : 全身刺 « avoir des épines partout, être sur la défensive »

3. Conscienciosité (C)

Les facettes mises en avant selon les hommes correspondent à celles des femmes : persévérante en rencontrant des complications :

(89) 豆芽 « germes de soja » : 突破環境土壤而生長 « conquérir l'environnement, percer le sol pour pousser »

D'autres côtés incluent la prudence et la capacité à s'occuper de plusieurs affaires en même temps :

(90) 護士 « infirmières » : 很細心 « soigneuses »

(91) 蜘蛛 « araignées » : 同時可以處理很多事 « pouvoir traiter plusieurs affaires simultanément »

De même, la perte de contrôle survient quand elles dépensent de l'argent comme cet exemple le montre :

(92) 殺手 « tueurs » : 花錢不眨眼 « dépenser de l'argent sans réfléchir »

4. Extraversion (E)

L'Extraversion favorise toujours le bavardage à haut degré :

(93) 三姑六婆 « commères » : 女人一多比較喜歡討論八卦 « quand les femmes se rassemblent, elles adorent discuter de ragots »

(94) 麻雀 « moineaux » : 愛講話 « elles parlent beaucoup »

Pourtant, les hommes critiquent le bavardage : les femmes sont bruyantes et turbulentes :

(95) 火雞 « dindes » : 呱呱叫意見多 « elles glougloutent, patati et papata »

(96) 火雞 « dindes » : 很吵，碎碎念 « très bruyantes, elles glougloutent sans cesse »

5. Ouverture (O)

Enfin, l’Ouverture est une dimension moins évoquée par les hommes. A haut degré, les femmes apparaissent sages, charmantes et profondes.

(97) 海 « mer » : 迷人而深不可測 « charmante et trop profonde à mesurer »

Au contraire, elles suivent la mode sans réfléchir et n’arrivent pas à comprendre les points importants.

(98) 失焦鏡頭 « lentilles de caméra perdant la mise au point » : 老是對不準對焦點，常失焦，焦點錯誤 « elles n’arrivent jamais à effectuer la mise au point. Elles perdent le focus, ou elles le font mal »

6.3.3.2 Caractéristiques psychologiques des hommes

Les illustrations ci-dessous montrent la répartition des caractéristiques de personnalité des hommes catégorisées selon le Modèle Big Five.

Examinons d’abord l’ordre des cinq catégories qui sont alignées différemment (ACEON pour F-H et CEANO pour H-H). Cette différence est due au choix des types. Etant donné que la quantité des métaphores conventionnelles désignant les femmes est plus importante que celles liées aux hommes, le rang des MF du Big Five est identique pour les points de vue des deux sexes. En revanche, pour les MH, le nombre moins important de métaphores conventionnelles entraîne des ordres différents de catégories selon que le point de vue est féminin ou masculin.

F-H	Bas	Haut	Total	%
A	25	48	73	28
C	49	18	67	26
E	40	13	53	21
O	19	19	38	15
N	15	11	26	10
Total	148	109	257	100
%	58	42	100	

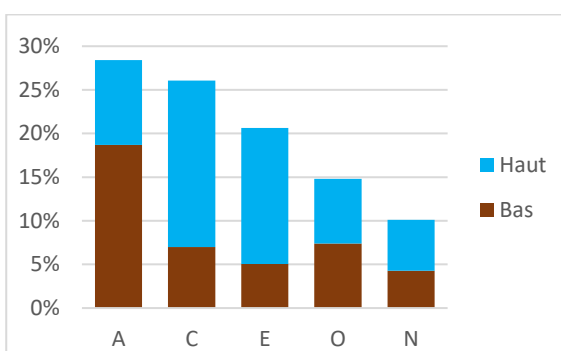


Tableau 75. et Figure 18. Distribution des traits personnels pour F-H en mandarin

H-H	Bas	Haut	Total	%
C	17	42	59	29
E	8	44	52	25
A	28	22	50	24
N	10	17	27	13
O	18	5	18	9
Total	81	130	206	100
%	39	63	100	

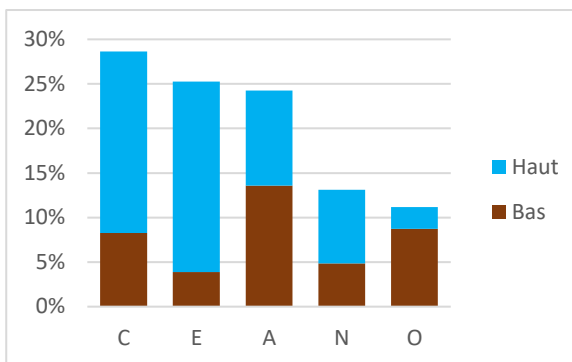


Tableau 76. et Figure 19. Distribution des traits personnels pour H-H en mandarin

En y regardant plus près, la Conscienciosité est la dimension la plus soulignée pour les hommes, dont les traits de haut niveau sont considérables. En deuxième lieu, contrairement aux femmes, les attributs concernant l'Agréabilité sont avant tout négatifs. De plus, l'Extraversion est plus accentuée chez les hommes et ce sont des attributs de haut niveau qui sont accentués. En ce qui concerne l'Ouverture, c'est toujours le sexe opposé qui évoque le plus fréquemment cet aspect. Enfin, même les hommes assignent au Névrotisme des traits de haut niveau, mais aussi des caractères de niveau bas, ce qui manque chez les femmes.

Perspectives Femme - Homme

1. Agréabilité (A)

Les traits d'agréabilité sont plus remarquables par les femmes. Les caractères positifs comprennent la douceur, la fidélité et l'amabilité :

(99) 狗 « chiens » : 聽話，忠心 « obéissants, fidèles »

(100) 大樹 « grands arbres » : 能讓人有遮陽舒適的感覺 « donner une sensation agréable à l'ombre »

Pourtant, ce sont des caractéristiques désagréables qui représentent le plus cette catégorie. Selon les femmes, les hommes sont perçus comme malveillants, égoïstes, menteurs, froids, têtus, avarés, dominants, durs et inflexibles.

L'exemple (101) explique qu'ils ne font pas attention aux autres et (102) qu'ils ont tendance à mentir :

(101) 植物 « plantes » : 不太在意別人說的話做的事，只會吸取它需要的養分 « ils s'en foutent de ce que les autres disent et font, ils prennent seulement les éléments nutritifs dont ils ont besoin »

(102) 修正液 « correcteurs » : 愛說謊掩蓋，錯了再塗改 « ils mentent souvent et ils essayent de corriger leurs fautes quand on les révèle »

Contrairement aux femmes qui se caractérisent par *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple », les hommes sont vus comme non-*rou* :

(103) 刀鋒 « lames de couteau » : 有稜有角不柔和 « pointus et aigus, pas doux »

Enfin, l'infidélité est aussi un aspect récurrent associé aux hommes :

(104) 狗 « chiens » : 到處撒野愛偷吃 « ils se conduisent mal partout, ils ont l'habitude de tromper leur compagne »

2. Conscienciosité (C)

Les hommes sont largement associés à la responsabilité, la fiabilité, la résistance et la persévérance. Trois exemples montrent ces attributs :

(105) 肩膀 « épaules » : 與生俱來的責任 « la responsabilité innée »

(106) 大樹 « grands arbres » : 值得依靠 « fiables »

(107) 橡皮 « caoutchouc » : 有著堅強的韌性 « avoir une résistance forte »

En revanche, le manque de conscienciosité est aussi présent chez eux. La paresse et l'immaturation sont les deux traits soulignés le plus constamment :

(108) 孩子 « enfants » : 幼稚又胡鬧 « ils sont immatures et ils font des bêtises »

(109) 沙發 « canapés » : 懶惰 « paresseux »

3. Extraversion (E)

Les traits mentionnant l'Extraversion sont très différents chez les hommes et chez les femmes. Pour ces dernières, c'est le bavardage qui est mis en avant, tandis que pour les premiers, les attributs soulignés sont plus positifs, comportant *énergique*, *assertif*, et *ambitieux*. En voici deux exemples :

(110) 太陽花 « tournesols » : 活力衝勁 « énergiques, vigoureux »

(111) 太陽 « soleil » : 男人對自己的目標會更具攻擊性的追求 « les hommes poursuivent leurs buts avec plus d'ambition »

D'autres traits de haut degré concernent *dirigeant* et *agressif* qui sont souvent liés à la poursuite du pouvoir à l'exemple de :

(112) 豹 « léopards » : 有侵略性 « avoir de l'agressivité »

(113) 獅子 « lions » : 他們總是想當王，滿足成就感 « ils ont toujours envie d'être le roi pour se satisfaire »

A l'autre extrémité de l'Extraversion, les hommes sont considérés comme lents à s'exprimer et émotionnellement réservés :

(114) 水牛 « buffles » : 情感反應較慢，遲鈍 « réagir lentement par rapport aux émotions, insensibles »

4. Ouverture (O)

Selon les femmes, les hommes possèdent des connaissances approfondies et ils font plus attention à l'actualité. Ils apprécient par ailleurs la liberté et ils ont de fortes potentialités. Les exemples ci-dessous (115)-(117) éclairent cette haute ouverture :

(115) 鑰匙 « clés » : 知識寶庫 « trésors de connaissance »

(116) 鎗子 « pelles » : 不鳴則已一鳴驚人 « émerveiller le monde avec un seul exploit brillant »

(117) 小鳥 « oiseaux » : 喜歡自由 « aimer la liberté »

Des traits de faible Ouverture ont la même fréquence. Les hommes sont perçus comme rigides, pratiques, et manquant d'imagination. Trois cas expliquent ces propos :

(118) 山 « montagnes » : 穩重，實際，現實 « stables, pragmatiques, réalistes »

(119) 水泥 « ciment » : 定型難改 « dès qu'ils sont modelés c'est difficile à modifier »

(120) 電腦 « ordinateurs » : 一個指令一個動作 « un ordre, une action »

5. Névrotisme (N)

Les hommes reçoivent moins de caractéristiques concernant le Névrotisme que les femmes. En ce qui concerne les dispositions aux émotions négatives des hommes, l'impulsivité (spontanéité) et la fragilité sont deux aspects mis en avant :

(121) 槍 « pistolets » : 容易發飆，逞凶鬥狠 « s'agacer facilement, aimer montrer qu'ils sont héroïques et se battre avec les autres »

La fragilité des hommes va régulièrement de pair avec leur apparence forte. Les deux exemples ci-dessous montrent qu'ils donnent une image de solidité, mais sont en fait fragiles à l'intérieur :

(122) 玻璃 « verre » : 看似堅硬實而脆弱 « avoir l'air forts mais, en fait, fragiles »

(123) 烏龜 « tortues » : 外表堅強，但碰到問題會逃避縮進去 « avoir l'apparence solide mais ils s'enfuient en rencontrant des difficultés »

Néanmoins, la stabilité émotionnelle est effectivement un aspect qu'on découvre chez les hommes mais qui manque chez les femmes :

(124) 山 « montagnes » : 情緒穩定 « les émotions sont stables »

(125) 獅子 « lions » : 靜，理性 « tranquille, raisonnable »

Perspectives Homme - Homme

Nous abordons ici les points de vue des hommes sur leurs propres traits de personnalité.

1. Conscienciosité (C)

Les motivations données par les locuteurs ne varient pas trop selon les deux sexes. Les hommes comme les femmes attribuent aux hommes un fort caractère consciencieux :

(126) 巨人 « géants » : 給人可靠的感覺 « donner une impression fiable »

(127) 山 « montagnes » : 穩重，有依靠，經得起千錘百鍊 « stables, crédibles, capables de supporter des obstacles et des épreuves »

Mais ils décrivent également des aspects qui montrent un manque de contrôle ; l'immaturation et la paresse sont toujours deux sujets récurrents.

(128) 豬 « cochons » : 懶 « paresseux »

(129) 小孩 « enfants » : 很幼稚 « immatures »

2. Extraversion (E)

Les hommes se voient comme plus extravertis que ne les voient les femmes. Les caractères soulignés par les deux sexes pour les hommes sont similaires : énergique et enthousiaste.

(130) 夏天 « été » : 熱情有衝勁 « passionnés et vigoureux »

(131) 搖滾 « rock » : 奔放，張狂 « débordants, effrénés »

A l'inverse, certains attributs concernant l'introversion sont signalés : ils ne parlent pas beaucoup et ils n'expriment pas facilement leurs sentiments.

(132) 木頭 « bois » : 木訥寡言 « sincères et honnêtes mais lent à parler »

(133) 石 « pierre » : 不易抒發感情 « ne pas exprimer ses émotions aisément »

3. Agréabilité (A)

Les hommes sont perçus comme ayant plus de traits désagréables que de traits agréables et les femmes évoquent plus souvent que les hommes leurs traits désagréables.

Les attributs positifs comportent la chaleur, la fidélité, la tolérance et la franchise :

(134) 狗 « chiens » : 人類最忠誠的動物決不變心 « l'ami le plus fidèle des humains, qui ne changera jamais »

(135) 海洋 « océan » : 有廣闊的胸襟 « avoir un esprit ouvert »

Toutefois, les caractéristiques péjoratives sont plus importantes. Ils sont vus comme égoïstes, méchants, rusés, infidèles, têtus, dominants et machos.

(136) 狐狸 « renards » : 邪惡又狡猾 « malveillants et rusés »

(137) 牛 « buffles » : 鑽牛角尖、固執 « exigeants, têtus »

(138) 獅子 « lions » 獵的食物就算吃不完也不願和別人分享 « ils ne partagent pas la nourriture qu'ils ont chassée même s'ils n'arrivent pas à finir »

4. Névrotisme (N)

Les deux sexes partagent des idées comparables par rapport à cette catégorie. L'impulsivité et la fragilité liée à une apparence forte montrent le fort névrotisme des hommes. En voici deux exemples :

(139) 公牛 « taureaux » : 只會向前衝 « ils ne font que foncer à toute allure »

(140) 竹子 « bambou » : 內心空洞又愛裝堅強 « ils sont vides à l'intérieur mais ils veulent faire semblant d'être forts »

En revanche, leurs émotions sont plus stables, la stabilité est alors associée à la masculinité, comme les exemples (142) et (143) le montrent :

(141) 山 « une montagne » : 穩重 « stables »

(142) 獅子 « des lions » : 威嚴 « majestueux »

(143) 烈酒 « du vin fort » : 陽剛 « masculins »

5. Ouverture (O)

L'ouverture est la seule catégorie pour laquelle les femmes évoquent plus de traits positifs que les hommes. Selon elles, ils sont plus curieux intellectuellement, tandis que les hommes soulignent leur propre monotonie.

Chercher des solutions, l'attitude face à un défi et la soif de liberté constituent des attributs de haut degré d'Ouverture chez les hommes :

(144) 狐狸 « renards » : 動腦想方法 « ils réfléchissent avec leur cerveau »

(145) 高山 « hautes montagnes » : 不斷去挑戰 « ne pas arrêter de chercher des défis »

Pourtant, selon les hommes, ils se satisfont volontiers d'une vie monotone et ils ont un caractère assez routinier, ce qui les rend moins ouverts.

(146) 土撥鼠 « marmottes » : 容易為日復一日的的生活而滿足 « être facilement satisfaits d'une vie répétitive »

(147) 礦物 « minéraux » : 硬, 看似無變化, 單一質量 « dur, avoir l'air peu varié, ce qui les constitue matériellement est monotone »

(148) 機器 « machines » : 較喜歡制式化 « préférer l'uniformisation »

6.3.4 Caractéristiques de l'interaction

Cette catégorie regroupe des caractéristiques provenant des perspectives émergentes de l'interaction entre les deux sexes, qui montrent une subjectivité plus forte par rapport aux trois autres catégories de caractéristiques. Par comparaison au français où c'est le sexe opposé qui mobilise le plus ces caractéristiques (F-H et H-F sont plus citées que H-H et F-F respectivement), en mandarin ces caractéristiques s'adressent principalement aux femmes (F-F : 7% et H-F : 8% par rapport à F-H : 2% et H-H : 2%).

En examinant plus étroitement les exemples, nous remarquons que ces métaphores soulignent la relation active-passive hommes-femmes. Même pour les locutrices, elles intériorisent également cette vision.

Selon les locuteurs, ils soulignent la mise à disposition des femmes. Pour cela, le domaine OBJETS est le plus souvent sollicité :

(1) 衣服 *yi fu* « vêtements » : 新買的時候會常穿舊了就放衣櫥偶爾看到才穿 « quand ils sont neufs, on les porte souvent. Alors que quand ils deviennent usés, on les met dans l'armoire et on les porte de temps en temps »

(2) 橄欖球 *gan lan qiu* « rugby » : 20 幾個人搶著要 « une vingtaine de personnes se précipitent pour l'avoir »

Dans ces exemples, les femmes sont apparentées aux vêtements et au rugby où elles ne montrent aucune agentivité dans ces interactions, elles sont à la disposition des hommes qui

les achètent, les portent et les ignorent comme des vêtements, ou bien elles sont poursuivies par toute l'équipe de rugby qui se précipite pour attraper le ballon. Ces motivations peuvent être interprétées comme « être à la disposition des hommes » et « être poursuivie par les hommes ».

Pour les locutrices, elles présentent également la perspective agentive des hommes. Même si elles ne soulignent leur mise à disposition dans une relation amoureuse comme indiquée dans les exemples provenant des hommes, elles se conceptualisent tout de même par une image passive :

(3) 紅酒 *hong jiu* « vin rouge » : 值得有品味的人品嚐 « Elles sont dignes de ceux qui ont bons goût »

(4) 書 *shu* « livres » : 要細細品讀完才能了解她再想什麼 « Il faut les lire attentivement pour comprendre ce qu'elles pensent »

Dans ces deux exemples, les femmes se conceptualisent elles-mêmes en tant que livre et en tant que vin, qui ont besoin d'un agent humain pour les déguster et les lire, représentant la façon dont un homme prend connaissance d'une femme.

Cette intériorisation du point de vue masculin, considérant les femmes comme ayant un rôle passif, fait écho à la théorie d'objectification qui explique comment les femmes voient leur propre corps selon le point de vue d'observateur (Fredrickson & Roberts, 1997 : 173) :

« La théorie de l'objectivation postule que les filles et les femmes sont généralement acculturées à internaliser la perspective d'un observateur comme point de vue principal sur elles-mêmes en ce qui concerne leur être physique »¹⁵⁴.

A l'aide de ces exemples, nous montrons que les femmes se considèrent comme des objets devant être « utilisés » par les agents que sont les hommes. Pour cela, même avec des caractéristiques qui sont liées à l'interaction, les femmes ne se positionnent pas ou moins du point de vue de l'agent (Stein & Wright, 2005).

Comme Du Bois (2007 : 139) le montre, la subjectivité linguistique reflète l'interaction qui est associée à la valeur socio-culturelle :

« La position (*stance*) peut être abordée comme une forme d'action sociale articulée sur le plan linguistique dont le sens doit être interprété dans le cadre plus large du langage, de l'interaction et de la valeur socioculturelle. »

¹⁵⁴ Fredrickson & Roberts (1997 : 173) : « Objectification theory posits that girls and women are typically acculturated to internalize an observer's perspective as a primary view of their physical selves ».

Comme les métaphores du genre représentent principalement la perspective masculine car les hommes sont historiquement ceux qui ont du pouvoir, analyser les métaphores provenant des locutrices permet de regarder précisément comment elles intériorisent ou font une réinterprétation des rôles et caractéristiques stéréotypiquement genrés.

Quant aux MH, il y a moins de cas répertoriés, et la voix passive concerne moins la mise à disposition, mais une causation des états mentaux. Voici un exemple venant d'une locutrice :

(5) 毒品 *du pin* « drogue » : 讓人愛不釋手 « faire apprécier les hommes aux femmes au point d'éprouver de la peine à s'en séparer, addictifs »

Les hommes sont comparés à la drogue car ils se font aimer tellement qu'on ne peut pas les lâcher. Cela représente effectivement la subjectivité de cette locutrice en tant qu'agent, celle qui prend la drogue, même si sémantiquement elle n'effectue pas d'action sur les hommes. Elle est identifiée comme un expérienceur, une entité qui éprouve ou ressent les émotions (voir 6.3). Ce qui est notable, c'est qu'il faut considérer l'implication (*entailment*) en évoquant cette métaphore : la drogue a une nature addictive et dangereuse. La dépendance à un homme dans une relation est implicitement comparée aux attributs de la drogue.

Conceptualiser les femmes comme expérienceurs dans une relation est aussi attesté par un point de vue masculin. En voici l'exemple (6) :

(6) 小孩 *xiao hai* « enfants » : 讓女人又愛又恨 « faire aimer et haïr les hommes aux femmes »

D'un point de vue masculin, ce locuteur se compare aux enfants qui suscitent des sentiments complexes chez les femmes, comme aimer et haïr. Cette motivation peut être interprétée comme « les femmes ont des sentiments d'amour et de haine envers les hommes », ainsi, elles occupent seulement le rôle sémantique d'expérienceur mais pas d'agent, comme les hommes dans les exemples (1)-(4) pour les MF.

Conclusion de 6.3

Ce chapitre a examiné les caractéristiques des métaphores décrivant les deux sexes en mandarin sans regarder leurs domaines sources et leurs types. Trois catégories ont été proposées : (1) rôles ou fonctions sociales (2), caractéristiques ou besoins physiques, et (3) attributs de la personnalité.

L'examen des rôles sociaux montre que ceux des hommes sont plus mis en avant que ceux des femmes même si chaque sexe souligne plus les fonctions sociales qui les concernent qu'il ne le fait pour l'autre sexe. Les hommes sont considérés comme devant soutenir et protéger la

famille et en prendre la responsabilité financière. Cette obligation est représentée par l'utilisation des verbes déontiques. Concernant les femmes, leur capacité à engendrer et éduquer les enfants semble essentielle. De plus, les tâches domestiques sont toujours vues comme leur étant destinées.

Quand il s'agit des traits physiques, ce sont les femmes qui attirent le plus l'attention. Contrairement aux fonctions sociales, c'est le sexe opposé qui met davantage l'accent sur les traits liés à l'apparence des autres. L'âge et la beauté sont deux sujets récurrents chez les femmes, tandis que les hommes sont perçus comme grands et forts.

Les attributs de la personnalité sont analysés d'après le modèle Big Five. En premier lieu, l'ordre des cinq catégories est identique selon les points de vue masculins ou féminins pour décrire les femmes. En revanche, les cinq catégories sont alignées différemment pour décrire les hommes selon F-H et H-H.

Cela est associé au choix des types. En effet, le nombre plus important d'expressions conventionnelles désignant les femmes pousse les locuteurs à penser de manière fixe. La distribution des traits de MF est plus concentrée. En deuxième lieu, l'Agréabilité est la facette la plus soulignée concernant les femmes, tandis que c'est la Conscienciosité qui représente le plus les caractères des hommes. Enfin, selon les points de vue (masculins ou féminins), nous remarquons que le regard que les hommes portent sur les femmes est plus négatif que celui qu'ils portent sur eux-mêmes et que le regard que les femmes portent sur les hommes est également plus négatif que celui qu'elles portent sur elles-même. En outre, chaque sexe s'inclut en tant qu'agent dans l'utilisation de ces métaphores.

Synthèse de la troisième partie

Cette partie analyse respectivement les données des questionnaires en français et en mandarin sur trois niveaux : l'appartenance à des domaines sources, la typologie des domaines sources, et la caractérisation des domaines cibles. Cette troisième partie étant particulièrement vaste, nous la récapitulons ici avant de nous attaquer à la quatrième partie.

Au niveau de l'appartenance à des domaines sources (e.g. HUMAINS, ANIMAUX, PLANTES, OBJETS), nous avons classé toutes les métaphores en nous fondant sur LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE (Lakoff & Turner, 1989) et présenté les motivations de l'utilisation des sous-catégories et leurs types proéminents. Au second niveau, les dix types les plus importants s'adressant aux femmes et aux hommes ont été analysés à l'aide de la théorie du Modèle de Correspondance Conceptuel (*Conceptual Mapping Model*, Ahrens, 2010), et les motivations

d'évocations de ces types sont étudiées selon leurs catégories grammaticales et sémantiques. Concernant le troisième niveau, nous avons analysé les motivations d'évocations des MF et des MH sans considérer leurs domaines sources et nous les avons classées selon trois sous-catégories en intégrant les perspectives des deux sexes : (1) rôles ou fonctions sociales, (2) traits physiques et (3) caractéristiques de la personnalité.

La section 5.1 s'est ouverte sur le domaine HUMAINS, le plus important comme dans les analyses du TLFi. D'un côté, les femmes et les hommes sont associés aux personnages d'une manière parallèle (mère/père ; guerrière/guerrier ; enfant pour les deux sexes). De l'autre côté, d'autres rôles ou des noms de métiers sont toujours associés aux deux sexes d'une manière stéréotypique (e.g. *boniche*, *pipelette*, *princesse* pour les femmes ; *soldat*, *chasseur*, *seigneur* pour les hommes). En outre, les locuteurs classifient les deux sexes en une catégorie réciproque « les femmes sont comme les hommes, les hommes sont comme les femmes » montrant une mesure de l'égalité des sexes.

La majorité des métaphores qui ont recours aux objets sont nouvelles (e.g. *veilleuse* pour la lumière, *TGV* et *voiture* pour leur vitesse, *chaise* pour un appui, *ordinateur* car il bugge), et le nombre de chaque type n'est pas élevé. Ces métaphores renferment les caractéristiques et les fonctions des deux sexes. Par exemple, les femmes sont liées aux *machines multitâches* car elles doivent s'occuper de la vie professionnelle et familiale, aux objets jolis et fragiles car elles sont considérées comme telles, alors que les hommes sont assimilés aux objets qui représentent la protection, le soutien (mur, pilier) ou qui bloquent les émotions (un masque, une carapace).

Les utilisations des noms d'animaux liés aux femmes ont pour la plupart retrouvé leurs interprétations positives par rapport aux métaphores conventionnelles. Par exemple, les caractéristiques *protectrices* et *fortes* des femmes sont évoquées par la *lionne*, la *louve* et la *poule*. D'autres animaux mentionnés régulièrement comprennent ceux qui sont conventionnellement associés aux femmes, tels que les *oiseaux* et les *chats*. Concernant les hommes, ils sont désignés comme les *animaux* du niveau général, et d'autres grands animaux sauvages, à l'exemple de *loup*, *lion*, *ours*, *rhinocéros* et *chimpanzé*. Les métaphores conventionnelles telles que le *coq* et le *lapin* sont également utilisées avec une forte fréquence. Certains types dans le domaine NATURE ne s'utilisent pas d'une manière genrée, cela implique que les mêmes métaphores (e.g. le soleil, le roc, la montagne) sont associées aux deux sexes d'un niveau plus général LES HUMAINS SONT LA NATURE. D'autres métaphores

genrées soulignent le rôle nourricier des femmes et établissent le lien entre les désastres naturels et les hommes.

En comparant les deux sexes aux plantes, les femmes sont apparentées aux fleurs et les hommes aux arbres : les premières sont belles mais se fanent, les seconds sont grands, protecteurs et solides.

Le domaine NOURRITURE est le domaine où nous remarquons plus clairement les perspectives du sexe opposé en raison de la métaphore L'ACTE SEXUEL EST MANGER. En décrivant l'autre sexe en aliment sucré, les locuteurs et les locutrices intègrent leurs propres points de vue en tant que ceux qui dégustent. Toutefois, l'âge est un autre sujet qui n'est pas évoqué d'une manière symétrique : les hommes se bonifient avec le temps, tandis que la date d'expiration des femmes est courte.

L'utilisation des noms du domaine SURNATUREL est comme le domaine HUMAINS, il existe une congruence entre le genre au sens d'assignation biologique et le genre grammatical : *Dieu, Hulk, Titan* sont évoqués pour décrire les hommes, tandis que *Pénélope, déesses, Venus, fées* sont reliées aux femmes.

Ensuite, les analyses des dix types les plus importants (section 5.2) démontrent que la majorité des motivations d'actualisation concernent les qualités (les adjectifs) des deux sexes, soit 51% pour les femmes et 44% pour les hommes. En outre, l'agentivité des femmes représente une catégorie plus importante (la présence du rôle *agents* représente 20%), alors que pour les hommes, c'est le rôle *expérienceur* qui ressort : leurs sentiments et désirs sont exprimés à l'aide des métaphores.

En prenant les perspectives des deux sexes pour analyser toutes les caractéristiques d'évocation (section 5.3), nous avons attesté que les descriptions de la personnalité envers le sexe opposé sont plus négatives, surtout sur le trait de l'Agréabilité. Par ailleurs, les deux sexes conçoivent plus clairement leurs propres difficultés par rapport à leurs situations et rôles sociaux (e.g. les femmes luttent contre l'inégalité des sexes, les hommes travaillent comme des machines). Enfin, on se focalise toujours plus sur l'apparence des femmes, particulièrement leur beauté et leur jeunesse. Concernant les traits physiques des hommes, ce sont leur force et leur désir qui sont mis en avant, mais leur beauté et leur âge ne sont pas considérés avec une importance aussi grandes que chez les femmes.

Au long de l'analyse des domaines en mandarin (section 6.1), nous avons recensé régulièrement des paires sémantiquement liées pour désigner les deux sexes dans chaque

domaine, ce qui est la différence la plus importante avec le français. Ce phénomène est associé au système philosophique Yin-Yang qui représente les attributs opposés et complémentaires tels que les relations ombre-claire, passif-actif, ciel-terre, faible-fort et féminin-masculin. Puisque la relation femmes-hommes fait partie de la structure Yin-Yang, les types et les caractéristiques structurés en paires femmes-hommes y font référence.

Les deux domaines les plus sollicités sont PLANTES et NATURE. La comparaison femmes-fleurs et hommes-arbres est également la plus pertinente en mandarin, en accentuant les caractéristiques *belle* (lors de leur jeunesse) et *fragile* des femmes, pendant que les hommes sont considérés comme grands et protecteurs. En outre, ils sont également perçus comme *forts mais fragiles*, qui forme une autre paire avec la métaphore femme en tant que herbes, petites mais flexibles.

Le domaine NATURE est totalement genré, les types associés aux hommes ne sont généralement pas attribués aux femmes. Les exemples de paires femmes-hommes sont comme eau-feu, eau-bois, lune-soleil, mer-montagne, dont les relations font référence au Yin-Yang.

En comparant les deux sexes aux animaux, la paire chats-chiens est évoquée avec une forte fréquence pour décrire femmes-hommes. En outre, la relation active-passive des deux sexes est évoquée par des métaphores d'animaux. Les hommes sont réalisés par les prédateurs tels que lions et tigres, pendant que les femmes sont comparées à leurs proies (e.g. un lapin, un mouton). D'autres métaphores des femmes qui ont leurs correspondances avec des métaphores conventionnelles comportent des oiseaux, des grands félins, des animaux dangereux (femmes fatales), alors que les hommes sont assimilés aux grands animaux sauvages.

Tout comme en français, les comparaisons des humains aux objets concernent majoritairement des métaphores nouvelles et chaque type ne comprend pas beaucoup d'occurrence. Ce sont les fonctions sociales et des caractéristiques stéréotypiquement genrées qui sont mises en scène à haute fréquence. Par exemple, les femmes sont représentées comme de l'électroménager, les hommes comme des distributeurs d'argent. En outre, le manque d'agentivité des femmes et l'oppression sociale chez les hommes sont également deux thèmes récurrents.

La date de péremption est la raison principale de l'utilisation des aliments pour parler métaphoriquement des humains. Les femmes sont considérées comme devant rester fraîches

comme des fruits, alors que les hommes se bonifient comme le vin. En outre, la beauté et la désirabilité sont évoquées en ayant recours aux fruits et aux desserts.

Le domaine HUMAINS en mandarin n'est pas autant évoqué qu'en français. Des noms de parenté, des noms de métier et la sphère politique constituent les éléments essentiels pour former les métaphores.

Les personnages surnaturels contribuent principalement à des caractéristiques positives telles que la toute-puissance, la force et la gentillesse.

En étudiant les dix types les plus importants en mandarin (section 6.2), nous avons attesté la pénurie d'agentivité des femmes (les verbes dont le rôle sémantique est agent composent moins de 5%). La majorité des motivations d'évocation concerne leurs qualités (85%). Concernant les hommes, les qualités sont également les plus mentionnées (65%), mais les rôles d'agent représentent 23%. Ce contraste représente la structure différente de l'utilisation des MH et des MF en mandarin.

Dans la section 6.3, nous avons démontré que les caractéristiques physiques des femmes et les rôles sociaux des hommes sont plus mises en avant que pour le sexe opposé. Au niveau de la personnalité, la caractéristique 柔 *rou*, qui englobe les qualités « doux, tendre, souple, flexible, faible, mou, gentil » et représente l'essentiel de Yin, est associée aux femmes, lorsque la qualité 剛 *gang* « dur, solide, ferme, fort, inflexible », qui évoque l'esprit de Yang, constitue le caractère des hommes. De plus, les analyses tenant compte des sexes des locuteurs et des locutrices mettent en lumière des perspectives différentes sur l'actualisation des métaphores de leur propre sexe et du sexe opposé.

Nous avons présenté jusqu'ici des analyses de données selon leurs sources et langues, dictionnaire/questionnaire en français et en mandarin. Dans la partie suivante, nous présenterons des résultats en fusionnant ces deux principes. Le chapitre 7 abordera une comparaison intra-langue dictionnaire et questionnaire de ces deux langues. Le chapitre 8 présentera une comparaison interculturelle franco-chinoise, en interprétant les différents résultats de notre étude.

Quatrième Partie

COMPARAISON INTRACULTURELLE ET INTERCULTURELLE

CHAPITRE 7 : COMPARAISON INTRACULTURELLE

Ce chapitre a pour objectif de comparer les métaphores du dictionnaire et celles fournies par les locuteurs francophones et sinophones. Cette analyse examine comment les métaphores conventionnelles décrivant les deux sexes sont liées à l'utilisation des métaphores du genre pour les locuteurs et les locutrices. De plus, des phénomènes concernant spécifiquement chaque langue se manifesteront dans ce chapitre. L'interface syntaxico-sémantique par exemple, se présente de manière distincte dans les langues française et chinoise.

Enfin, nous allons proposer une théorie en nous fondant sur les résultats des deux sources des données : **la théorie linguistique de script de genre**. Cette théorie explique comment des expressions conventionnelles genrées jouent un rôle pour les deux sexes en tant que script de sexe permettant d'actualiser les rôles de femme et d'homme.

Le chapitre est organisé comme ceci : la section 7.1 est consacrée aux résultats en français, tandis que la 7.2 détaille les analyses en mandarin. Chaque langue comprend la comparaison entre des métaphores provenant du dictionnaire et des métaphores provenant du questionnaire. L'analyse de la variable /sexe /sera introduite à la section 7.3, et la section 7.4 présentera **la théorie linguistique de script de genre**.

7.1 Intralinguistique du français

Cette section présente une comparaison intralinguistique en français entre les résultats du dictionnaire et ceux du questionnaire.

7.1.1 Comparaison du dictionnaire et du questionnaire en français

En premier lieu, revoyons la distribution des métaphores trouvées dans le TLFi :

Domaines	MF	%	MH	%	Total	%
HUMAINS	69	24	87	42	157	32
ANIMAUX	87	30	63	30	150	30
OBJETS	56	19	31	15	87	18
MYTHOLOGIQUE	26	9	11	5	37	7
CORPS	17	6	8	4	25	5
NOURRITURE	14	5	1	0	15	3
PLANTES	11	4	4	2	15	3
NATURE	0	0	2	1	2	0,4
AUTRE	8	3	1	0	9	2
Total	288	100	208	100	497	100

Tableau 77. Répartition des MF et des MH dans le TLFi

Nous définissons les métaphores qui sont présentes dans le dictionnaire comme « conventionnelles », et nous comparons les métaphores produites par les locuteurs avec celles recueillies dans le dictionnaire. Les métaphores du questionnaire qui se retrouvent également dans le dictionnaire sont marquées *conventionnelles*, peu importe si les motivations d'utilisation sont identiques ou non par rapport aux définitions dictionnaires. En revanche, celles qui ne sont données que par les locuteurs sont marquées comme *non-conventionnelles*.

Par exemple, *fleur* et *lionne*, deux entrées qui se trouvent dans le TLFi, décrivent les femmes et se retrouvent également dans le questionnaire. Ces deux métaphores et leurs occurrences sont donc considérées comme *conventionnelles*. Au contraire, un *avion* et un *casse-tête* n'apparaissent qu'avec les réponses des locuteurs, elles sont donc marquées comme *non-conventionnelles*.

Le Tableau 78 montre la répartition des expressions qui se chevauchent dans le questionnaire et dans le dictionnaire. Les chiffres dans la colonne MF chevauchement (ch.) représentent le nombre de métaphores des locuteurs également présentes dans le dictionnaire tandis que le nombre de MF du questionnaire (Ques.) représente le total des métaphores du questionnaire. Les pourcentages représentent par conséquent la proportion du chevauchement dictionnaire-questionnaire de chaque domaine source.

Par exemple, la valeur 79 sur la première ligne représente le fait qu'il y a 79 métaphores dans le questionnaire ayant recours au domaine PLANTES pour exprimer des comparaisons avec les femmes. La valeur 63 veut dire qu'il existe autant de métaphores qui se retrouvent également dans le dictionnaire. Le même principe s'applique dans la colonne de MH et du total.

	MF ch.	MF Ques.	%	MH ch.	MH Ques.	%	MF+MH ch.	MF+MH Ques.	%
PLANTES	63	79	80	0	23	0	63	102	62
SURNATUREL	10	11	91	0	6	0	10	17	59
ANIMAUX	35	72	49	30	93	32	65	165	39
HUMAINS	40	143	28	12	152	8	52	295	18
OBJETS	5	75	7	3	102	3	8	177	5
NATURE	0	62	0	3	47	6	3	109	3
NOURRITURE	1	22	5	0	32	0	1	54	2
CORPS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AUTRE	0	12	0	0	6	0	0	18	0
SUBSTANCES	0	13	0	0	10	0	0	23	0
TOTAL	154	489	31	48	471	10	202	960	21

Tableau 78. Pourcentages de chevauchement dictionnaire-questionnaire en français

Une comparaison rapide de ces deux tableaux montre que la fréquence d'utilisation des mêmes métaphores dans le questionnaire et dans le dictionnaire est liée à la quantité des expressions conventionnelles : plus il y a de métaphores conventionnelles du genre, plus les locuteurs utilisent ces mêmes métaphores pour conceptualiser les deux sexes.

Plus précisément, 154 métaphores (31%) destinées aux femmes trouvent leurs correspondances dans le dictionnaire, tandis que seulement 48 occurrences (10%) désignent les hommes et ont des équivalences conventionnelles. Nous pouvons comparer ce nombre d'occurrences aux 296 cas concernant les MF et aux 216 cas de MH dans le dictionnaire (Tableau 77).

Le nombre des métaphores décrivant les deux sexes dans le TLFi ne présentent pas de différences considérables. Pourtant, il ne faut pas oublier l'effet de la polysémie du mot *homme*. De ce fait, les métaphores désignant véritablement les êtres masculins sont donc virtuellement plus nombreuses. Autrement dit, les métaphores s'adressant aux êtres masculins ne sont pas aussi nombreuses qu'en apparence.

Ce phénomène est fondé sur le fait que la langue influence la pensée, un sujet étudié assidûment dans la linguistique et l'anthropologie depuis l'hypothèse de Sapir-Whorf (Gumperz & Levinson, 1991 ; Sapir, 1949, 1985 ; Slobin, 2003 ; Whorf, 1956 ; Wolff & Holmes, 2011), ce qui est appuyé par de nombreuses recherches psycholinguistiques (Biggam, 2012 ; Boroditsky, 2001 ; Franklin, Pilling & Davies, 2005 ; Hendricks & Boroditsky, 2017 ; Özgen, 1998, 2002 ; Perlovsky, 2009 ; Radden, 2003 ; Regier & Kay, 2009 ; Roberson, 2005 ; Slobin, 2005 ; Talmy, 1991, 2000). Dès qu'il existe des façons de conceptualiser un sujet d'une certaine façon dans la langue, les locuteurs sont poussés à catégoriser de la même manière et à reproduire des expressions existantes.

Les mêmes types, oui, mais les mêmes interprétations ?

En plus d'une comparaison quantitative, un regard qualitatif est également d'une grande importance. En examinant de plus près nos résultats, nous remarquons que l'utilisation des types est comparable entre les métaphores conventionnelles et les métaphores actuelles : les premières représentées par celles que nous avons trouvées dans le dictionnaire, et les dernières représentées par celles fournies par les locuteurs français. De plus, la plupart des motivations d'utilisation des données par les locuteurs ne ressemblent pas aux définitions fournies par le dictionnaire.

Par exemple, *lionne* représente dans le TLFi (1) *une femme qui évoque une lionne par son aspect extérieur, notamment par la blondeur de sa chevelure* et (2) *une femme au goût*

exagéré pour la toilette, aux mœurs libres, tandis que les caractéristiques les plus soulignées de *lionne* dans le questionnaire expriment leur nature : protéger leur progéniture, avec force et combativité. Le même raisonnement est applicable à *louve, poule, et pieuvre* dont les sens provoqués sont plus positifs que ceux indiqués conventionnellement.

En revanche, il existe des expressions dont les sens restent comparables entre des métaphores provenant du dictionnaire et des métaphores provenant du questionnaire, à l'instar de *pie* (qui parle beaucoup) et de *chat* (appliqué à une femme dont certains traits physiques et moraux évoquent le chat ou la chatte). Cependant, d'autres métaphores prennent une nouvelle interprétation. Ainsi, les connotations péjoratives, surtout celles concernant la sexualité, ont perdu leurs sens, comme le montre l'exemple de *lionne* que nous avons évoqué plus haut.

Si nous passons en revue les comparaisons qualitatives liées aux domaines sources principaux, nous obtenons les observations suivantes. Elles sont abordées selon l'ordre décroissant de pourcentage du chevauchement dictionnaire-questionnaire total (voir la dernière colonne du Tableau 78) :

1. PLANTES (62%) : le domaine végétal n'est pas présent dans beaucoup d'expressions conventionnelles dans le dictionnaire (11 entrées, 4% pour les MF ; 4 entrées, 2% pour les MH). Cependant, l'association entre les plantes, notamment des fleurs et des femmes, est profondément enracinée dans la culture française. Des prénoms de femmes et des pratiques quotidiennes en sont des exemples (offrir des fleurs aux femmes ; les vêtements aux motifs floraux sont principalement féminins). Cette notion est représentée par les locuteurs dans de nombreuses occurrences de *fleurs*, donnant un haut pourcentage (80%) de conventionalité. En même temps, les métaphores choisies sont monotones : les *fleurs* représentent 62% de toutes les métaphores utilisant les plantes.
2. SURNATUREL (59%) : même si ce n'est pas le domaine le plus prolifique, 91% des MF reproduites par les locuteurs trouvent leurs équivalentes conventionnelles faisant référence aux noms des déesses romaines ou grecques (des déesses, des pénélopes, des venus) ou des *fées* (sans préciser lesquelles).
3. ANIMAUX (39%) : c'est un domaine dont la fréquence d'utilisation est importante parmi ces deux sources de données, (32% pour MF et 31% pour MH dans le dictionnaire ; 49% pour MF et 32% MH dans le questionnaire). En outre, les types sont divers impliquant que l'importance quantitative ne vient pas seulement de certaines métaphores. Par exemple, les locuteurs français comparent plusieurs

animaux aux femmes : une *pie*, un *chat*, une *lionne*, une *louve*, une *poule*, une *chienne* et une *biche*. Toutes ces métaphores se retrouvent dans le dictionnaire. Quant aux MH, les types qui se retrouvent en même temps dans le dictionnaire et dans le questionnaire sont également variés : un *coq*, un *lion*, un *loup*, un *chien*, un *étalon* et un *lapin*.

4. HUMAINS (18%) et OBJETS (5%) : ces deux domaines ont peu de chevauchement avec des expressions trouvées dans le dictionnaire. La raison réside dans la connotation péjorative de ces métaphores conventionnelles, soulignant globalement la sexualité et la morale légère des femmes. Pourtant, ces caractéristiques ne sont plus mises en avant de nos jours, et donc ne sont plus reproduites par les locuteurs.
5. NATURE (3%) : le faible pourcentage de ce domaine est lié à la petite quantité des métaphores identifiées dans les TLFi : seulement deux cas, la *montagne* et le *tonnerre* décrivant les hommes. Cela génère un différentiel à comparer avec les métaphores du questionnaire.
6. NOURRITURE (2%) : Les deux sources de données comprennent environ 5% des résultats. Pourtant, derrière les chiffres, il y a peu de chevauchement après une comparaison dictionnaire-questionnaire. Décrire les femmes comme sucrées n'est pas encodé dans les expressions françaises conventionnelles, comme peut l'être l'association entre des fleurs et les femmes. Les femmes sont en effet habituellement liées à la nourriture par les locuteurs français, surtout au goût sucré.

Au cours de la comparaison dictionnaire-questionnaire, nous distinguons des expressions nouvelles et conventionnelles. Les expressions nouvelles, considérées comme des idiolectes¹⁵⁵, viennent de la connaissance et des expériences quotidiennes de chaque individu. En voici quelques exemples :

- (1) Les femmes sont comme un casse-tête : elle se prennent la tête pour peu parfois.
- (2) Les hommes sont comme un oreiller : fainéants mais confortables.
- (3) Les hommes sont comme des bulldogs : ils aboient et après ils remuent la queue.

Des expressions conventionnelles peuvent encore être générées ou non. Celles conventionnelles et générées, comme *fleurs* et *lionnes*, sont alignées originellement sur un sexe. Celles conventionnelles, mais non générées, constituent une partie importante des résultats du questionnaire. Voyons deux exemples désignant les femmes :

- (4) Les femmes sont comme des perroquets : elles répètent tout ce qu'elles entendent.

¹⁵⁵ Un idiolecte représente l'ensemble des usages du langage propre à un individu donné.

(5) Les femmes sont comme des vipères : elles sont capables de se piquer entre elles.

Perroquets et *vipères* ont une utilisation métaphorique sans être genrés, mais sont des types destinés aux humains. Regardons les explications dans le TLFi :

PERROQUET : Personne qui parle avec excès, à tort et à travers, ou qui, sans pouvoir de réflexion ou de création personnelle, se borne à répéter ou à imiter ce qui est dit ou fait par les autres.

VIPERE : Personne méchante, cruelle ; personne médisante.

Ces définitions commencent par la nomination générale *personne*. Puisque le mot *personne* n'est pas inclus dans notre recherche dont le critère concerne des appellations féminines et masculines générales, des expressions qui contiennent le mot *personne* ne sont donc pas comptées dans la base de données du dictionnaire, même si certaines entrées sont bien genrées (voir 2.5).

Comme nous l'avons évoqué plus haut, les problèmes rencontrés dans le deuxième chapitre concernant des noms qui ont des référents humains, ne sont pas constamment neutres d'un point de vue du genre : ils ont tendance à être en collocation avec des femmes ou avec des hommes, et il est important d'examiner les exemples donnés dans le dictionnaire pour identifier cette tendance.

Cette reprise des métaphores conventionnelles fait écho à nouveau à des tournures existantes qui facilitent les choix des locuteurs. Cela veut dire que la langue nous oblige dans une certaine mesure à faire attention aux caractéristiques soulignées par les métaphores.

7.1.2 Remarques concernant spécifiquement la langue française

Nous abordons quelques aspects concernant l'**interface syntaxico-sémantique** dans la langue française grâce au référent des métaphores dépeignant les deux sexes.

1. Genre grammatical

La question posée aux locuteurs demande d'associer les femmes et les hommes à des noms propres. Puisque la langue française comprend un système de genre grammatical (Baider, Khaznadar & Moreau, 2007 ; Khaznadar, 2002), une question émerge : les noms liés aux femmes sont-ils plus grammaticalement féminins, et ceux désignant les hommes, plus masculins ? Autrement dit, existe-il une congruence entre l'assignation biologique et le genre grammatical lors de l'utilisation des métaphores ?

Le tableau ci-dessous montre les pourcentages des noms féminins et masculins évoqués pour décrire les deux sexes. La réponse est positive : les noms féminins sont le plus souvent utilisés pour décrire les femmes, tandis que les noms masculins s'emploient plus pour représenter les hommes.

	Femme	%	Homme	%
Féminin	271	60%	82	19%
Masculin	182	40%	357	81%
Total	453	100%	439	100%

Tableau 79. Pourcentages de congruence grammaticale avec des noms décrivant les deux sexes

Pourquoi cette différence existe-t-elle ? Pourquoi le niveau de congruence est-il plus haut lorsque les référents sont masculins (81%), et plus bas lorsqu'ils féminins (60%) ?

Pour répondre à cette question, nous enquêtons sur la répartition du genre grammatical selon les domaines sources :

	MF			MH		
	Fém. (%)	Masc. (%)	Total	Fém. (%)	Masc. (%)	Total
HUMAINS	87	13	104	2	98	121
PLANTES	85	15	79	22	78	23
ANIMAUX	40	60	72	8	92	93
NATURE	44	56	59	37	63	43
OBJETS	43	57	74	37	63	94
NOURRITURE	27	73	22	16	84	31
SUBSTANCES	50	50	12	25	75	12
SURNATUREL	64	36	11	0	100	6
TEMPS	25	75	4	43	57	7
CORPS	33	67	3	50	50	2
AUTRES	46	54	13	57	43	7
TOTAL	60	40	453	19	81	439

Tableau 80. Répartition du genre grammatical selon les domaines sources

Concernant les métaphores désignant les hommes, tous les domaines sont pertinents : les noms dont le genre grammatical est masculin ont tendance à être sélectionnés pour décrire les êtres masculins. Parmi eux, HUMAINS (98%), ANIMAUX (92%), et SURNATUREL (100%) sont les trois domaines les plus congruents. L'attribut en commun de ces domaines est que les référents dans la réalité sont des êtres vivants. Même si les personnages du domaine SURNATUREL ne sont pas réels, ils sont toujours vivants dans les mythologies ou dans la science-fiction.

En revanche, seulement deux domaines sont plus féminisés lorsqu'on désigne les femmes : PLANTES (85%), et SURNATUREL (64%). De plus, les pourcentages ne sont pas aussi élevés que pour leurs homologues. La raison pour laquelle les noms féminins sont moins présents est que certains noms s'adressant régulièrement aux femmes portent le genre grammatical masculin. Par exemple, un *enfant* dans le domaine HUMAINS, un *chat* dans le domaine ANIMAUX, et un *ange* dans SURNATUREL. Au contraire, peu de noms féminins sont choisis pour représenter les hommes.

Le domaine végétal est plus équilibré, car *fleur* et *arbre* sont également distribués aux femmes et aux hommes. Quant au domaine NATURE, les noms sont peu genrés lorsqu'ils se rapportent aux deux sexes. Des noms même traditionnellement considérés comme ayant une connotation masculine comme *soleil*, *ciel*, *roc* et *rocher* désignent les deux sexes, tandis que des noms plus féminisés comme *lune* et *terre* sont moins associés aux hommes.

La congruence entre le genre grammatical et les référents des êtres vivants implique une distinction entre les sexes basée sur la dichotomie créée par les humains. Les noms d'humains, d'animaux et de personnages surnaturels sont genrés et possèdent un certain degré d'agentivité. Les plantes sont également genrées selon les perspectives humaines (les *fleurs* sont de genre féminin ; les *arbres* sont de genre masculin).

Pour cela, le genre grammatical des noms des êtres vivants sélectionnés est en adéquation avec les sexes des référents humains, car la congruence du sexe biologique avec le genre grammatical n'est pas arbitraire, mais fondée sur notre cognition de la catégorisation (Contini-Morav & Marcin Kilarski, 2013 ; Stahlberg et al., 2007 ; Unterbeck et al., 2011).

En outre, d'autres noms des domaines OBJETS, NOURRITURE et SUBSTANCE dont les référents sont inanimés portent également plus fréquemment le genre masculin, et ceux destinés aux hommes portent encore plus fréquemment le genre masculin.

Pour récapituler, des noms masculins sont plus fréquemment utilisés pour une comparaison métaphorique avec les humains, quel que soit le sexe de la personne à laquelle la métaphore est destinée. Si nous examinons davantage le lien sémantique, nous remarquons que lorsqu'il s'agit de noms dont les référents sont animés, la congruence entre les sexes des référents et le genre grammatical de ces noms est encore plus élevée. Cela fait écho aux études qui montrent la fonction différente entre les genres grammaticaux masculin et féminin en dénotant des référents humains : le genre féminin contraint le sexe des référents plus que ne le fait le genre masculin. Cela veut dire que le féminin est un genre spécifique et le masculin un genre

générique (Irmen & Kurovskaja, 2010 ; Miller & Swift, 1976 ; Stahlberg, Sczesny & Braun, 2001).

2. Articles déterminants

En recueillant des noms propres qui désignent les deux sexes, nous remarquons que l'utilisation des déterminants est variée. Un nom peut être suivi d'un article défini / indéfini plus singulier / pluriel, ou même absent. Par exemple, pour décrire des femmes en tant que *roses*, on trouve des noms tels qu'*une rose*, *la rose*, *des roses*, et *les roses*. Alors, y-a-t-il une différence entre ces utilisations ?

Examinons les motivations que les locuteurs proposent, qui évoquent la métaphore de la femme avec la qualité de la rose :

(6) Les femmes sont comme **une rose** : elles sont belles.

(7) Les femmes sont comme **la rose** : délicate avec des épines pour se protéger.

Puis, regardons les formes au pluriel :

(8) Les femmes sont comme **des roses** : elles sont fragiles et dangereuses à la fois.

(9) Les femmes sont comme **les roses** : elles sont douces.

Ces quatre exemples, en effet, ne présentent pas de distinctions importantes, tous désignent les caractéristiques des roses. Les explications sont ainsi interchangeables pour chaque exemple. Cependant, nous remarquons qu'une différence apparaît avec les noms de catégorie de niveau basique (*basic-level category*, voir Mervis & Rosch, 1981 ; Rosch, 1978, Rosch et al., 1976). Ces noms se situent au niveau le plus inclusif en raison du nombre d'attributs qu'ils peuvent partager avec toutes les sous-catégories. Par exemple, *chaise* comporte des attributs ou fonctions en commun avec *chaise de bureau*, *chaise longue*, *chaise de bar*, etc.

D'après les réponses des locuteurs, nous découvrons que les noms de *catégorie de niveau basique* (e.g., fleurs, bonbons) qui sont utilisés pour décrire les deux sexes se servent de deux dimensions. En premier lieu, ils peuvent exprimer la *ressemblance de la catégorie* (*category resemblance*), qui est définie comme « la somme de toutes les caractéristiques communes d'une catégorie moins la somme de toutes les caractéristiques distinctives¹⁵⁶ » (Rosch, 1978 : 6). En deuxième lieu, ils peuvent également souligner les caractéristiques distinctives de ses sous-catégories.

¹⁵⁶ Rosch (1978 : 6) : « "Category resemblance" is defined as the weighted sum of the measures of all of the common features within a category minus the sum of the measures of all of the distinctive features. »

Prenons l'exemple de *fleur*. Premièrement, des attributs partagés de toutes les fleurs sont donnés : comme *belles, fragiles, s'épanouir et puis faner*. En voici quelques exemples :

(10) Les femmes sont comme **des fleurs** : elles sont toutes belles.

(11) Les femmes sont comme **les fleurs** : pour leur odeur, leur délicatesse, leur fragilité et le côté éphémère de leur beauté...

(12) Les femmes sont comme **une fleur** : elles s'épanouissent, elles vieillissent bien, elles fanent.

Dans ce cas-là, la déclinaison des déterminants, définis ou indéfinis, singuliers ou pluriels, est considérée comme équivalente. Les femmes sont traitées comme un ensemble, une catégorie de niveau basique qui partage les caractéristiques prototypiques de ses membres, comme les fleurs.

Deuxièmement, en tant que nom de niveau basique, *fleur* contient des catégories subordonnées : les espèces spécifiques de différentes fleurs. L'inclusion de ces différentes sortes de fleurs et leurs caractéristiques distinctives correspond à chaque femme et à leurs différentes caractéristiques : les femmes partagent certains attributs, mais les types plus spécialisés sont réservés à certaines :

(13) Les femmes sont comme **des fleurs** : il y a des milliards de variétés et de nuances, et les fleurs dégagent des odeurs particulières, tantôt sensuelles tantôt discrètes.

(14) Les femmes sont comme des **fleurs** : jolies à regarder, agréables à voir, différentes selon les "saisons", variées pour tous les goûts et toutes les couleurs, fanent...

En résumé, utiliser des noms de niveau basique tels que *fleurs* met l'accent sur (1) la ressemblance de la catégorie soit : les caractéristiques en commun de ses sous-catégories (belle, fragile, faner), mais souligne également (2) les caractéristiques distinctives de chaque sous-catégorie (il existe des variétés et des nuances). Quand il s'agit du premier cas, utiliser un déterminant singulier ou pluriel (une fleur, des fleurs) ne crée pas de contraste, vu que les attributs en commun de la catégorie pourraient être mis en avant avec les deux formes. En revanche, si cela concerne le deuxième cas, seulement les formes plurielles du déterminant (des fleurs, les fleurs) sont sélectionnées du fait que des sous-catégories de fleurs sont comparées aux femmes de types différents.

Ce phénomène ne se constate pas seulement chez la catégorie des *fleurs*, d'autres noms de niveau basique illustrent la même circonstance :

(15) Fruits : chacune a sa couleur unique, sa forme, son arôme et son goût

(16) Bonbons : c'est délicieux, ça rend malade, on veut en manger de plusieurs sortes, au 2/3 du paquet on en veut plus

(17) Couleurs : différentes, uniques, joyeuses, lumineuses

Dans ces trois cas, la signification du niveau général de *fruit*, *bonbon* et *couleurs* apparaît. Chaque notion comprend des catégories subordonnées, qui partagent certains attributs en commun mais qui possèdent également des différences.

Pourtant, cette démonstration est spécifiquement appliquée aux métaphores désignant les femmes. Des noms de niveau basique ressortent également pour représenter les hommes, mais ne reflètent pas toute la variété des traits de caractères des hommes. Ainsi, *arbre* est un nom de niveau basique adressé régulièrement aux hommes, tout comme *fleur* est adressée régulièrement aux femmes.

Pour interpréter cela, nous suggérons que cette catégorisation est liée au fait que les femmes ont été de tous temps regardées d'un point de vue masculin. A partir des expressions que nous avons recueillies du dictionnaire et dans d'autres études, nous voyons que les femmes sont jugées selon leur apparence, leur âge, leur caractère, et leur vie sexuelle, le tout représenté par plus de variété d'expressions que pour les hommes. Bien que les locuteurs ne produisent pas ces jugements péjoratifs, cette convention décrivant les femmes selon plusieurs types et d'après leurs caractéristiques est présente dans la langue et dans la pratique (e.g. catégories de prostitutions, de sites pornographiques¹⁵⁷), ce qui motive les locuteurs à représenter les femmes comme une catégorie du niveau basique qui comprend des sous-catégories.

En revanche, comme les hommes sont historiquement ceux qui sont puissants et ceux qui ont construit un langage sexiste et l'utilisent comme un moyen de contrôler les femmes, (Spender, 1980), ils ne se catégorisent pas en sous-catégories.

3. La multifonction de « comme »

La question proposée : « Décrivez les femmes en trois noms communs, et expliquez les raisons qui vous les font choisir » et la construction donnée pour guider des métaphores : « Les femmes sont comme...parce que... » n'a pas eu exactement les réponses attendues. En effet, un quart des locuteurs participant par l'intermédiaire de l'institut de sondage n'a pas

¹⁵⁷ Pour donner un exemple, un des sites pornographiques les plus grands à l'échelle mondiale *PornHub* catégorise les vidéos en fonction des nationalités, couleurs de peau ou ethnies supposées des actrices telles que : arabe, japonaise, noire, française ; des traits physiques : blonde, gros seins, petits seins, belle grosse femme, femme tatouée ; des métiers : baby-sitters, étudiantes ; de l'âge : teen (adolescentes), mature, et des sexualités : lesbienne, transgenre.

donné de métaphores. Des phrases agrammaticales résultent de l'utilisation des adjectifs (fort, solide) et la nominalisation des adjectifs (la beauté, la patience) après « comme ». En voici deux exemples :

(18) *Les hommes sont comme solides parce qu'ils sont forts et résistent au changement.

(19) *Les femmes sont comme grâce, synonyme de beauté.

D'autres réponses qui ne mènent pas aux métaphores, mais qui sont en revanche grammaticales, proviennent de la multifonction du mot « comme ».

Premièrement, *comme* sert à introduire une comparaison métaphorique. Des expressions « être doux comme un agneau » et « être rusé comme un renard » en sont des exemples. Nous attendions que les locuteurs utilisent cette fonction de « comme » pour donner leurs réponses métaphoriques dans le questionnaire.

Deuxièmement, *comme* invite à une catégorisation. Par exemple, « les bananes sont comme des pommes, elles sont toutes les deux les fruits ». Dans cette construction, les deux premiers noms (banane et pomme) font partie de la catégorie des fruits, leur nom superordonné. Cette fonction de *comme* contribue à la comparaison entre les hommes et les femmes, qui appartiennent à une catégorie supérieure : les humains. En voici quelques exemples :

(20) Les femmes sont comme les hommes parce qu'ils sont **membres de l'espèce humaine**.

(21) Les femmes sont comme les hommes parce qu'elles sont du **genre humain**.

(22) Les femmes sont comme les hommes parce que nous sommes tous des **êtres humains**.

Dans ces exemples, les deux sexes sont mis en parallèle grâce à *comme*, suivis de leur catégorie : espèce humaine, genre humain, et êtres humains. Ces expressions ne concernent pas les correspondances métaphoriques entre des domaines différents, mais effectuent une catégorisation. Enfin, une autre phrase grammaticalement correcte, mais qui ne concerne pas les métaphores, provient de la construction *comme S + V*. Cela permet de produire la phrase « les femmes sont comme elles veulent ».

4. La polysémie d'*homme* + *comme*

Le mot *homme* signifie dans un premier temps « l'espèce animale la plus développée, sans considération de sexe ». Ce sens est donc adopté par certains locuteurs en lieu et place de « mâle adulte de l'espèce humaine ». Ils comparent donc non pas les hommes, mais l'espèce humaine à d'autres animaux. Cette mise en parallèle se réalise grâce à la fonction de

catégorisation de *comme* que nous venons de discuter qui classe deux noms dans la même catégorie. Voici quelques exemples qui considèrent les hommes comme des animaux :

(23) Les hommes sont comme des animaux, ils ont les mêmes besoins.

(24) Les hommes sont comme des animaux, ils ont besoin de manger, dormir...

(25) Les hommes sont comme des animaux, l'homme est un représentant animal sur terre (un peu plus évolué).

Dans ces cas précis, nous interprétons cette comparaison de façon non-métaphorique, car les besoins biologiques animaux comportent également ceux des femmes. Ces retours ne concernent donc pas particulièrement les être adultes masculins, mais une catégorisation.

7.2 Intralinguistique du mandarin

Cette section aborde une analyse intralinguistique en mandarin.

7.2.1 Comparaison du dictionnaire et questionnaire en mandarin

Tout d'abord, revoyons la répartition de l'utilisation des domaines sources du dictionnaire en mandarin.

Domaines	MF	%	MH	%	Total	%
PLANTES	173	43	5	11	178	39
NATURE	107	26	3	7	110	24
ANIMAUX	56	14	26	57	82	18
OBJETS	33	8	0	0	33	7
HUMAINS	6	1	11	24	17	4
NOURRITURE	16	4	0	0	16	4
COULEUR	7	2	0	0	7	2
MYTHOLOGIQUE	6	1	0	0	6	1
CORPS	3	1	1	2	4	1
Total	407	100	46	100	453	100

Tableau 81. Distribution des domaines sources des deux sexes dans le DRM

Parallèlement aux analyses de la partie française, nous comparons les réponses fournies par les locuteurs et les métaphores trouvées dans le dictionnaire. Celles qui sont présentes dans les deux sources de données sont marquées en tant que *conventionnelles*, tandis que celles données seulement par les locuteurs sont marquées comme *non-conventionnelles*.

Le tableau ci-dessous montre la fréquence du chevauchement des métaphores destinées aux femmes et aux hommes après une comparaison dictionnaire-questionnaire :

	MF ch.	MF Ques.	%	MH ch.	MH Ques.	%	MF+MH ch.	Total Ques.	%
PLANTES	85	99	86	43	56	77	128	155	83
NATURE	137	221	62	0	170	0	137	391	35
ANIMAUX	32	126	25	16	168	10	48	294	16
OBJETS	7	127	6	0	136	0	7	263	3
NOURRITURE	1	39	3	0	19	0	1	58	2
HUMAINS	0	33	0	0	61	0	0	94	0
SURNATUREL	0	9	0	0	13	0	0	22	0
CORPS	0	2	0	0	8	0	0	10	0
Total	262	631	42	59	646	9	321	1277	25

Tableau 82 Pourcentages du chevauchement dictionnaire-questionnaire en mandarin
(ch.= chevauchement)

Nous remarquons que 42% des métaphores désignant les femmes trouvent leurs correspondances dans le dictionnaire, alors que seulement 9% des expressions dépeignant les hommes sont dans cette situation. Cela correspond à un résultat identique obtenu en français : **la fréquence d'utilisation des mêmes métaphores dans le questionnaire est liée à la quantité des expressions conventionnelles dans le dictionnaire**. Plus le nombre de tropes conventionnels est important pour représenter les femmes, plus cela pousse les locuteurs à utiliser ces métaphores. Au contraire, plus le nombre de façons conventionnelles de décrire les hommes est faible, plus les locuteurs doivent effectuer des efforts pour créer des métaphores originales.

Explorons chaque domaine source selon le pourcentage de chevauchement par ordre décroissant :

1. PLANTES (83%) : Les expressions produites correspondent dans leur majorité à des expressions conventionnelles pour les deux sexes (86% de chevauchement pour les femmes et 77% pour les hommes), particulièrement grâce à la paire *fleur* et *arbre*.
2. NATURE (35%) : La comparaison humain-nature est plus présente dans les résultats des questionnaires. Certains types récurrents comme *lune* et *mer* contribuent notamment à ce chevauchement. En ce qui concerne la sous-catégorie SUBSTANCES du domaine NATURE, l'association de l'eau et des femmes est profondément enracinée dans la culture chinoise ce qui entraîne un taux important de références aux expressions conventionnelles.
3. ANIMAUX (16%) : Les locuteurs soulignent la relation entre les deux sexes : les hommes sont chasseurs et prédateurs, tandis que les femmes sont passives et chassées.

Dans les expressions conventionnelles, celles décrivant les hommes insistent sur leurs forces physiques, alors que celles représentant les femmes marquent leurs fonctions sociales et des caractères négatifs. Etant donné que cette relation complémentaire chasseur-chassé n'a pas été trouvée dans le dictionnaire, la fréquence d'utilisation des mêmes métaphores n'est pas importante.

4. OBJETS (3%) et NOURRITURE (2%) : Les métaphores présentes pour ces deux domaines sont relativement innovantes, puisqu'elles sont créées par les locuteurs, et représentent seulement 6% de noms d'objets et 3% de noms liés à la nourriture.

Types identiques, interprétations identiques ?

Les métaphores du dictionnaire et celles produites par les locuteurs peuvent-elles être interprétées de la même façon lorsqu'elles sont identiques ?

D'une manière générale, les locuteurs français utilisent des métaphores présentes dans le dictionnaire mais leurs interprétations respectives ont tendance à diverger considérablement, alors que pour les locuteurs taïwanais, les interprétations des métaphores produites et les interprétations des métaphores équivalentes présentes dans le DMR sont plus proches.

Par exemple, pour les locuteurs taïwanais, la jeunesse et la beauté des fleurs, la violence des tigresses, la séduction des renards, la douceur et le caprice de l'eau sont interprétés de la même façon que dans/par le dictionnaire.

Métaphores conventionnelles / genrées / non-genrées / familiales

Si on les compare à l'analyse des résultats en français, les métaphores chinoises marquées comme *conventionnelles* sont également genrées, c'est à dire qu'elles sont habituellement associées à un certain sexe. Par exemple, des *fleurs* aux *femmes* et des *arbres* aux *hommes*. Cependant, il existe d'autres expressions conventionnelles qui ne sont pas liées de façon fixe à une cible genrée. Ces expressions conventionnelles fonctionnent de manière stéréotypée, et deviennent progressivement genrées. Par exemple, 靠山 *kao shan*, littéralement « s'appuyer-montagne » représente un soutien / un protecteur. Puisque les hommes sont considérés comme ceux qui soutiennent la famille et puisqu'une montagne est traditionnellement catégorisée en tant que masculine, le nom 山 *shan* « une montagne » est donc mobilisé de manière importante pour décrire les hommes.

Par ailleurs, certaines métaphores non conventionnelles sont familières telles que 貓 *mao* « un chat » et 狗 *gou* « un chien » qui sont destinés aux femmes et aux hommes respectivement. Bien que les métaphores liées à ces deux animaux de compagnie ne soient pas genrées dans

l'utilisation conventionnelle, l'habitude de les comparer aux humains en fait deux types importants (Nb de *mao* = 30 ; Nb de *gou* = 21) du questionnaire.

7.2.2 Remarques concernant spécifiquement le mandarin

Par rapport au français qui est une langue flexionnelle, le chinois mandarin est une langue analytique qui ne possède pas d'inflexion de genre ni de nombre. Nous examinons des noms qui se composent d'un préfixe, indiquant *femelle/mâle*, et d'un nom animé.

Genre grammatical / sémantique

Le mandarin ne possède pas de système de genre grammatical. Afin de préciser le sexe d'un référent animé, des préfixes servant à indiquer *mâle* et *femelle* s'ajoutent aux noms. En outre, les humains et les animaux adoptent des préfixes différents.

Concernant les humains, 女 *nü* « féminin » et 男 *nan* « masculin » sont attachés à 人 *ren* « humain », donnant 女人 *nü ren* « femme » et 男人 *nan ren* « homme ». Par rapport aux animaux, 母 *mu* « femelle » et 公 *gong* « mâle » s'adjoignent à des noms d'animaux pour distinguer leur sexe. Ainsi, sauf si la distinction du sexe est justifiée par une raison fonctionnelle (vache pour le lait, poule pour les œufs) ou si la différence des deux sexes est assez évidente pour les humains (lion, lionne), les animaux sont perçus en tant qu'unité non genrée.

Les animaux de petite taille, de la ferme ou que l'on chasse sont conventionnellement liés aux femmes, tandis que ceux de grande taille ou dont l'habitat est sauvage, sont considérés comme masculins (Halupka-Rešetar, 2003 ; Hines, 1999 ; Nilsen, 1996 ; Waśniewska & Kudin, 2018). Par exemple, des *lapins*, des *moutons* sont perçus comme des animaux dociles liés aux femmes alors que les *lions*, les *tigres* sont vus comme féroces et sont associés aux hommes.

Il existe seulement quelques cas mettant le sexe des animaux en avant en employant *mu* « femelle » et *gong* « mâle ». Examinons ces expressions et leurs motivations.

Mu « femelle »

Il existe six cas d'animaux où le sexe femelle est précisé dont cinq sont destinés aux femmes et un seul aux hommes. Les caractéristiques soulignées comportent la férocité, la nature maternelle et la persévérance.

Dans un premier temps, 母老虎 *mu lao hu* « une tigresse » (*mu*, femelle ; *lao hu*, tigre) désigne des femmes violentes et agressives. Cela fait référence à l'expression conventionnelle ayant la même tournure : *mu lao hu* « une tigresse ». Voici un exemple :

(26) 會咬人的母老虎，可恨的很，隨時翻臉 « une tigresse qui mord les gens, effroyable, dont les humeurs changent d'une façon imprévisible »

Généralement, dans une relation amoureuse, les femmes sont perçues comme devant être protégées, et les hommes comme des protecteurs. Néanmoins, dès que la relation concerne la mère et l'enfant, les femmes prennent le rôle de protectrice : les femelles représentent l'amour maternel qui dépeint la protection et l'affection pour la progéniture. Le mot 母獅 *mu shi* « femelle-lion : une lionne » et 母雞 *mu ji* « femelle-poulet : poule » jouent ce rôle de protection. En voici l'explication :

(27) 母雞 *mu ji* « poule » : 保護小雞，當老鷹來時甚至連自己的生命都可以不顧
« protéger les poussins, elle peut même sacrifier sa vie quand un aigle vient »

Cette relation parent-enfant est également soulignée chez les hommes. Les êtres masculins sont décrits au moyen d'une référence animale féminine, seule occurrence de la poule.

(28) 母雞 *mu ji* « poule » : 老鷹來的時候突然變得很有肩膀 « devenir très responsable quand un aigle vient »

Dans les exemples (27)-(28), le sujet en commun est l'apparition d'un aigle (老鷹 *lao ying*), représentant un agresseur qui menace les petits de la poule. L'exemple (27) précise 小雞 *xiao ji* « poussin », soulignant explicitement la relation mère-enfant en tant que protectrice-protégé, tandis qu'en (28), le rôle *poussin* est absent. La comparaison souligne la correspondance agresseur-protecteur : le sujet protégé pourrait s'interpréter en qualité de progéniture, de femmes ou de famille.

Enfin, 母牛 *mu niu* « femelle-buffle : bufflonne » met en avant les caractéristiques de persévérance et d'endurance, traditionnellement associées aux hommes. Rappelons que 牛 *niu* « buffles » est une des MH les plus utilisées en mandarin (20 cas de *niu* « buffle » et 6 cas de 公牛 *gong niu* « taureau », voir le chapitre 6.2.2), mais cet animal n'est pas présent dans une seule occurrence liée aux femmes, car le buffle est conceptualisé comme masculin. Afin de souligner les caractéristiques représentées par le buffle, le préfixe 母 *mu* « femelle » est ajouté pour ne pas paraître incongru.

Gong « mâle »

Par rapport à la spécification du sexe mâle, les rôles de *personne rapportant l'argent à la maison*, et de *gagnant le pain du foyer, ayant l'attribut de l'impulsivité* et de *à la poursuite du pouvoir* sont mis en avant.

La distinction du coq et de la poule est primordiale à la ferme en raison de leurs fonctions différentes. Selon la culture chinoise, la division du travail entre les deux sexes est conventionnellement comparée aux coqs et poules : les poules pondent des œufs, tandis que les coqs annoncent le commencement de la journée. A chacun sa tâche et il ne faut pas franchir la ligne. Voici le travail du coq qui est transmis aux hommes :

- (29) 公雞 *gong ji* « mâle-poule : coq » : 為了家庭不能停止工作，每天要定時報時
« pour la famille, il ne peut pas arrêter de travailler, il doit annoncer le lever du jour à l'heure tous les jours »

Deuxièmement, on attache 公 *gong* à 牛 *niu* « buffle » dont la connotation est « travailleur », ce qui donne 公牛 *gong niu* « taureau », soulignant la facette impulsive et le fait qu'il est désireux d'être en compétition.

- (30) 公牛 *gong niu* « taureau » : 只會向前衝 « ils ne savent que foncer »

Enfin, 公獅 *gong shi* « lion » est considéré comme le roi du règne animal, symbole du pouvoir et de la masculinité. En précisant le sexe mâle, l'image de ce prédateur est encore plus incontestable, même si les lions sont considérés comme masculins en général pour leur place supérieure dans la chaîne alimentaire.

En résumé, même sans inflexion de genre, les animaux sont conceptualisés en chinois en tant qu'ensemble lié à la féminité ou à la masculinité selon leur taille, leur nature et leur relation avec les humains. Dans ce contexte, deux possibilités émergent si les préfixes « mâle » ou « femelle » s'ajoutent à un nom.

Premièrement, des distinctions claires en mâle ou femelle sont bien opérées pour certains animaux. Par exemple, le coq 公雞 *gong ji* / et la poule 母雞 *mu ji* sont respectivement liés à l'homme ou à la femme. La poule en tant que mère protectrice est liée aux femmes tandis que le coq, en tant que travailleur, représente les hommes. Deuxièmement, comme un animal est associé conventionnellement au féminin ou au masculin, vouloir utiliser un animal genré, disons masculin, pour décrire l'autre sexe, nécessite l'ajout d'un préfixe indiquant « femelle ».

7.3 Différences selon les sexes dans les deux langues

Cette section ajoute des points de vue des deux sexes afin d'obtenir les quatre perspectives des domaines sources :

- (1) Des métaphores décrivant les femmes du point de vue des femmes (F-F)
- (2) Des métaphores décrivant les femmes du point de vue des hommes (H-F)
- (3) Des métaphores décrivant les hommes du point de vue des femmes (F-H)

(4) Des métaphores décrivant les hommes du point de vue des hommes (H-H)

La première lettre de **F-F**, **H-F**, **F-H**, **H-H** représente le point de vue de **ceux qui décrivent** : nous les appelons « descripteurs », tandis que la deuxième lettre de **F-F**, **H-F**, **F-H**, **H-H** représente le point de vue de ceux qui **sont décrits**, nous les appelons « êtres décrits ». Les lettres correspondantes sont marquées en gras lorsqu'un des deux points de vue de descripteur ou d'être décrit sont accentués. (Descripteur : La première lettre est en gras : **F-F**, **H-F**, **F-H**, **H-H**, être décrit : la deuxième lettre est en gras : **F-F**, **H-F**, **F-H**, **H-H**)

Avec ces quatre perspectives, nous proposons les trois questions suivantes :

1. Les locuteurs ou locutrices utilisent-ils plus fréquemment un domaine source afin de décrire un sexe en particulier ?
2. Les locuteurs ou locutrices utilisent-ils plus fréquemment un domaine source en particulier pour faire des métaphores ?
3. Les locuteurs ou locutrices utilisent-ils plus fréquemment le même domaine source pour décrire l'autre sexe que pour se décrire ?

Prenons la perspective des femmes en utilisant le domaine source spécifique ANIMAUX afin de rendre ces questions plus concrètes :

1. Les locuteurs quel que soit leur sexe utilisent-ils plus souvent les animaux pour décrire les femmes que pour décrire les hommes ?
Cette question présentée sous forme abrégée est représentée comme ceci : **F-F**+**H-F** > **F-H**+**H-H** ?
2. Les femmes par rapport aux hommes utilisent-elles plus souvent les animaux pour décrire les deux sexes ?
Cette question présentée sous forme abrégée est représentée comme ceci : **F-F**+**F-H** > **H-F**+**H-H** ?
3. Les femmes comparent-elles plus souvent les animaux à elles-mêmes plutôt qu'aux hommes ? Cette question présentée sous forme abrégée est représentée comme ceci : **F-F** > **F-H** ?

D'après ces trois questions, ces trois effets sont proposés :

1. Effet d'être **décrit** : on utilise plus souvent certains domaines sources **pour décrire un certain sexe**.
2. Effet de **descripteur** : cet effet décrit un sexe qui **mobilise plus souvent** certains domaines pour décrire les deux sexes.

3. Effet d'**interaction** : cet effet est basé sur le premier qui stipule qu'on utilise certaines sphères pour définir un certain sexe. De plus, le sexe concerné utilise encore plus souvent ces expressions pour se décrire.

Réduisons ces trois effets en formules selon les sexes des descripteurs et ceux qui sont décrits.

1. Effet d'être décrit	2. Effet de descripteur :	3. Effet d'interaction
(1) $F-F+H-F > H-H+F-H \rightarrow F1$	(1) $F-F+F-H > H-H+H-F \rightarrow F2$	$F-F > H-F \rightarrow F3$
(2) $H-H+F-H > F-F+H-F \rightarrow H1$	(2) $H-H+H-F > F-F+F-H \rightarrow H2$	$H-H > F-H \rightarrow H3$

Tableau 83. Récapitulatif des trois effets selon les quatre perspectives

1. Effet d'être décrit : On utilise plus souvent certains domaines sources pour **décrire le sexe concerné**.

Selon les sexes d'**être décrit**, nous avons ($F-F+H-F > F-H+H-H$) et ($H-H+F-H > F-F+H-F$).

Si ce sont les femmes qui reçoivent plus de métaphores d'un domaine ($F-F+H-F > F-H+H-H$), nous disons que ce domaine est plus féminin, marqué en **F1**.

Si ce sont les hommes qui reçoivent plus de métaphores d'un domaine ($H-H+F-H > F-F+H-F$), ce domaine est plus masculin, donc il est marqué en **H1**.

2. Effet de descripteur : Cet effet décrit un sexe qui utilise plus souvent certains domaines pour décrire les deux sexes.

Selon les sexes de descripteurs, nous avons : ($F-F+F-H > H-H+H-F$) et ($H-H+H-F > F-F+F-H$) :

Si les femmes utilisent plus souvent un domaine pour décrire les deux sexes ($F-F+F-H > H-H+H-F$), il est marqué en **F2** et si ce sont les hommes qui utilisent plus souvent un domaine, il est marqué en **H2**.

3. Effet d'interaction : Cet effet est basé sur le premier (F1/H1) selon lequel on utilise certaines sphères pour définir un sexe concerné. De plus, le sexe concerné utilise encore plus souvent ces expressions pour se décrire.

Le nombre des métaphores émises par **les femmes** pour décrire les femmes (**F-F**) est plus important que le nombre des métaphores émises par **les hommes** pour décrire les femmes (**H-F**), marqué en **F3**. Au contraire, le nombre des métaphores émises par **les hommes** pour décrire les hommes (**H-H**) est plus important que le nombre des métaphores émises par les **femmes** pour décrire les hommes (**F-H**), marqué en **H3**.

Ces formules « F1/H1, F2/H2, et F3/H3 » seront utilisées au cours de l'analyse dans la partie suivante.

7.3.1 Données des deux langues en quatre perspectives

Examinons la fréquence d'emploi des domaines sources pour les quatre perspectives en français, l'ordre étant basé sur la quantité décroissante de chaque domaine source :

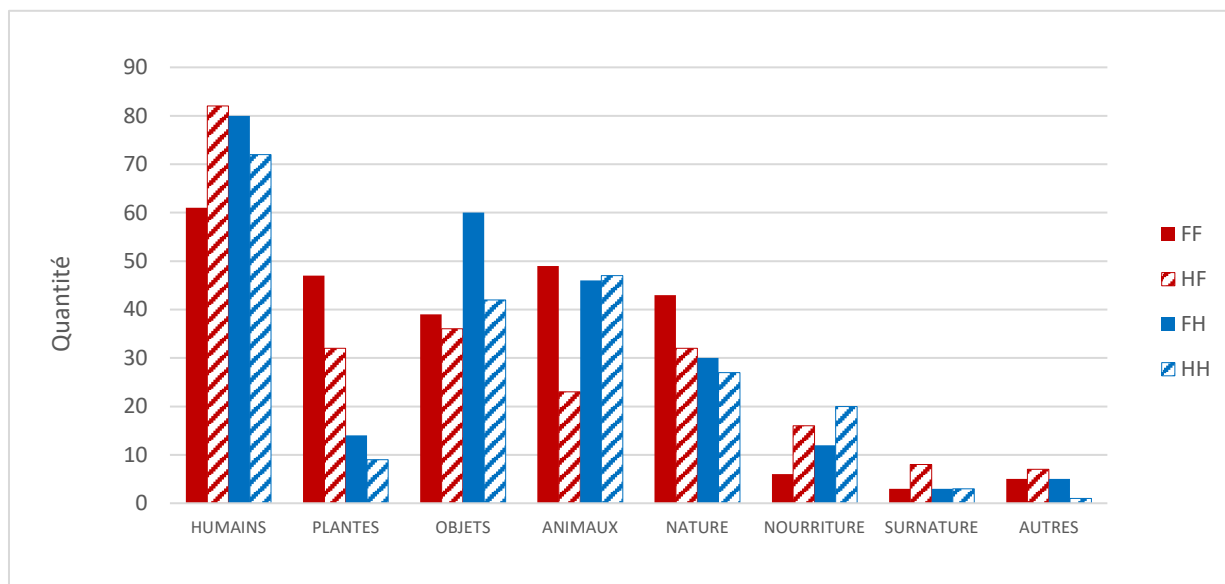


Figure 20. Répartition de l'utilisation des domaines sources en fonction des perspectives des deux sexes en français

La figure suivante montre l'utilisation des domaines sources pour les quatre perspectives en mandarin. A titre de comparaison, l'ordre des domaines s'indexe sur celui en français :

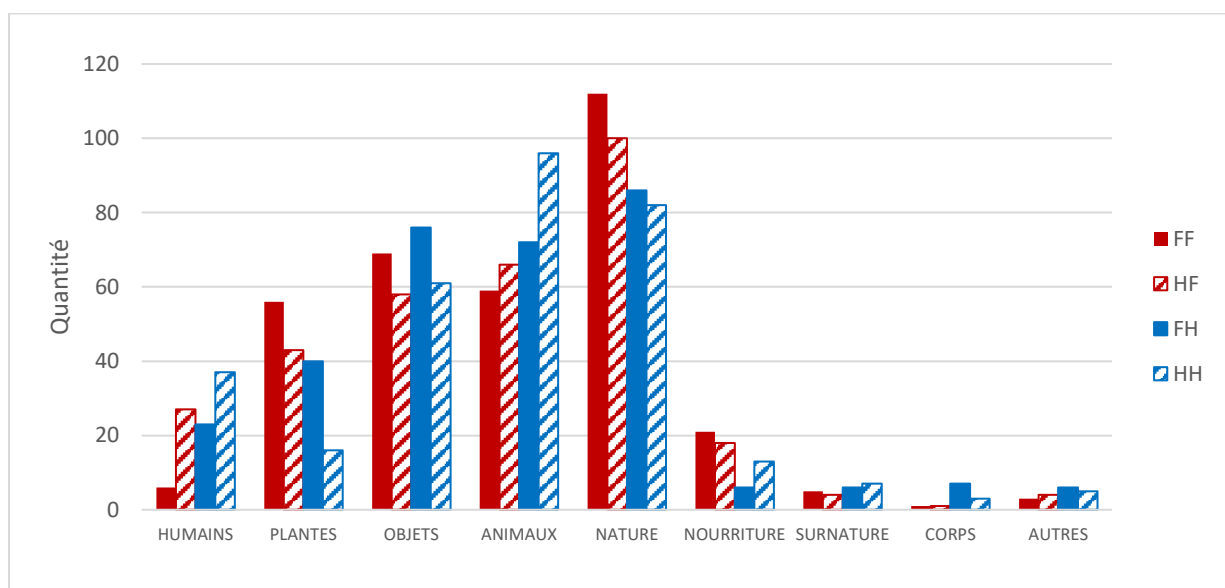


Figure 21. Répartition de l'utilisation des domaines sources en fonction des perspectives des deux sexes en mandarin

Dans chaque langue, nous analysons ainsi chaque domaine source selon les trois effets que nous venons de proposer (1) l'Effet d'être décrit (F1/H1), (2) l'Effet de descripteur (F2/H2) et (3) l'Effet d'interaction (F3/H3) et nous avons trouvé deux modèles émergents partagés en français et en mandarin.

A : Le premier modèle : Si un domaine source renferme « **F1, F2 et F3** » ou « **H1, H2 et H3** », il est identifié comme ayant le **Modèle A**.

B : Le deuxième modèle : La structure de base de ce modèle pour les domaines sources comporte « **F1, H2** » ou « **H1, F2** » à laquelle peut s'ajouter le troisième effet. On obtient donc deux sous-catégories possibles pour le **Modèle B** :

B1 : Ce domaine qui contient « F1, H2 et F3 » ou « H1, F2 et H3 » concerne la première sous-catégorie.

B2 : Ce domaine qui renferme seulement « F1, H2 et Ø » ou « H1, F2 et Ø » concerne la deuxième sous-catégorie.

En transcrivant ces trois effets selon les versions simplifiées en français et en mandarin, nous concluons comme tel :

Domaine source	Langue	(1) Effet d'être décrit	(2) Effet de descripteur	(3) Effet d'interaction	Modèle
PLANTES	Français	F1	F2	F3	A
	Mandarin	F1	F2	F3	A
NATURE	Français	F1	F2	F3	A
	Mandarin	F1	F2	F3	A
NOURRITURE	Français	H1	H2	H3	A
	Mandarin	F1	H2	F3	B1
HUMAINS	Français	F1	H2	/	B2
	Mandarin	H1	H2	H3	A
ANIMAUX	Français	H1	F2	H3	B1
	Mandarin	H1	H2	H3	A
SURNATUREL	Français	F1	H2	/	B2
	Mandarin	H1	H2	H3	A
OBJETS	Français	H1	F2	/	B2
	Mandarin	H1	F2	/	B2

Tableau 84. Correspondance des trois effets et des deux modèles pour les domaines sources dans les deux langues

La partie suivante présente ces deux modèles accompagnés des descriptions des données provenant des questionnaires des deux langues. La théorisation de ces modèles ainsi que les interprétations seront abordées dans le sous-chapitre 7.4.

Concernant les analyses de chaque domaine source du français et du mandarin, celles-ci ont été développées aux chapitres 5 et 6. Par rapport à la comparaison inter-linguistique des domaines sources, le chapitre 8 propose une présentation détaillée.

7.3.2 Modèle A

Dépendant de l'effet 1, les domaines qui se classent « F1 » se définissent comme des domaines plus féminisés (graphiques ci-dessous en rouge). En revanche, si l'effet 1 penche vers « H1 », ce domaine est considéré comme plus masculinisé (graphiques ci-dessous en bleu).

(1) Domaines plus féminisés :

Les domaines sources ayant recours au Modèle A sont identiques dans les deux langues : les domaines PLANTES et NATURE. Illustrons les graphiques de ces domaines. Ils partagent les mêmes tendances malgré des fréquences différentes.

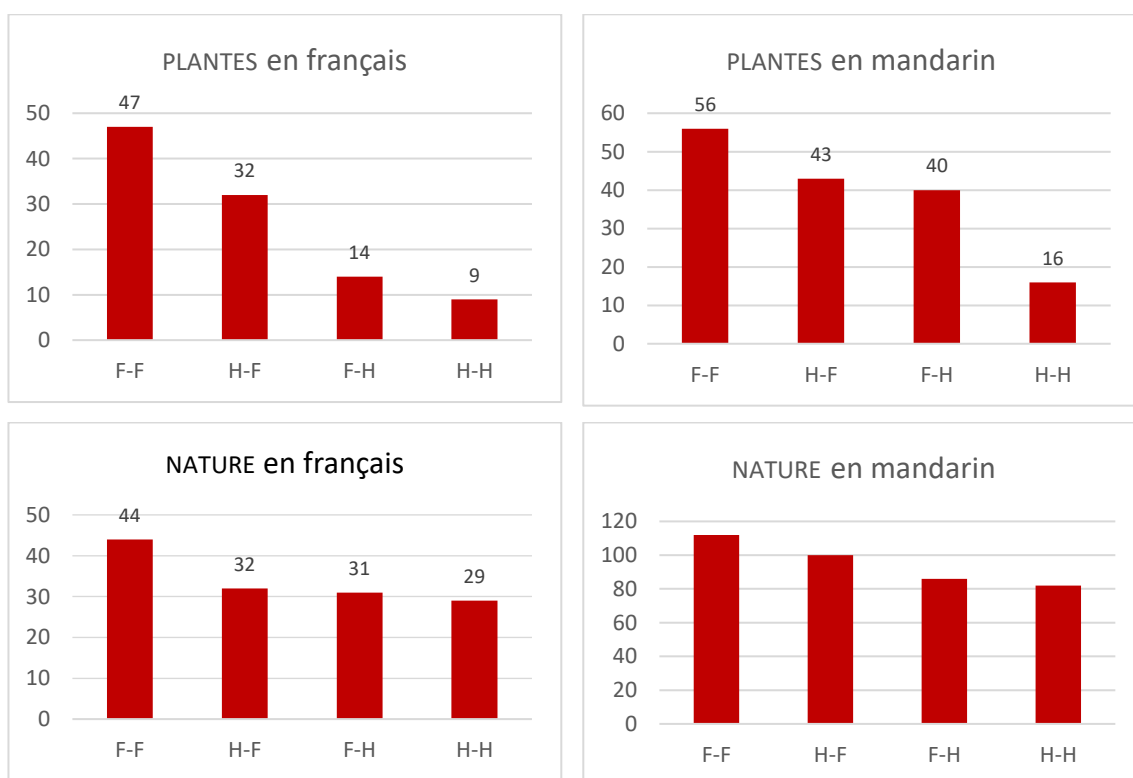


Figure 22. Modèle A : Domaines plus féminisés

Ces domaines partagent ces points :

- Les femmes sont comparées plus fréquemment à ces domaines (F1).
- Les femmes utilisent également plus souvent ces domaines que les hommes pour décrire les hommes (F2).

- Les femmes elles-mêmes se comparent à ces sujets plus souvent que ne le font les hommes (F3).

(2) Domaines plus masculinisés :

Les locuteurs français et taïwanais ne sont pas d'accord sur les domaines les plus masculinisés. En français, il y a seulement le domaine NOURRITURE qui correspond à cette catégorie, tandis qu'en mandarin, il en existe trois : ANIMAUX, HUMAINS, SURNATUREL. Voici leurs illustrations graphiques :

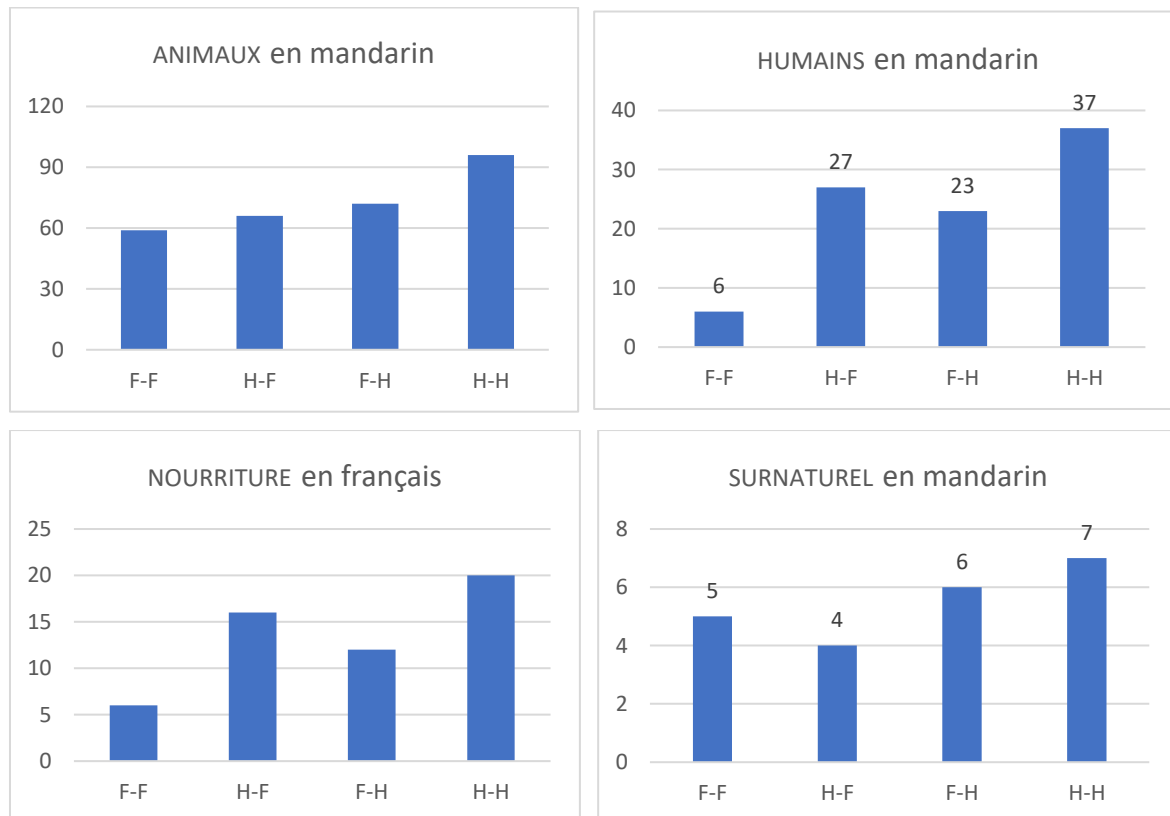


Figure 23. Modèle A : Domaines plus masculinisés

La différence entre le domaine ANIMAUX en mandarin et les trois autres est que l'effet de H1 (effets d'être décrit : les deux sexes mobilisent plus le domaine ANIMAUX pour décrire les hommes, $H-H+F-H > H-F+F-F$) apparaît plus important que H2 (effets de descripteur : les hommes utilisent plus le domaine ANIMAUX pour décrire les deux sexes, $H-H+H-F > F-H+F-F$) pour le domaine ANIMAUX en mandarin, tandis que pour le reste, H2 est plus saillant que H1. Pour cela, ces deux figures forment deux structures graphiques.

Contrairement au script féminin, ces deux représentations partagent ces points communs :

- Les hommes sont comparés plus fréquemment à ces domaines par les deux sexes (H1).
- Les hommes utilisent plus ceux-ci que les femmes pour décrire les femmes (H2).

- Les hommes eux-mêmes se comparent plus souvent à ces sujets que ne le font les femmes (H3).

Généralisation du Modèle A :

Les locuteurs et locutrices s'accordent à dire qu'un sexe particulier peut être lié plus fréquemment à certains domaines sources. Si les femmes sont plus fréquemment associées à un domaine, on dit que ce domaine est plus féminisé, et vice versa (F1/H1). Quand un domaine est plus genré par un sexe, les locuteurs ou locutrices du sexe concerné se comparent plus souvent eux-mêmes ou elles-mêmes à ce domaine (F3/H3). En même temps, ces locuteurs ou locutrices décrivent également plus fréquemment les deux autres sexes en utilisant le même domaine source, selon l'effet de descripteur (F2/H2).

7.3.3 Modèle B

Deux sous-catégories ressortent : (1) les domaines que les locuteurs appliquent plus à leur propre sexe : B1 et (2) les domaines qu'ils appliquent plus à l'autre sexe : B2.

B1 : Domaine appliqué à son propre sexe

Cette première sous-catégorie concerne un domaine source plus féminisé en mandarin : NOURRITURE.

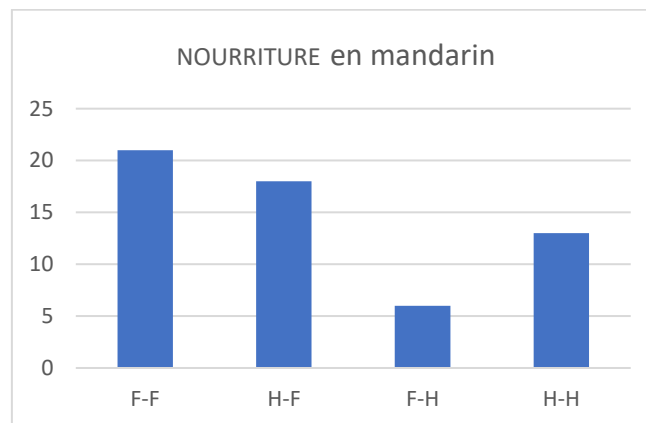


Figure 24. Modèle B : Domaine appliqué à son propre sexe

Ce groupe est caractérisé par F1, H2 et F3 :

- (1) Les femmes sont comparées plus fréquemment à ces domaines (F1),
- (2) Les femmes elles-mêmes se comparent à ces sujets plus souvent que ne le font les hommes (F3).
- (3) Cependant, ce sont les hommes qui mobilisent plus souvent ces domaines pour décrire les hommes (H2).

La question suivante se pose : pourquoi les locuteurs ou locutrices concernés mobilisent-ils moins les mêmes domaines sources pour se décrire eux-mêmes (elles-mêmes) ?

Selon ces mêmes locutrices, le domaine impliqué correspond mieux à leurs caractéristiques traditionnellement genrées (féminisées) et est plus difficile à appliquer aux autres.

Prenons le domaine NOURRITURE en mandarin pour expliquer cela. Conventionnellement, ce sont les femmes qui possèdent les caractéristiques *sucrées* et qui ont une *date d'expiration*, représentant leur beauté et leur jeunesse limitée dans le temps. Pour les locutrices taïwanaises, faire une paire genrée pour les hommes comprenant des attributs de la nourriture est moins approprié.

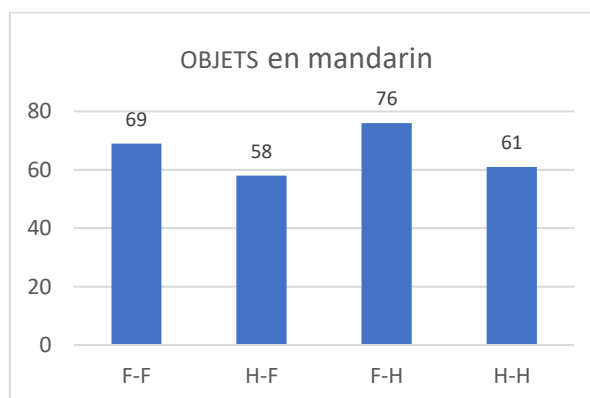
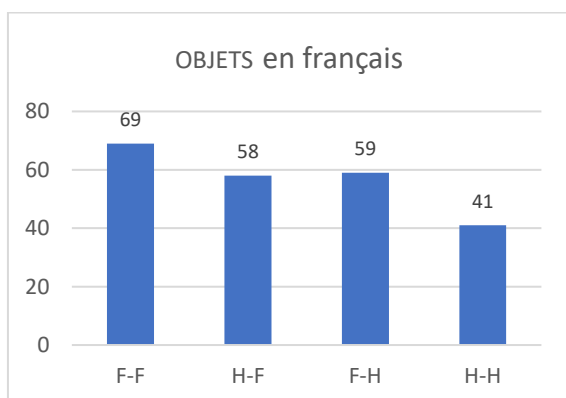
B2 : Domaines appliqué à l'autre sexe

Ces domaines se caractérisent par « H1, F2, Ø » ou « F1, H2, Ø ». Autrement dit, les locuteurs ou locutrices du sexe opposé utilisent plus un domaine pour décrire le sexe concerné. Nous observons deux attributs par rapport à ces domaines : (1) des métaphores non conventionnelles dispersées et (2) de basse fréquence (moins de 5%).

Il s'agit du domaine OBJETS, en français et en mandarin, du domaine CORPS uniquement en mandarin et du domaine SURNATUREL uniquement en français.

Domaines masculinisés (H1, F2, Ø)

Malgré la différence de fréquence, le domaine OBJETS dans les deux langues présente des représentations similaires. Les hommes sont décrits plus souvent à l'aide des métaphores liées aux objets, mais ce sont les femmes qui ont plus fréquemment recours à ces métaphores. En voici les illustrations :



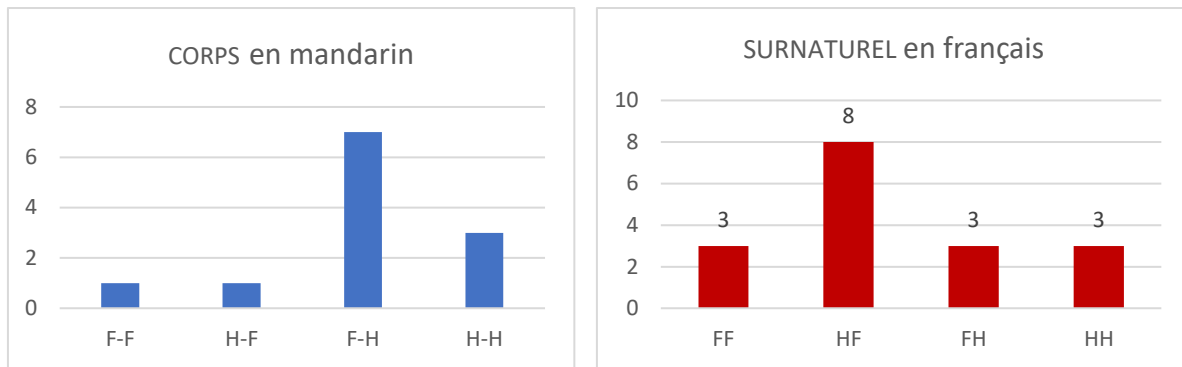


Figure 25. Modèle B : Domaines appliqués à l'autre sexe

Pour le domaine CORPS en mandarin, il partage les mêmes effets d'être décrit (H1) et l'effet descripteur (F2). D'un autre côté, le domaine SURNATUREL en français est plus féminisé avec les effets inverses : (F1, H2, \emptyset).

Quant à ce modèle B2, ce sont les locuteurs ou locutrices d'un sexe qui considèrent qu'il est plus pertinent pour l'autre sexe. Quand le domaine est plus féminisé, c'est H-F qui prend le pas sur F-F, et vice versa.

Généralisation du Modèle B

Les domaines sont considérés comme plus masculinisés ou féminisés selon les deux sexes comme pour le premier modèle.

B1. Domaines particulièrement utilisés pour décrire son propre sexe

Quand un domaine est plus genré, les locuteurs ou locutrices du sexe concerné se comparent plus souvent eux-mêmes ou elles-mêmes à ce domaine. Cependant, ces locuteurs ou locutrices l'utilisent moins pour décrire l'autre sexe.

B2. Domaines particulièrement utilisés pour décrire l'autre sexe

Quand un domaine est plus genré, les locuteurs ou locutrices de l'autre sexe utilisent plus ce domaine pour décrire le sexe concerné, tandis que ces même locuteurs ou locutrices ne se considèrent pas (ou moins) comme ayant ces attributs correspondants.

Deux explications sont proposées pour ces résultats :

(1) Stéréotypes appliqués particulièrement à un sexe

Plus précisément, ce sont des caractéristiques genrées empruntées à certains domaines, c'est-à-dire que certains types sont exclusivement ou presque exclusivement utilisés par des locuteurs d'un sexe particulier pour décrire l'un ou l'autre sexe. Par exemple, le domaine NOURRITURE (le modèle B1) en mandarin est un domaine plus féminisé (F1) et les locutrices

le projettent peu sur les hommes. Cela implique qu'elles intériorisent ce qu'elles doivent être selon la culture (sucrée, fraîche, etc.). De plus, elles ne considèrent pas que ce sont des attributs que les hommes doivent avoir.

En revanche, dans le domaine SURNATUREL (le modèle B2) en français, les expressions conventionnelles concernent surtout les figures féminines (belle, douce, etc.). Cela provient traditionnellement du point de vue masculin. Pourtant, les locutrices françaises n'ont pas intériorisé ces caractéristiques en faisant un lien avec des figures surnaturelles. De ce fait, ce sont les locuteurs et non les locutrices qui ont plus souvent recours à ce domaine.

(2) Non-conventionnalité

Concernant le domaine OBJETS, qui montre des tendances similaires dans les deux langues, les types sont globalement inconventionnels : chaque locuteur donne des métaphores innovantes et différentes. Cela implique qu'il y a peu de consensus collectif pour comparer un sexe particulier à un domaine particulier comme lorsqu'on compare les femmes aux fleurs. Par conséquent, l'effet d'être décrit (H1) et l'effet d'interaction (H3) ne sont pas pertinents car, comme nous l'avons montré dans le modèle A, si un domaine source est conventionnellement mobilisé pour décrire un sexe en particulier, alors le sexe concerné contribue plus aux métaphores qui désignent son propre sexe.

Autres observations

Nous avons réexaminé les domaines sources selon les quatre différents points de vue d'après le sexe des descripteurs et le sexe de la personne décrite et nous avons observé des modèles similaires parmi différentes sphères.

Néanmoins, cette catégorisation conforme aux domaines sources ne permet pas de remarquer les détails de types et de caractéristiques, ce qui pourrait donc cacher d'autres phénomènes.

1. Des types aberrants : HUMAINS en français

Le domaine HUMAINS en français, à première vue, n'arrive pas à se conformer aux modèles que nous avons proposés. Il montre l'effet de H2 car les hommes utilisent plus souvent ce domaine alors que d'autres effets ne ressortent pas clairement. Voici l'illustration graphique :

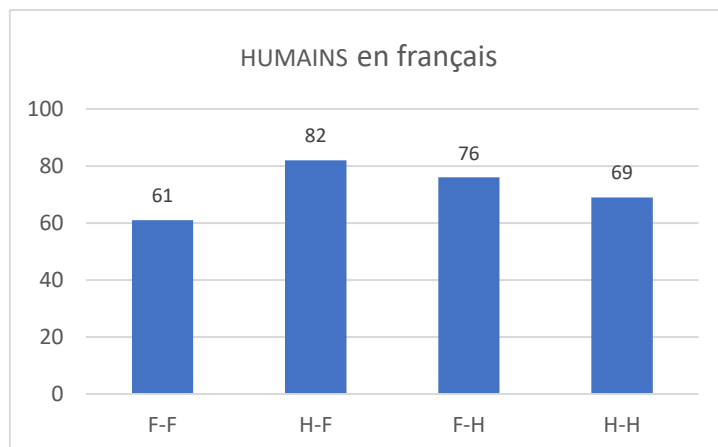


Figure 26. Le domaine HUMAINS en français

En se penchant sur les types qui composent ce domaine, nous remarquons que si un des types est retiré, ce domaine se conformera à un des modèles suggérés. Ce type est *enfant* qui contribue considérablement au point de vue des femmes pour désigner les hommes, augmentant de ce fait la représentation de « F-H ». Après avoir retiré « enfant », ce domaine s'accorde au modèle B2. Il se caractérise par F1 et H2 : (1) Les femmes sont plus souvent comparées aux humains et (2) les hommes emploient plus fréquemment ce domaine pour décrire les deux sexes.

Bien que les hommes soient traditionnellement plus « représentatifs » en tant qu'êtres humains, l'association des femmes au rôle de mère ainsi que des personnages luttant contre l'inégalité des sexes mène à une plus haute fréquence des MF ayant recours au domaine HUMAINS.

2. Un domaine mais deux intentions hétérogènes : ANIMAUX en français

Le modèle à appliquer pour la rubrique animale en français paraît obscur à première lecture. Quand nous examinons davantage les types et les caractéristiques formant ce domaine, nous remarquons que les métaphores liées aux animaux sont utilisées de façon particulière par chacun des deux sexes. Voici l'illustration :

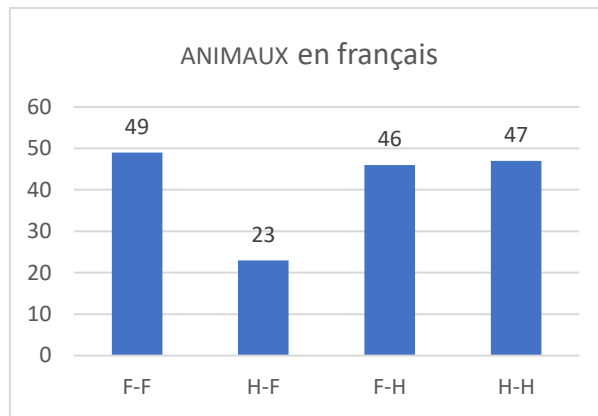


Figure 27. Le domaine ANIMAUX en français (1)

Selon les locutrices françaises, les métaphores animales de F-F concernent généralement les caractéristiques *protectrice* et *forte* en ayant recours aux animaux forts comme les *lionnes* et les *louves*. Celles de F-H se rapportent aux animaux de grande taille soulignant des aspects *forts mais vulnérables* ou de *recherche du pouvoir*. Cela mène à un accroissement du nombre des F-F et F-H mais les motivations adressées aux sexes différents ne sont pas liées.

Quant aux hommes, les caractéristiques chez H-H montrent majoritairement les aspects primaires des animaux comme *brutal* et *sexuel*. Selon ces locuteurs, ces attributs sont traditionnellement masculins et il y a peu d'attributs qui peuvent s'adresser aux femmes pour former une paire sémantique. Cela se manifeste également par les métaphores d'un point de vue de H-F, qui sont peu conventionnelles et peu répétitives. Pour cela, la quantité de H-F est beaucoup moins importante.

Étant donné ce contexte, les motivations d'évocation de F-F ne suivent pas les motivations conventionnelles, par exemple : celles qui sont péjoratives et mettent principalement l'accent sur la sexualité, le danger, l'apparence et le bavardage des femmes (voir chapitre 3.1.1). Si nous retirons les caractéristiques portant les connotations positives comme *forte* et *protectrice* de F-F (couleur rouge dans la figure ci-dessous) et conservons seulement celles négatives, le nombre d'occurrences d'utilisation de F-F est moindre parmi les quatre perspectives, et le domaine ANIMAUX se conforme au modèle A (plus masculinisé), comme le montre le graphique ci-dessous :

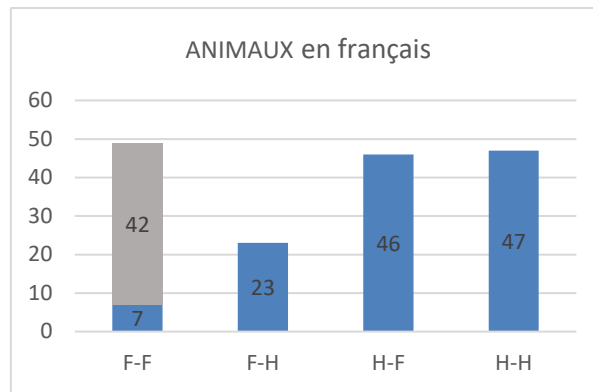


Figure 28. Le domaine ANIMAUX en français (2)

En d'autres termes, les explications liées à l'utilisation des animaux de la perspective F-F sont en majorité positive (42 contre 7). Cela implique une réappropriation sémantique (Makoni, 2015 ; Wong, 2005) où les femmes réinterprètent positivement des métaphores du domaine ANIMAUX qui leur est traditionnellement associé de manière péjorative.

Pour récapituler, selon les trois effets (l'effet d'être décrit, l'effet de descripteur et l'effet d'interaction) ainsi que les schémas donnés selon les quatre perspectives par les deux sexes (F-F, F-H, H-F, H-H), nous obtenons deux modèles.

Le modèle A comprend « F1, F2 et F3 » ou « H1, H2 et H3 ». Cela signifie que les sujets parlants des deux sexes s'accordent avec l'association entre un certain domaine et un sexe particulier, et les locuteurs ou les locutrices du sexe concerné utilisent davantage ce domaine pour décrire son propre sexe et le sexe opposé que ne le font leurs homologues.

Ce sont globalement des domaines où il y a des types conventionnels, comme les domaines PLANTES où, dans les deux cultures, les femmes sont régulièrement comparées aux fleurs : belles, fragiles et devant être protégées, alors que les hommes sont comparés aux arbres : grands, rigides et étant protecteurs.

Nous définissons les domaines sources qui se caractérisent par le **Modèle A** comme **des domaines genrés faisant consensus**.

En revanche, il y a moins de consensus concernant le **Modèle B**. Nous obtenons des domaines particulièrement utilisés par les locuteurs ou les locutrices **pour décrire leur propre sexe** ou des domaines particulièrement **utilisés pour décrire l'autre sexe**. Cela signifie que les locuteurs et les locutrices ne comparent pas les deux sexes à l'aide de deux noms provenant du même domaine.

Nous définissons les domaines sources qui se caractérisent par le **Modèle B** comme **des domaines genrés ne faisant pas consensus**.

Nous proposerons une théorie dans la partie suivante : la Théorie du script du genre linguistique afin d'interpréter ces effets et ces deux modèles.

7.4 Script du genre linguistique

Après la présentation de regroupement des domaines sources d'après les points de vue des deux sexes, nous proposons une théorie : **le script du genre linguistique**. Cette théorie réunit la linguistique cognitive et la sociologie concernant la construction sociale du genre et la théorie dramaturgique. L'objectif est d'expliquer comment les expressions conventionnelles, concernant les deux sexes, dans une langue, s'associent à la conceptualisation des femmes et des hommes du point de vue des locuteurs et des locutrices de cette culture.

Le concept de genre, incontestablement, se réfère aux différences sociales entre femmes et hommes (Aydt & Corsaro, 2003 ; Eckert, 1989 ; Fiske & Stevens, 1993 ; Harlow & Hearn, 1995 ; Mikkola, 2017), qui sont considérées comme deux rôles joués par deux groupes d'acteurs et d'actrices. De nombreuses recherches dans divers domaines montrent ces différences dans leurs apparences, leurs comportements (Bereni et al., 2012 ; Costa, Terracciano, & McCrae, 2001 ; Feingold, 1994 ; Schmitt et al., 2008) et leurs utilisations du langage (Cameron, 1998 ; Coates, 2015 ; Eckert & McConnell-Ginet, 1992, 2013 ; Holmes & Meyerhoff, 2008 ; Lakoff, 1973 ; Tannen, 1990, 1994).

Cette approche sociolinguistique est liée aux études ethnométhodologiques qui considèrent le genre comme une performance (Garfinkel, 1967 ; Kessler & McKenna, 1985). Un des théoriciens les plus importants de cette tradition est Erving Goffman (1959, 1979), qui montre comment nous apprenons à devenir des humains sociaux grâce aux interactions avec les autres. Selon Goffman (1979 : 1), « si le genre est défini comme des corrélats de sexe culturellement établis la démonstration du genre fait référence aux représentations conventionnelles de ces corrélats »¹⁵⁸.

Judith Butler (1990, 1993, 2004) aborde également le concept de performativité (*performativity*) du genre, précisant qu'un individu devient soit un homme soit une femme par les actions répétées dans la vie quotidienne. Ces actions et façons d'agir dépendent des normes sociales qui sont spécifiques selon chaque culture. Cette auteure décrit davantage les notions du genre et du sexe comme un produit de la construction sociale (Butler, 1990). Par ailleurs, le fait que les termes *femmes* et *hommes* se réfèrent à l'identité commune est

¹⁵⁸ Goffman (1979 : 1) : « If gender is to be defined as the culturally established correlates of sex, then gender display refers to conventionalized portrayals of these correlates. »

également problématique, car de nombreuses personnes ne peuvent être englobées dans ces deux catégories trop réductrices.

Ayant une conscience des théories variées de la performance du genre, nous adoptons celle de Goffman (1959, 1979) pour la complexité du développement d'une perspective dramaturgique que nous allons appliquer. En outre, comme nos questionnaires sont fondés sur la présupposition de l'existence des deux catégories *femmes* et *hommes*, le départ de Goffman nous semble plus favorable.

Dans son ouvrage *La Mise en scène de la vie quotidienne* (1959), l'auteur utilise l'imagerie du théâtre afin de comprendre l'association interactive d'une personne dans la société ainsi que la représentation de ses activités perçues par les autres. Dans la vie sociale, le rôle en tant que femme est représentatif parmi les acteurs : elles doivent comprendre constamment les autres et sans cesse construire leur propre rôle.

Cette théorie dramaturgique possède elle-même une nature métaphorique où les individus se comparent aux acteurs et actrices et où la vie se compare à une scène. Chaque acteur ou actrice essaie de jouer correctement son rôle et de répondre aux attentes de son public.

Cependant, la notion de « script » reste toujours métaphorique, signifiant la production des comportements dans la vie sociale pour les deux sexes. Pourtant, le rôle de l'utilisation de la langue dans cette représentation dramaturgique n'a pas reçu assez d'attention.

Dans cette étude, nous proposons que les métaphores conventionnelles servent de « scripts écrits » (*written scripts*), donnant les instructions aux acteurs et aux actrices en les guidant sur la façon de jouer convenablement leurs rôles.

Voici les réinterprétations des éléments dans cette étude grâce à la théorie dramaturgique.

1. Locuteurs et locutrices

Les locuteurs et locutrices interrogés sont considérés comme des acteurs et des actrices qui jouent respectivement les rôles d'hommes et de femmes en représentation. La question « Comment ceux-ci et celles-ci se décrivent-ils/elles eux-mêmes et elles-mêmes au travers de métaphores ? » s'interprète par « Comment ils et elles doivent-ils et doivent-elles jouer leurs rôles à l'aide d'autres images ? »

Selon l'approche dramaturgique du genre (Goffman, 1959, 1977, 1979) et des sexes (Gagnon, 1990 ; Gagnon & Simon, 1973 ; Simon & Gagnon, 1986, 1987), les scripts sont construits culturellement, et chaque acteur et actrice a besoin d'apprendre des savoir-faire, des normes, et des tabous. Dans la mise en scène de la vie quotidienne, nous sommes tous des acteurs et

actrices essayant de donner une bonne performance de la féminité ou de la masculinité. Nous savons ce que sont les scripts selon des contextes, nous savons comment jouer le rôle d'une femme ou d'un homme, mais nous pourrions chacun jouer ce rôle un peu différemment.

Les données du questionnaire en mandarin soutiennent notamment que les femmes sont représentatives comme actrices. Voici quelques exemples :

- (1) 萬花筒 « kaléidoscopes » : 必須反射(映)／變相滿足／被迫消費，演出男性渴求的形象 « elles doivent refléter/ satisfaire involontairement/être forcées à être consommées, jouer avec les images dont les hommes ont envie »
- (2) 水 « eau » : 清晰可見，演什麼像什麼，多重角色 « claires, interprètent bien leurs rôles comme elles en jouent plusieurs »

Dans l'exemple (1), les femmes sont représentées comme étant forcées à jouer les images et les rôles que les hommes désirent, exprimant explicitement que ce sont les hommes qui définissent les normes et les attentes dans la société. L'exemple (2) précise que les femmes jouent plusieurs rôles à la fois, et qu'elles doivent s'adapter à toutes sortes de scène comme l'eau change sa forme selon son environnement.

En outre, la notion de script et les termes théâtraux sont également évoqués de manière explicite pour représenter les rôles et les comportements de nos actrices, les femmes :

- (3) 導演 « réalisateurs » : 很會做計畫，把小孩、自己、感情的劇本都想好 « savent bien planifier, prévoir les scripts de la relation amoureuse elle-même et ceux des enfants »
- (4) 舞台表演者 « comédiens » : 上台要化妝，沒化妝是出不了門的 « elles ont besoin de se maquiller pour pouvoir être sur scène. Elles ne peuvent pas sortir sans maquillage »

Dans l'exemple (3), une locutrice compare les femmes aux réalisateurs, qui écrivent en avance les scripts qui leurs sont destinés ainsi que ceux destinés aux enfants. Cela implique qu'elles connaissent mieux (doivent mieux connaître) comment offrir à leur public une image appropriée.

Dans les coulisses, les acteurs peuvent contredire l'impression donnée lors de la représentation (Goffman, 1959), mais face à leur public les *actrices* doivent se maquiller, selon l'explication de l'exemple (4). Cette utilisation clarifie les contraintes. En tant qu'actrices : elles doivent se faire belles, autrement il n'est pas approprié de monter sur scène

(de sortir de la maison). Cette actualisation fait écho aux métaphores qui ont recours aux domaines variés qui soulignent la beauté des femmes dans les deux cultures.

2. Types et caractéristiques

Les types utilisés pour décrire les deux sexes sont vus comme des rôles joués par des acteurs et des actrices. Ces rôles, selon la conceptualisation des locuteurs, ont tendance à être sélectionnés dans le même domaine source alors qu'ils peuvent certainement appartenir à des sphères différentes. En même temps, les caractéristiques soulignées à l'aide de métaphores sont considérées comme des traits de caractères que les acteurs et les actrices doivent interpréter.

Par exemple, une scène présente une femme qui joue le rôle *fleurs*, belle mais qui fane rapidement, tandis qu'un homme effectue le rôle *arbre*, grand et droit, devant protéger son entourage et être responsable. Une autre scène présente une abeille jouée par un homme qui tourne autour des fleurs, jouées par des femmes, représentant la relation amoureuse des deux sexes.

Ces scènes se réalisent, soit par le recours au même domaine source (PLANTES), soit par le recours à différents domaines (ANIMAUX et PLANTES). Les locuteurs présentent un script où les femmes et les hommes sont associés étroitement en tant que binôme et exécutent leurs rôles conjointement.

3. Fréquence

Plus la fréquence d'une métaphore est haute, plus cela constitue une scène reconnue collectivement. Par exemple, parmi 240 locuteurs taiwanais, 90 ont recours à *shui* « eau » pour décrire les femmes, soit 38%. Cela veut dire que l'*eau* est considérée comme ayant un rôle pertinent pour les femmes dont le caractère est *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple ». En même temps, il existe également une dialectique entre les rôles et le choix des acteurs. Ces nouveaux rôles sont dits non-conventionnels, comme l'évocation un *citron* pour les femmes (elles savent être douces et piquer à la fois), et un *caramel* comparé aux hommes (c'est bon mais c'est collant). Ces types sont caractérisés par leurs basses fréquences et représentent des visions d'un niveau relativement individuel.

Nous présentons ensuite la théorie de script du genre linguistique basée sur les résultats de l'analyse des métaphores.

Modèle A : Un script faisant consensus

Les domaines sources qui se conforment aux trois effets (1) effet d'être décrit, (2) effet de descripteur et (3) effet d'interaction comme « F1, F2, F3 » ou « H1, H2, H3 » sont définis comme appartenant au Modèle A qui illustrent les schémas ci-dessous. Cette figuration est une abstraction générale dont l'abscisse représente le nombre de métaphores, comme nous l'avons montré dans la partie précédente.

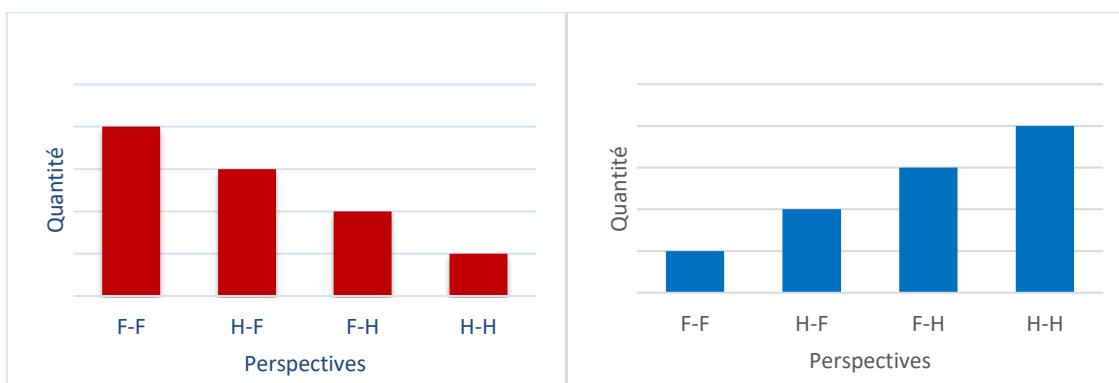


Figure 29. Modèle du script du genre linguistique

Ces figures présentent ce que nous avons appelé dans la section précédente, **des domaines genrés faisant consensus**, considérés comme des scripts genrés joués à deux.

Le graphique de gauche représente un domaine plus féminisé, tandis que celui de droite dessine un domaine plus masculinisé.

En outre, nous avons remarqué que les domaines démontrant ce schéma prototypique comportent des métaphores ou des caractéristiques de haute fréquence à l'exemple des domaines PLANTES et NATURE dans les deux langues. Le domaine PLANTES contient les *fleurs* qui est le type le plus important en français et le deuxième plus important en mandarin. De plus, le domaine NATURE en mandarin, contenant un type important, *shui* « eau », révèle également ce schéma. Un autre exemple montre que, même si les types dans le domaine NATURE sont plus dispersés, les caractéristiques concernant *rou* « doux, tendre, faible, mou, flexible, souple » sont globalement homogènes, ce qui amène également à ce schéma.

Interprétons maintenant les trois effets : (1) Effet d'être décrit, (2) Effet de descripteur et (3) Effet d'interaction

(1) Effet d'être décrit : F1 ($F-F+H-F > F-H+H-H$) et **H1** ($H-H+F-H > F-F+H-F$)

On utilise plus souvent certains domaines sources pour décrire un sexe concerné. Si ce sont les femmes qui reçoivent plus de métaphores du domaine PLANTES, nous disons que ce domaine est plus féminisé (F1), et vice versa (H1).

La langue et la pensée

Depuis la proposition de l'hypothèse de Sapir-Whorf (Sapir, 1949, 1985 ; Slobin, 2003 ; Whorf, 1956 ; Wolff & Holmes, 2011), qui explore la relation entre la langue et la pensée, de nombreuses études ont été effectuées sur des domaines différents tels que les couleurs (Biggam, 2012 ; Franklin, Pilling & Davies, 2005 ; Özgen, 1998, 2002 ; Regier & Kay, 2009 ; Roberson, 2005), les émotions (Gibbs et al., 1997 ; Kövecses, 2005, 2010a ; Lakoff & Johnson, 1980 ; Lakoff & Kövecses, 1987 ; Perlovsky, 2009 ; Yu, 1995, 1998, 2008), le temps et l'espace (Boroditsky, 2001 ; Casasanto, 2008 ; Hendricks & Boroditsky, 2017 ; Levinson, 2003 ; Pérez & Tavits, 2017 ; Radden, 2003), afin de découvrir l'association entre catégorisation linguistique et représentation mentale (Rosch, 1978 ; Slobin, 1996). Ces recherches ont révélé que le langage peut effectivement avoir un effet, parfois faible mais non négligeable, sur la perception des êtres humains.

Dans notre étude, nous avons découvert des métaphores conventionnelles à l'aide des dictionnaires : ces métaphores sont considérées comme le reflet de la langue et de la culture pour le pays concerné. Ces expressions métaphoriques ont encodé précédemment la relation entre les humains et d'autres domaines, soit des êtres vivants, soit des objets naturels ou artificiels.

La langue maternelle ainsi que les pratiques sociales jouent un rôle important dans la formation de la pensée habituelle. C'est pourquoi les locuteurs se concentrent sur certaines caractéristiques telles que les plantes et les animaux.

Dans le questionnaire, les métaphores reproduites fréquemment font très souvent référence aux expressions existantes. Plus précisément, des métaphores plus féminisées ou plus masculinisées, correspondent aux expressions qui s'adressent aux sexes concernés.

(2) **Effet de descripteur** : F2 (**F-F+F-H**>**H-H+H-F**) et H2 (**H-H+H-F** > **F-F+F-H**)

Cet effet décrit un sexe qui utilise plus souvent certains domaines pour décrire les deux sexes. Par exemple, les femmes utilisent plus souvent le domaine PLANTES pour décrire à la fois les hommes et les femmes (F2).

Cet effet vient d'une projection des locuteurs qui ont tendance à choisir un nom pour désigner l'autre sexe provenant du même domaine que les noms utilisés pour se décrire eux-mêmes (e.g. *fleur* pour MF et *arbre* pour HM ; *lionne* pour MF et *lion* pour MH).

Puisqu'il y a similarité sémantique entre les *femmes* et les *hommes* : ils sont constamment perçus en paire dans la même catégorie « êtres humains ». Cela motive les locuteurs à

également sélectionner deux types dont les significations sont liées. Cela implique qu'ils les choisissent régulièrement dans le même domaine source.

Selon notre théorie dramaturgique, quand un homme taïwanais (qui est l'acteur principal de sa vie), se donne le rôle d'un *lion* par exemple, il envisage le rôle pertinent qui doit être joué par ses collègues actrices : les femmes. Il leur attribue ensuite un rôle idéal selon son imagination, tel qu'un *lapin*, un *mouton* ou un *cerf*, car une scène des rôles genrés se compose d'un homme actif et dominant et d'une femme passive et soumise dans une relation amoureuse.

D'autres paires existent : par exemple, *montagne-rivière*, *feu-eau*, *soleil-lune* en mandarin. Cela entraîne une extension du point de vue de cet acteur, ce qui donne une tendance à sélectionner un nom pour décrire ses homologues dans le même domaine qu'il occupe lui-même.

(3) Effet d'interaction : F3 (**F-F** > **H-F**) et H3 (**H-H** > **F-H**)

Cet effet est basé sur le premier (F1/H1) selon lequel on mobilise certaines sphères pour définir un sexe concerné. De plus, le sexe concerné utilise encore plus souvent ces expressions pour se décrire.

Quand nous jouons, il faut connaître nos répliques par cœur. C'est pourquoi, lorsque l'on demande aux rôles principaux de parler d'eux-mêmes, ils donnent plus de détails sur leur personnage que sur les personnages secondaires. Par exemple, si c'est un script plus féminisé (F1), les femmes jouent le rôle principal. Les deux sexes savent qu'elles jouent le rôle de l'*eau* mais ce sont elles qui illustrent ces caractères. Elles sont donc plus conscientes de ce rôle et de ses attributs. Cette connaissance est représentée par leur fréquence d'autodescription dans les métaphores.

Ces lignes de script sont désormais littérales : les locuteurs jouent un rôle de femmes ou d'homme. Ils connaissent les métaphores devant s'appliquer à tel rôle dans leur propre culture. De plus, comme l'acteur concerné doit apprendre ses répliques par cœur et interpréter son personnage, il ou elle reproduit encore plus ces métaphores pour se désigner lui-même ou elle-même. Enfin, quand on demande aux locuteurs et aux locutrices de donner deux métaphores qui représentent les rôles des hommes et des femmes, ils ont tendance à choisir deux types dont les sens sont liés dans le même domaine source. Ces deux types forment alors une paire sémantique.

Modèle B : Un script ne faisant pas consensus

Concernant le deuxième modèle du script du genre linguistique, des domaines genrés ne faisant pas consensus pourraient être interprétés comme un script genré monodrame où les acteurs ou les actrices jouent leur rôle seul(e)s. La première sous-catégorie, les **domaines plus appliqués à son propre sexe**, interprétés comme **un script pour soi**, se distingue de la deuxième sous-catégorie, les **domaines plus appliqués à l'autre sexe**, qui sont interprétés comme **un script pour l'autre**, par le niveau d'intériorisation des scripts des acteurs.

B1 : Script pour soi

Quand il existe des métaphores conventionnelles désignant un sexe, et que les locuteurs du sexe concerné ont intériorisé leurs rôles, ces scripts seront principalement utilisés par ces acteurs ou actrices pour s'auto-décrire. Par exemple, les Taïwanaises jouent le rôle de NOURRITURE et elles doivent interpréter les caractéristiques jeunes, fraîches, belles et charnues. Comme il n'y a pas de *personnages* conventionnels alimentaires s'adressant à leurs homologues masculins et que les actrices principales connaissent le mieux cette scène de NOURRITURE, elles produisent donc le pourcentage de métaphores le plus faible lorsqu'elles décrivent les hommes en tant que nourriture. Dans ce cas, les actrices taïwanaises ont bien intériorisé leurs rôles et caractères en faisant une représentation de l'auto-description de leurs rôles.

B2 : Script pour l'autre

Cependant, même si certains domaines sont également plus féminisés à l'instar du domaine SURNATUREL en français, l'évocation de ces métaphores viennent notamment de l'autre sexe. Les personnages surnaturels reflètent principalement la peur et le désir masculin (Blazina, 1997 ; Lederer, 1970), mais ces caractéristiques ne sont pas intériorisées par les femmes. Cela veut dire que, même s'il existe des scripts destinés aux acteurs et notamment aux actrices dans une culture, ces personnages ne sont pas (ou plus) pertinents au fil du temps et sont rejetés par les acteurs concernés.

7.5 L'âge comme une variable sociale

Comme le montrent de nombreuses études sociolinguistiques, l'utilisation du langage varie selon le sexe, l'âge, la classe sociale, la région, le niveau d'éducation, l'appartenance ethnique, et ainsi de suite (Chambers, 1995 ; Eckert, 2000 ; Guy, 1988 ; Labov, 1990 ; Mesthrie, 2011 ; Saillard, 2000 ; Wardhaugh, 2011 ; Wodak & Gertraud, 2017). Étant donné que les métaphores sont un phénomène langagier essentiel, elles peuvent se produire dans plusieurs

dimensions, notamment les dimensions sociales, régionales, ethniques, de style, sous-culturelles, diachroniques et individuelles (Kövecses, 2005 : 209).

Notre base de 240 locuteurs natifs du français et 240 locuteurs natifs du mandarin est uniformément divisée en fonction du sexe et de la tranche d'âge des différents participants. Dans les deux langues, nous appliquons quatre tranches d'âge : 20-29 ans, 30-39 ans, 40-49 ans, et 50-59 ans. Chaque tranche d'âge se compose de 30 femmes et de 30 hommes. Cette division nous permet d'examiner l'âge en tant que variable et de poser la question : l'utilisation des métaphores du genre varie-t-elle selon l'âge des locuteurs et des locutrices ?

Prendre l'âge comme variable peut tout d'abord avoir deux interprétations, comme Eckert (1997 : 151) le suggère :

« La stratification par l'âge comme l'une des variables linguistiques peut refléter un changement de la langue de la communauté à mesure qu'il évolue dans le temps (changement historique, *historical change*), et un changement de la langue d'un individu à mesure qu'il évolue dans sa vie. (échelonnement de l'âge, *age grading*) »¹⁵⁹.

Une troisième interprétation, qui est considérée comme la plus commune, est que le changement de la communauté et le changement individuel arrivent en même temps (Wagner, 2012 ; Wardhaugh, 2011).

La partie suivante propose quelques observations concernant l'utilisation différente des métaphores en prenant l'âge en compte.

1. Utilisation des domaines sources

Après avoir classé l'évocation des domaines sources selon les groupes d'âges des participants dans les deux langues, nous obtenons les figures ci-dessous :

¹⁵⁹ Eckert (1997 : 151) : « Age stratification of linguistic variables can reflect change in the speech of community as it moves through time (*historical change*), and change in the speech of the individual as he or she moves through life. (*age grading*). »

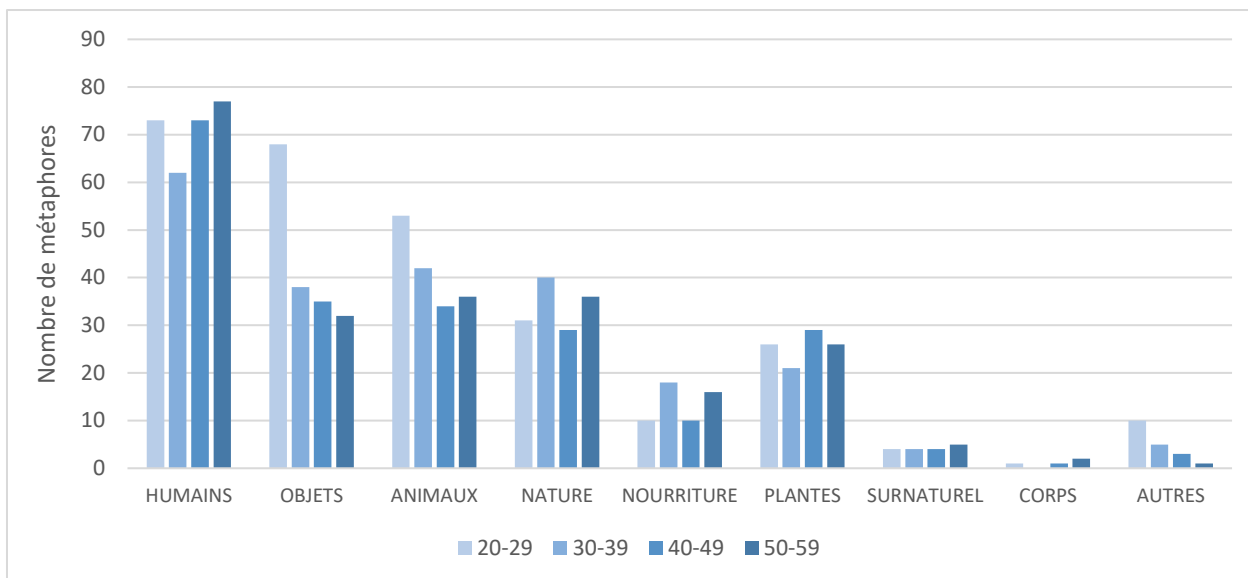


Figure 30. Domaines sources classés selon les tranches d'âges des participants en français

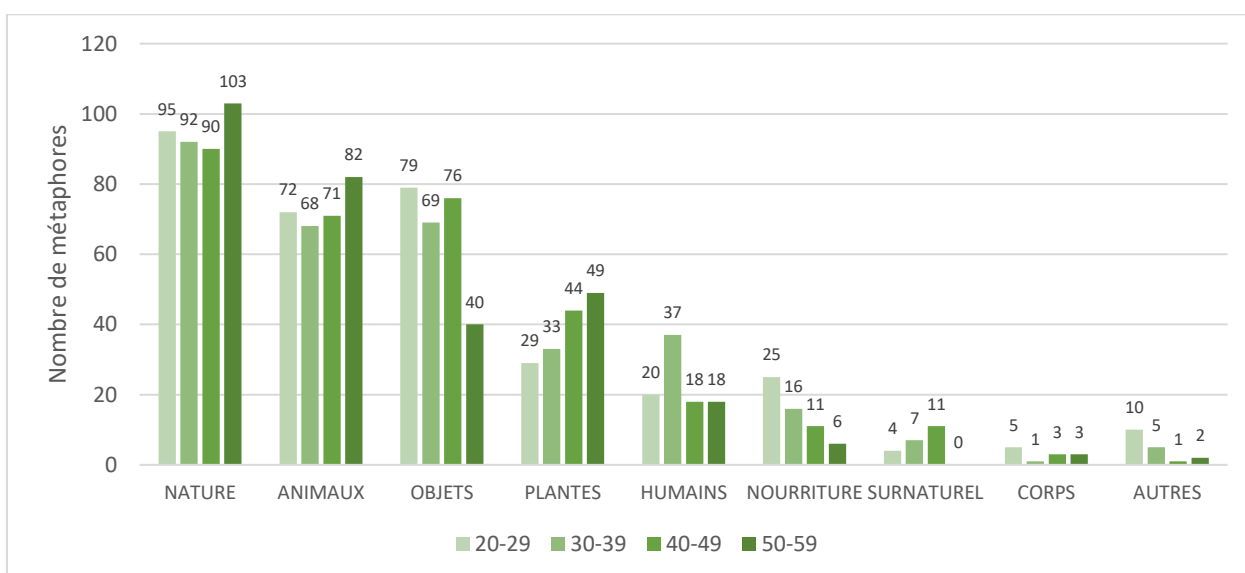


Figure 31. Domaines sources classés selon les tranches d'âges des participants en mandarin

Nous remarquons que certains domaines sources sont évoqués avec une fréquence croissante ou décroissante selon les tranches d'âges des locuteurs. Prenons quelques exemples.

En premier lieu, le nombre d'occurrences du domaine OBJETS en français et en mandarin a tendance à décroître à mesure que l'âge des locuteurs augmentent. Rappelons que les motivations pour évoquer les objets décrivant les humains concernent les nouvelles métaphores, (voir 5.1.2 et 6.1.4). Cette tendance peut s'expliquer par un changement historique ou (échelonnement de l'âge, *age grading*). Selon l'explication donnée par le changement historique, l'écart provient de la différence entre les générations : les personnes

plus jeunes ont tendance à utiliser des nouvelles métaphores (e.g. *TGV*, *bijou*, *peluche* en français ; *cloche*, *chaussures à talons hauts*, *vernis à ongles* en mandarin). Ceci peut être lié à leur créativité ou au fait que ces objets leur apparaissent plus saillants selon leur expérience.

Selon la deuxième explication, la différence provient d'un changement chez les individus à mesure qu'ils évoluent dans leur vie. Comme l'utilisation des objets est régulièrement associée aux fonctions et rôles sociaux, cela implique que la représentation sociale est plus importante lors de la vingtaine et décroît avec le temps.

Par ailleurs, le domaine NOURRITURE en mandarin est également un domaine dont la quantité d'utilisation diminue avec l'augmentation de l'âge des locuteurs. Comme nous l'avons vu dans les études précédentes et aussi dans nos données, ce domaine implique la métaphore LE SEXE EST MANGER (SEX IS EATING, Fernández, 2008 ; Hines, 2000 ; Kövesces, 2006 ; Makoni, 2015), cela peut donc être expliqué comme ceci : les personnes de la génération plus jeune parlent plus souvent de sexe à l'aide de la nourriture (changement historique), ou bien on parle de moins en moins de ce sujet l'âge venant (échelonnement de l'âge, *age grading*).

En revanche, le domaine PLANTES en mandarin est un domaine dont la fréquence d'utilisation s'accroît avec l'augmentation de l'âge des participants. Les motivations d'utilisation de ces métaphores sont relativement conventionnelles (les femmes sont des fleurs, elles sont belles et doivent être protégées, les hommes sont des arbres, ils sont grands et ils protègent les fleurs ou les herbes). Cela peut être expliqué par une conception plus conventionnelle des deux sexes de la part des personnes plus âgées (changement historique) ; ou bien par le fait qu'avec l'âge, nous conceptualisons les interactions des deux sexes de manière plus conventionnelle.

2. Utilisation des types et des caractéristiques

Nous avons également attesté que certains types et caractéristiques sont utilisés par des locuteurs ou des locutrices d'âges différents. Dans les MF par exemple, des personnes d'âge mûr ont le plus souvent recours aux noms *mère* ou *maman* pour représenter les femmes : 20-29 : 5 cas, 30-39 : 7 cas, 40-49 : 13 cas, 50-59 : 9 cas. Ceci peut être mieux expliqué par l'échelonnement de l'âge, le fait d'être parents les fait se concentrer sur le rôle de mère.

En revanche, ce sont les participants de 20 à 29 ans qui évoquent le plus fréquemment les types liés à la motivation *lutter/se battre contre quelque chose* tels que *guerrières* et *lutteurs* (sur les dix cas, 20-29 : 7 cas, 30-39 : 2 cas, 40-49 : 1 cas, 50-59 : 0 cas). Cela peut être interprété par le fait que les locuteurs de cette génération se préoccupent plus des inégalités actuelles et ont plus envie de lutter contre elles que ne le font des personnes d'âge mûr (le

changement historique), ou bien que l'âge venant, ce sujet devient moins important que d'autres.

Evidemment, ces deux changements peuvent se produire simultanément (Wagner, 2012). Une étude diachronique qui aurait recours aux mêmes participants pourrait permettre d'identifier les raisons de ces différences en prenant l'âge en considération comme une variable sociolinguistique.

Par ailleurs, nous gardons à esprit que la création de tranche d'âge est arbitraire. En effet, ces tranches d'âges de prennent pas en considération les différentes étapes de la vie et sont donc limitées.

Comme Eckert (1989 : 246) le suggère :

« Le continuum d'âge est généralement divisé en parties égales sans attention particulière à la relation entre ces parties et les étapes de la vie qui rendent l'âge socialement significatif. »¹⁶⁰

Autrement dit, les évolutions de l'individu à travers les étapes de sa vie (e.g., l'école, le travail, le mariage, avoir des enfants, la retraite) peuvent être considérées comme plus importantes que l'âge effectif des participants (idem).

Cette réflexion est pertinente pour cette étude, car les métaphores du genre fournies par les locuteurs et les locutrices représentent effectivement l'accentuation de leurs différentes étapes de vie, telles que les situations professionnelles et familiales (répartition du ménage, rôles parentaux). Pour cela, considérer les métadonnées concernant d'autres facettes sociales de la vie des participants serait utile pour analyser la relation entre les métaphores et l'interaction entre le sexe, l'âge et les étapes de la vie des locuteurs.

Conclusion du chapitre 7

Dans ce chapitre, nous avons d'abord proposé une comparaison entre l'utilisation des métaphores trouvées dans le questionnaire et celles trouvées dans le dictionnaire dans les deux langues selon les domaines sources. Nous remarquons que dans le questionnaire, la fréquence du choix des mêmes métaphores s'associe à la quantité des métaphores conventionnelles dictionnaires. Même si les interprétations ne correspondent pas exactement à la définition

¹⁶⁰ Eckert (1989 : 246) : “ The age continuum is commonly divided into equal chunks with no particular attention to the relation between these chunks and the life stages that make age socially significant.”

originale, cela montre que des expressions métaphoriques existantes se focalisent sur des similarités en particulier entre des domaines différents.

Deuxièmement, les particularités de l'interface syntactico-sémantique dans chaque langue sont abordées au travers de la métaphore du genre. L'utilisation des articles définis ou indéfinis au singulier ou au pluriel peut renvoyer aux fonctions différentes des noms de niveau basique (*basic level category*, Rosch, 1978). En outre, nous avons remarqué une congruence entre le sexe biologique et le genre grammatical des noms utilisés pour décrire les deux sexes (e.g. une femme est liée à une fleur, un homme à un arbre), particulièrement pour le sexe masculin.

Ensuite, nous avons observé les mêmes modèles d'utilisation selon les points de vue des sexes (F-F, F-H, H-F, H-H) dans les deux langues. Dans les domaines sources, des types avec haute fréquence représentent un script genré guidant les acteurs et actrices pour jouer leurs propres rôles selon les attentes sociales. En se fondant sur ces modèles récurrents trouvés en français et en mandarin, nous proposons une modélisation théorique : **le script du genre linguistique**, qui pourra être mobilisée pour d'autres terrains linguistiques que celui que nous avons exploré.

Dans cette théorie, la notion de *script* ne représente pas seulement les représentations d'un acteur à son public, mais elle concerne la langue elle-même. Comme des expressions conventionnelles portent la valeur et la norme de cette culture, elles doivent fonctionner en tant que rôle du script écrit dont l'importance mérite plus d'attention dans le cadre de la dramaturgie.

Enfin, nous avons remarqué que l'utilisation des métaphores varie avec l'âge des locuteurs, il serait donc pertinent de prendre cette variable sociale et la période de la vie des locuteurs en considération, et d'étudier davantage l'interaction entre le sexe et d'autres facteurs sociaux.

CHAPITRE 8 : COMPARAISONS INTERCULTURELLES

Ce chapitre est consacré à la comparaison de résultats obtenus en français et en mandarin. La partie 8.1 traitera d'une comparaison des analyses des dictionnaires et des questionnaires dans les deux langues. Les explications d'un point de vue social seront présentées en 8.2, et proposeront des interprétations. Enfin, la partie 8.3 fournira des interprétations culturelles en se fondant sur la philosophie et la cosmologie dans la culture française et chinoise afin d'explorer les motivations profondes des actualisations de métaphores qui décrivent les deux sexes en France et à Taïwan.

8.1 Comparaison des deux sources de données

Cette section a pour but de comparer les résultats basés sur les métaphores récoltées dans les dictionnaires et dans les questionnaires.

8.1.1 Comparaison des analyses des dictionnaires

La figure ci-dessous montre la distribution des métaphores décrivant les deux sexes d'après leurs domaines sources dans les dictionnaires. En premier lieu, nous constatons que le choix des domaines est différent en français et en mandarin. Les domaines privilégiés par les Français comprennent ANIMAUX, HUMAINS, SURNATUREL et CORPS. En revanche, les Taïwanais préfèrent particulièrement les domaines PLANTES et NATURE. En deuxième lieu, il n'est pas difficile d'observer que les métaphores désignant les femmes sont plus présentes en nombre d'occurrences que celles décrivant les hommes. Ce que nous retrouvons pour tous les domaines sources sauf un : le domaine HUMAINS en français.

Tournons-nous à présent vers une comparaison qualitative pour chaque domaine source.

Domaine HUMAINS

Le domaine HUMAINS comprend le nombre d'occurrences le plus élevé en français (42%), pour désigner les hommes. Alors qu'en mandarin, ce domaine n'est pas très sollicité. Cette différence peut s'expliquer par (1) la polysémie du mot *homme* et (2) la tendance à utiliser un prénom en tant que métonymie en français.

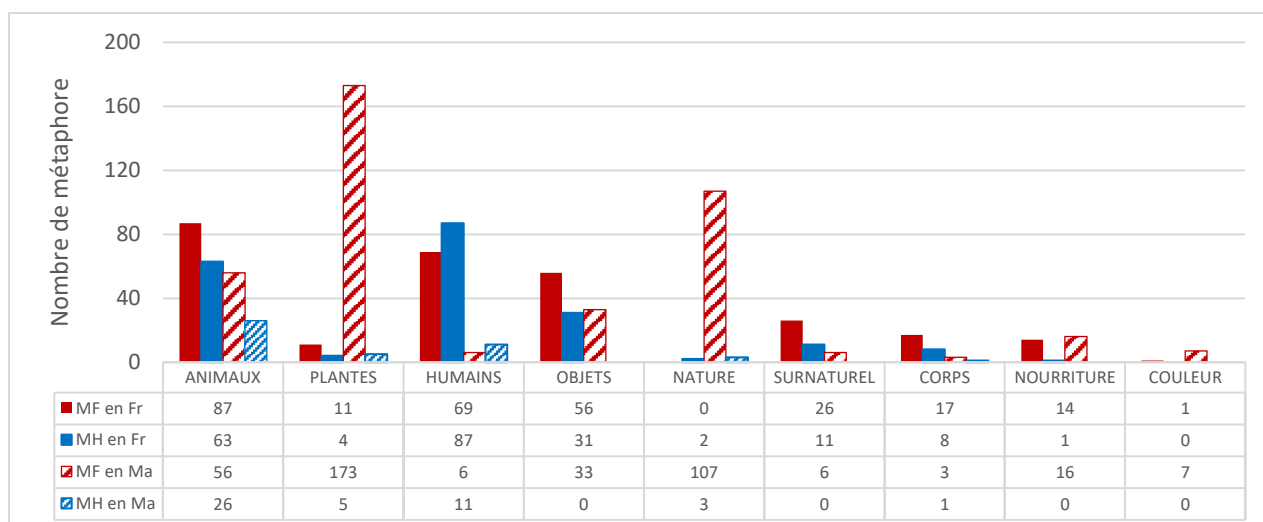


Figure 32. Distribution des domaines sources dans le dictionnaire en français et en mandarin (MF=métaphores désignant les femmes ; MH=métaphores désignant les hommes ; Fr=français ; Ma=mandarin)

Comme le mot *homme* signifie « les êtres humains » ainsi que « les adultes masculins », certaines métaphores viennent de noms de métiers qui n'étaient exercés que par les hommes. Par exemple, *boucher* se réfère à « homme aux instincts sanguinaires » ; *forban* signifie anciennement « pirate » et par extension « homme sans scrupule, qui ne respecte aucun droit ». Le mot *homme* dans la définition pourrait être remplacé par le mot générique *personne* : « personne aux instincts sanguinaires » pour l'entrée *boucher* par exemple, ce qui ne poserait pas de problèmes à un locuteur français.

Pendant la phase d'identification des métaphores s'adressant à un sexe particulier, nous avons examiné les contextes, c'est à dire les exemples fournis. Comme les personnes visées sont effectivement des adultes masculins dans ces contextes, ces expressions sont incluses dans les résultats de MH. Pourtant, il est possible que ces expressions puissent également s'appliquer à une femme. Au contraire, les expressions identifiées comme les MF n'ont pas la possibilité de s'appliquer aux hommes. Ce qui se rapproche de la règle grammaticale « le masculin l'emporte sur le féminin » (Arrivé, 2013 ; Khaznadar, 2002, 2015 ; Michard, 2003 ; Scullen, 2003 ; Théry, 2007).

De plus, la langue française utilise plus fréquemment de noms propres dont les caractéristiques sont prototypiques d'une catégorie afin de représenter les personnes qui partagent ces caractères (*Jacques* pour un homme niais ; *Micheton* pour un client de prostituée ou un homme facile à duper par exemple).

Cette métonymie UN MEMBRE D'UNE CATÉGORIE POUR LA CATÉGORIE n'est pas aussi importante en mandarin que dans la langue française. Par ailleurs, au niveau de la pratique

sociale, les prénoms en français sont également liés aux prénoms existants, particulièrement ceux ayant une référence à des personnages religieux (Marie, Eve, Gabrielle, Paul, Jean, Matthieu, Luc, Thomas), ou à des personnages mythologiques (Jason, Cynthia, Hector, Achille, Olympe, Diane, etc.). Le plus souvent, on forme les prénoms doubles masculin à partir de celui de *Jean* (Jean-Daniel, Jean-Luc, Jean-Marc), ceux féminins à partir de celui de *Marie* (Marie-Sophie, Marie-Laure) (Fabre, 1997 ; Sekvent, 1966).

En revanche, la nomination en chinois est fondée sur les caractéristiques d'autres domaines tels que les plantes (美華 *mei hua* « belle fleur » pour fille ; 玉樹 *yu shu* « jade arbre » pour garçon), les substances (玉珠 *yu zhu* « jade perle » pour fille) et les animaux (一虎 *yi hu* « un tigre » pour garçon) qui représentent les attentes et les stéréotypes de la société (voir 1.1.2).

1. Domaine ANIMAUX

Le domaine ANIMAUX représente le deuxième domaine le plus fréquemment utilisé dans les deux langues avec une prédominance en français (30% par rapport aux 18% du mandarin). Concernant les types des animaux, les hommes sont liés aux animaux sauvages et de grande taille dans les deux langues. Quant aux femmes, elles sont représentées comme des animaux très variés en français.

2. Domaine PLANTES

Le domaine le plus important en mandarin est en effet PLANTES, notamment pour les MF. Elles atteignent 42%. La plante, et surtout le nom générique les *fleurs* et ses sous-espèces (pivoine, fleur d'abricot, fleur de prune, etc.), couvrent presque tous les aspects des femmes : leur diversité, leur apparence, leur personnalité, leur sexualité, leur cycle de vie et les parties de leurs corps.

En revanche, cette prolifération n'est pas présente dans les expressions conventionnelles en français (seulement 4%). Concernant les hommes, ils sont peu représentés comme des plantes, mais ils occupent un rôle d'agent dans des expressions où ils traitent les femmes comme des plantes.

3. Domaine NATURE

Une autre différence importante entre les deux langues réside dans l'utilisation de métaphores du domaine NATURE. Cette sphère est prolifique en mandarin (le deuxième domaine le plus important, 24%), surtout en ce qui concerne les métaphores décrivant les femmes. Les types de métaphores concernent principalement l'eau et ses variantes telles que la mer et la rivière. En français, nous n'avons pas trouvé beaucoup de métaphores genrées dans cette catégorie.

4. Domaine NOURRITURE

Seules les femmes sont associées à des aliments dans les deux langues. En français, la sexualité des femmes est une cible stigmatisée. Celles-ci sont associées aux nourritures sales (e.g. *graillon* représente une femme malpropre) ou ayant une forme phallique (*saucisson*, *boudin* pour désigner une personne grasse ou une femme de mœurs légères dans l'argot¹⁶¹). En mandarin, le goût sucré est comparé à la douceur des femmes.

Dans les deux langues, nous découvrons des métaphores qui comparent les parties du corps à la nourriture à l'aide d'images. Ces expressions montrent que les hommes se voient comme des mangeurs, ce qui est fondé sur la métaphore conceptuelle L'ACTE SEXUEL EST MANGER.

5. Domaine OBJETS

Lorsque des objets sont mobilisés pour décrire les humains, les femmes sont toujours les cibles principales dans les deux langues. En français, les connotations sont constamment péjoratives pour les deux sexes lorsqu'ils sont comparés aux objets. Pourtant, ce sont toujours les femmes qui subissent le plus de dépréciation, surtout en ce qui concerne leur sexualité et leur apparence. Quant aux hommes, seules les caractéristiques négatives de la personnalité sont soulignées. En mandarin, les femmes sont réduites à des objets que les hommes utilisent et méprisent : elles sont à la disposition des hommes qui peuvent les vendre et les jeter. En revanche, il n'existe pas d'expression s'adressant aux hommes.

6. Domaine CORPS

Selon le TLFi, les parties du corps sexualisées des femmes en français sont plus explicitement utilisées en tant que métonymies pour représenter les femmes, comme les seins et les fesses. En mandarin, le corps sexualisé s'exprime plus souvent par un euphémisme, ou par le biais de métaphores des autres domaines sources à l'instar des plantes et de la nature. En revanche, d'autres parties corporelles neutres, comme les sourcils, le visage et le cœur, s'utilisent pour représenter les femmes. En ce qui concerne les hommes, la barbe est un symbole masculin commun aux deux cultures.

7. Domaine COULEURS

Les couleurs rouge et verte s'utilisent comme métonymies pour désigner les femmes en mandarin : elles viennent des couleurs de leur maquillage pour les lèvres et les sourcils. En français, une seule couleur est répertoriée, le *doré*, attribué aux femmes de mœurs légères¹⁶².

¹⁶¹ Voir chapitre 3.6.1, les exemples (3) et (4).

¹⁶² Cette expression provient d'un vieil argot, voir 3.8, l'exemple (4).

8. AUTRES

D'autres expressions qui n'entrent pas dans les catégories précédentes en français comprennent des noms abstraits, des onomatopées, des noms décrivant la saleté et des noms de lieu. En outre, des adjectifs peuvent s'appliquer directement pour faire référence aux humains en français, même si ces cas ne concernent pas des métaphores mais une métonymie (prendre une qualité d'une personne pour représenter une personne). Dans cette perspective, nous ne constatons pas seulement la contamination des sens des adjectifs s'adressant aux femmes (e.g. *vilaine*, *luronne*) (Baider, 2004 ; Yaguello, 1978), mais aussi une explication pour la fréquence élevée (304 cas, 22%) d'utilisation des adjectifs pour répondre aux questions dans le questionnaire.

Le tableau ci-dessous résume les résultats globaux de la comparaison franco-chinoise des métaphores dans les dictionnaires. Si ce sont **les types** qui prédominent pour la catégorisation, nous les présentons avec des points noirs. Si ce sont plutôt **les caractéristiques** qui représentent mieux le regroupement, elles sont mises en avant à l'aide de points blancs.

	Français (MF : 288 ; MH : 208)	Mandarin (MF : 407 ; MH : 46)
HUMAINS	MF (69 ; 24%) ¹⁶³ <ul style="list-style-type: none"> • nom de métier, nom propre, groupe ethnique, nom de parenté ○ sexualité, âge 	MF (7 ; 2%) <ul style="list-style-type: none"> • nom propre, hommes ○ apparence (beauté), statut de mariage, féminité
	MH (87 ; 42%) <ul style="list-style-type: none"> • nom de métier, nom propre, groupe ethnique, nom de parenté ○ statut social, apparence, personnalité (brutal, galant) 	MH (11 ; 24%) <ul style="list-style-type: none"> • nom propre, femmes ○ apparence (beauté), masculinité
PLANTES	MF (11 ; 4%) <ul style="list-style-type: none"> • fleurs ○ apparence, sexualité 	MF (173 ; 43%) <ul style="list-style-type: none"> • fleurs, herbes parfumées, arbres ○ diversité, âge, apparence (belle), sexualité, parties du corps
	MH (4 ; 2%) <ul style="list-style-type: none"> ○ sexe de l'homme (métaphore d'image) 	MH (5 ; 11%) <ul style="list-style-type: none"> ○ apparence (grand et beau)
ANIMAUX	MF (87, 30%) <ul style="list-style-type: none"> • gallinacés, animaux de compagnie, animaux de ferme, animaux féroces, singes, insectes, petits mammifères, animaux aquatiques ○ sexualité (péjoratif), apparence (laideur, grosueur, maigreur), âge, fonctions biologiques personnalité (bavarde, féroce, sotté), parties du corps, terme affectif 	MF (56 ; 14%) <ul style="list-style-type: none"> • gallinacés, animaux de ferme, animaux dangereux, insectes ○ statut social (inférieure), apparence, fonctions biologiques, personnalité (bavarde, dangereuse, féroce), parties du corps
	MH (63 ; 30%) <ul style="list-style-type: none"> • gallinacé, animaux de compagnie, animaux de ferme, animaux féroces, des singes ○ traits physiques (force, laideur, odeur), sexualité, âge, personnalité (brutal, combatif, dynamique) 	MH (26 ; 57%) <ul style="list-style-type: none"> • animaux féroces ○ apparence (fort), sexualité (lubrique)

¹⁶³ Nombre d'occurrences et répartition des métaphores d'un sexe particulier dans une langue en %.

	Français (MF : 288 ; MH : 208)	Mandarin (MF : 407 ; MH : 46)
NOURRITURE	MF (14 ; 5%) <ul style="list-style-type: none"> • nourriture grasse, phallique ○ sexualité, parties du corps (métaphores d'image) 	MF (16 ; 4%) <ul style="list-style-type: none"> • fruits, goût sucré et épicé ○ sexualité (désirée), parties du corps (métaphores d'image)
	MH (1 ; 0,5%) <ul style="list-style-type: none"> ○ personnalité (simple) 	MH (non trouvé)
NATURE	MF (non trouvé)	MF (173 ; 43%) <ul style="list-style-type: none"> • substance, paysage ○ féminité, apparence (beauté, grâce), parties du corps, personnalité (bonne vertu, provoquante),
	MH (2 ; 1%) <ul style="list-style-type: none"> • apparence (fort) 	MH (5 ; 11%) <ul style="list-style-type: none"> • substance, paysage ○ masculin, apparence (beauté)
OBJETS	MF (56 ; 19%) <ul style="list-style-type: none"> • objets insignifiants • métonymie (des objets utilisés par les femmes pour les représenter) ○ sexualité (péjorative), apparence (péjorative), parties du corps (métaphores d'image) 	MF (33 ; 8%) <ul style="list-style-type: none"> • métonymie (des objets utilisés par les femmes pour se représenter elles-mêmes) ○ fonctions pour les hommes (jetable, vendable)
	MH (31 ; 15%) <ul style="list-style-type: none"> • objets insignifiants ○ personnalité (péjorative), apparence 	MH (non trouvé)
SURNATUREL	MF (26 ; 9%) <ul style="list-style-type: none"> • déesses, diablesse ○ apparence, personnalité (dangereuse, méchante) 	MF (6 ; 1,5%) <ul style="list-style-type: none"> • fantôme, Bouddha, génie ○ apparence (belle, sexy, laide)
	MH (11 ; 5%) <ul style="list-style-type: none"> ○ apparence, sexualité 	MH (non trouvé)
CORPS	MF (17 ; 6%) <ul style="list-style-type: none"> ○ apparence, • métonymie (seins, fesses, jambes) 	MF (3 ; 0,7 %) <ul style="list-style-type: none"> • métonymie (visage, sourcil, cœur)
	MH (8 ; 4%) <ul style="list-style-type: none"> ○ apparence, métonymie (barbe, poils) 	MH (1 ; 2%) <ul style="list-style-type: none"> ○ métonymie (barbe, sourcil)
COULEURS	MF (1 ; 0,3%) <ul style="list-style-type: none"> ○ sexualité 	MF (7 ; 1,7 %) <ul style="list-style-type: none"> • métonymie (couleurs de maquillage, de cheveux)
	MH (non trouvé)	MH (non trouvé)
AUTRES	MF (8 ; 3%) <ul style="list-style-type: none"> • noms de lieu, onomatopée, noms abstraits 	MF (non trouvé)
	MH (1 ; 0,5%) <ul style="list-style-type: none"> • onomatopée 	MH (non trouvé)

Tableau 85. Résumé des analyses des dictionnaires en français et en mandarin

Nous constatons deux asymétries dans les résultats liés aux deux langues. En premier lieu, les métaphores désignant les femmes sont plus nombreuses que celles décrivant les hommes en termes de fréquence en français et en mandarin. Cette différence est notamment frappante en mandarin (MF : 415 ; MH : 46). En deuxième lieu, la connotation des MF est plus négative que celle des MH. Cette péjoration se retrouve dans plusieurs sphères, comprenant la sexualité, l'âge (vieillesse), l'apparence (grosueur, maigreur, grandeur) et les parties du corps. En revanche, ces mêmes aspects ne sont pas autant soulignés dans les MH.

Ces expressions révèlent une perspective anthropocentrique qui focalise le désir et le mépris masculin envers les femmes (Yaguello, 1978). Ce point de vue masculin est également dévoilé linguistiquement. En effet, les agents sémantiques et syntaxiques des expressions s'adressant aux femmes sont normalement les hommes (ils chassent des animaux ; ils cueillent des plantes ; ils mangent de la nourriture ; ils utilisent des objets). En revanche, ce phénomène est rarement inversé. Cela est conforme aux études précédentes sur les métaphores montrant que les hommes sont représentés en tant que LE SOI, et les femmes en tant que L'AUTRE (Altman, 1990 ; Baider & Gesuato, 2003 ; Fontecha & Catalán, 2003 ; Hines, 1994, 1996, 2000 ; Kittay, 1988 ; López Rodríguez, 2009, Maestre, 2015, Morris & Goldenberg, 2015 ; Rudman & Mescher, 2012 ; Tipler & Ruscher, 2019 ; Velasco-Sacristán, 2006).

Par la suite, nous introduisons les analyses des métaphores récoltées à l'aide des questionnaires.

8.1.2 Comparaison des analyses des questionnaires

Nous faisons deux comparaisons par le biais des questionnaires : l'une sur les retours des locuteurs aux questions posées dans un entretien, l'autre sur la différence quantitative et qualitative entre les deux langues.

8.1.2.1 Retours d'expérience des personnes interrogées

En français, treize personnes ont été interviewées, dont quatre ont refusé de répondre au questionnaire. La version chinoise a été effectuée à Taïwan pendant un séminaire, onze personnes ont participé (voir chapitre 2.2). Elles ont dû lire les instructions et remplir le questionnaire, puis il leur a été demandé d'expliquer leur point de vue. Le Tableau 86 résume les différences de retours selon les locuteurs taïwanais et français :

Retours	Français	Taiwanais
Je catégorise les gens	Chaque individu est unique, difficile de catégoriser les gens	Catégoriser les gens n'est pas un problème
Je compare les différences entre les femmes et les hommes	Moins de stéréotypes des deux sexes, certains refusent de souligner la différence entre les femmes et les hommes. Conscients de l'existence d'inégalités et de la discrimination sexuelle	Sont à l'aise avec les stéréotypes liés aux femmes et aux hommes qu'ils reproduisent
Je procède par étapes	(1) Adj→ F/H (2) Nom→ adj (3) Nom→F/H Trouvent difficilement d'autres domaines pour décrire F/H	(1) Nom→ F/H Peuvent trouver facilement d'autres domaines pour faire des métaphores du genre

Tableau 86. Réactions des locuteurs français et taiwanais face aux questionnaires

(1) Difficulté : presque tous les locuteurs français pensent que ce questionnaire est difficile, que les réponses ne sont pas évidentes. Selon eux, chaque individu est unique, les personnes interrogées ne peuvent (ou ne veulent) pas catégoriser les gens en quelques mots selon leur sexe. En revanche, ces questions n'ont pas posé de problème aux locuteurs taiwanais.

(2) En lien avec ce premier point, la difficulté pour les locuteurs français vient probablement du fait que certains trouvent que ces questions conduisent à des réponses stéréotypées ou discriminantes. Décrire les femmes et les hommes séparément revient à accepter qu'il y ait des caractéristiques distinctes entre les femmes et les hommes. Les personnes interrogées sont également conscientes que les différences entre les deux sexes ne sont pas tout à fait naturelles, mais plutôt construites socialement. En outre, certains distinguent bien les images dans la langue française et leurs points de vue. Ils savent comment décrire les deux sexes en métaphores dans la culture française, mais en même temps, ils notent que ces expressions ne sont pas neutres et qu'elles sont même discriminantes. Pour cela, certains ne veulent pas reproduire ces stéréotypes. En revanche, ces observations ne se présentent pas pendant l'interview à Taïwan.

(3) Les sujets parlant français ont des difficultés à trouver des noms communs pour décrire les femmes et les hommes. Autrement dit, il ne leur est pas naturel d'associer d'autres domaines aux femmes et aux hommes. Selon eux, le plus logique est d'utiliser des adjectifs. Certains

trouvent d’abord les adjectifs décrivant les femmes et les hommes pour ensuite chercher un nom qui y correspondent. Finalement, ils les utilisent pour finir les métaphores. Au contraire, évoquer des noms pour faire une comparaison métaphorique décrivant les femmes et les hommes n’est pas difficile selon les participants taïwanais.

Il faut noter que ces retours dans les deux langues sont principalement basés sur l’entourage de la chercheuse, qui a approximativement le même niveau d’éducation et qui appartient à peu près à la même classe sociale que les personnes interviewées. Malgré leur représentativité relative, les réactions diffèrent cependant largement entre les locuteurs français et taïwanais.

8.1.2.2 Comparaison des métaphores récoltées des questionnaires

La figure suivante illustre la fréquence d’utilisation des métaphores d’après leurs domaines sources en mandarin et en français. Il convient de signaler que cela inclut également des réponses qui ne sont pas identifiées comme métaphores : les adjectifs et les noms, particulièrement la nominalisation des qualités (e.g. beauté, patience). Même si ces réponses ne se conforment pas à la définition d’une comparaison métaphorique, leur importance en termes de fréquence marque une différence entre les deux langues.

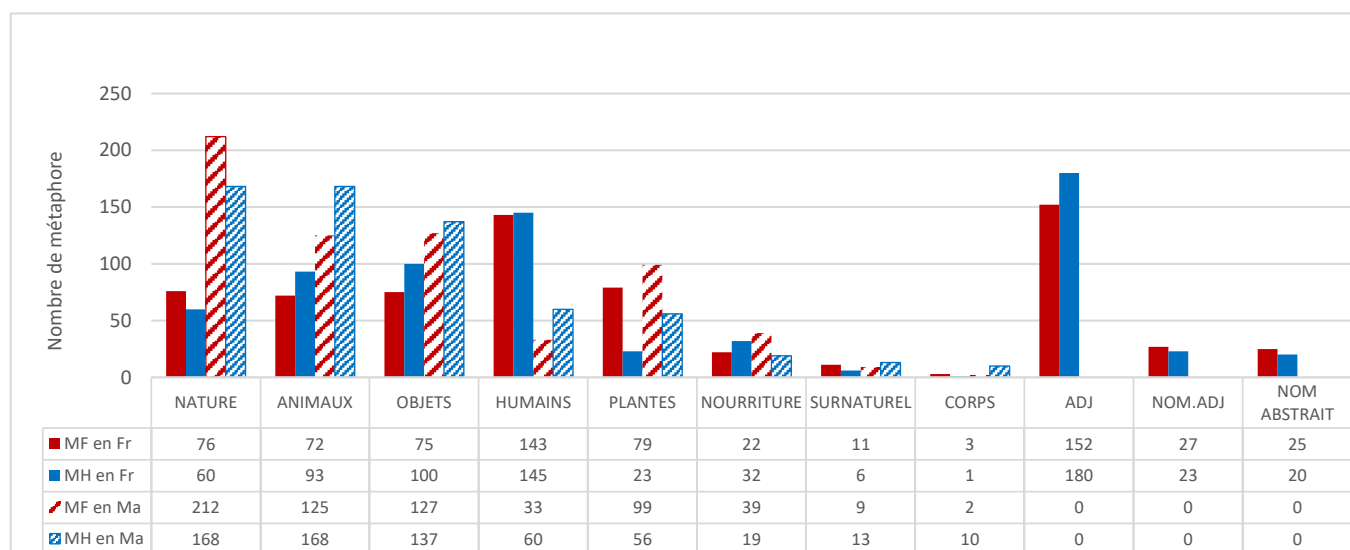


Figure 33. Distribution des domaines sources dans les questionnaires en français et en mandarin (MF=métaphores désignant les femmes ; MH=métaphores désignant les hommes ; Fr=français ; Ma=mandarin)

Les locuteurs français et taïwanais n’opèrent ainsi pas les mêmes choix quand ils associent les humains aux autres domaines sources. Les Français ont plus souvent recours au domaine HUMAINS pour désigner les deux sexes, alors que les Taïwanais préfèrent généralement les sphères NATURE et PLANTES. Si nous mettons l’accent sur les domaines cibles, nous constatons qu’il existe une cohérence de choix entre les deux langues : pour les MF, ce sont

les domaines NATURE et PLANTES qui sont plus féminisés, tandis que les domaines ANIMAUX, OBJETS et HUMAINS restent plus masculinisés.

Cela veut dire que, même dans deux cultures éloignées, les humains perçoivent le monde d'une manière similaire. La nature est plus liée à la maternité, au rôle de nourrice ; et les plantes, surtout les fleurs, sont constamment conceptualisées comme féminines pour leur beauté et leur floraison limitées. Quant à la nourriture, les femmes sont associées aux fruits ou aux desserts, ce qui implique à la fois la date d'expiration (la jeunesse éphémère) et les traits physiques.

En revanche, les hommes sont plus fréquemment associés aux animaux pour leur force et leurs besoins biologiques. En outre, leurs rôles sociaux sont également comparés aux objets qui fournissent les fonctions essentielles pour les humains. Pour le recours à la nourriture, les hommes sont considérés comme le vin qui se bonifie avec le temps dans les deux cultures.

Il est également à noter qu'en français, il existe trois catégories que nous n'avons pas abordées : les adjectifs (belle, fort), la nominalisation des adjectifs (beauté, patience), et les noms abstraits (avenir, amour), même si les réponses données ne forment pas des phrases grammaticalement ou sémantiquement correctes (*les femmes sont comme belles... / ? les femmes sont comme la beauté...)

Comme ces réponses ne correspondent pas à la définition de la métaphore, elles n'ont pas été analysées aux niveaux *appartenance à des domaines sources* (5.1 et 6.1) et *type des domaines sources* (5.2 et 6.2). En effet, les adjectifs et la nominalisation des adjectifs soulignent tous les deux des attributs des humains au lieu de faire une comparaison inter-domaine. Cela montre que les locuteurs ont des difficultés à comparer les humains à d'autres sujets qu'eux-mêmes. Ce résultat fait écho aux retours de l'entretien : la première réaction des locuteurs français lorsqu'on leur demande de produire des noms propres pour les associer aux humains est qu'ils proposent des adjectifs. C'est pourquoi faire des métaphores leur apparaît difficile.

Cependant, donner des adjectifs et des noms venant d'adjectifs tels que *beauté*, et *patience* à l'aide de la construction 女人像... « Les femmes sont comme... » en mandarin n'est pas une option naturelle ; ces colonnes sont donc absentes.

Après cette présentation globale, le tableau ci-dessous compare les résultats du questionnaire en français et en mandarin d'après leurs domaines sources de façon synthétique. Les types principaux sont introduits par des points blancs, alors que les traits ou les caractéristiques le sont par des points noirs.

	Français (MF : 492 ; MH : 465)	Mandarin (MF : 653 ; MH : 643)
HUMAINS	MF (143 ; 21%) <ul style="list-style-type: none"> • mère, enfant, homme, noms de métiers, guerrière ○ gentille, protectrice, égalité/inégalité des sexes, dilemme entre la vie privée/professionnelle 	MF (33 ; 5%) <ul style="list-style-type: none"> • enfant, mère, esclave étrangère, politicien, ○ émotive, maternelle, soigneuse, dominante, exigeante, bavarde, dépensière
	MH (145 ; 21%) <ul style="list-style-type: none"> • enfant, femme, père, guerrier, noms de métiers, héros, destructeur ○ dépendant, protecteur, chef, égalité des sexes, combattant, actif, puissant 	MH (60 ; 9%) <ul style="list-style-type: none"> • enfant, chasseur, politicien, ○ immature, besoin d'attention, puissante, courageux, rôles et fonctions sociales
PLANTES	MF (79 ; 11%) <ul style="list-style-type: none"> • fleurs, rose, roseau ○ belle, fragile, jeune, résistante, souple 	MF (99 ; 15%) <ul style="list-style-type: none"> • fleurs, arbres, herbe, graines ○ belle, jeune, parfumée, délicate, variée, solide
	MH (23 ; 3%) <ul style="list-style-type: none"> • arbres, chêne ○ protecteur, robuste, dur, solide, fort et fragile à la fois 	MH (56 ; 9%) <ul style="list-style-type: none"> • arbres, herbe ○ protecteur, soutien, abri, fort mais fragile, attributs physiques (grand et solide)
ANIMAUX	MF (72 ; 10%) <ul style="list-style-type: none"> • chat, lionne, louve, oiseau ○ protectrice, maternelle, travailler sans cesse, bavarde 	MF (125 ; 19%) <ul style="list-style-type: none"> • chat, animaux dociles, oiseaux, grands félins ○ docile, douce, passive, travailler beaucoup, bavarde, femmes fatales, féroce
	MH (93 ; 14%) <ul style="list-style-type: none"> • animaux, lion, coq, oiseaux, grands animaux ○ fort, impulsif, brutal, lubrique, fier, puissant 	MH (168 ; 26%) <ul style="list-style-type: none"> • lion, chien, buffle, grands animaux, ○ actif, agressif, fidèle, puissant, travailler beaucoup
NOURRI-TURE	MF (22 ; 3%) <ul style="list-style-type: none"> • fruits (ronds et rouges), dessert ○ sexy, agréable, jeunesse courte 	MF (39 ; 6%) <ul style="list-style-type: none"> • fruits, dessert, épices, alcool ○ jeunesse courte , sexy, douce, belle, blanche et molle (la peau)
	MH (32 ; 5%) <ul style="list-style-type: none"> • alcool (vin, bière), dessert ○ se bonifier avec le temps, doux, fragile 	MH (19 ; 3%) <ul style="list-style-type: none"> • alcool, aliment sucré ○ se bonifier avec le temps, dur à l'extérieur mais doux à l'intérieur
NATURE	MF (76 ; 11%) <ul style="list-style-type: none"> • vue panoramique (nature, terre, soleil, lune, mer), matériaux (minérale, douce) ○ chaleureuse, nourrice, lunatique, douce, forte, solide 	MF (212 ; 32%) <ul style="list-style-type: none"> • vue panoramique (lune, mer, vagues, rivière), matériaux (eau, terre, métaux), saisons, météo ○ <i>yin rou</i> (douce, flexible, tolérante, tendre, faible, molle, émotive, lunatique)
	MH (60 ; 9%) <ul style="list-style-type: none"> • vue panoramique (soleil, montagne, soleil, neige), matière (minérale, bois, métal), catastrophe naturelle ○ chaleureux, dur, fort, solide, libre 	MH (168 ; 26%) <ul style="list-style-type: none"> • vue panoramique (montagne), matériaux (minéral, bois, métaux, feu) ○ <i>yang gang</i> (dur, solide, stable, inflexible, responsable de la famille), impulsif, égoïste, libre, ambitieux
OBJETS	MF (75 ; 11%) <ul style="list-style-type: none"> • livre, miroir, machine multitâches ○ être appréciée, guidant, jolie mais fragile, protectrice, précieuse, occupée 	MF (127 ; 20%) <ul style="list-style-type: none"> • objets appréciés, jetés ou remplacés, électroménager ○ passive, remplaçable, occupée, tolérante, incompréhensible, lunatique, bavarde, faire le ménage
	MH (100 ; 15%) <ul style="list-style-type: none"> • moyens de transport, machine, technologie, jouet ○ actif, rigoureux, agressif, protecteur, soutien 	MH (137 ; 21%) <ul style="list-style-type: none"> • moyens de transport, distributeur de billet, technologie, armes ○ soutien, protecteur, impulsif, agressif, fournisseur de l'argent, sous pression
SURNA-TUREL	MF (11 ; 2%) <ul style="list-style-type: none"> • déesse, personnages surnaturels ○ belle, puissante, séductrice, dangereuse 	MF (9 ; 1%) <ul style="list-style-type: none"> • personnages fictifs, déesses ○ toute puissante, tolérante

	Français (MF : 492 ; MH : 465)	Mandarin (MF : 653 ; MH : 643)
SURNATUREL	MH (6 ; 1%) <ul style="list-style-type: none"> • dieux, personnages surnaturels ○ beau, puissant, lubrique, fort 	MH (13 ; 2%) <ul style="list-style-type: none"> • personnages fictifs, dieux ○ tout puissant, soutien, fiable, difficile de communiquer, démoniaque
CORPS	MF (3, 0,4%) <ul style="list-style-type: none"> • cœur, larmes, sourire 	MF (2 ; 0, 3%) <ul style="list-style-type: none"> ○ petite, chaleureuse
	MH (1, 0,1%) <ul style="list-style-type: none"> • rire 	MH (10 ; 2%) <ul style="list-style-type: none"> • parties dures et importantes ○ important, protecteur, solide
AUTRES	MF (11 ; 2%) <ul style="list-style-type: none"> • noms abstraits, le monde 	MF (7 ; 1%) <ul style="list-style-type: none"> • musique, noms abstraits
	MH (5 ; 1%) <ul style="list-style-type: none"> • noms abstraits 	MH (11 ; 2%) <ul style="list-style-type: none"> • musique, noms abstraits, activités

Tableau 87. Résumé des résultats des questionnaires en français et en mandarin

Passons maintenant à une comparaison qualitative selon chaque domaine source.

1. Domaine HUMAINS

Mise à part la différence de fréquence entre les deux langues, les locuteurs français forment régulièrement des paires sémantiquement liées pour les deux sexes, telle que *guerrière-guerrier* où ils comparent les hommes aux femmes et inversement. Cependant, la mise en parallèle de *hommes-femmes* ne concerne pas une métaphore mais une catégorisation littérale : on inclut les hommes et les femmes en tant qu'êtres humains qui ont les mêmes droits et les mêmes capacités.

Par ailleurs, les femmes en français sont le plus souvent comparées aux personnages qui ont le plus d'agentivité et qui se battent pour l'égalité des sexes et leurs droits, tandis que les motivations soulignées par les locuteurs taiwanais en sélectionnant le domaine HUMAINS sont plus négatives et passives comme *misérables* et *bavardes*. Malgré leur dissemblance, la similarité demeure dans la difficulté des femmes de ces deux cultures à concilier leur vie professionnelle et leur vie familiale. De plus, leur rôle en tant que mère est utilisé de façon récurrente pour représenter les femmes.

En ce qui concerne les hommes, les locuteurs des deux cultures mentionnent régulièrement qu'ils sont perçus comme des chasseurs, des personnes qui cherchent des ressources ou des femmes dans une relation amoureuse, ou d'autres personnages qui poursuivent le pouvoir ou qui sont machistes. En français, le sens « être humain » du mot *homme* motive la comparaison entre les humains en général et les animaux, mettant en avant leur brutalité et leurs besoins biologiques¹⁶⁴. Enfin, les locuteurs et locutrices des deux cultures utilisent régulièrement *l'enfant* pour marquer l'immaturation et la dépendance du sexe opposé.

¹⁶⁴ Voir chapitre 5.2.2 (comparer les *hommes* aux *animaux*).

2. Domaine PLANTES

Dans les deux langues, ce domaine est particulièrement féminisé par l'utilisation de métaphores liées au nom générique *fleur* qui s'adresse aux femmes. Les raisons pour lesquelles les femmes sont étroitement associées aux fleurs relèvent de leur diversité, leur beauté, leur fragrance et leur jeunesse, et ce dans les deux langues. En revanche, les espèces spécifiques de fleurs (rose, fleur de prunier, fleur de lys, pivoine, tulipe) sont plus diverses en mandarin, faisant écho à un phénomène identique présent dans les expressions conventionnelles. Enfin, seul le type *rose* ressort de la catégorie florale en français.

Quant aux hommes, en mandarin et en français, ils sont comparés aux arbres pour leur grandeur et leur rôle protecteur. En outre, la caractéristique *fort et fragile à la fois* est également liée aux hommes avec l'utilisation métaphorique des arbres.

3. Domaine ANIMAUX

Ce domaine est davantage masculinisé dans les deux langues. Concernant les MH, les hommes ont tendance à être liés aux grands animaux, aux animaux au sommet de la chaîne alimentaire et au nom générique *animaux*. Les attributs *brutal* et *féroce*, ainsi que leur instinct naturel, sont des points communs pour désigner les hommes dans les deux cultures. Ainsi, la connotation de chaque animal peut être très distincte selon les cultures. Par exemple, un *coq* est particulièrement pertinent pour représenter les hommes français pour leur fierté puisqu'il s'agit d'un emblème national, qui, même s'il n'est pas officiel, renvoie effectivement à une image masculine (*faire le coq, coq de combat*). Par ailleurs, le lien établi entre un *buffle* et les hommes taïwanais se fonde sur le fait qu'ils doivent beaucoup travailler pour soutenir leur famille, comme le font les buffles, qui sont utilisés comme une force de travail importante dans la société traditionnelle et agricole à Taïwan¹⁶⁵.

Au sujet des femmes, un *chat* représente l'animal le plus pertinent pour les décrire dans les deux cultures en soulignant leurs attributs : mystérieuses, douces, tout en ayant du caractère. En outre, le lien entre les oiseaux et le trait *bavarde* apparaît également partagé pour les locuteurs des deux langues. Le statut des femmes qui doivent travailler sans cesse est représenté par des animaux qui sont considérés comme consciencieux.

Concernant les différences, les Françaises sont fréquemment comparées aux animaux féroces comme *lionne* et *louve* pour mettre en avant leurs caractéristiques fortes et protectrices, alors

¹⁶⁵ Dans la tradition taïwanaise, les buffles sont considérés comme des partenaires de travail des agriculteurs. Par respect, ils ne mangent donc pas les/leurs bœufs. Cette coutume est toujours d'actualité, particulièrement à la campagne.

que les Taïwanaises sont plus perçues comme des animaux dociles, chassées par des animaux féroces, ce qui évoque un schéma de relation amoureuse active-passive entre les hommes et les femmes de la culture taïwanaise.

En ce qui concerne la paire la plus pertinente d'homme-femme, les Français ont recours aux *lions* et *lionnes*, lorsque les Taïwanais penchent pour *chiens* et *chats* ou des animaux chasseurs et chassés.

4. Domaine NOURRITURE

Dans les deux langues, les femmes sont toutes perçues comme des aliments sucrés. Plus précisément, la date d'expiration des fruits et des desserts renvoie une image très parlante pour souligner la jeunesse des femmes qui n'a qu'un temps. Par ailleurs, les fruits sélectionnés partagent généralement des caractéristiques de rondeur et la couleur rouge. La forme charnue est comparée au corps féminin et la rougeur signifie le mûrissement des fruits, représentant la maturité sexuelle des femmes. Ces métaphores se fondent sur la métaphore conceptuelle L'ACTE SEXUEL EST MANGER (Kövesces, 2006), où les hommes prennent traditionnellement le rôle d'agent sémantique et de sujet syntaxique de ces expressions. Pour cela, il existe plus de MF que de MH dans le domaine NOURRITURE.

Quant aux dissemblances présentes entre les deux cultures, nous constatons qu'elles sont d'ordre esthétique. Par exemple, la norme esthétique à Taïwan loue la blancheur de la peau, les femmes sont par conséquent comparées aux aliments mous et blancs, désignant ce standard de beauté.

En ce qui concerne les hommes, les locuteurs en France et à Taïwan les associent fréquemment au vin car les hommes sont considérés comme se bonifiant avec le temps. Pour cela, la structure profonde qui concerne l'acte sexuel et la jeunesse apparaît non applicable dans les MH.

5. Domaine NATURE

Dans ce domaine, la différence de fréquence d'actualisation est la plus importante entre les deux langues. Cependant, les Français et les Taïwanais utilisent les deux sous-catégories SUBSTANCES et VUE PANORAMIQUE de manière similaire. Les substances tels que l'eau, le feu et le métal sont utilisées en lien avec leur matière ou leur comportements physiques comme *adaptable*, *dur* et *solide*, apparentés à la personnalité des humains. Par ailleurs, les métaphores qui ont recours à une vue panoramique, comme le soleil et la mer, se fondent sur

la perception humaine de ces phénomènes naturels. Par exemple, la chaleur et la lumière que le soleil nous apporte sont les deux motivations les plus mentionnées pour cette métaphore.

Les types utilisés en mandarin pour les MF et les MH sont très genrés. Ceux adressés aux femmes sont utilisés presque exclusivement pour décrire les femmes et vice versa. De plus, ils forment une paire dont la métaphore désignant les femmes s'associe à Yin qui contient les caractéristiques « douce, tendre, flexible, faible, souple », tandis que l'autre métaphore de cette paire se lie à Yang qui intègre les caractéristiques opposées « dur, solide, inflexible, fort ».

Par rapport au mandarin, les métaphores mobilisant des types naturels en français ne sont pas genrées : elles restent globalement sur le niveau général LES HUMAINS SONT LA NATURE. Sous ce concept, les deux sexes peuvent se comparer aux mêmes types naturels tels que le roc et le soleil. La différence entre les MF et les MH réside dans les caractéristiques soulignées. Par exemple, le rôle nourricier et les émotions instables des femmes sont mis en avant, alors que la force et la liberté des hommes sont plus souvent marquées.

6. Domaine OBJETS

Dans les deux langues, ce domaine présente des types nombreux mais la plupart des types d'objets n'ont qu'une seule occurrence. Cela montre l'inconventionnalité de ces utilisations métaphoriques : peu d'expressions des locuteurs font écho aux expressions conventionnelles. Une des interprétations est que les objets évoluent au fil du temps. Il est plus pertinent pour des locuteurs d'évoquer des objets d'actualité pour représenter leurs expériences liées aux deux sexes, tel que *voiture*, *ordinateur*, *aspirateur*, et *distributeur de billets*. La nature de l'innovation des objets motive des sujets parlants à créer ces métaphores nouvelles.

En mandarin, les fonctions ou les rôles sociaux sont régulièrement mis en avant en comparant les humains aux objets. Par ailleurs, la division du travail des deux sexes est conforme aux rôles traditionnels : les femmes sont réduites à de l'électroménager, alors que les hommes sont comparés à des *distributeurs de billets*, des *véhicules* ou à la *technologie*. En revanche, nous n'avons pas constaté cette objectification par leurs fonctions en français.

En ce qui concerne la similarité, les attributs des objets sont comparés aux caractéristiques stéréotypées des deux sexes en français et en mandarin. Par exemple, les femmes sont désignées comme *belles et fragiles*, *bavardes*, *enveloppantes*, par des objets qui évoquent les mêmes images, alors que les hommes sont associés aux objets qui sont perçus comme *protecteurs*, *impulsifs*, *dangereux*.

7. Domaine SURNATUREL

D'une manière globale, il existe une congruence entre les sexes des personnes et les sexes des personnages surnaturels. Plus précisément, les femmes sont comparées aux déesses, tandis que les hommes le sont aux dieux.

Ce phénomène est particulièrement avéré en français. En outre, les caractéristiques soulignées en français correspondent fortement aux utilisations conventionnelles : les femmes sont vues comme belles, séduisantes et gentilles (déesse, Pénélope, Vénus, ange), pendant que les hommes sont regardés comme grands, forts, et lubriques. Bien que la beauté des hommes soit également évoquée dans les expressions conventionnelles (Adonis, Apollon) ; cette caractéristique n'est pas soulignée par les locuteurs français.

En mandarin, des personnages de dessins animés et de bandes dessinées sont plus souvent associés aux humains sans considérer la congruence du sexe entre le domaine source et le domaine cible. Cela pourrait être lié au manque de genre grammatical en mandarin, qui amène plutôt les locuteurs à considérer les caractéristiques de ces personnages surnaturels au lieu de leurs sexes par défaut (Superman et Mazinger Z peuvent être liés aux deux sexes).

8. Domaine CORPS

Les parties du corps n'ont pas été sélectionnées par les locuteurs français pour représenter métonymiquement les humains. En mandarin, les hommes sont apparentés aux parties dures et protectrices du corps pour souligner ces caractéristiques chez les personnes masculines. Concernant les femmes, elles sont associées aux mains car elles renvoient à des images d'accueil et de soutien.

9. AUTRES

Les locuteurs français ont tendance à recourir à des noms abstraits pour faire un lien avec les humains. Par ailleurs, ils fournissent également plus de noms qui proviennent des adjectifs tels que la beauté, la douceur, le courage et la grâce. En mandarin, des genres de musique (blues, rock) et des activités physiques (pêcher, faire une excursion en montagne) sont deux catégories nouvelles évoquées pour décrire les deux sexes.

8.1.3 La relation entre les domaines sources, les types et les caractéristiques

Dans cette section, nous examinons l'association entre la sélection des domaines sources et leurs caractéristiques, ainsi que les relations entre les types et les caractéristiques dans les deux cultures. Nous présenterons ensuite la relation entre les types s'adressant aux MF et ceux destinés aux MH.

8.1.3.1 Les domaines sources et les caractéristiques

Au long des analyses des dictionnaires et des questionnaires, nous avons identifié des caractéristiques qui sont particulièrement associées à certains domaines sources. Le Tableau 88 résume cette relation en français et en mandarin :

	Agentivité	Traits de personnalité	Traits physiques	Désir sexuel	Instincts biologiques	Fonctions et rôles sociaux
HUMAINS	Fr	Fr, Ma				Fr, Ma
ANIMAUX		Fr, Ma	Fr, Ma	Fr, Ma	Fr, Ma	
PLANTES		Fr, Ma	Fr, Ma			
NOURRITURE			Fr, Ma	Fr, Ma		
SURNATUREL		Fr, Ma	Fr			Fr, Ma
NATURE		Fr, Ma				
OBJETS		Fr, Ma				Ma
CORPS						Ma

Tableau 88. Relation entre les domaines sources et les caractéristiques

(Fr= français ; Ma= mandarin)

1. Agentivité

Tout d'abord, l'agentivité est plus souvent réalisée par des personnages, particulièrement pour les locuteurs français. Le fait que les Françaises soient souvent comparées à d'autres figures actives est lié aux efforts qu'elles déploient pour établir l'égalité des sexes. Par ailleurs, les métiers considérés comme stéréotypiquement genrés sont également associés au sexe en particulier dans les deux langues.

2. Traits de personnalité

Les traits de personnalité représentent plus de la moitié des motivations des locuteurs dans les deux langues, ils ont donc recours à tous les domaines sources. Le domaine NATURE est particulièrement pertinent pour évoquer métaphoriquement des traits de personnalité. La corrélation entre les traits de personnalité et les traits physiques des matériaux (eau, pierre, bois) est par ailleurs la plus fréquente.

3. Traits physiques, désir sexuel et instincts biologiques

Les traits physiques tel que la beauté et la taille sont principalement mis en avant par l'utilisation des domaines PLANTES, ANIMAUX et NOURRITURE. De plus, le domaine ANIMAUX correspond bien aux images des besoins primaires en se basant sur les métaphores LES PASSIONS SONT DES BETES A L'INTERIEUR DE NOUS (PASSIONS ARE BEASTS INSIDE US,

Lakoff & Kövecses, 1987), LA LUXURE EST UN COMPORTEMENT ANIMAL (LUST IS ANIMAL BEHAVIOR/WILDNESS, Csábi, 1999 ; Kövecses, 2003)¹⁶⁶.

En outre, en impliquant les métaphores conceptuelles L'ACTE SEXUEL EST MANGER (Kövecses, 2006) et LE DESIR EST LA FAIM (DESIRE IS HUNGER : Lakoff, 1987 ; Gibbs et al., 1997 ; Gibbs, Lima & Francozo, 2004), des aliments sont utilisés notamment en lien avec la maturité sexuelle des femmes et le désir des personnes masculines (Fernández, 2008 ; Hines, 1994, 2000 ; López Rodríguez, 2008). L'âge est un aspect particulier parmi les traits physiques et il est régulièrement représenté par les domaines PLANTES et NOURRITURE, plus précisément, des *fleurs* (qui fanent) et des *aliments sucrés* (qui ont une date d'expiration) pour accentuer la jeunesse des femmes, particulièrement en mandarin. Enfin, les figures surnaturelles en français sont également sollicitées pour évoquer des traits positifs liés à l'apparence des deux sexes.

4. Fonctions et rôles sociaux

En ce qui concerne les fonctions et rôles sociaux, le domaine OBJETS renvoie à des images très pertinentes, particulièrement pour aborder ces aspects et spécialement en mandarin comme *autocuiseur* pour décrire les femmes et *distributeur de billets* pour désigner les hommes. Dans ces cas-là, les êtres humains sont réduits à certaines fonctions liées à la façon dont les objets servent aux humains. De plus, le domaine SURNATUREL dans les deux cultures est utilisé constamment pour l'idée de *superpouvoirs* qu'il contient et qui représentent certains rôles de ces caractéristiques. Par exemple, le rôle *mère* est perçu comme devant être très gentille et très forte, comparé à Sainte Marie et Buddha.

Des caractéristiques identiques dans des domaines sources différents recouvrent-elles des interprétations identiques ?

Nous remarquons que si on s'intéresse à des caractéristiques identiques dans des domaines sources différents, l'interprétation de ces caractéristiques peut varier. Si un domaine source concerne des êtres vivants comme des animaux et des plantes, les traits physiques ou les traits de personnalité sont considérés comme naturels ou innés. En revanche, si ces mêmes traits sont mis en avant par la comparaison avec des objets, cela est perçu comme acquis ou socialement construit.

Par exemple, l'attribut *protecteur* est très fréquemment accentué dans les MH. Si les locuteurs ont recours aux *lions* ou aux *arbres* pour indexer cette caractéristique, cela indique que les

¹⁶⁶ Voir chapitre 1.3.1.

hommes sont considérés comme naturellement protecteurs. En revanche, si ce sont des objets qui sont utilisés pour se référer métaphoriquement à cet attribut *protecteur*, cela implique que c'est une caractéristique qu'ils sont censés avoir appris auprès des locuteurs. Pour soutenir cet argument, des verbes déontiques, *devoir* et *falloir*, sont plus fréquemment mentionnés en collocation avec des métaphores OBJETS. Les métaphores ci-dessous montrent cette différence. Les exemples (1) et (2) concernent les domaines des êtres vivants, *lions* et *arbres*, où les traits évoqués sont vus comme la personnalité pour les hommes, alors que dans les exemples (3) et (4), les locuteurs incorporent le verbe *yao* « devoir », représentant le fait que les attributs sont évalués comme des rôles socialement construits.

- (1) 獅子 *shi zi* « lions » : 鞏固自己家，保護，伸張權力 « renforcent leur propre territoire, protègent, agrandissent leur pouvoir »
- (2) 大樹 *da shu* « grands arbres » : 可依靠，保護 « on peut s'appuyer sur eux »
- (3) 圍牆 *wei qiang* « mur d'enceinte » : 要(*yao*)保護圍牆裡的人 « devoir protéger les gens à l'intérieur »
- (4) 柱子 *zhu zi* « piliers » : 要(*yao*)撐住一家人 « il faut soutenir la famille »

Un autre exemple montre la relation amoureuse active-passive entre les deux sexes à Taïwan, considérée « naturellement » en ayant recours à la relation des animaux chasseurs-chassés (e.g. lion-lapin). Comme cette notion est toujours très présente dans la société taïwanaise (Bih, 2003 ; Ho, 1994 ; Cho, 2004), elle est représentée comme un phénomène naturel, comme l'instinct d'un lion en tant que chasseur qui traque une proie, ici un lapin.

8.1.3.2 Les types et les caractéristiques

Le Tableau 89 montre des possibilités d'actualisation de métaphores pour représenter des caractéristiques identiques ou différentes dans des langues différentes.

Dans la typologie ci-dessous, les lignes représentent le choix des caractéristiques, alors que les colonnes montrent celui des types. Nous avons donc quatre types possibles :

	Même caractéristique	Caractéristiques différentes
Même type	(1) en français et en mandarin : <ul style="list-style-type: none"> • <i>fleurs</i> (belle), <i>fruits</i> (sucrés) → femmes • <i>animaux</i> (impulsif), <i>vin</i> (se bonifie avec le temps) → hommes 	(2) <i>livre</i> <ul style="list-style-type: none"> • éducatif, intelligent → Françaises • être apprécié → Taïwanaises
Types différents	(3) la caractéristique <i>douce</i> <ul style="list-style-type: none"> • en français : <i>cocon</i>, <i>biche</i> • en mandarin : <i>eau</i>, <i>lapin</i> 	(4) <i>girouette</i> : <i>changeant</i> en français <i>distributeur d'argent</i> → <i>qui doit gagner l'argent</i> en mandarin

Tableau 89. Relation entre des types et des caractéristiques différents/similaires

(1) Même type lié aux mêmes caractéristiques

Les locuteurs des deux cultures perçoivent parfois le même type et l'associent de la même manière à un sexe particulier. Par exemple, les caractéristiques des *fleurs* et des *arbres* sont respectivement corrélées aux femmes et aux hommes de la même façon en français et en mandarin. Pour atteindre cet accord, on associe la *beauté*, la *jeunesse*, l'*odeur parfumée* avec la *fleur* ou la *grandeur*, et l'aspect *protecteur* avec *l'arbre*. En outre, on remarque ces mêmes caractéristiques chez les domaines cibles, les femmes, et on relie les deux domaines grâce à leurs similarités.

Un autre exemple est l'association entre des fruits et les femmes ou entre le vin et les hommes dans les deux cultures. Cela montre tout d'abord que prendre de l'âge est connoté différemment pour les deux sexes : les femmes vieillissent mais les hommes murissent. De plus, les locuteurs ont des expériences similaires des mêmes aliments, qu'ils lient ainsi aux humains.

Cet accord de choix implique une relation plus ou moins universelle, basée sur les expériences en commun des domaines sources et des domaines cibles entre les différentes cultures (Gibbs, 2005 ; Gibbs et al., 1997 ; Grady, 2005 ; Kövecses, 1995 ; 2005, 2010b ; Lakoff & Johnson, 1980).

(2) Même type lié à des caractéristiques différentes

Les locuteurs des deux cultures utilisent parfois un type dont les caractéristiques soulignées sont différentes pour décrire le même domaine cible. Pour illustrer, les locuteurs français et taiwanais ont recours au *livre* pour évoquer métaphoriquement les femmes. Cependant, les locuteurs français mentionnent des caractéristiques plus actives comme *éducatif* ou *chacun a son histoire à raconter* pour décrire les femmes, tandis que les Taïwanaises sont représentées comme plus passives : *il faut qu'on les lise et qu'on les découvre*. Même si les expériences de

lecture pour les humains doivent être similaires, la différence provient de la perception distincte des femmes dans chaque culture. Cela révèle un imaginaire social : le manque d'agentivité est lié au fait que les femmes taiwanaises sont considérées comme passives dans une relation amoureuse. Pour cela, l'aspect *passif* de l'expérience de lecture est activé pour créer une MF pertinente.

3. La même caractéristique liée aux types différents

Les locuteurs français et taiwanais soulignent la même caractéristique à l'aide de types différents. Par exemple, l'attribut *douce* est associé aux types *cocon* et *biche* en français, alors que les types *eau* et *lapin* renvoient à la douceur des femmes en mandarin. Contrairement à la dernière situation où le même type est associé à des caractéristiques variées, cette divergence provient tout d'abord des interprétations différentes des mêmes noms selon les contextes culturels.

En mandarin, un *cocon* est plus souvent associé à l'acte d'enferrer (une nymphe est perçue comme une personne et l'action de *s'envelopper de soie* représente *s'enferrer*). En français, c'est la matière de la soie qui est mise en avant. Pour cela, un *cocon* est un candidat pertinent pour évoquer la caractéristique *douce* en français mais pas en mandarin.

De la même manière, un *lapin* en français est connoté sexuellement comme dans l'expression un *chaud lapin*, et cette interprétation est reprise par les locuteurs français pour indiquer le désir sexuel des hommes¹⁶⁷, alors qu'en mandarin, un *lapin* est vu comme docile et doux sans connotation sexuelle.

4. Caractéristique différentes, types différents

Choisir des types différents pour évoquer des caractéristiques différentes semble évident. Quand les locuteurs de cultures diverses associent des types différents à d'autres caractéristiques, cela peut provenir de l'interprétation divergente de domaines sources ou de domaines cibles (Hsieh, Lien & Meier, 2013 ; Talebinejad & Dastjerdi, 2005 ; Yang & Depner, 2016 ; Yu, 2008). Prenons un exemple pour chaque cas. En français, une *girouette* décrit métaphoriquement une personne qui change d'avis ou de comportement rapidement, et cet attribut est lié aux femmes. Alors que cet objet n'est pas commun à Taïwan, il n'est donc pas un candidat saillant pour se référer à une personne changeante. En revanche, les métaphores qui comparent les hommes aux distributeurs de billets ou aux machines à gagner de l'argent sont uniquement utilisées à Taïwan. Cela reflète que gagner de l'argent est

¹⁶⁷ L'utilisation du mot *lapin* en tant que terme affectif (*mon lapin*, *mon petit lapin*) n'est pas évoquée dans le questionnaire en français.

toujours considéré comme la responsabilité des hommes taïwanais, alors qu'en France, ce n'est pas (plus) un des rôles les plus importants soulignés chez les hommes.

Comme de nombreuses études sur les métaphores le suggèrent, nous ne pouvons pas prévoir quelles significations métaphoriques deviendront conventionnelles dans une langue particulière car les références et les attitudes culturelles sont variées (Deignan, 2003 ; Kövecses, 2005 ; Littlemore, 2003 ; Yu, 1998, 2008). Les métaphores récoltées dans cette étude constituent un vaste corpus et quoique nous ne puissions pas comparer chaque type interculturellement en raison d'un espace limité, chaque métaphore a son importance.

La partie suivante présente plus profondément des aspects sociaux et culturels représentés par les métaphores des deux sexes en France et à Taïwan.

8.2 Interprétations sociales et culturelles

Nous passons tout d'abord en revue les différences ainsi que les similarités inter-langues d'utilisation des métaphores du genre, suivie d'une interprétation sociale et culturelle.

Les différences : stéréotypes relativement prononcés en mandarin

Dans le chapitre 7, nous avons vu que les métaphores données par les locuteurs taïwanais font plus souvent référence à celles du dictionnaire qu'en français, particulièrement les MF (41% d'entre elles présentent un chevauchement dictionnaire-questionnaire en mandarin contre 31% en français). Si les expressions métaphoriques répertoriées dans le dictionnaire représentent la culture et l'attitude portées par cette langue, nous pouvons inférer que les Taïwanais utilisent plus habituellement des images conventionnelles existantes. Cela peut impliquer que les métaphores conventionnelles et la signification culturelle qu'elles représentent jouent un rôle plus important sur la conceptualisation du genre pour les locuteurs taïwanais, ou que les Taïwanais se conforment plus aux rôles genrés traditionnels.

Grâce à l'analyse des dix types les plus importants dans chaque langue, nous étudions les motivations d'utilisation des métaphores du genre par rapport à leurs catégories grammaticales et sémantiques. Le tableau ci-dessous revisite cet aboutissement (voir chapitre 5.3 et 6.3) :

		En français		En mandarin	
		MH	MF	MH	MF
1	Entité	0%	1,30%	0%	2,70%
2	Qualité	44,60%	51,60%	65,60%	84,50%
3	Fonction	41,70%	34,50%	34,40%	11,60%
3a	Agent	10,80%	19,70%	23,30%	4,60%
3b	Patient	5,80%	5,40%	5,20%	4,30%
3c	Aging Entity	5,80%	5,80%	0%	2,70%
3d	Expérienceur	19,40%	3,60%	5,90%	1,20%
4	Catégorisation	13,70%	12,60%	0%	0%
Total		100%	100%	100%	100%

Tableau 90. Les dix métaphores les plus importantes en français et en mandarin : regroupement selon la catégorie grammaticale et les rôles sémantiques

Les catégories « qualité » et « fonction » sont les deux plus importantes. Nous observons une continuité entre les quatre colonnes MH en français, MF en français, MH en mandarin et MF en mandarin. Plus précisément, l'emploi des métaphores du genre en français (MH : 41,70% ; MF : 34,50%) engage plus de verbes que celui en mandarin (MH : 34,40% ; MF : 11,60%) et parmi celles-ci, les MH ont encore plus recours aux verbes que les MF. Ainsi, la différence du taux de rôle d'agent entre les MH et les MF en mandarin est beaucoup plus large qu'en français (18,7% contre 8,9%). Il est également à noter qu'en français, les femmes sont représentées comme plus agentives que les hommes. Cela veut dire qu'à Taïwan, les rôles des hommes sont vus comme plus actifs que ceux des femmes.

Concernant les « entités », seulement deux cas sont répertoriés en français et un cas en mandarin : *épines* des roses dans les deux langues et *griffes* des chats en français. Cette faible fréquence est liée à la nature non-abstraite des humains, puisqu'on n'a pas besoin de les comprendre comme on comprend les concepts abstraits (tel que LE TEMPS) : nous évoquons les entités concrètes d'autres domaines sources (LE TEMPS C'EST DE L'ARGENT) pour rendre ces concepts abstraits plus compréhensibles.

Pour cela, les motivations de MH et MF concernent globalement les métaphores à une correspondance (one-correspondence metaphors, Mendoza Ibáñez, 2000) et l'application de LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE où les qualités sont les plus évoquées (e.g. la caractéristique *courageux* dans Achille est un lion).

Choix des qualités exclusif /non-exclusif

La direction de la continuité quantitative est inversement proportionnelle quand il s'agit de qualité. Les MF en mandarin se caractérisent avec plus d'adjectifs alors que les MH en français en reçoivent le moins. Même si ce tableau ne montre pas les analyses qualitatives,

nous pouvons rappeler que les caractéristiques attribuées aux Taïwanaises sont principalement *belle*, *changeante* et la caractéristique la plus importante à travers tous les domaines, 柔 *rou*, qui signifie « douce, souple, tendre, adaptable, molle, faible »¹⁶⁸, dépendant d'autres éléments avec lesquels ce mot se combine. Ces qualités englobent les caractéristiques féminines que la société attend des Taïwanaises, ce qui soutient également le fait qu'elles soient moins associées au rôle actif. Les Taïwanais sont quant à eux apparentés aux qualités *fort* (*et fragile à la fois*), *solide*, *grand* et *protecteur*. Ces attributs, même en tant qu'adjectifs, portent plus d'agentivité que ceux des Taïwanaises.

En français, l'écart du nombre de qualité entre les MH et les MF est moins important qu'en mandarin (7% contre 18,9%). De plus, les qualités distribuées aux deux sexes sont plus symétriques qu'en mandarin. En outre, nous remarquons que les attributs liés à l'apparence des deux sexes sont genrés, mais les traits psychologiques ne sont pas aussi exclusifs qu'en mandarin. Par exemple, les Françaises et les Français sont tous les deux souvent liés aux caractéristiques *forte*, *solide*, *résistant* et *protectrice*, qui sont traditionnellement considérées comme plus masculines. Cette symétrie relative au choix des caractéristiques est liée à la sélection des types : le choix des types à appliquer aux deux sexes n'est pas exclusif en français (e.g. le *soleil* est adressé aux hommes et aux femmes), mais celui-ci est exclusif en mandarin (le *soleil* est seulement lié aux hommes).

Choix des types exclusif /non-exclusif

En mandarin, le choix des caractéristiques genrées provient des types genrés, cela veut dire que certains types sont exclusivement associés aux hommes ou aux femmes. Pour cela, l'emploi des métaphores au travers de tous les domaines sources en mandarin illustre plus fortement une exclusivité des types liés aux MH et aux MF, alors que les types sont plus souvent partagés par les MH et les MF en français. Par exemple, parmi les dix types les plus importants en français, cinq sont appliqués aux hommes et aux femmes, tandis qu'en mandarin, aucun type n'est utilisé d'une manière interchangeable.

En effet, il existe des types qui sont utilisés pour décrire en même temps les femmes et les hommes dans les deux langues. En mandarin, la signification et la connotation de ces métaphores change selon le destinataire de cette métaphore. Par exemple, quand les hommes sont liés aux lions, leur puissance, force, beauté et ambition sont des aspects soulignés. Si ce sont les femmes qui sont apparentées aux lions ou lionnes (il en existe beaucoup moins), elles sont désignées comme étant de mauvaise humeur.

¹⁶⁸ Voir chapitre 6.

En revanche, les locuteurs français dénotent plus fréquemment la même idée avec la même métaphore pour les deux sexes. Pour illustrer ce processus, quand le type *soleil* est associé aux deux sexes, il évoque les caractéristiques *lumineux*, *radieux*, *chaleureux*, sans provoquer la connotation de la masculinité comme en mandarin.

Ces analyses montrent le même phénomène : les rôles genrés liés aux deux sexes apparaissent plus fortement à Taïwan, ce qui est reflété par l'exclusivité des types et des caractéristiques associées aux femmes et aux hommes. En France, l'asymétrie relative d'utilisation des métaphores liées aux deux sexes indique qu'ils partagent plus de traits en commun et sont par conséquent moins stéréotypés.

Similarité : rôles sociaux toujours inégaux

Les analyses des métaphores montrent qu'il existe moins de types et de caractéristiques genrés en français qu'en mandarin. Cependant, cela ne signifie pas qu'il n'en existe pas. En effet, dans ces deux langues, nous observons de nombreuses similarités où les hommes et les femmes sont conçus socialement comme devant occuper des rôles différents.

Pour les Françaises et les Taïwanaises (Voir chapitre 6.3.1.1 et 5.3.1.1), les aspects liés aux enfants sont toujours fortement considérés comme relevant de leur domaine. Les rôles nourricier et protecteur ainsi que la responsabilité de l'éducation des enfants sont souvent associés aux femmes. Cela fait écho aux études montrant que les attitudes égalitaires sont de plus en plus développées dans les sphères professionnelle et privée mais le rôle de *mère* et les responsabilités liées aux enfants sont toujours considérés comme étant principalement l'affaire des femmes à Taïwan (Lin, 2011 ; Lu, 2011) ainsi qu'en France (Champagne, Pailhé & Solaz, 2015 ; Pailhé, Solaz & Souletie, 2019). Par conséquent, le temps consacré aux enfants pour les femmes et les hommes est inéquilibré (Pailhé, Solaz & Souletie, 2019).

Par ailleurs, la complexité liée au fait que les femmes doivent s'occuper en même temps de leur vie professionnelle et de leur vie familiale est un sujet récurrent dans ces deux sociétés. Mais comme nous l'avons vu auparavant, les Françaises sont conscientes de leur situation inégale, c'est pourquoi elles sont souvent comparées à des guerrières ou à des hommes pour montrer le besoin de lutter pour l'égalité. En revanche, cette conviction est rarement révélée dans l'autre pays. Puisque l'on attend des Taïwanaises d'être souples et adaptables à toutes les situations (surtout après le mariage), l'esprit de lutte contre le système n'est par conséquent pas présent.

Concernant les hommes (voir chapitre 5.3.1.2 et 6.3.1.2), il y a moins de similarités répertoriées dans les deux pays. D'un côté, ils sont tous perçus comme plus ambitieux au

travail que les femmes, et par rapport à leur fonction à la maison, ils sont plus souvent liés au rôle du bricoleur et moins associés à ce qui concerne les enfants (Champagne, Pailhé & Solaz, 2015 ; Pailhé, Solaz & Souletie, 2019 ; Pfefferkorn, 2011). D'un autre côté, les Français sont comme les Françaises, ils sont également conscients de l'inégalité des sexes, mais cette réflexion est peu mentionnée par les Taïwanais. En outre, les hommes taïwanais sont fortement liés aux rôles comme : gagner de l'argent, transporter son entourage, être responsable financièrement et mentalement de sa famille, alors que ces fonctions sont moins mentionnées dans le questionnaire en français, et qu'elles ne sont pas uniquement considérées comme des travaux masculins.

8.2.1 Quelle réalité sociale ?

Comme suggéré par Lakoff et Johnson (1980 : 159, notre traduction), « les métaphores jouent un rôle essentiel dans la construction de la société sociale et politique » et de nombreuses études ont été effectuées sur les sujets politiques ou sociaux confirmant le pouvoir des métaphores pour structurer les réalités (Arcimaviciene, 2019 ; Baider, 2018 ; Charteris-Black, 2006, 2011 ; Chiang & Duann, 2007 ; Hart, 2011 ; Musolff, 2015 ; O'Brien, 2003 ; Salahshour, 2016 ; Santa Ana, 2002 ; Van Dijk, 2000). Dans cette partie, nous sollicitons les études sociologiques afin de soutenir les résultats qui reflètent la réalité de l'inégalité entre les sexes en France et à Taïwan.

Pays plus égalitaire, moins de rôles genrés ?

De nombreuses études ont testé le lien entre les facteurs aux niveaux macro/micro et la division des tâches domestiques pour un couple. A une échelle nationale, l'inégalité entre les deux sexes dans les domaines politique et économique a un effet sur la répartition des tâches ménagères (Fuwa, 2004 ; Hook, 2006), tels que la participation des femmes au marché du travail, les normes de genre et les régimes de protection sociale. A une échelle individuelle, les ressources relatives, la disponibilité de temps et l'idéologie de genre d'un couple composent les facteurs principaux de l'organisation domestique.

Dans des pays aux conditions plus égalitaires entre les deux sexes, la division des tâches ménagères dans le couple est également plus équilibrée (Batalova & Cohen, 2002). En même temps, des études antérieures suggèrent qu'il existe une relation positive entre les attitudes des rôles genrés plus égalitaires d'un couple et une division plus égale du travail domestique (Greenstein, 1996 ; Lennon & Rosenfield, 1994).

En se fondant sur ces contextes, les sociologues Knudsen et Wærness (2007) ont effectué un travail de recherche où ils prennent en considération l'interaction entre les facteurs de niveaux

macro et ceux individuels pour examiner la contribution aux tâches domestiques dans des couples. Les auteurs incluent 34 pays, y compris la France et Taïwan, en se fondant principalement sur les données de l'enquête « Famille et rôles sexués » des ISSP¹⁶⁹ (*The International Social Survey Program*) et l'indice IPF¹⁷⁰ (L'Indice de participation des femmes à la vie économique et politique), un indicateur créé par le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD). Cette étude confirme qu'il existe un lien entre l'autonomisation des femmes et le temps qu'un couple passe à s'occuper des tâches domestiques : un indice IPF plus haut représente des conditions politiques et économiques plus égalitaires associées à une attitude des rôles moins genrés et qui mènera à une répartition de tâches ménagères plus équilibrée entre les deux sexes.

Examinons l'indice IPF et le temps consacré au ménage d'un couple en France et à Taïwan. Pour avoir une référence, nous ajoutons également le pays où les tâches sont le mieux partagées (Finlande) et le moins (Japon).

Tout d'abord, il est à noter que même dans le pays le plus égalitaire, les femmes sont toujours plus en charge des tâches domestiques que les hommes. Comparons les situations de la France et de Taïwan : l'indice IPF de la première est plus haut que le second, représentant le fait que l'autonomisation des Françaises est plus importante que celle des Taïwanaises, ce qui est lié à un écart moins important des tâches ménagères entre les hommes et les femmes en France.

	Indice IPF de PNUD (1: MAX) ¹⁷¹	Temps moyen des tâches domestiques des femmes par semaine (en heure)	Temps moyen des tâches domestiques des hommes par semaine
Finlande	0,88	12,08	5,78
France	0,63	12,21	3,71
Taiwan	0,28	17,43	5,29
Japon	0,20	26,88	2,52

Tableau 91. Indice IPF et temps moyen des tâches domestiques effectués par les deux sexes (Knudsen & Wærness, 2007 : 103)

¹⁶⁹ Le programme international d'enquêtes sociales (*International Social Survey Program*) est un programme international d'enquêtes statistiques fondé en 1984. En 2012, 49 pays participent à ce programme. Chaque année, l'enquête porte sur une thématique particulière telles que, par exemple, l'identité nationale et les inégalités sociales. Les enquêtes concernant le sujet du genre ont été effectuées en 2002 (Famille et rôles sexués III) et 2012 (Famille et rôles sexués IV). L'étude de Knudsen et Wærness utilise les données de l'étude Famille et rôles sexués III de 2002.

¹⁷⁰ L'indice IPF permet de « mesurer si les femmes et les hommes sont capables de participer activement dans les sphères du pouvoir économique et politique et prendre part à la prise de décision ». Il prend en compte les écarts entre les hommes et les femmes au niveau : (1) du nombre de sièges parlementaires, (2) des fonctions administratives et d'encadrement (3) des postes professionnels et de gestion dans la sphère économique et (4) des revenus.

¹⁷¹ Les valeurs de l'indicateur s'échelonnent de 0 à 1 avec 1 qui représente une égalité parfaite entre les hommes et les femmes. Plus l'écart se creuse entre les hommes et les femmes, plus l'IPF est faible.

Nous remarquons qu'il existe une corrélation possible entre le taux d'utilisation des métaphores genrées dans le questionnaire et la répartition plus ou moins égalitaire des tâches ménagères.

Plus précisément, les types et les caractéristiques adressés aux femmes et aux hommes en français sont moins exclusifs qu'en mandarin, ce qui fait écho aux conditions sociales et au fait que les stéréotypes genrés sont moins sévères en France qu'à Taïwan. Par exemple, selon les locuteurs taïwanais, les hommes sont régulièrement comparés aux machines à gagner de l'argent et aux distributeurs de billets comme vu précédemment, alors que les femmes sont comparées aux appareils électroménagers tels qu'un aspirateur, un autocuiseur et un réfrigérateur. En revanche, ces comparaisons sont absentes auprès des locuteurs français, et les deux sexes sont décrits comme ayant les caractéristiques *forte* et *protectrice*¹⁷².

Ces comparaisons qui caractérisent bien la division des rôles des hommes et des femmes pourraient être associées aux taux de travail des deux sexes dans les deux pays. Prenons les statistiques de l'année 2015, époque à laquelle le questionnaire a été réalisé :

	Homme	Femme	Ecart
France	75,5	67,6	7,9
Taïwan ¹⁷³	72,20	56,89	15,31

Tableau 92. Taux d'emploi en France et à Taïwan en 2015

L'écart entre le taux d'emploi homme-femme à Taïwan est plus important qu'en France (7,41% de plus). On remarque encore une fois une corrélation possible entre la réalité sociale et l'utilisation des métaphores dans lesquelles les hommes taïwanais sont considérés comme ceux qui doivent gagner de l'argent pour la famille, pendant que les Taïwanaises sont le plus souvent responsables du foyer.

Cependant, l'inégalité des sexes est un fait général révélé au travers des métaphores. De nombreux travaux internationaux confirment que même dans les pays où les attitudes des rôles genrés sont (presque) égalitaires, et où les femmes partagent la responsabilité financière avec leur compagnon, ce sont toujours elles qui consacrent plus de temps aux tâches domestiques (Fuwa, 2004). Ces faits corroborent les métaphores qui soulignent la complexité

¹⁷² Bien que les Taïwanaises puissent être également liées aux caractéristiques *forte* et *protectrice*, cette association se produit dans certaines conditions, comme le contexte de mère-enfant, mais pas dans le rapport entre les deux sexes.

¹⁷³ Le questionnaire a été effectué en 2012 à Taïwan. Même si les taux ne sont pas identiques, l'écart entre homme-femme ne présente pas de différence majeure. (+0,81 par rapport à l'année 2015). Voici le taux d'emploi de l'année 2012 : homme (71,26) et femme (55,14), l'écart (16,12).

des vies des femmes qui doivent occuper plusieurs rôles professionnels et familiaux en France et à Taïwan.

De plus, des enquêtes sur ces deux pays montrent que les tâches ménagères restent toujours sexualisées : celles plus répétitives comme le linge et la cuisine sont plus souvent attribuées aux femmes, tandis que les hommes s'occupent de celles plus occasionnelles telles que le bricolage et le jardinage (Champagne, Pailhé & Solaz, 2015 ; Chang & Li, 2007 ; Singly, 2010 ; Pfefferkorn, 2011). Ces faits sont également attestés par des locuteurs qui utilisent des métaphores associant des tâches particulières aux femmes ou aux hommes.

Traits de personnalité

L'utilisation des métaphores reflète non seulement la réalité sociale concernant la répartition des rôles genrés, mais des traits de personnalité homme-femme ont également été trouvés sur la base de recherches psycho-sociologiques (Costa, Terracciano, & McCrae, 2001 ; Else-Quest, Hyde & Linn, 2010 ; Feingold, 1994 ; Schmitt et al., 2008).

Dans les parties 5.3.3 et 6.3.3, nous analysons les motivations dans les questionnaires français et mandarin qui mentionnent des traits de personnalité à l'aide de la théorie Big Five (Goldberg, 1993 ; Gosling, Rentfrow & Swann, 2003 ; Norman, 1967). Bien que l'utilisation des cinq traits centraux des MF et des MH ne soit pas comparable dans les deux cultures, la différence homme-femme dans chaque pays fait écho aux études internationales (Schmitt et al., 2008 ; Weisberg, DeYoung & Hirsh, 2011) qui étudient en profondeur les divergences de traits de caractère projetés sur les deux sexes.

En premier lieu, l'ordre des MF et des MH est identique en français, bien que la composition des traits de degré bas et de degré haut ne soit pas identique pour les deux sexes : Agréabilité (A), Conscienciosité (C), Ouverture (O), Névrotisme¹⁷⁴ (N), et Extraversion (E). En revanche, l'ordre pour les MH (C, A, E, O, N) et les MF (A, N, C, O, E) diverge dans le questionnaire effectué à Taïwan.

¹⁷⁴ Névrotisme (N) : Il s'agit de la tendance à ressentir des émotions négatives, telles que la colère, l'anxiété ou la dépression (voir 2.3.3).

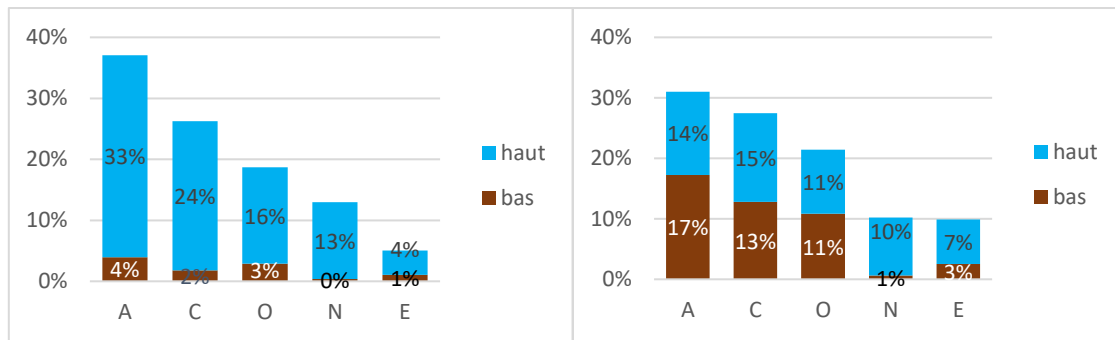


Figure 34. Distribution des traits personnels de Big Five pour MF (à gauche) et MH (à droite) en français

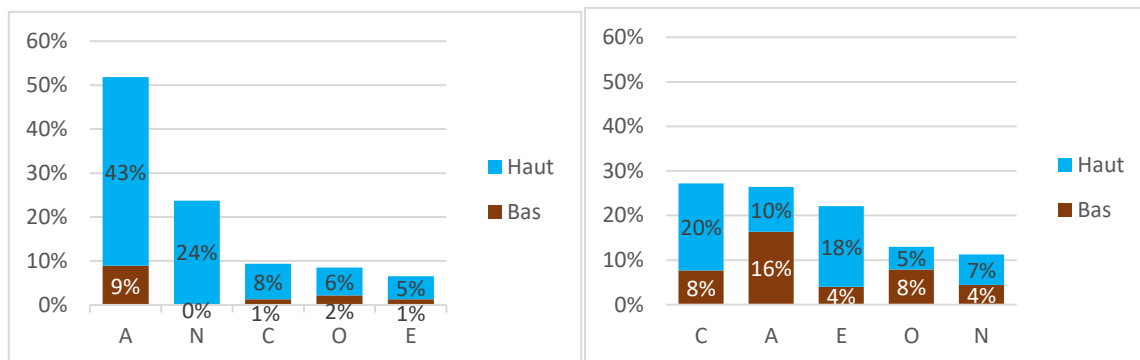


Figure 35. Distribution des traits personnels de Big Five pour MF (à gauche) et MH (à droite) en mandarin

Cela peut être lié au fait que les types et les caractéristiques ne sont pas aussi genrés en français qu'en mandarin, comme montré précédemment dans l'analyse. Les locuteurs français se concentrent sur les mêmes aspects tel que l'Agréabilité, mais ils accentuent des caractéristiques négatives (axe bas) ou positives (axe haut) selon le sexe « d'être décrit ». En revanche, les locuteurs taïwanais associent certains traits de personnalités en particulier aux hommes et aux femmes.

En deuxième lieu, les femmes dans ces deux cultures sont associées à plus de traits de degré haut, ce qui conforte les recherches précédentes indiquant que celles-ci se classent plus haut que les hommes en termes d'Agréabilité, de Conscienciosité et de Névrotisme (Feingold, 1994 ; Schmitt, et al., 2008).

Il faut noter que les traits de personnalité alloués par les locuteurs sont ceux soulignés au travers de l'utilisation des métaphores, dont la nature est différente des recherches psychologiques sur des traits de personnalité des deux sexes. Par exemple, le nombre surélevé de l'Agréabilité (52% parmi les cinq catégories) des MF en mandarin provient principalement du type l'eau et de ses variantes qui mettent la caractéristique *rou* « doux, tendre, faible, mou,

flexible, souple » en avant. Cela renvoie à une des fonctions essentielles des métaphores qui nous permettent de focaliser certaines valeurs portées par celles-ci.

Méta-attitude

Nous découvrons des méta-attitudes différentes chez les locuteurs français et taïwanais. Plus précisément, les locuteurs français sont plus conscients et plus critiques des questions proposées, alors que les Taïwanais ne les remettent pas ou peu en cause.

Pendant l'entretien, la plupart des locuteurs français sont conscients de la présupposition que les hommes et les femmes appartiennent à deux catégories et que chaque catégorie a ses propres caractéristiques. Pour cela, certains refusent d'y répondre, ou ils ne veulent pas reproduire le sexisme que la langue française porte.

Par les retours du questionnaire, nous ne pouvons pas confirmer leur méta-attitude mais certaines réponses montrent des idées qui vont dans ce sens. Voici deux réponses des locuteurs que nous n'avons pas incluses pour l'analyse des métaphores :

(1) Les femmes sont des femmes, [...] pas besoin de les comparer car au fond elles sont toutes uniques...

(2) Je ne sais pas. Je n'ai plus d'idée, désolée, ces questions sont très bizarres

Le premier exemple montre la réticence à considérer les *femmes* comme une catégorie car chaque personne est unique. Le deuxième exemple refuse la légitimité des questions en les décrivant comme *très bizarres*. Ces réactions remettent en question l'idéologie binaire du genre (Tomc, Bailly & Ranchon, 2016). Cela montre aussi que, selon ces locuteurs, la catégorie *femmes* n'est pas pertinente pour englober tous les individus de sexe féminin (Butler, 1990, 2004).

En revanche, ces réflexions ne sont pas présentes chez les locuteurs taïwanais. Dans certains cas, les locuteurs passent beaucoup de temps à réfléchir mais nous n'avons pas reçu de critiques comme celles des personnes interrogées en France.

Cette attitude pourrait être liée aux méthodes d'apprentissage et de valeur de l'égalité. En France, les élèves sont poussés à affiner leur esprit critique et à remettre en cause l'autorité à l'école (Houssaye, 2009 ; Sherringham, 2012), tandis que l'éducation à Taïwan met plus l'accent sur la mémorisation et l'automatisation des réponses (Xu, 2020). Par exemple, les baccalauréats dans les deux pays sont très différents. En France, les sciences humaines permettent de préparer les élèves à la réflexion notamment par le biais de la philosophie (Cassely, 2015 ; Fillet, 2012). En revanche, à Taïwan les épreuves se font essentiellement par

des questions à choix multiples, même pour les sciences humaines (Wang, 2020 ; Zhang, Feng & Zhang, 2019).

De plus, nous observons que la devise de la République française, *Liberté, Égalité, Fraternité*, joue un rôle important dans la représentation des métaphores. Comme le premier article inclusif de la Déclaration universelle des droits de l'homme (1948) l'indique : « Tous les êtres humains naissent libres et égaux en dignité et en droits. Ils sont doués de raison et de conscience et doivent agir les uns envers les autres dans un esprit de fraternité. ». En France, ces valeurs sont enracinées dans l'esprit du peuple notamment depuis 1968 avec le mouvement de Mai qui luttait notamment pour l'égalité des deux sexes. Nous observons également ces attitudes quand il est demandé aux locuteurs français de faire une comparaison des femmes et des hommes en termes d'autres noms : la sensibilité de ce sujet les pousse à mettre les deux sexes sur la même échelle. Bien sûr, cela n'implique pas que l'égalité des sexes est totalement mise en œuvre en France mais l'esprit de cette égalité est bien présent chez les locuteurs quand notre question « comparer les femmes / les hommes aux... » est abordée.

En revanche, l'esprit d'égalité est relativement nouveau pour les Taïwanais et est apparu avec une prise de conscience entamée dans les années 1990 (Lin, 2011 ; Lu, 2011 ; Lu & Yi, 2005). L'esprit d'égalité entre les deux sexes n'est pas une motivation préminente dans l'usage des métaphores pour décrire les deux sexes. Une autre interprétation possible : l'utilisation des métaphores renforce des rôles et des stéréotypes genrés en mandarin. Comme il existe plus de chevauchement des métaphores en mandarin qu'en français après une comparaison dictionnaire-questionnaire (voir chapitre 7.1.1 et 7.2.1), les interprétations des métaphores à Taïwan concordent plus fréquemment avec les métaphores conventionnelles. Cette influence de la langue pourrait expliquer des rôles sociaux ou des traits de personnalité genrés (et traditionnels) qui ne se conforment pas (encore) aux études sur les attitudes de plus en plus égalitaires des deux sexes. Certes, la langue ne change pas tant que la société ne change pas (Lakoff, 1973), il est donc essentiel de prendre conscience de la façon dont les expressions conventionnelles qui décrivent les stéréotypes peuvent potentiellement être liées à la stagnation des demandes d'égalité des sexes.

8.2.2 Interprétation culturelle

Nous avons vu comment les métaphores sont importantes pour construire un imaginaire social et refléter les correspondances entre des domaines connus des locuteurs dans les deux cultures. Dans cette partie, nous proposons des questions d'un niveau plus haut : pourquoi les locuteurs

de ces deux cultures choisissent-ils des domaines sources différents pour représenter les humains ?

(1) Choix des domaines sources

Pourquoi les locuteurs de culture française et de culture chinoise préfèrent-ils des métaphores de domaines différents ? Plus précisément, les Taïwanais choisissent plus souvent le domaine NATURE (29%), alors que les Français favorisent le domaine HUMAINS (24%) pour désigner les hommes et les femmes. Ces préférences sont également corrélatives avec la quantité des domaines sources ressortant des dictionnaires : dans le TLFi, le domaine HUMAINS (32%) est le plus important, tandis que dans le DMR en mandarin, c'est le domaine NATURE (39%) qui arrive en tête. Parmi toutes les réponses des locuteurs français, un tiers (32%) concerne des adjectifs (*belle*) ou des nominalisations des adjectifs (*beauté*) au lieu d'un nom pour faire une comparaison métaphorique. Pourquoi ce phénomène existe-t-il ?

(2) Méta-attitude

Mise à part l'explication sociale de la différence des attitudes au moment de répondre aux questions (jugées bizarres et difficiles par les Français et naturelles par les Taïwanais), existe-t-il d'autres interprétations ?

Réexaminons la nature des questions proposées. En effet, « faire des métaphores qui désignent les deux sexes » représente « comparer les femmes et les hommes à d'autres choses », cela signifie « faire une comparaison entre des êtres humains et d'autres êtres ». Ainsi, nous étudions, plus fondamentalement, la relation entre les humains et l'univers. Nous cherchons par conséquent les différences de cosmologies entre les cultures française et chinoise pour expliquer ces différences.

(3) Structure des réponses

Pourquoi les locuteurs taïwanais et français construisent-ils les réponses d'une manière différente ? En mandarin, les femmes et les hommes sont régulièrement conceptualisés en une paire sémantique dans tous les domaines sources. En revanche, cela est rarement constaté dans le questionnaire français.

8.2.2.1 La culture française : MÉTAPHORE DE LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE revisitée

Rappelons que la MÉTAPHORE DE LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE (*Great Chain Metaphor* : Kiełtyka, & Kleparski, 2005a ; Lakoff & Turner, 1989) est un modèle culturel qui classe tous les êtres selon un ordre hiérarchisé. A chaque niveau sont attribuées certaines caractéristiques qui sont linéaires et graduelles (Bynum, 1975 ; Lovejoy, 1936).

Du niveau le plus haut à celui le plus bas, il existe :

Le Dieu, au sommet de la hiérarchie, qui possède seul les attributs divins (l'omnipotence, l'omniscience, et l'omniprésence). Lui et les anges n'ont pas de limitations physiques mais ils possèdent des attributs spirituels tels que la raison, l'amour et l'imagination, ces derniers étant partagés avec les êtres humains. Se caractérisent, ensuite, les passions et sensations physiques comme la faim, la soif et le désir sexuel.

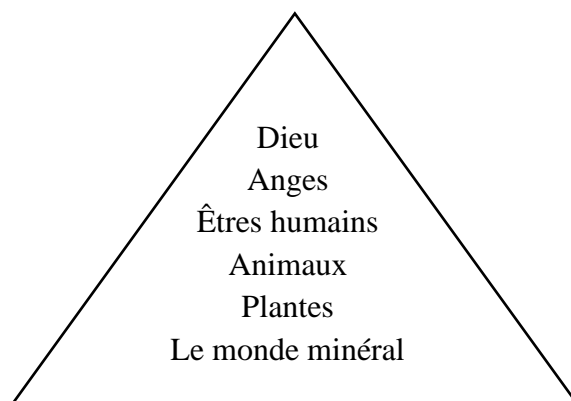


Figure 36. Hiérarchie dans LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE

Ces instincts biologiques sont ceux qui marquent le monde animal, humains compris, qui est différent du monde végétal avec seulement sa capacité à pousser. Il est perçu comme n'ayant pas d'attributs mentaux et il est considéré comme immobile. Au plus bas de l'échelle se trouvent les éléments minéraux qui n'ont pas les attributs des niveaux plus élevés et dont seuls les attributs physiques nous intéressent.

Ce modèle provient de Platon et d'Aristote et il a été développé pendant le Moyen Âge et à la Renaissance. De plus, sous l'influence du christianisme, cette échelle n'a cessé de croître.

D'après l'historien médiéviste White (1992) :

« La victoire du christianisme occidental sur le paganisme - la plus grande révolution psychique de notre culture - consacre la séparation et la supériorité de l'homme vis-à-vis de la nature. Supériorité qui se confond avec une hostilité déclarée à l'égard de la végétation et le plus grand mépris envers les animaux ».

La conception de la « chaîne des êtres » a existé tout au long de l'histoire occidentale. Même au XIXe siècle, Darwin réexamine ce classement hiérarchique en proposant une réflexion sur l'évolution biologique, qui demeure toujours d'actualité aujourd'hui.

Comme la culture française est étroitement liée à l'histoire et la philosophie gréco-romaine et judéo-chrétienne, l'application de ce modèle est pertinente pour proposer des réponses aux questions proposées ci-dessus.

Dans le domaine linguistique, cette hiérarchie est appliquée par Lakoff et Turner (1989) afin d'expliquer l'utilisation des métaphores où les humains sont comparés à d'autres êtres de la chaîne.

Deux directions d'opérations sont possibles, ascendante ou descendante (Kieltyka & Kleparski, 2005). Par exemple, si on compare les humains aux animaux, il s'agit d'une opération descendante (*downward mapping*). En faisant cela, les caractéristiques des animaux, les instincts et sensations physiques, sont apparentés aux humains. A l'inverse, une opération ascendante (*upward mapping*) lie un domaine cible à un autre dont le classement est supérieur.

À cet égard, un contexte est indispensable pour l'emploi des métaphores. Par exemple, celles utilisant les animaux pour décrire les humains concernent plus fréquemment une intention dégradante, par conséquent plus idoine dans un contexte insultant, ou dans des discours politiques visant des groupes minoritaires comme des migrants ou des homosexuels (Arcimaviciene, 2019 ; Arcimaviciene & Baglama, 2018 ; Baider, 2018 ; Charteris-Black, 2006 ; Hart, 2011 ; Musolff, 2011, 2012, 2015 ; Nilsen, 1996 ; O'Brien, 2003 ; Salahshour, 2016 ; Santa Ana, 1999, 2002 ; Van Dijk, 2000).

Cela explique pourquoi les locuteurs français se sentent mal à l'aise lorsqu'il s'agit de comparer les hommes et les femmes à d'autres choses. En effet, cela veut dire dégrader profondément les humains sans contexte, en leur ôtant leurs caractéristiques telles que la raison, l'intelligence et l'amour. Bien sûr, la direction ascendante (comparer les humains aux anges et au dieux) est également faisable, mais n'impulse pas souvent une métaphore appropriée.

Pour cela, les retours du questionnaire français demeurent le plus souvent, dans l'échelle humaine :

(1) utiliser métonymiquement d'autres noms d'humains pour souligner leurs attributs saillants (UN MEMBRE REPRESENTE UNE CATEGORIE) tels que *mère*, *guerrier* et *chasseur*

(2) sélectionner des adjectifs ou des nominalisations des adjectifs

Ces deux catégories composent, en effet, 54% des réponses récoltées auprès des locuteurs français.

Pour récapituler, puisque la relation entre les êtres humains et d'autres éléments de la chaîne est hiérarchisée verticalement dans la culture française, il n'est pas naturel de comparer les humains à d'autres êtres car cela signifie souvent une dégradation de l'humanité.

8.2.2.2 La culture chinoise : l'unité de la nature et des humains

A la différence de la conception occidentale, l'idée centrale de la philosophie chinoise depuis des milliers d'années relève d'une conception holistique (Yu, 2014) : 天人合一 *tian ren he yi*¹⁷⁵, littéralement *ciel-humain-combiner-un*, traduit par le sinologue Vandermeersch (1997 : 5) en « l'unité du Ciel et de l'homme. » Selon cette pensée, les humains sont en harmonie avec la nature et le monde extérieur. De plus, le statut psychologique et physique humain est également lié à la nature. En gardant cela à l'esprit, la relation entre les humains et d'autres êtres est perçue comme horizontale au lieu de verticale comme en occident.

On peut retrouver l'origine de ce principe d'harmonie *tian ren he yi* dans la Période des Printemps et Automnes (771-476 av. J.-C.) où les deux plus grandes écoles philosophiques, le Confucianisme (représenté par Confucius) et le Taoïsme (par Lao Tseu et son successeur Tchouang-tseu), ont proposé des perspectives associées à cette notion. Vient plus tard la Dynastie Han, lors de laquelle un homme politique, Dong Zhongshu, a confirmé le statut du Confucianisme et a persuadé l'empereur de le ratifier comme pensée d'Etat officielle. Il a synthétisé le principe *tian ren he yi* et le système *Yinyang Wuxing* « Yin-Yang et cinq éléments » en un système unique 天人感應 *tian ren gan ying*, signifiant « la résonance réciproque de l'humain et du cosmique, marquant l'identité de la loi morale et des lois qui commandent les mutations de l'univers », selon lequel tous les éléments sont liés : l'univers, les humains et le souverain¹⁷⁶.

Depuis lors, la notion philosophique *tian ren he yi* a parcouru l'histoire chinoise à travers toutes les dynasties. Comme le philosophe Chin (Cité par Yu, 2014 : 171) le remarque : « la notion *tian ren he yi* en tant que présupposition est un caractère principal de la philosophie chinoise ».

Étant donné ce contexte, nous pouvons expliquer pourquoi le taux d'utilisation du domaine NATURE (vue panoramique et substance) est si élevé en mandarin (29%). De plus, si le domaine NATURE est défini dans un sens plus général, les domaines ANIMAUX et PLANTES y sont inclus, représentant 64% d'utilisation (dont 29% de NATURE, 23% des ANIMAUX et 12% des PLANTES). A titre de comparaison, les locuteurs français utilisent seulement 29% de noms

¹⁷⁵ *Tian*, une des notions les plus importantes dans la pensée chinoise, signifiant originalement le *ciel*, peut être traduit en nature, univers ou cosmos dans le contexte philosophique.

¹⁷⁶ Le souverain est guidé par le Ciel dont les signes d'ordre naturel sont liés à la stabilité de son règne.

associés à la nature (dont 12% d'ANIMAUX, 10% de NATURE et 7% de PLANTES), alors que 54% des réponses concernent le domaine HUMAINS.

Puisque la relation entre les humains et la nature ne résulte pas d'un classement hiérarchique, il apparaît comme naturel pour les Taïwanais de faire une comparaison entre eux-mêmes et d'autres êtres. Cela explique (1) le choix prédominant des domaines de la nature et (2) l'aisance à comparer les humains avec d'autres éléments.

En résumé, le choix des domaines sources en français et en mandarin est lié à la relation entre les êtres humains et d'autres éléments naturels. Dans la culture française, l'ordre entre les humains et les autres est vertical, **comparer** les humains **aux** éléments dont le niveau est inférieur implique une dégradation de l'humanité. En revanche, les humains et l'univers sont considérés comme une unité dans la culture chinoise, leur relation est par conséquent horizontale. Les Taïwanais **comparent** donc naturellement les humains **avec** d'autres éléments. Cette différence dans la façon de conceptualiser le monde permet de comprendre la préférence des domaines sources et l'attitude envers les questions proposées pour les locuteurs dans les deux cultures.



Figure 37. La relation entre les humains et l'univers dans les cultures française (à gauche) et chinoise (à droite)

Structure des MF-MH

Selon les locuteurs taïwanais, les métaphores désignant les femmes et les hommes forment régulièrement une paire sémantique, soit par la sélection de deux types dans le même domaine source, soit en liant les motivations de leur utilisation. Considérons quelques exemples où chaque paire provient du même locuteur. Dans les paires (1)-(7), les MF et les MH appartiennent au même domaine source et leurs motivations sont sémantiquement associées. Les MF et les MH dans les paires (8)-(10) appartiennent à différents domaines mais leurs motivations sont également liées.

	MF	MH
1	水 « eau » : 有彈性適應 « souple, adaptable »	石頭 « pierre » : 頑固 « têtue »
2	家鳥 « oiseau à la maison » : 關在籠子裡被限制女主內 « être enfermés dans une cage, elles sont limitées à rester à l'intérieur »	倦鳥 « oiseau (sauvage) fatigué » : 男主外要歸巢 « les hommes sont fournisseur du pain (rester à l'extérieur). Il faut rentrer au nid »
3	雲 « nuages » : 變化多端 忽遠忽近 « changeant, tantôt loin, tantôt près »	山 « montagne » : 穩重 « stable »
4	絲綢 « soie » : 柔軟 « doux et souple »	鋼 « acier » : 堅強 « fort et solide »
5	鐘 « cloches » : 我們社會還無法容忍女人放任家庭不管 « notre société ne peut pas supporter qu'une femme laisse sa famille pour s'occuper de ses affaires (une cloche est accrochée à la maison)	錶 « montres » : 可是男人3.4天不在家忙工作別人會稱讚上進 « mais si un homme est absent pendant 3 ou 4 jours de la maison, on loue le fait qu'il s'efforce de faire des progrès (une montre sort de la maison) »
6	藍調 « blues » 呻吟, 情感宣洩 « gémir, expression émotionnelle »	爵士 « jazz » : 陽剛 « masculin »
7	冰淇淋 « crème glacée » 美好很快就融化 « très bon mais cela fond très rapidement »	酒 « alcool » : 越老越香醇 « se bonifie en vieillissant »
8	兔子 « lapins » : 被獵 (追求) « être chassé (poursuivi) »	獵人 « chasseurs » : 追求 « il chasse »
9	向日葵 « tournesols » : 呼應太陽, 女人嚮往時時仰望心愛的男人 « Lier au soleil. Une femme espère (en levant sa tête) l'homme qu'elle aime »	太陽 « soleil » : 炙熱溫暖的光, 帶來生命的力量。 « la lumière chaleureuse ramène la force de la vie »
10	書本 « livres » : 充滿智慧 « plein de sagesse »	讀書人 « lettrés » : 細讀文章書本裡的智慧 « il découvre la sagesse dans le livre »

Tableau 93. Exemples des paires MF-MH en mandarin

Ces exemples montrent que les locuteurs taiwanais conceptualisent régulièrement les hommes et les femmes en tant qu'unité dont les caractéristiques ou les fonctions sont complémentaires.

Le tableau ci-dessous montre des paires femme-homme en français. Chaque paire vient du même locuteur. En premier lieu, les locuteurs français utilisent peu les types liés dans le même domaine comme c'est tout de même le cas avec la paire (1). Plus fréquemment, leurs caractéristiques sont difficilement associables même si les deux types viennent du même domaine source (paires 2-4).

En deuxième lieu, nous observons un phénomène peu répertorié en mandarin : les locuteurs français ont tendance à utiliser le même type pour désigner les deux sexes, avec des motivations variées ou identiques, illustrées dans les paires (5)-(10).

	MF	MH
1	fleurs : belles, elles sentent bons, sont différentes et fragiles	arbres : parce qu'ils sont protecteurs
2	seau : un contenant	plomb : lourd
3	eau : pour leur côté nourricier, la force de leur nature, l'origine de la vie.	air : pour leur légèreté, leur futilité et leur contenance impalpable !
4	bijoux : elles doivent être jolies, admirées et portées elles-mêmes	crystal : au fond d'eux, ils sont fragiles et doivent être protégés
5	animaux : font partie de la nature comme tous les êtres vivants	animaux : des animaux civilisés et ingénieux, font partie de la nature, ils doivent se battre pour survivre avec leurs qualités et leur supériorité
6	roc : elles sont pragmatiques organisées et solides dans les épreuves de la vie	roc : imposant et rassurant
7	enfants : parce qu'elles ont besoin d'insouciance	enfants : parce qu'ils ont besoin d'être rassurés
8	rochers : parce que quoi qu'il arrive elles sont toujours là.	rochers : parce qu'ils sont une force brute.
9	hommes : parce qu'elles sont des êtres humains.	femmes : parce qu'ils sont des êtres humains.
10	flocons de neige : parce que chacun est unique.	flocons de neige : parce que chacune est unique.

Tableau 94. Paires femme-homme en français

À cet égard, les femmes et les hommes dans la culture chinoise sont considérés comme une paire, ou une unité : les types désignant les deux personnes et leurs caractéristiques sont systématiquement associés. En revanche, les femmes et les hommes sont conceptualisés parallèlement : le même type peut être utilisé pour décrire les deux personnes, ou les motivations d'emploi des MF et des MH sont indépendantes.

Yin-Yang

Nous avons introduit la pensée Yin-Yang dans les chapitres qui présentent les données en mandarin, particulièrement dans le domaine NATURE. Originellement, Yin représente l'ombre, tandis que Yang représente le côté lumineux. Les notions qui dessinent Yin et Yang forment deux catégories symboliques et complémentaires, qui peuvent inclure tous les aspects de la vie et de la nature (Cheng, 1989, 2015). Les composants sont interdépendants, ils n'existent pas seuls sans leur compléments (Cullen, 2013). Voici quelques exemples : le noir/le blanc ; le féminin/le masculin ; la lune/le soleil ; l'obscurité/la clarté ; le froid/le chaud ; le négatif/le positif, etc.

Dans le domaine NATURE (Chapitre 6.1.1), nous avons découvert que les types associés au Yin sont utilisés pour décrire les femmes, tandis que ceux catégorisés par le Yang sont liés

aux hommes. À cet égard, la notion que les femmes et les hommes forment une unité complémentaire n'est pas seulement limitée à la sphère naturelle, mais est représentée dans tous les domaines sources. Cela explique pourquoi les locuteurs taiwanais structurent régulièrement les MH et les MF avec les types et les caractéristiques dont les sens sont étroitement liés à l'aide des composants du Yin-Yang. En voici quelques exemples :

Yin-Yang	Femme-Homme
<i>rou</i> (doux, tendre, flexible, souple, adaptable, faible)/ <i>gang</i> (dur, solide, têtu, rigide)	<i>rou</i> (doux, tendre, flexible, souple, adaptable, faible)/ <i>gang</i> (dur, solide, têtu, rigide)
intuitif/logique	émotionnelle/raisonnable
intérieur/extérieur	rester à la maison/travailler dehors
docile/dominant	passive/actif

Tableau 95. Relation entre Yin-Yang et femme-homme

En outre, la relation de mutation et d'engendrement du Yin-Yang est également représentée par les MF et les MH en mandarin, montrée le plus souvent par ces expressions :

- (1) 以 *yi* 柔 *rou* 克 *ke* 剛 *gang*
 utiliser *rou* vaincre *gang*
 « utiliser la douceur pour vaincre la force »
- (2) 內 *nei* 柔 *rou* 外 *wai* 剛 *gang*
 intérieur *rou* extérieur *gang*
 « *rou* à l'intérieur mais *gang* à l'extérieur »
- (3) 外 *wai* 剛 *gang* 內 *nei* 柔 *rou*
 extérieur *gang* intérieur *rou*
 « *gang* à l'intérieur mais *rou* à l'extérieur »

Deux des composants les plus emblématiques du Yin-Yang, *rou/gang* et intérieur/extérieur montrent que leur relation n'est pas exclusive mais co-dépendante. Le côté Yin (*rou*) ne signifie pas nécessairement négatif mais également qu'il peut vaincre le côté Yang (*gang*) car une chose poussée à l'extrême évolue nécessairement vers son contraire.

Dans la relation des deux sexes, les femmes sont traditionnellement désignées comme Yin et *rou*, mais également comme possédant une force interne. Ainsi, elles peuvent présenter des caractéristiques inversées, c'est à dire avoir l'air *gang* mais être d'un naturel *rou*. C'est dans ce contexte que les types qui évoquent métaphoriquement ces relations sont sélectionnés, comme le montrent ces métaphores :

- (4) 水 « eau » : 以柔克剛 « la douceur vainc la force »
- (5) 兔子 « lapins » : 外表個性看起來很純潔實際上有堅持有個性 « avoir l'air pur mais en réalité elle a du caractère »

(6) 草 « herbes » : 外表柔弱事實堅韌 « avoir l'air faible en apparence mais en fait il est solide »

(7) 雞蛋 « œuf » : 外硬內軟 « dur à l'extérieur mais mou à l'intérieur »

En revanche, les hommes sont conventionnellement associés au Yang (*gang*), les métaphores qui les désignent soulignent par conséquent la relation « *gang* à l'extérieur mais *rou* à l'intérieur ». Cependant, comme pour les femmes, la relation peut être inversée, donnant « *rou* à l'extérieur mais *gang* à l'intérieur ». Des exemples montrent ces relations :

(8) 烏龜 « tortues » : 外表堅強，但碰到問題會逃避縮進去 « l'apparence est forte mais dès qu'il rencontre un problème il se rétracte dans sa carapace »

(9) 大樹 « grands arbres » : 外剛內柔，有溫度堅強 « *gang* à l'intérieur mais *rou* à l'extérieur, avoir la douceur et la force »

(10) 外硬內軟的蛋糕 « gâteaux dont l'extérieur est dur mais l'intérieur est moelleux » : 內在有纖細的一面 « avoir un côté sensible à l'intérieur »

En français, cette relation d'indépendance est peu mentionnée. La caractéristique « faible à l'extérieur mais fort à l'intérieur » est utilisée en lien avec des roseaux, apparentée aux femmes :

(11) roseaux : elles sont fragiles mais résistantes

(12) roseaux : elle fléchissent mais ne cassent pas. Elles sont douces mais acides quand il le faut

À l'inverse, les hommes sont liés à l'attribut « fort à l'extérieur mais faible à l'intérieur » avec l'image d'un arbre :

(13) arbres : ils sont forts et fragiles à la fois

Cependant, ce n'est pas un phénomène qui traverse tous les domaines sources comme en mandarin.

Le dualisme est une base essentielle dans de nombreux domaines et cultures différents telles que la philosophie, la religion et la science biologique (Pétrement, 1946).

Comme Françoise Héritier (1996) le remarque, la différence des sexes qui est au fondement de toute pensée, aussi bien traditionnelle que scientifique, est façonnée sur la première chose à observer la plus proche : les corps des femmes et des hommes. D'autres catégories cognitives qui s'opposent, comme actif/passif, chaud/froid, logique/intuitif et grand/petit, peuvent se retrouver dans les grilles de classement du masculin et du féminin. Selon cette anthropologue,

cette différence universelle concerne une volonté de contrôle de la reproduction. Sans doute, la manière de penser les relations entre les sexes est liée à la manière de penser la cosmologie et le monde surnaturel.

Néanmoins, même si les représentations des humeurs du corps sont universelles (sang, lait, sperme, sueur, salive), le degré d'interaction entre d'autres composants opposés et les deux sexes peut être culturellement spécifique. Dans la culture chinoise, les femmes et les hommes sont rigoureusement connectés à d'autres éléments du système dipôle Yin-Yang, alors que les locuteurs français le montrent peu par l'utilisation de métaphores désignant les deux sexes.

En mandarin : la métaphore centrale de l'eau

Au cours de l'analyse, nous observons que le type *eau* et ses variantes, qui évoquent des images et caractéristiques similaires, sont utilisés très fréquemment et composent une base de métaphores pour les deux sexes en mandarin. Parmi les 655 métaphores désignant les femmes, la catégorie *eau* contient 133 occurrences, soit 20%. Si nous examinons ces cas selon le nombre de locuteurs, parmi les 240 personnes, 120 utilisent au moins une métaphore liée à l'eau, dont sept apportent deux contributions et trois en apportent trois.

Nb de métaphores liées à l'eau	Nb de personnes	Total
1	110	110
2	7	14
3	3	9
Total	120	133

Tableau 96. Nombre de métaphores liées à l'eau

En outre, les motivations des MH sont régulièrement dépendantes de celles des métaphores associées à l'eau formant un couple dont la relation est interdépendante comme le présente le système Yin-Yang.

Nous posons par la suite deux questions : d'où provient cette fréquence des métaphores liées à l'eau ? Que représente-t-elle dans l'utilisation des métaphores ?

Wuxing (cinq éléments)

La notion Wuxing « cinq éléments », ou « cinq agents »¹⁷⁷ fait référence à cinq substances naturelles : *bois, feu, terre, métal* et *eau*. Son origine remonte à la dynastie Zhou de l'Ouest (1046 à 771 av. J.-C.). Le Wuxing représente les relations d'engendrement et de destructions de ces éléments en un système qui permet de classer métaphoriquement des objets et des

¹⁷⁷ Traduction de Cheng (2015).

phénomènes de la vie humaine et de la nature (Cheng, 1989, 2015 ; Granet, 2012 ; Jullien, 2013 ; Zhang & Chen, 2009).

Après avoir été unifiés avec le système Yin-Yang, ils ont été intégrés dans la pensée centrale *tian ren he yi* et ont influencé toute l'histoire de la pensée chinoise. Voici la relation entre Yin-Yang et *wuxing*, résumé par Cheng (2015 : 256) :

« Vers la fin des Royaumes Combattants (IIIe-IIe siècle), l'alternance des souffles primordiaux Yin-Yang se trouve combinée avec le *wuxing* perçu comme cinq phases ou portions de temps (journée, saison, année, dynastie) correspondant à des qualités déterminées qui se succèdent cycliquement à des points de référence fixés dans l'espace. » Cette combinaison est représentée par le schéma suivant :

YANG CROISSANT		CEDE LA PLACE À	YIN CROISSANT	
Bois	Feu	Terre	Métal	Eau
printemps	été	transition	automne	hiver
est	sud	centre	ouest	nord
vert	rouge	jaune	blanc	noir

Les domaines impliqués sont vastes, tels que la médecine chinoise, les points cardinaux, les saisons, les goûts, ou plus politiquement, la rotation du pouvoir (Cheng, 1989, 2015 ; Granet, 2012 ; Jullien, 2013 ; Zhang & Chen, 2009). Ces cinq éléments composent entre eux un cycle de génération (engendrement) ou domination (conquête), comme le montre cette figure :

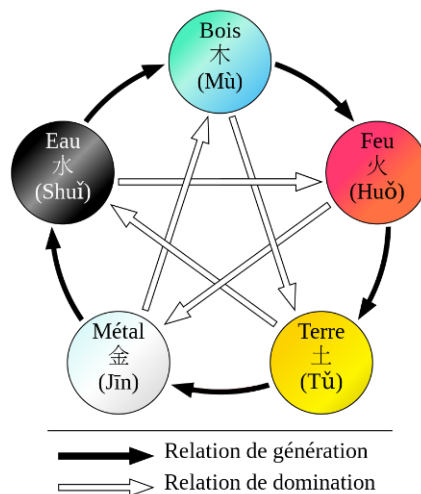


Figure 38. Cycle de génération et de domination des cinq éléments (CC)
(Cheng 2015 : 260)

Cycle de conquête	Cycle d'engendrement
Terre (endigue l'eau)	Bois (prend feu)
Bois (laboure la terre)	Feu (se réduit en cendres)
Métal (coupe le bois)	Terre (produit les métaux)
Feu (fond le métal)	Métal (se liquéfie dans la fonte)
Eau (éteint le feu)	Eau (nourrit le bois)

(Traduction : Cheng, 2015 : 260)

Dans ce contexte, nous observons que les MF prennent une place centrale dans les métaphores désignant les deux sexes en mandarin : pendant que les femmes sont comparées à l'eau, les hommes sont comparés aux quatre autres éléments, et leurs relations peuvent être expliquées par celles des cinq éléments. Voici la réinterprétation de leurs rapports :

Femme	Homme	Relation des cinq éléments	Relation femme-homme
eau	arbres, bois	l'eau génère le bois	femme soutient homme
eau	acier, fer	le métal génère l'eau	homme soutient femme
eau	terre, pierre	la terre détruit l'eau	homme détruit femme
eau	feu	l'eau détruit le feu	femme détruit homme

Tableau 97. Les relations des cinq éléments et de femme-homme

Examinons la première ligne pour l'illustrer. La métaphore désigne les femmes comme l'eau et les hommes comme le bois/un arbre, ce qui implique la relation entre l'eau et le bois : l'eau nourrit le bois, ce qui peut s'interpréter comme « les femmes soutiennent les hommes ». Les deux exemples suivants illustrent ce propos, chaque paire vient du même locuteur :

- (1) MF : 水 « eau » : 女人能孕育生命 « les femmes peuvent engendrer la vie »
 MH : 泥 : « boue » : 泥需要水才能做事(種植之類的) « la boue a besoin d'eau pour faire quelque chose (comme cultiver) »
- (2) MF : 水 « eau » : 溫柔, 愛哭 « douce, pleurer facilement »
 MH : 土 « terre » : 水太多會爛掉變泥巴, 太少會乾要適當 « s'il y a trop d'eau ça va pourrir et devenir de la boue ; s'il y en a trop peu cela sera trop sec, il faut en avoir une quantité appropriée »

Dans la première paire, la relation homme-femme est comprise par la relation boue-eau. Pour pouvoir fonctionner, la terre a besoin d'eau pour être cultivée, il faut par conséquent avoir les deux pour apporter la vie. La deuxième paire exprime qu'il faut avoir une quantité d'eau appropriée dans la terre pour atteindre une relation équilibrée. Cette connexion est appliquée aux deux sexes : pour chacun d'eux, il faut coexister avec l'autre sexe pour être en harmonie.

Cependant, ces relations ne sont pas toujours explicitement exprimées par les locuteurs, mais

nous pouvons toujours constater une association :

(3) MF : 水 « eau » : 感覺溫柔，其實內在充滿力量 « donne l'impression d'être douce, mais elle a plein de force à l'intérieur »

MH : 火 « feu » : 有些溫暖含蓄，有些強烈耀眼 « certains doux et discrets, certains forts et brillants »

(4) MF : 水 « eau » : 有時像小溪的潺潺流水溫柔清澈，有時像江河滔滔 « parfois comme le courant d'un ruisseau, doux et transparent, parfois comme une grande rivière torrentielle

MH : 石 « pierre » : 有時是礦山裡的寶石，有時是路旁的絆腳石 « parfois comme une pierre précieuse dans une mine de montagne, parfois comme une pierre d'achoppement »

Dans ces deux paires, l'équilibre de chaque élément est important : peu importe l'élément, si nous en avons une quantité excessive ou que l'élément en question est de mauvaise qualité, il peut être inutile ou même dangereux. Cela correspond, en premier lieu, à l'esprit du Yin-Yang. En deuxième lieu, les types destinés aux deux sexes évoquent les relations entre deux des cinq éléments. Dans la première paire, la relation *eau-feu* implique que les femmes peuvent dominer les hommes, alors que la liaison *eau-pierre* symbolise une relation où les hommes peuvent conquérir les femmes.

Entre les deux sexes, les relations d'engendrement ou de domination peuvent également se retrouver dans les pratiques traditionnelles selon lesquelles chaque personne détient un caractère d'un des cinq éléments selon l'heure et la date de sa naissance. Pour trouver une bonne personne avec qui se marier, il ne faut pas que leurs éléments respectifs se détruisent l'un l'autre.

En appliquant le *Wuxing*, nous pouvons éclaircir la fréquence d'utilisation des types *eau*, et de ses variantes, lorsqu'ils sont associés aux femmes et l'emploi des autres éléments décrivant les hommes.

Conclusion de chapitre 8

Dans ce chapitre, nous avons d'abord effectué une comparaison inter-langue entre les analyses des dictionnaires et des questionnaires par leurs appartenances à des domaines sources. Concernant les résultats des dictionnaires, deux asymétries communes ont été mises au jour dans les deux langues : qualitative et quantitative. Premièrement, le nombre de MF est

plus élevé que celui des MH, notamment en mandarin. Deuxièmement, les connotations des MF sont plus négatives que celles des MH dans plusieurs sphères telles que l'âge, l'apparence, et de façon prégnante, le fait que la sexualité des femmes soit vue d'une façon péjorative. Cela révèle, comme plusieurs études l'ont déjà souligné, que les métaphores destinées aux femmes sont une représentation du besoin de conquête et de domination des hommes (Baider, 2004, Baider & Gesuato, 2003 ; Fontecha & Catalán, 2003 ; Kiełtyka, 2005 ; López Rodríguez, 2007, 2009 ; Maestre, 2015 ; Morris & Goldenberg, 2015 ; Rudman & Mescher, 2012 ; Silaški, 2013 ; Yaguello, 1978).

L'analyse des questionnaires révèle que les locuteurs français ont tendance à employer en premier lieu le domaine HUMAINS, les adjectifs et les noms (la nominalisation des adjectifs), tandis que les locuteurs taïwanais tendent à utiliser le domaine NATURE. Par ailleurs, la structure d'emploi des types et des caractéristiques est également divergente. Selon les Taïwanais, les femmes et les hommes sont associés à des types et caractéristiques différents mais les MF et les MH sont régulièrement liées et complémentaires. En revanche, les deux sexes peuvent être associés au même type et à la même caractéristique auprès des locuteurs français. Nous expliquons ensuite ces différences par la réalité sociale et la cosmologie différenciées de ces deux cultures.

Tout d'abord, nous confirmons que les rôles genrés et le temps qu'un couple passe à s'occuper des tâches domestiques sont corrélés aux indices de l'égalité des sexes (Knudsen & Wærness, 2007). Puisque l'autonomisation des femmes est plus grande en France qu'à Taïwan, les fonctions sociales et les stéréotypes genrés sont moins présents dans l'utilisation des métaphores en français. En revanche, le fait que l'écart du taux d'emploi entre les deux sexes soit plus important à Taïwan peut expliquer pourquoi les Taïwanaises sont fortement liées à la sphère domestique par des comparaisons aux appareils électroménagers et pourquoi les Taïwanais sont considérés comme des machines à gagner de l'argent. Cependant, l'inégalité entre les sexes est toujours une situation universelle (Batalova & Cohen, 2002 ; Fuwa, 2004 ; Knudsen & Wærness, 2007). La complexité de la situation des femmes est représentée dans les deux cultures, car, même si les femmes travaillent de plus en plus, ce sont toujours elles qui s'occupent de la plupart des tâches domestiques ainsi que des enfants.

D'autres interprétations de ces différences peuvent dériver de la conceptualisation relationnelle des rapports macroscopique et microscopique. Dans la culture française, la relation entre des êtres humains et d'autres éléments est vue comme verticalement hiérarchisée, par la GRANDE CHAÎNE DE LA VIE, alors que cette relation est considérée comme horizontale selon la pensée chinoise 天人合一 *tian ren he yi* « l'unité du Ciel et de l'homme ».

Cette différence fondamentale est en lien avec le choix des domaines sources pour désigner les humains. En outre, la structure différente pour former les MF et les MH dépend de l'interaction entre des composants du dualisme de l'univers et le féminin/masculin. Dans la culture chinoise, les *femmes* et les *hommes* sont entièrement intégrés dans le système Yin-Yang où ces deux catégories complémentaires sont représentées par des images d'éléments naturels, qui sont par conséquent mobilisées pour désigner les deux sexes.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Comme Robin Lakoff (1973 : 73) l'atteste, « les dissymétries linguistiques méritent d'être étudiées car elles mettent en évidence les dissymétries et les inégalités du monde réel »¹⁷⁸. Tout au long du présent travail, le but a été d'étudier les métaphores désignant les deux sexes en français et en mandarin et d'élucider les inégalités sociales et les significations culturelles qui se trouvent derrière celles-ci, en tenant compte du sexe des locuteurs.

Deux ensembles de données ont été recueillis, en France et à Taïwan, à l'aide d'un dictionnaire historique et d'un questionnaire administré à 240 locuteurs dans chaque langue. Cela a permis d'examiner comment les femmes et les hommes sont représentés par les métaphores conventionnelles qui portent les valeurs culturelles. Et de nos jours, comment l'usage des locuteurs représente les perspectives actuelles dans les deux cultures ciblées.

D'un point de vue intra-langue, nous avons étudié la relation entre les métaphores conventionnelles et celles émises par les participants en prenant leur sexe en considération. Inter-linguistiquement, nous avons analysé s'il existe un schéma similaire entre les deux cultures dans la relation des métaphores dictionnaire-questionnaire. En outre, nous avons interprété ces métaphores en ayant recours à la réalité sociale et à la signification culturelle derrière les différences et similarités reflétées par ces métaphores en France et à Taïwan.

Les analyses des dictionnaires en français et en mandarin montrent deux asymétries dans les deux langues : quantitative et qualitative. En premier lieu, le nombre de MF est plus élevé que celui de MH : cela montre que les femmes, conçues historiquement comme L'AUTRE, sont les cibles encodées par des métaphores alors que les hommes sont représentés comme LE SOI. En deuxième lieu, la péjoration de la sexualité des femmes est un thème récurrent dans la majorité des domaines sources. D'autres aspects se concentrent sur l'apparence, l'âge, la stupidité et des parties du corps. En revanche, ces sujets sont moins soulignés chez les hommes. Leur galanterie, désir sexuel, intelligence (ou stupidité), force, brutalité, et statut social composent les thèmes principaux des MH.

Ces résultats révèlent le fait qu'historiquement, les femmes ont un statut secondaire et que ce sont les hommes qui exercent le pouvoir et construisent un langage selon leur propre perspective (Spender, 1980 ; Yaguello, 1978). Les femmes qui ne correspondent pas à l'attente sociale sont jugées comme anormales ou pouvant subir des discriminations ou des

¹⁷⁸ Lakoff (1973 : 73) : « Linguistic imbalances are worthy of study because they bring into sharper focus real-world imbalances and inequities. »

intimidations (Johnson, 2005). De plus, l'emploi des domaines sources reflète la conceptualisation du monde, des êtres vivants ainsi que des objets inanimés, ce qui rend certaines métaphores culturellement spécifiques et d'autres universelles.

Dans le dictionnaire TLFi, le domaine HUMAINS est le domaine le plus important pour représenter les deux sexes en français. Les stéréotypes associés aux métiers et aux autres groupes ethniques sont mobilisés par métonymie pour représenter les caractéristiques saillantes des deux sexes. Faisant écho aux études précédentes, les dissymétries sémantiques existent amplement dans les noms d'humains. Les termes se référant aux femmes portent régulièrement des connotations sexualisés ou péjoratives (Baider, 2004 ; Houdebine-Gravaud, 1999 ; Michard, 2002 ; Yaguello, 1978). En revanche, l'absence de genre grammatical en mandarin fait que les noms d'humains ne sont pas mobilisés pour assurer cette fonction¹⁷⁹.

En mandarin, le domaine PLANTES contribue le plus aux métaphores conventionnelles. Les femmes sont systématiquement apparentées aux fleurs dont les sous-espèces, caractéristiques physiques et cycle de vie sont comparées à celles-ci. En même temps, les hommes sont conceptualisés comme des animaux qui sont attirés par les fleurs et comme des agents sémantiques et syntactiques qui les accueillent ou les protègent.

L'association forte entre les femmes et les fleurs pourrait être liée à la coutume des pieds bandés de l'ancienne société chinoise (voir chapitre 4.1.1). Cette capacité limitée des femmes à se déplacer ferait donc du manque d'agentivité des plantes un candidat pertinent pour être assimilé aux femmes.

Le domaine ANIMAUX reste le plus pertinent pour les MF dans les langues indo-européennes : les animaux sont chassés, apprivoisés, et sont aussi source de travail et d'alimentation. Mais ils possèdent tout de même leur capacité d'agir et leur sexualité, ce qui motivent les hommes à créer les métaphores liées à la conquête et à la sexualité des femmes. (Baider & Gesuato, 2003 ; Fontecha & Catalán, 2003 ; Guiraud, 1978b ; Hines, 1996 ; López Rodríguez, 2009 ; Maestre, 2015 ; Nilsen, 1996 ; Rudman & Mescher, 2012 ; Tipler & Ruscher, 2019 ; Yaguello, 1978).

La nature et les substances dans la culture chinoise sont notamment personnalisées pour expliquer des vertus et le concept de la Voie chez des philosophes comme Confucius et Lao-Tseu. Cette base culturelle explique la relation entre les caractéristiques considérées comme Yin-Yang (féminin-masculin), et les attributs vus comme appartenant aux deux sexes.

¹⁷⁹ Cela ne veut pas dire qu'il n'existe pas de dissymétries sémantiques associées aux noms d'humains en mandarin. Le masculin est le genre non-marqué (*unmarked*) et le sexe des noms de métiers est par défaut masculin comme en français (voir chapitre 1.1.2).

Comparer des humains à des objets n'ayant ni agentivité ni vie exprime principalement la déshumanisation et le mépris envers ces derniers. Cela est attesté pour les MF et MH en français, et les MF en mandarin. Par ailleurs, la métonymie OBJET UTILISÉ POUR DÉFINIR UN UTILISATEUR est évoquée : la jupe constitue un symbole féminin dans les deux langues, alors qu'en mandarin, les maquillages et leurs couleurs désignent les êtres féminins.

Une autre sphère utilisée également par métonymie est le domaine CORPS. Les parties du corps vues comme symboles masculins ou féminins représentent les deux sexes. La barbe est commune pour désigner les hommes dans les deux langues. En français, les parties du corps sont plus explicitement sexualisées qu'en mandarin pour parler des femmes, tels que l'emploi du terme *fesse* pour figurer une femme avec qui un homme a des rapports sexuels, tandis qu'en mandarin, les *sourcils* et les *yeux* représentent les femmes en général sans être sexuellement connotés.

Cela est lié à la façon dont on parle des rapports sexuels sous forme d'euphémisme dans chaque culture. En mandarin, la relation sexuelle est exprimée à l'aide des scènes de la nature comme 翻雲覆雨 « renverser des nuages la pluie » ou 春風一度 « un coup de vent printanier » dans les expressions conventionnelles. Les parties du corps ne sont pas précisées dans cette relation et par conséquent moins conceptualisées de manière sexuelle. En français, cette relation est réalisée par deux personnes et reste dans le domaine HUMAINS. Pour cela, il existe des termes et des métaphores plus riches qui représentent les organes sexuels (Guiraud, 1978a, 1978b).

Les êtres surnaturels révèlent la peur et l'amour des hommes envers les femmes à travers les mythes (Blazina, 1997 ; Lederer, 1970). En français, les femmes fatales sont représentées par les personnages provenant des mythes gréco-romains. Concernant les hommes, leur force, beauté et sexualité sont des thèmes soulignés à travers ces mythes. Dans la culture chinoise, les femmes séduisantes et dangereuses sont représentées par certains animaux-esprits qui se réincarnent en humains (renards, serpents). Cela serait lié à la vision religieuse et à la croyance populaire selon lesquelles tous les êtres vivants peuvent se réincarner : les humains en animaux, mais aussi, les animaux en humains.

Une métaphore répertoriée en mandarin est absente en français : LES FEMMES SONT DES DESSERTS (Hines, 1994, 2000 ; López Rodríguez, 2008) qui est fondée sur la métaphore L'ACTE SEXUEL EST MANGER (Ger, Belk & Askegaard, 1996 ; Kövesces, 2006) où le désir sexuel est assimilé au désir appétissant.

Néanmoins, l'absence de ces utilisations dans les dictionnaires n'exclut pas l'existence de cette comparaison dans chacune des cultures. Les pratiques sociales sont également un angle à envisager car celles-ci incarnent les métaphores conceptuelles (Baider & Gesuato, 2003 ; Hines, 1999). Par exemple, bien qu'il n'y ait pas beaucoup d'expressions conventionnelles ayant recours aux plantes pour les MF en français, des prénoms féminins faisant référence à des noms de fleur ne nous sont pas inconnus. En outre, les fleurs sont largement utilisées comme motifs ou ingrédients pour des produits s'adressant aux femmes (vêtements, parfums, etc.).

Les métaphores du genre recueillies grâce au questionnaire administré aux locuteurs représentent les perspectives récentes qui complètent la lacune de l'ancienneté des dictionnaires historiques. Voici les implications principales selon nos données :

Premièrement, certaines métaphores du genre apparaissent valables inter-linguistiquement dans de nombreux domaines sources. Cela implique que même dans deux cultures éloignées, les humains perçoivent le monde d'une manière similaire et lient ces interprétations aux deux sexes d'une manière comparable. Par exemple, la nature est plus liée à la maternité et au rôle de nourrice car elle nourrit tous les êtres. Elle est donc conceptualisée comme féminine et par la suite liée aux femmes. Dans le règne végétal, les fleurs sont constamment perçues comme féminines pour leur beauté, leur fragilité physique et leur floraison à la période limitée. En revanche, les hommes sont associés aux arbres en raison de leur taille relativement grande par rapport aux femmes et pour leur fonction protectrice. Les expériences en commun concernant des aliments contribuent également aux mêmes métaphores soit en se fondant sur la métaphore L'ACTE SEXUEL EST MANGER, soit en les liant aux mêmes valeurs sociales concernant la maturation physique (les hommes se bonifient comme le vin). Ces analyses font écho à la notion d'*embodiment* (Gibbs, 2005) dans l'utilisation des métaphores : comprendre le rôle du corps d'un agent d'un point de vue cognitif dans la vie quotidienne.

Deuxièmement, nous remarquons que l'évocation des mêmes caractéristiques dans des domaines sources différents pourraient obtenir des interprétations différentes. Plus précisément, si un domaine source concerne des êtres vivants, les traits physiques ou les traits de personnalité sont perçus comme naturels ou innés. À l'inverse, si ces mêmes attributs sont mobilisés à l'aide d'objet, cela est considéré comme acquis ou socialement construit. Prenons l'attribut *protecteur* qui est fréquemment souligné chez les hommes. En choisissant les noms des êtres vivants comme *lions* ou *arbres*, les locuteurs considèrent que les hommes sont protecteurs par nature. En revanche, si les locuteurs ont recours aux objets pour évoquer ce même attribut, cela implique que les hommes sont considérés comme devant être protecteurs

en raison de leur rôle social. En exprimant cette idée, des verbes déontiques *devoir* et *falloir* sont plus fréquemment employés en concordance avec des métaphores d'OBJETS.

Cela renferme l'implication (*entailment*) des métaphores : quand un domaine source est choisi pour comprendre un autre domaine, les connaissances encyclopédiques et la structure du premier sont également transférées au second, soit implicitement, soit explicitement, dans les expressions linguistiques (Gibbs & Ferreira, 2011 ; Lakoff & Johnson, 1980). Puisque les objets sont inventés pour servir aux besoins des humains, leur fonction artificielle est aussi transférée aux hommes et interprétée comme socialement construite.

Troisièmement, l'implication peut changer selon le destinataire de cette métaphore en évoquant les mêmes domaines sources. Par exemple, même la conceptualisation du cycle de la vie des humains est calquée sur celui des plantes (HUMANS ARE PLANTS, Lakoff & Turner, 1989), le cycle de la vie des fleurs est spécifiquement associé aux femmes (le bourgeonnement, la floraison et le flétrissement) car leur beauté et capacité de reproduction sont considérées comme importantes par rapport à celles des hommes. Par ailleurs, l'actualisation du domaine NOURRITURE est principalement fondée sur la métaphore L'ACTE SEXUEL EST MANGER (Ger, Belk & Askegaard, 1996 ; Hines, 1994, 2000 ; Kövesces, 2006) dans laquelle la perspective est essentiellement androcentrique : les femmes sont comparées aux aliments et les hommes à ceux qui mangent. Pour cela, même en ayant recours à ce domaine pour décrire les hommes, les raisons de les choisir restent plutôt superficielles et ne concernent pas des implications (*entailments*) profondes.

Enfin, en prenant le sexe des participants et le destinataire des métaphores en considération (F-F, F-H, H-F, H-H), nous avons analysé les motivations d'utilisation des MF et des MH dans les questionnaires. Nous avons tout d'abord attesté que les deux sexes se focalisent plus sur des motivations liées aux traits de personnalités généralement associés à l'autre sexe. De surcroît, un nombre plus important de caractéristiques psychologiques négatives sont allouées au sexe opposé. Les hommes se focalisent plus sur les traits de personnalité des femmes, et vice versa. En outre, les locuteurs, comme les locutrices, soulignent davantage les aspects sociaux qui les concernent que ceux qui concernent l'autre sexe. Contrairement aux caractéristiques psychologiques, les rôles sociaux doivent être joués par chaque individu selon l'attente sociale attendue pour chaque genre, on souligne par conséquent plus fréquemment l'aspect de son propre sexe que celui du sexe opposé.

En réponse à l'hypothèse disant que les métaphores conventionnelles ont un effet sur la conceptualisation des deux sexes pour les locuteurs d'une manière similaire dans des langues

différentes, nous avons constaté qu'il existe effectivement un schéma inter-linguistique et par la suite nous proposons **la théorie du script du genre linguistique** pour interpréter ces schémas.

Cette théorie opère un croisement entre la linguistique cognitive et de la sociologie en mettant en avant le rôle du langage dans les cadres de la construction sociale du genre et de la théorie dramaturgique (Goffman, 1959, 1979). Le but est d'expliquer et de prévoir comment les métaphores conventionnelles concernant les deux sexes sont liées à leur conceptualisation pour les locuteurs et les locutrices.

Selon cette théorie, les métaphores conventionnelles ou les métaphores familières servent de script écrit pour instruire les acteurs et les actrices afin qu'ils jouent correctement leurs rôles d'hommes et de femmes. C'est pourquoi, quand il existe des expressions conventionnelles concernant un sexe en particulier, les locuteurs ou locutrices concernés ont tendance à recourir à ces métaphores pour se décrire eux-mêmes ou elles-mêmes, car ils ou elles doivent apprendre leurs répliques par cœur et interpréter leur personnage. Par ailleurs, ces acteurs ou actrices sont enclins à décrire le rôle du sexe opposé selon leur propre rôle, ce qui donne une paire de métaphores dont les sens sont liés pour collaborer à une scène où chacun se contente d'incarner son rôle genré défini.

Enfin, nous avons abordé les interprétations des similarités et des différences interculturelles au travers de la réalité sociale de l'égalité entre les sexes en France et à Taïwan et de la cosmologie de la culture française et chinoise. Nous avons remarqué que les types et les caractéristiques plus genrés fournis par les locuteurs représentent des stéréotypes plus genrés. Ceci est lié aux indices IPF traitant de l'égalité entre les deux sexes dans les pays ciblés (Fuwa, 2004 ; Hook, 2006 ; Knudsen & Wærness, 2007). Puisque l'autonomisation des femmes est plus haute en France et que la devise *liberté, égalité, fraternité* est enracinée dans la pensée du peuple français, les métaphores sont utilisées d'une façon moins genrée par les locuteurs français. En revanche, le fait que les fonctions sociales et les traits de personnalité soient généralement assignés à un sexe spécifique à Taïwan implique que les stéréotypes genrés sont toujours omniprésents (Lin, 2011 ; Lu, 2011 ; Lu & Yi, 2005). Cet état de fait est également visible dans l'écart plus grand du taux d'emploi de chaque sexe, et du temps consacré par chacun aux tâches ménagères.

De plus, nous postulons que l'utilisation des métaphores désignant les femmes et les hommes est également associée à la relation entre les êtres humains et l'univers. La conception classique de l'occident représentée par LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE (Lakoff & Turner,

1989 ; Kiełtyka, & Kleparski, 2005a), où chaque niveau possède ses propres attributs, rend dégradant le fait de comparer les humains aux être présents sur d'autres échelons (surtout dans une direction descendante). Cela résulte en une utilisation quasi systématique du domaine HUMAINS et de ses qualités pour référer les humains à eux-mêmes.

En revanche, selon la notion la plus importante de l'histoire de la pensée chinoise : *tian ren he yi* « l'unité du Ciel et de l'humain », la relation entre les humains et la nature est harmonieuse et l'un peut influencer l'autre (Cheng, 2015 ; Yu, 2014). Ce rapport horizontal facilite les comparaisons des humains à d'autres éléments réalisés par les Taïwanais. Par ailleurs, nous avons constaté que le système Yin-Yang et *Wuxing* « cinq éléments » jouent un rôle essentiel dans les métaphores des deux sexes. Comme les femmes et les hommes appartiennent à une des composantes de Yin-Yang, les femmes sont régulièrement représentées par les images naturelles de Yin, pendant que les hommes sont liés aux éléments de Yang, tous les deux formant une paire complémentaire. En outre, le lien entre l'eau et Yin est établi dans les fondements de la pensée taoïste ; il s'ensuit que les femmes sont particulièrement comparées à l'eau et les hommes aux quatre autres éléments du *Wuxing*. Les relations d'inter-engendrement et de domination des éléments peuvent ainsi expliquer les relations entre les femmes et les hommes.

Perspectives

Suite à cette recherche consacrée aux métaphores du genre en langue française et en mandarin par le biais des perspectives de la linguistique socio-cognitive, nous espérons pouvoir continuer ces travaux lors d'études ultérieures car les pistes à suivre ne manquent pas.

Dans un premier temps, il sera intéressant d'inclure d'autres langues en adoptant la même méthodologie afin de tester la validité de **la théorie du script du genre linguistique**. Autrement dit, des schémas similaires dans des cultures différentes s'appliquent-ils lorsque les métaphores conventionnelles du genre s'associent à la conceptualisation des femmes et des hommes du point de vue des locuteurs et des locutrices ? Et ces métaphores servent-elles davantage de « scripts écrits » (*written scripts*), donnant des instructions aux acteurs et aux actrices pour les guider sur la façon de jouer convenablement leurs rôles ?

En outre, si la construction de rôles sociaux suit le même raisonnement, sans se limiter au genre (femme/homme), alors d'autres personnages d'une relation liée devraient partager des schémas de construction similaires tels qu'enseignant-étudiant, médecin-patient, gouvernant/citoyen, etc. Dans cette optique, **la théorie du script du genre linguistique** pourrait-elle être incluse dans une **théorie du script linguistique** plus générale ? En d'autres

termes, même si les scripts de rôles différents divergent dans des cultures différentes, la structure de ces scripts sera similaire.

Par ailleurs, comme les analyses préliminaires effectuées dans la section 7.5 le montrent, l'âge et la période de vie des locuteurs sont aussi des variables sociales ayant un effet sur l'utilisation des métaphores du genre. Enfin, la relation entre les catégories sociales utilisées dans la classification socio-économique des locuteurs et les pratiques sociales qui soutiennent ces catégories est complexe (Eckert, 1989 ; Labov, 1972). Il est important de se concentrer sur la relation existante entre l'utilisation de la pratique langagière dans la vie quotidienne, qui constitue l'identité, et la classe sociale des locuteurs dans la communauté (Eckert, 1989 ; Saillard, 2000). En gardant cela à l'esprit, prendre l'identité sexuelle et l'orientation sexuelle des locuteurs en considération seraient également avantageux pour une analyse des métaphores du genre. Nous aimerions également affiner les analyses en prenant en considération d'autres variables sociolinguistiques, comme l'âge, le statut familial, le niveau d'éducation, l'appartenance à des groupes minoritaire, etc., et l'interaction entre ces variables.

Il serait également intéressant d'effectuer la même étude dans des pays limitrophes qui partagent la même langue et/ou la même origine culturelle. Par exemple, en Chine ou à Singapour où le mandarin et la culture chinoise ont une place aussi prépondérante qu'à Taïwan, mais où l'histoire contemporaine et les différences de systèmes politiques pourraient marquer des divergences sur le sujet des métaphores des deux sexes.

Enfin, cette étude a une valeur interdisciplinaire car elle se trouve au croisement de la linguistique avec les métaphores conventionnelles et les métaphores utilisées par les locuteurs et les locutrices, la sociologie avec la déconstruction des rôles et la représentation de l'inégalité entre les sexes, la psychologie avec les motivations d'utilisation des traits de personnalité chez les deux sexes, l'anthropologie avec la conceptualisation de la relation entre les êtres humains, et la cosmologie des deux cultures.

BIBLIOGRAPHIE

- ADAMS, Francis M. et OSGOOD, Charles E. (1973). A Cross-Cultural Study of the Affective Meanings of Color, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 4(2), 135-156.
- AHRENS, Kathleen. (2002). When Love is not Digested: Underlying Reasons for Source to Target Domain Pairings in the Contemporary Theory of Metaphor. Dans Hsiao, Y. E. (Ed.). *Proceedings of the First Cognitive Linguistics Conference* (pp. 273-302).
- (2010). Mapping Principles for Conceptual Metaphors. *Researching and applying metaphor in the real world*, 26, 185-207.
- AHRENS, Kathleen et HUANG, Chu-Ren. (2002). Time Passing is Motion. *Language & Linguistics*, 3(3), 491-519.
- AITKEN, Kenneth J. et TREVARTHEN, Colwyn. (1997). Self/other organization in human psychological development. *Development and psychopathology*, 9(4), 653-677.
- ALLPORT, Gordon Willard. (1937). *Personality: A Psychological Interpretation*. New York : Macmillan.
- ALTMAN, Meryl. (1990). How Not to Do Things with Metaphors we Live By. *College English*, 52(5), 495-506.
- ANDERSON, Bonnie S. et ZINSSER, Judith P. (1989). *A History of Their Own Women in Europe From Prehistory to the Present*. Oxford : Oxford University Press.
- ARCIMAVIČIENĖ, Liudmila. (2019). Gender metaphor and migration in media representations. Dans Viola, L. & Musolff, A. (Eds.). *Migration and Media Discourses about identities in crisis* (pp. 137-159). Amsterdam : John Benjamins.
- ARCIMAVIČIENĖ, Liudmila et BAĞLAMA, Sercan Hamza. (2018). Migration, Metaphor and Myth in Media Representations: The Ideological Dichotomy of “Them” and “Us”. *Sage Open*, 8(2), 1-13.
- ARRIVÉ, Michel. (2013). « Le masculin l’emporte sur le féminin » : peut-on y remédier. *Langues et cité: Bulletin de l’observatoire des pratiques linguistiques*, 24(2).
- ARSLANGUL, Arnaud. (2015). How French Learners of Chinese L2 Express Motion Events in Narratives. Dans Xu, Dan et Fu, Jingqi (Eds.). *New Studies of Space and Quantification in Languages of China*. New York : Springer.
- ASIMENG-BOAHENE, Lewis. (2013). The Social Construction of Sub-Saharan Women’s Status through African Proverbs. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(1), 123-131.
- ATHANASOPOULOS, Panos et BYLUND, Emanuel. (2013). Does Grammatical Aspect Affect Motion Event Cognition? A Cross-Linguistic Comparison of English and Swedish Speakers. *Cognitive Science*, 37(2), 286-309.
- ATWATER, Leanne E. et YAMMARINO, Francis J. (1997). Self-other rating agreement: A review and model. *Research in personnel and human resources management*, 15, 121-174.
- AUSTIN, John Langshaw. (1955-1962). *How to Do Things with Words*. Oxford : Oxford University Press.

- AYDT, Hilary et CORSARO, William A. (2003). Differences in Children's Construction of Gender Across Culture: An Interpretive Approach. *American Behavioral Scientist*, 46(10), 1306-1325.
- BABULA, William. (1972). The Play-Life Metaphor in Shakespeare and Stoppard. *Modern Drama*, 15(3), 279-290.
- BAIDER, Fabienne. (2004). *Hommes galants, femmes faciles : étude socio-sémantique et diachronique*. Paris : L'Harmattan.
- (2013). Hate: Saliency Features in Cross-cultural Semantics. Dans Kecskes, I. & Romero-Trillo, J. (Eds.). *Linguistic Aspects of Intercultural Pragmatics* (pp. 7-27). Berlin : Walter de Gruyter.
- (2018). “Go to hell fucking faggots, may you die!” framing the LGBT subject in online comments. *Lodz Papers in Pragmatics*, 14(1), 69-92.
- BAIDER, Fabienne et GESUATO, Sara. (2003). Masculinist Metaphors, Feminist research. *The online Journal metaphorik*, 5, 6-25.
- BAIDER, Fabienne et JACQUEY, Evelyne. (2008). Modélisation sémantique, sens différentiel et genre. Dans Durand, J., Habert B., Laks B. (Eds.). *Congrès Mondial de Linguistique Française* (pp. 1919-1930). Institut de Linguistique Française.
- BAIDER, Fabienne H., KHAZNADAR, Edwige, et MOREAU, Thérèse. (2007). Les enjeux de la parité linguistique. *Nouvelles questions féministes*, 26(3), 4-12.
- BAIDER, Fabienne et KOPYTOWSKA, Monika. (2017). Conceptualising the Other: Online discourses on the current refugee crisis in Cyprus and in Poland. *Lodz Papers in Pragmatics*, 13(2), 203-233.
- BAILLY, Sophie. (1992). La différenciation sexuelle dans la conversation : étude descriptive et interprétative des modalités, des thèmes et des représentations, à partir d'entretiens et d'enquêtes. Thèse de doctorat. Université Paris Descartes.
- BAKER, Collin F., FILLMORE, Charles J., et LOWE, John B. (1998). The Berkeley FrameNet Project. Dans *Proceedings of the 17th International Conference on Computational Linguistics-Volume 1* (pp. 86-90). Association for Computational Linguistics.
- BALOGUN, Oladele Abiodun. (2010). Proverbial Oppression of Women in Yoruba African Culture: A Philosophical Overview. *Thought and Practice*, 2(1), 21–36.
- BARNDEN, John A. (2010). Metaphor and metonymy: Making their connections more slippery. *Cognitive linguistics*, 21(1), 1-34.
- BARNHART, Richard M. (1983). *Peach Blossom Spring: Gardens and Flowers in Chinese Paintings*. New York : Metropolitan Museum of Art.
- BATALOVA, Jeanne A. et COHEN, Philip N. (2002). Premarital Cohabitation and Housework: Couples in Cross-National Perspective. *Journal of Marriage and Family*, 64(3), 743-755.
- BEAUJOT, Jean-Pierre. (1979). Langue, idéologie, dictionnaire : le discours sur FEMME et FILLE dans le Petit Larousse Illustré de 1906 à 1978. *Bulletin du centre d'Analyse du discours de l'Université de Lille* (pp. 1-175). Villeneuve d'Ascq : Publications de l'Université de Lille 3.

- BEAUVOIR, Simone de. (1949). *Le deuxième sexe*. Paris : Gallimard.
- BENHAMOU, Simone (1986). Analyse dictionnaire de Femme et de Homme. *Cahiers de Lexicologie*, 48(1), 27-67.
- BENSON, Catherine et MATTHEWS, Roger. (1995). Street prostitution: Ten facts in search of a policy. *International Journal of the Sociology of Law*, 23(4), 395-415.
- BERENI, Laure, et al. (2012). *Introduction aux études sur le genre*. Bruxelles : De Boeck.
- BIGGAM, Carole P. (2012). *The Semantics of Colour: A Historical Approach*. Cambridge : Cambridge University Press.
- BIH, Heng-Dar. (2003). The Formation of Men's Gender Consciousness. *Research in Applied Psychology*, 17, 51-84. [畢恆達。(2003)。男性性別意識之形成。應用心理研究，17，51-84。]
- BLASKO, Dawn G. et CONNINE, Cynthia M. (1993). Effects of Familiarity and Aptness on Metaphor Processing. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 19(2), 295-308.
- BLAZINA, Chris. (1997). The Fear of the Feminine in the Western Psyche and the Masculine Task of Disidentification: Their Effect on the Development of Masculine Gender Role Conflict. *The Journal of Men's Studies*, 6(1), 55-68.
- BORODITSKY, Lera. (2001). Does Language Shape Thought? Mandarin and English Speakers' Conceptions of Time. *Cognitive Psychology*, 43(1), 1-22.
- BOWDLE, Brian F. et GENTNER, Dedre. (2005). The Career of Metaphor. *Psychological Review*. 112(1), 193-216.
- BOYCE, Marie-Dominique. (1994). Création de la mère/mer : symbole du paradis perdu dans Les Fous de Bassan. *The French Review*, 68(2), 294-302.
- BOYS-STONES, George R., et al. (Ed.). (2003). *Metaphor, Allegory, and the Classical Tradition: Ancient Thought and Modern Revisions*. Oxford University Press on Demand.
- BRATIĆ, Vesna et STAMATOVIĆ, Milica Vuković. (2017). Commodification of women through conceptual metaphors: the metaphor woman as a car in the western Balkans. *Gender & Language*, 11(1), 51-76.
- BRAUN, Friederike. (2001). The communication of gender in Turkish. Dans Hellinger, M. et Bußmann, H. (Eds.) *Gender Across Languages: The linguistic representation of women and men Volume I* (pp. 283-310). Amsterdam : John Benjamins.
- (2013). Gender in a Genderless Language: The Case of Turkish. Dans Suleiman, Y. (Ed.). *Language and Society in the Middle East and North Africa* (pp.190-203). Abingdon : Routledge.
- BREINES, Ingeborg, CONNELL Robert W., et EIDE, Ingrid. (Eds.). (2000). *Male roles, masculinities and violence: a culture of peace perspective*. Paris : Unesco.
- BRUNETIÈRE, Valérie. (1998). La féminisation des noms de métiers, propos de linguiste sur une affaire de tout le monde. *Lunes*, 2, 65-74.
- BRUNETIÈRE, Valérie. (2002). État des lieux des images de la femme dans la publicité française : représentations dévalorisées, dégradantes, aliénantes : rapport d'étude pour le

Secrétariat aux Droits des Femmes, Ministère de l'Emploi et de la Solidarité. *L'image des femmes dans la publicité, La Documentation française*, 69-79.

BUTLER, Judith (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Abingdon : Routledge.

– (1993). *Bodies That Matter: On the discursive limits of "sex"*. New York : Routledge.

– (2004). *Undoing gender*. New York : Routledge.

BYNUM, William F. (1975). The Great Chain of Being after Forty Years: An Appraisal. *History of Science*, 13(1), 1-28

CAMERON, Deborah. (1998). Performing Gender Identity: Young Men's Talk and the Construction of Heterosexual Masculinity', Dans Johnson, S. et Meinhof U.H. (Eds.). *Language and Masculinity* (pp. 47–64). Oxford : Basil Blackwell.

CAO, Xueqin. (2019). 紅樓夢。台北 : 三民書局。 [曹雪芹。 (2019). *Le Rêve dans le pavillon rouge*. Taipei : San Min Book.]

CAPDEVILLE, Catherine. (2018). Matriarcat et patriarcat en Chine - Han et Na. *Les femmes à travers le monde* (pp.14-19). Langues O', INALCO.

CAPRARA, Gian Vittorio et CERVONE, Daniel. (2000). *Personality: Determinants, Dynamics, and Potentials*. Cambridge : Cambridge University Press.

CASASANTO, Daniel. (2008). Who's afraid of the big bad Whorf? Crosslinguistic differences in temporal language and thought. *Language learning*, 58, 63-79.

CETRO, Rosa. (2015). *Quel héritage de l'argot de la prostitution dans les dictionnaires contemporains?* Argotica.

CHAMBERS, Jack K. (1995). *Sociolinguistic Theory*. Oxford : Blackwell Publishers.

CHAMPAGNE, Clara, PAILHÉ, Ariane et SOLAZ, Anne. (2015). Le temps domestique et parental des hommes et des femmes : quels facteurs d'évolutions en 25 ans ? *Économie et statistique*, 478(1), 209-242.

CHAMPION, Dorothy Bevill. (1909). *Everybody's Cat Book*. The Lent & Graff Company. (Consulté le 30 juillet 2020). URL :

https://www.biodiversitylibrary.org/page/25060048?utm_medium=social%20media&utm_source=blogger&utm_campaign=LOCcats&utm_content=Library%20of%20Congress#page/7/mode/1up

CHANG, Chin-fen & LI, Yi-Hwei. (2007). Women's Housework, Men's Housework: Explanations for the Continuing Gender Division of Housework. *Journal of Social Sciences and Philosophy*, 19(2), 203-229. [張晉芬 & 李奕慧。 (2007)。 「女人的家事」、「男人的家事」：家事分工性別化的持續與解釋。 *人文及社會科學集刊*, 19(2), 203-229。]

CHARTERIS-BLACK, Jonathan. (2004) *Corpus Approach to Critical Metaphor Analysis*. Basingstoke : Palgrave Macmillan.

– (2006). Britain as a container: Immigration metaphors in the 2005 election campaign. *Discourse & Society*, 17(5), 563-581.

– (2011). *Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor*. New York : Springer.

- CHEN, Peilei. (2010). A Cognitive Study of "Anger" Metaphors in English and Chinese Idioms. *Asian Social Science*, 6(8), 73-76.
- CHENG, Anne. (1981). *Les Entretiens de Confucius*. Paris : Le Seuil.
- (1989). Un Yin, un Yang, telle est la Voie : les origines cosmologiques du parallélisme dans la pensée chinoise. *Extrême-Orient, Extrême-Occident*, 11, 35-43.
- (2015). *Histoire de la pensée chinoise*. Paris : Le Seuil.
- CHENG, François. (1979). Bi 比 et xing 兴. *Cahiers de Linguistique-Asie Orientale*, 6(1), 63-74.
- CHIANG, Wen-Yu et Duann, Ren-Feng. (2007). Conceptual metaphors for SARS: 'war' between whom? *Discourse & Society*, 18(5), 579-602.
- CHILTON, Paul. (1994). “La plaie qu'il convient de fermer...” Les métaphores du discours raciste. *Journal of Pragmatics*, 21(6), 583-619.
- (1996). *Security Metaphors: Cold War Discourse from Containment to Common House*. Oxford : Peter Lang Pub Incorporated.
- CHILTON, Paul et ILYIN, Mikhail. (1993). Metaphor in Political Discourse: The Case of the Common European House. *Discourse & Society*, 4(1), 7-31.
- CHO, Wenchun. (2004). A Study of Taiwanese Love Styles. *Chinese Annual Report of Guidance and Counseling*, 16, 71-117. [卓紋君。 (2004)。臺灣人愛情風格之分析研究。中華輔導學報，16，71-117。]
- COATES, Jennifer. (1996). *Women talk: Conversation Between Women Friends*. Oxford : Blackwell.
- (2015). *Women, Men and Language: A Sociolinguistic Account of Gender Differences in Language*. Abingdon : Routledge.
- COHEN, Maurie J. (2011). Is the UK preparing for “war”? Military metaphors, personal carbon allowances, and consumption rationing in historical perspective. *Climatic change*, 104(2), 199-222.
- CONNELL, Robert William. (2005). *Masculinities*. Cambridge : Polity Press.
- CONTINI-MORAVA, Ellen et KILARSKI, Marcin. (2013). Functions of nominal classification. *Language Sciences*, 40, 263-299.
- COOK-GUMPERZ, Jenny. (2004). Public Discourse and the Private Life of Little Girls: Language and Woman's Place and Language Socialization. Dans Bucholtz, M. (Ed.). *Language and Woman's Place. Text and Commentaries* (pp. 195-201). Oxford : Oxford University Press.
- COSTA, Jr, Paul T., TERRACCIANO, Antonio, et MCCRAE Robert R. (2001). Gender Differences in Personality Traits Across Cultures: Robust and Surprising Findings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(2), 322-331.
- CROFT, William. (1993). The role of domains in the interpretation of metaphors and metonymies. *Cognitive Linguistics (includes Cognitive Linguistic Bibliography)*, 4(4), 335-370.

- CROWTHER-HEYCK, Hunter. (1999). George A. Miller, language, and the computer metaphor and mind. *History of Psychology*, 2(1), 37.
- CSÁBI, Szilvia. (1999). The Conceptualization of Lust in English. *Semiotische Berichte*, 23(1), 29-49.
- CULLEN, Christopher. (2013). *Cosmology*. Dans Pregadio, F. *The Routledge Encyclopedia of Taoism* (pp. 51-53). New York : Routledge.
- CUSIN-BERCHE, Fabienne. (2003). *Les mots et leurs contextes*. Paris : Presses Sorbonne Nouvelle.
- DALBERA, Jean-Philippe. (2006). Analyse motivationnelle des noms d'animaux. De l'étymologie à la reconstruction lexicale. *Rursus*, 1, 2-13.
- DAVIS, Jimmie H. (1939). You Are My Sunshine. Jimmie Davis with Charles Mitchell's Orchestra. *You Are My Sunshine*. 78 Tours. New York. Decca Records Inc.
- DEIGNAN, Alice. (2003). Metaphorical Expressions and Culture: An Indirect Link. *Metaphor and Symbol*, 18(4), 255-271.
- DELANNAY, Thierry et NERET, Nicole. (2003) Mon soleil. Princess Lover. *Juste moi*. CD. Fontenay sous Bois : Section Zouk Records.
- DIGMAN, John M. et INOUE, Jillian. (1986). Further specification of the five robust factors of personality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(1), 116.
- DILKS, Charlotte. (2009). *Les métaphores de guerre dans la prose journalistique du français*. Thèse de doctorat. Department of French, Italian and Classical Languages, Stockholm University.
- DITTMAR, Helga, HALLIWELL, Emma et IVE, Suzanne. (2006). Does Barbie Make Girls Want to Be Thin? The Effect of Experimental Exposure to Images of Dolls on the Body Image of 5-to 8-Year-Old Girls. *Developmental Psychology*, 42(2), 283-292.
- DORN, Pamela J. (1986). Gender and Personhood: Turkish Jewish Proverbs and the Politics of Reputation. *Women's Study International Forum*, 9(3), 295-301.
- DOTOLI, Giovanni. (2008). *La construction du sens dans le dictionnaire*. Paris : Hermann.
- DOUGLAS, Mary. (2003). *Purity and Danger: An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*. Abingdon : Routledge.
- DRULÁK, Petr. (2006). Motion, Container and Equilibrium: Metaphors in the Discourse about European Integration. *European Journal of International Relations*, 12(4), 499-531.
- DU BOIS, John W. (2007). The stance triangle. *Stancetaking in discourse: Subjectivity, evaluation, interaction*, 164(3), 139-182.
- DUBOIS, Betty Lou et CROUCH, Isabel. (1975). The Question of Tag Questions in Women's Speech: They Don't Really Use More of Them, Do They? *Language in Society*, 4(3), 289-294.
- EAKINS, Barbara Westbrook et EAKINS, Rollin Gene. (1978). *Sex Differences in Human Communication*. Boston : Houghton Mifflin.
- ECKERT, Penelope. (1989). The whole woman: Sex and gender differences in variation. *Language Variation and Change*, 1(3), 245-267.

- ECKERT, Penelope. (1997). Age as a sociolinguistic variable. Dans Coulmas, F. (Ed.). *The handbook of sociolinguistics* (pp. 151-167). Blackwell Publishing Ltd.
- (2000). *Language Variation as Social Practice: The Linguistic Construction of Identity in Belten High*. Oxford : Basil Blackwell.
- ECKERT, Penelope et MCCONNELL-GINET, Sally. (1992). Think Practically and Look Locally: Language and Gender as Community-Based Practice. *Annual Review of Anthropology*, 21(1), 461-488.
- (2013). *Language and Gender*. Cambridge : Cambridge University Press.
- EKMAN, Paul, LEVENSON Robert W. et FRIESEN, Wallace V. (1983). Autonomic Nervous System Activity Distinguishes Among Emotions. *Science*. 221(4616), 1208-1210.
- ELSE-QUEST, Nicole M., HYDE, Janet Shibley et LINN, Marcia C. (2010). Cross-National Patterns of Gender Differences in Mathematics: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 136(1), 103-127.
- ENANDER, Viveka. (2010) “A Fool to Keep Staying”: Battered Women Labeling Themselves Stupid as an Expression of Gendered Shame. *Violence Against Women*, 16(1), 5-31.
- ENGELBERG, Mila. (2002). The communication of gender in Finnish. *Gender Across Languages. The Linguistic Representation of Women and Men*, 2, 109-132.
- ESTAJI, Azam et NAKHAVALI, Fakhteh. (2011). Semantic Derogation in Persian Animal Proverbs. *Theory & Practice in Language Studies*, 1(9), 1213-1217.
- ETTNER, Charles. (2002). In Chinese, men and women are equal—or–women and men are equal. *Gender Across Languages: The linguistic Representation of Women and Men*, 2, 29-55.
- FABRE, Paul. (1997). *Les noms de personnes en France*. Paris : Presse Universitaires de France (réédition numérique FeniXX).
- FAIRCLOUGH, Norman. (1992) *Discourse and Social Change*. Cambridge : Polity Press.
- FAIRCLOUGH, Norman et WODAK, Ruth. (1997) Critical Discourse Analysis. Dans van Dijk, T. (Ed.). *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction* (pp. 258–84). Londres : Sage.
- FAN, Carol C. (1996). Language, Gender, and Chinese Culture. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 10(1), 95-114.
- FARRIS, Catherine S. (1988). Gender and Grammar in Chinese (With Implications for Language Universals). *Modern China*, 14(3), 277-308.
- FAUCONNIER, Gilles. (1994). *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language*. Cambridge : Cambridge University Press.
- (1997). *Mappings in Thought and Language*. Cambridge : Cambridge University Press.
- FERNÁNDEZ, Eliecer Crespo. (2008). Sex-Related Euphemism and Dysphemism: An Analysis in Terms of Conceptual Metaphor Theory. *Atlantis*, 30(2), 95-110.
- FEINGOLD, Alan. (1994). Gender Differences in Personality: a Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 116(3), 429-456.

- FILLMORE, Charles J. (2006). Frame semantics. Dans Geeraerts, D. (Ed.). *Cognitive Linguistics: Basic Readings* (pp.373-400). Berlin : Walter de Gruyter.
- FILLMORE, Charles J., JOHNSON, Christopher R. et PETRUCK, Miriam RL. (2003). Background to FrameNet. *International Journal of Lexicography*, 16(3), 235-250.
- FISKE, Susan T. et STEVENS, Laura E. (1993). *What's so special about sex? Gender stereotyping and discrimination*. Londres : Sage.
- FLUDERNIK, Monika (Ed.). (2012). *Beyond Cognitive Metaphor Theory: Perspectives on Literary Metaphor*. Abingdon : Routledge.
- FORTECHA, Almudena Fernandez et CATALAN, Rosa Maria Jimenez. (2003). Semantic Derogation in Animal Metaphor: A Contrastive-Cognitive Analysis of Two Male/Female Examples in English and Spanish. *Journal of Pragmatics*, 35(5), 771-797.
- FORCEVILLE, Charles, (1996). *Pictorial Metaphor in Advertising*. Londres : Routledge.
- FRACCHIOLLA, Béatrice. (2008). Anthropologie de la communication : la question du féminin en français. *Corela. Cognition, représentation, langage*, 6(2). (Consulté le 14 juin 2019). URL : <https://journals.openedition.org/corela/286>
- FRANKLIN, Anna, PILLING, Michael et DAVIES, Ian. (2005). The nature of infant color categorization: Evidence from eye movements on a target detection task. *Journal of Experimental Child Psychology*, 91(3), 227-248.
- FREDRICKSON, Barbara L et ROBERTS, Tomi-Ann. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206.
- FREEDMAN, Estelle. (2007). *No Turning Back: The History of Feminism and the Future of Women*. New York : Ballantine Books.
- FREUD, Sigmund. (1926). *L'interprétation des Rêves*. Paris : Presse Universitaire de France.
- FUJIMURA, Itsuko. (2005). La féminisation des noms de métiers et des titres dans la presse française (1988-2001). *Mots. Les langages du politique*, 78, 37-52.
- FUWA, Makiko. (2004). Macro-Level Gender Inequality and the Division of Household Labor in 22 Countries. *American Sociological Review*, 69(6), 751-767.
- GAGNON, John H. (1990). The Explicit and Implicit Use of the Scripting Perspective in Sex Research. *Annual Review of Sex Research*, 1(1), 1-44.
- GAGNON, John H. & SIMON, William. (1973). *Sexual Conduct: The Social Sources of Human Sexuality*. Chicago : Aldine.
- GALTON, Francis. (1884). Measurement of Character. *Fortnightly Review*, 36(212), 179-185.
- GARFINKEL, Harold. (2013) [1967]. Passing and the Managed Achievement of Sex Status in an "Intersexed" Person. Dans Stryker, S. et Whittle, S. (Eds.). *The Transgender Studies Reader* (pp.58-93). Abingdon : Routledge.
- GENNARI, Silvia P. et al. (2002). Motion Events in Language and Cognition. *Cognition*, 83(1), 49-79.
- GENTNER, Dedre et WOLFF, Phillip. (1997). Alignment in the Processing of Metaphor. *Journal of Memory and Language*, 37(3), 331-355.

GER, Gliz, BELK, R. W. et ASKEGAARD, Sören. (1996). Metaphors of Consumer Desire. *Advances in Consumer Research*, 23, 368-373.

GERRITSEN, Marinel. (2002). Towards a more gender-fair usage in Netherlands Dutch. *Gender Across Languages: The Linguistic Representation of Women and Men*, 2, 81-108.

GIBBS, Raymond W. (1980). Spilling the beans on understanding and memory for idioms in conversation. *Memory & cognition*, 8(2), 149-156.

– (1992). Categorization and metaphor understanding. *Psychological Review*, 99(3), 572-577.

– (1994). *The Poetics of Mind: Figurative Thought, Language, and Understanding*. Cambridge : Cambridge University Press.

– (2005). *Embodiment and Cognitive Science*. Cambridge : Cambridge University Press.

GIBBS JR, Raymond W. (Ed.). (2008). *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*. Cambridge : Cambridge University Press.

GIBBS, Raymond W., et al. (1997). Metaphor in Idiom Comprehension. *Journal of Memory and Language*, 37(2), 141-154.

GIBBS, Raymond W. et FERREIRA, Luciane C. (2011). Do people infer the entailments of conceptual metaphors during verbal metaphor understanding. Dans Brdar, M., Gries, S. T., et Fuchs, M. (Eds.). *Cognitive Linguistics: Convergence and Expansion* (pp.221-236). Amsterdam : John Benjamins.

GIBBS JR, Raymond W., LIMA, Paula Lenz Costa et FRANCOZO, Edson. (2004). Metaphor is grounded in embodied experience. *Journal of Pragmatics*, 36(7), 1189-1210.

GIGERENZER, Gerd et GOLDSTEIN, Daniel G. (1996). Mind as Computer: Birth of a Metaphor. *Creativity Research Journal*, 9(2-3), 131-144.

GIORA, Rachel. (1997). Understanding Figurative and Literal Language: The Graded Salience Hypothesis. *Cognitive Linguistics*, 8(3), 183-206.

– (2003). *On our Mind: Salience, Context, and Figurative Language*. New York : Oxford University Press USA.

GLACKEN, Clarence J. (1967). *Traces on the Rhodian Shore: Nature and Culture in Western Thought from Ancient Times to the End of the Eighteenth Century*. Berkeley : University of California Press.

GLEASON, Daniel W. (2009). The Visual Experience of Image Metaphor: Cognitive Insights into Imagist Figures. *Poetics Today*, 30(3), 423-470.

GLEBKIN, Vladimir. (2013). A socio-cultural history of the machine metaphor. *Review of Cognitive Linguistics. Published under the auspices of the Spanish Cognitive Linguistics Association*, 11(1), 145-162.

GLICK, Peter et FISKE, Susan T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating Hostile and Benevolent Sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 491-512.

– (1997). Hostile and benevolent sexism: Measuring ambivalent sexist attitudes toward women. *Psychology of Women Quarterly*, 21(1), 119-135.

- GLUCKSBERG, Sam. (2003). The psycholinguistics of metaphor. *Trends in cognitive sciences*, 7(2), 92-96.
- (2008). How Metaphors Create Categories – Quickly. Dans Gibbs, R. (Ed.). *Handbook of Metaphor*. New York : Cambridge University Press.
- GLUCKSBERG, Sam, GILDEA, Patricia et BOOKIN, Howard B. (1982). On Understanding Nonliteral Speech: Can People Ignore Metaphors? *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 21(1), 85-98.
- GLUCKSBERG, Sam et HAUGHT, Catrinel. (2006). On the Relation Between Metaphor and Simile: When Comparison Fails. *Mind & Language*, 21(3), 360-378.
- GLUCKSBERG, Sam et KEYSAR, Boaz. (1990). Understanding metaphorical comparisons: Beyond similarity. *Psychological Review*, 97(1), 3-18.
- GLUCKSBERG, Sam et MCGLONE, Matthew S. (2001). *Understanding Figurative Language: From Metaphor to Idioms* (No. 36). Oxford University Press on Demand.
- GLUCKSBERG, Sam, MCGLONE, Matthew S. et MANFREDI Deanna. (1997). Property Attribution in Metaphor Comprehension. *Journal of Memory and Language*, 36(1), 50-67.
- GOFFMAN, Erving. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Londres : Harmondsworth.
- (1977). The Arrangement between the Sexes. *Theory and society*, 4(3), 301-331.
- (1979). *Gender Advertisements*. New York : Palgrave Macmillan.
- GOLDBERG, Lewis R. (1993). The Structure of Phenotypic Personality Traits. *American Psychologist*, 48(1), 26.
- GOODMAN, Nelson. (1976). *Languages of Art: An Approach to a Theory of Symbols*. Cambridge : Hackett Publishing.
- GOODY, Jack. (1993). *The culture of flowers*. New York : CUP Archive.
- GOSLING, Samuel D., RENTFROW, Peter J. et SWANN Jr, William B. (2003). A Very Brief Measure of the Big-Five Personality Domains. *Journal of Research in Personality*, 37(6), 504-528.
- GRADY, Joseph E. (1997a). *Foundations of Meaning: Primary Metaphors and PrimaryScenes*. Thèse de doctorat. University of California at Berkeley, USA.
- (1997b). Theories Are Buildings Revisited. *Cognitive Linguistics*, 8(4), 267-290.
- (1999). A typology of motivation for conceptual metaphor: correlation vs. resemblance. Dans Gibbs Jr, R.W, & Steen, G. J. (Eds.). *Metaphor in Cognitive Linguistics* (pp.79-100). Amsterdam : John Benjamins.
- (2005). Primary metaphors as inputs to conceptual integration. *Journal of Pragmatics*, 37(10), 1595-1614.
- GRANDY, Richard E. (1990). Understanding and the Principle of Compositionality. *Philosophical Perspectives*, 4, 557-572.
- GRANET, Marcel. (2012). *La pensée chinoise*. Paris : Albin Michel.

- GREENSTEIN, Theodore N. (1996). Husbands' Participation in Domestic Labor: Interactive Effects of Wives' and Husbands' Gender Ideologies. *Journal of Marriage and the Family*, 58(3), 585-595.
- GRIMAL, Pierre. (1951). *Dictionnaire de la mythologie grecque et romaine*. Paris : Presses universitaires de France.
- GUIRAUD, Pierre. (1967). *Structures étymologiques du lexique français*. Paris : Payot.
- (1978a). *Sémiologie de la sexualité: essai de glosso-analyse*. Paris : Payot.
- (1978b). *Dictionnaire érotique: précédé d'une introduction sur les structures étymologiques du vocabulaire érotique*. Paris : Payot.
- GUMPERZ, John J. et LEVINSON, Stephen C. (1991). Rethinking Linguistic Relativity. *Current Anthropology*, 32(5), 613-623.
- GUY, Gregory. (1988). Language and social class. Dans Frederick, J. N. (Ed.). *Linguistics: The Cambridge Survey IV: Language: The Socio-cultural Context* (pp.37-63). Cambridge : Cambridge University Press.
- HACHIMI, Atiqa. (2001). Shifting sands: Language and gender in Moroccan Arabic. *Gender Across Languages: The Linguistic Representation of Women and Men, 1*: 27-51.
- HALUPKA-REŠETAR, Sabina et RADIĆ, Biljana. (2003). Animal names used in addressing people in Serbian. *Journal of Pragmatics*, 35(12), 1891-1902.
- HARLOW, Elizabeth et HEARN, Jeff. (1995). Cultural Constructions: Contrasting Theories of Organizational Culture and Gender Construction. *Gender, Work & Organization*, 2(4), 180-191.
- HART, Christopher. (2011). Force-Interactive Patterns in Immigration Discourse: A Cognitive Linguistic Approach to CDA. *Discourse & Society*, 22(3), 269-286.
- HASLAM, Nick, LOUGHNAN, Steve, et SUN, Pamela. (2011). Beastly: What Makes Animal Metaphors Offensive? *Journal of Language and Social Psychology*, 30(3), 311-325.
- HELLINGER, Marlis. (2001). English–Gender in a global language. *Gender Across Languages: The linguistic Representation of Women and Men, 1*, 105-113.
- HENDRICKS, Rose K. et BORODITSKY, Lera. (2017). New Space–Time Metaphors Foster New Nonlinguistic Representations. *Topics in Cognitive Science*, 9(3), 800-818.
- HÉRITIER, Françoise. (1996). *Masculin/féminin: la pensée de la différence*. Paris : Odile Jacob.
- HO, Chuen-juei. (1994). *Femmes ouvertes : féminisme et libération sexuelle*. Taipei city : Huang-guan. [何春蕤。 (1994)。豪爽女人：女性主義與性解放。台北市：皇冠。]
- HOWARD, David M. et MURPHY, Damian T. (2007). *Voice Science, Acoustics, and Recording*. San Diego : Plural Publishing.
- HINES, Caitlin. (1994). “Let me call you sweetheart”: The WOMAN AS DESSERT Metaphor. Dans Bucholtz, M. et al. (Eds.). *Cultural performances, Proceedings of the Third Women and Language Conference* (pp. 295-303). Berkeley, CA: Berkeley Women and Language Group, University of California.

- (1996). She-wolves, tigresses, and morphosemantics. Dans Warner, N. (Ed.). *Gender and Belief Systems: Proceedings of the Fourth Berkeley Women and Language Conference* (pp. 303-312). Berkeley : Berkeley Women and Language Group, University of California.
- (1999). Foxy Chicks and Playboy Bunnies: A Case Study in Metaphorical Lexicalization. Dans Hiraga, M. et al. (Eds.). *Cultural, Typological and Psychological Perspectives in Cognitive Linguistics* (pp. 9-23). Amsterdam : John Benjamins.
- (2000). Rebaking the Pie: The ‘WOMAN AS DESSERT’ Metaphor. Dans Bucholtz, M., Liang, A. C. & Sutton, L. A. (Eds.). *Reinventing Identities: The Gendered Self in Discourse* (pp. 145-162). Oxford : Oxford University Press.
- HOLMES, Janet et MEYERHOFF, Miriam (Ed.). (2008). *The Handbook of Language and Gender*. Hoboken : John Wiley & Sons.
- HOOK, Jennifer L. (2006). Care in Context: Men's Unpaid Work in 20 Countries, 1965–2003. *American Sociological Review*, 71(4), 639-660.
- HOUDEBINE, Anne-Marie. (1992). Sur la féminisation des noms de métiers en France. *Recherches féministes*, 5(1), 153-159.
- HOUDEBINE-GRAVAUD, Anne-Marie. (1998). *La Féminisation des noms de métiers en français et dans d'autres langues*. Paris : L'Harmattan.
- (1999). Femmes/langue/féminisation : Une expérience de politique linguistique en France. *Nouvelles questions féministes*, 20(1), 23-52.
- HOUSSAYE, Jean. (2009). De la naissance des philosophes de l'éducation en France. Dans Vergnoux, A. (Éd.). *40 ans des sciences de l'éducation L'âge de la maturité ? Questions vives* (pp 165-178). Caen : Presses universitaires de Caen.
- HSIEH, Shelley Ching-yu. (2004). The Corpora of Mandarin Chinese and German Animal Fixed Expressions: A Cognitive Semantic Application. *University Centre for Computer Corpus Research on Language Technical Papers*. The University of Birmingham, *Special Issue* (18), 27-35.
- (2006). A corpus-based study on animal expressions in Mandarin Chinese and German. *Journal of Pragmatics*, 38(12), 2206-2222.
- (2008). *Embodiment in Languages (I): Human, animal and plant expressions*. Taipei : Bookman Books.
- HUANG, Chu-Ren, et al. (2010). Chinese Wordnet: Design, Implementation, and Application of an Infrastructure for Cross-Lingual Knowledge Processing. *Journal of Chinese Information Processing*, 24(2), 14-23.
- HUNSTON, Susan et THOMPSON, Geoffrey (Eds.). (2000). *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*. Oxford : Oxford University Press, UK.
- HUSSEIN, Jeylan Wolyie. (2009). A Discursive Representation of Women in Sample Proverbs from Ethiopia, Sudan, and Kenya. *Research in African Literatures*, 40(3); 98-108.
- HYDÉN, Margareta. (2005). ‘I Must Have Been an Idiot to Let it Go On’: Agency and Positioning in Battered Women’s Narratives of Leaving. *Feminism & Psychology*, 15(2), 169-188.
- IRMEN, Lisa et KUROVSKAJA, Julia. (2010). On the Semantic Content of Grammatical

Gender and its Impact on the Representation of Human Referents. *Experimental Psychology*, 57(5), 367-375.

JACKSON, Howard. (2002). *Lexicography: An Introduction*. Londres : Psychology Press.

JAMES, Deborah. (1998). Gender-Linked Derogatory Terms and Their Use by Women and Men. *American Speech*, 73(4), 399-420.

JANSSEN, Theo M.V. et PARTEE, Barbara H. (1997). Compositionality. Dans van Benthem, J. & Ter Meulen, A. (Eds.). *Handbook of logic and language* (pp. 417-473). Amsterdam : North-Holland.

JOHNSON, Allan G. (2005). *The Gender Knot: Unraveling our Patriarchal Legacy*. Philadelphie : Temple University Press.

JOHNSON, Christopher. (1999). Metaphor vs. Conflation in the Acquisition of Polysemy: The Case of SEE. Dans Johnson, C., Hiraga, M., Sinha, C., & Wilcox, S. (Eds.). *Cultural, Typological and Psychological Perspectives in Cognitive Linguistics* (pp.155-170). Amsterdam : John Benjamins.

JOHNSON, Mark. (1987). *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason*. Chicago : The University of Chicago Press.

JOHNSON, Michael G. et MALGADY, Robert G. (1979). Some cognitive aspects of figurative language: Association and metaphor. *Journal of Psycholinguistic Research*, 8(3), 249-265.

JONES, Deborah. (1980), Gossip: Notes on women's oral culture. *Women's Studies International Quarterly*, 3(2-3), 193-198.

JOYE, Stijn. (2010). News Discourses on Distant Suffering: a Critical Discourse Analysis of the 2003 SARS Outbreak. *Discourse & Society*, 21(5), 586-601.

JULLIEN, François. (2013). *Chemin Faisant. Connaître la Chine, relancer la philosophie*. Paris : Le Seuil.

KAUFMAN, Michael. (1987). The Construction of Masculinity and the Triad of Men's Violence. Dans Kaufman, M. (Ed.). *Beyond Patriarchy: Essays by Men on Pleasure, Power, and Change* (pp. 1-29). New York : Oxford University Press.

KESSLER, Suzanne J. et MCKENNA, Wendy. (1985). *Gender: An Ethnomethodological Approach*. Chicago : University of Chicago Press.

KHAZNADAR, Edwige. (2002) *Le féminin à la française : académisme et langue française*. Paris : L'Harmattan.

– (2015). *Le sexisme ordinaire du langage : qu'est l'homme en général ?* Paris : L'Harmattan.

KIEŁTYKA Robert. (2005). Zoosemic Terms Denoting FEMALE HUMAN BEINGS: Semantic Derogation of Women Revisited. *Studia Anglica Posnaniensia*, 41, 167-186.

KIEŁTYKA, Robert et KLEPARSKI, Grzegorz Andrzej. (2005a). The ups and downs of the Great Chain of Being: The case of canine zoosemy in the history of English. *SKASE Journal of Theoretical Linguistics* 2, 22-41.

– (2005b). The Scope of English Zoosemy: The Case of DOMESTICATED ANIMALS. *Studia Anglica Resoviensia*, 3, 76-87.

– (2007). On the Indo-European nature of non-Indo-European animal metaphor: The case of Chinese zoosemy. *Studia Anglica Resoviensia*, 4(47), 88-99.

KILYENI, Annamaria et SILAŠKI, Nadežda. (2014). Beauty and the Beast from a Cognitive Linguistic Perspective: Animal Metaphors for Women in Serbian and Romanian. *Gender Studies*, 13(1), 163-178.

KIM, Keum Hyun, et al. (2019). Female Stereotyping and Gender Socialization through Proverbs and Idioms: A Comparative Study of Malaysia and Korea. *Asian Women*, 35(3), 25-44.

KITTAY, Eva Feder. Woman as Metaphor. (1988). *Hypatia*, 3(2), 63-86.

KNUDSEN, Knud et WÆRNESS, Kari. (2007). National Context and Spouses' Housework in 34 Countries. *European Sociological Review*, 24(1), 97-113.

KOBIA, John. (2016). A Conceptual Metaphorical Analysis of Swahili Proverbs with Reference to Chicken Metaphor. *International Journal of Education and Research*, 4(2), 217-228.

KOLLER, Veronika. (2014). No Ordinary Boy: Language, Masculinities and Queer Pornography. Dans Milani, T. M. *Language and Masculinities: Performances, Intersections, Dislocations* (pp.156-173). Abingdon : Routledge.

KONISHI, Toshi. (1993). The semantics of grammatical gender: A cross-cultural study. *Journal of Psycholinguistic Research*, 22(5), 519-534.

KOSSLYN, Stephen Michael. (1980). *Image and Mind*. Cambridge : Harvard University Press.

– (1994). *Image and Brain: The Resolution of the Imagery Debate*. Cambridge : MIT Press.

KÖVECSES, Zoltán. (1995). Anger: Its language, conceptualization, and physiology in the light of cross-cultural evidence. Dans Taylor, J. R., & MacLaury, R. E. (Eds.). *Language and the Cognitive Construal of the World* (pp.181-196). Berlin : Mouton de Gruyter.

– (1997). In Search of the Metaphor System of English. *Selected Papers on Theoretical and Applied Linguistics*, 11, 33-49.

– (2003). *Metaphor and Emotion: Language, Culture, and Body in Human Feeling*. Cambridge : Cambridge University Press.

– (2005). *Metaphor in Culture: Universality and Variation*. Cambridge : Cambridge University Press.

– (2006). Metaphor and Ideology in Slang: The Case of WOMAN and MAN. *Revue d'Études Françaises*, 11, 152-166.

– (2008) The conceptual structure of happiness and pain. Dans Lascaratou, C., Despotopoulou, A. et Ifantidou, E. (Eds.). *Reconstructing Pain and Joy: Linguistic, Literary and Cultural Perspectives* (pp. 17-33). Newcastle upon Tyne : Cambridge Scholars Publishing.

– (2010a). *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford : Oxford University Press.

– (2010b). Cross-Cultural Experience of Anger: A Psycholinguistic Analysis. Dans Potegal, M., Stemmler G., Spielberger C. (Eds.). *International Handbook of Anger*. New York : Springer.

- KÖVECSES Zoltán et RADDEN Günter. (1998). Metonymy: Developing a cognitive linguistic view. *Cognitive Linguistics (includes Cognitive Linguistic Bibliography)*, 9(1), 37-78.
- KUNTJARA, Esther. (2001). Gender in Javanese Indonesian. Dans Hellinger, M. et Bußmann, H. (Eds.) *Gender Across Languages: The Linguistic Representation of Women and Men Volume I* (pp. 199-228.). Amsterdam : John Benjamins.
- KURRI, Katja et WAHLSTRÖM, Jarl. (2001). Dialogical Management of Morality in Domestic Violence Counselling. *Feminism & Psychology*, 11(2), 187-208.
- KYRATZIS, Amy. (2001). Children's Gender Indexing in Language: From the Separate Worlds Hypothesis to Considerations of Culture, Context, and Cower. *Research on Language and Social Interaction*, 34(1), 1-13.
- LABOV, William. (1972). The linguistic consequences of being a lame. Dans William, L. (Ed.). *Sociolinguistic patterns* (pp. 255-292). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- LABOV, William. (1990). The intersection of sex and social class in the course of linguistic change. *Language Variation and Change*, 2(2), 205-254.
- LA FONTAINE, Jean de. 2002 [1897]. *Fables*. Paris : Le Livre de Poche.
- LAKOFF, George. (1993). The contemporary theory of metaphor. Dans Ortony, A. (Ed.). *Metaphor and Thought*. (2^e edition, pp. 202-251). Cambridge : Cambridge University Press.
- (1987). Image Metaphors. *Metaphor and Symbol* 2(3), 219-222.
- LAKOFF, George et JOHNSON, Mark. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago press.
- (1999). *Philosophy in the Flesh: the Embodied Mind and its Challenge to Western Thought*. New York : Basic Books.
- LAKOFF, George et KÖVECSES, Zoltán. (1987). The cognitive model of anger inherent in American English. Dans Holland, D. et Quinn, N. (Eds.). *Cultural Models in Language and Thought* (pp. 195-221). New York : Cambridge University Press.
- LAKOFF, George et TURNER, Mark. (1989). *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago : University of Chicago Press.
- LAKOFF, Robin. (1973). Language and Woman's Place. *Language in Society* 2(1), 45-79.
- LAKOFF, Robin. (2004). *Language and Woman's Place: Text and Commentaries* (Bucholtz, Mary Ed., revised and expanded version). Oxford : Oxford University Press.
- LAN, Pei-Chia. (2004). Jealous Madams, Anxious Mothers: Triangular Relationships in the Employment of Migrant Domestic Workers. *Taiwanese Journal of Sociology*, 8, 43-97. [藍佩嘉。(2004)。女人何苦為難女人？雇用家務移工的三角關係。臺灣社會學刊，8，43-97。]
- (2005). Stratified Otherization: Recruitment, Training and Racialization of Migrant Domestic Workers. *Taiwanese Journal of Sociology*, 34, 1-57. [藍佩嘉。(2005)。階層化的他者：家務移工的招募、訓練與種族化。臺灣社會學刊，34，1-57。]

– (2008). *Global Cinderellas: Migrant Domestic Workers and Newly Rich Employers in Taiwan*. Taipei : Editions du Flâneur. [藍佩嘉。(2008)。跨國灰姑娘：當東南亞幫傭遇上台灣新富家庭。行人出版社。]

LEACH, Edmund. (1964). Anthropological Aspects of Language: Animal Categories and Verbal Abuse. Dans Lenneberg, E. (Ed.) *New Directions in the Study of Language* (pp. 161-165). Cambridge : MIT Press.

LEDERER, Wolfgang. (1970). *The Fear of Women*. Boston : Harcourt.

LEE, Jackie FK. (2015). Chinese proverbs: How are women and men represented? *Multidisciplinary Journal of Gender Studies*, 4(1), 559-585.

LEE, Spike W. et SCHWARZ, Norbert. (2010). Dirty Hands and Dirty Mouths Embodiment of the Moral-Purity Metaphor is Specific to the Motor Modality Involved in Moral Transgression. *Psychological Science*, 21(10), 1423-1425.

LENNON, Mary Clare et ROSENFELD, Sarah. (1994). Relative Fairness and the Division of Housework: The Importance of Options. *American Journal of Sociology*, 100(2), 506-531.

LEVINSON, Stephen. (1983). *Pragmatics*. Cambridge : Cambridge University Press.

– (2003). *Space in Language and Cognition: Explorations in Cognitive Diversity* (Vol. 5). Cambridge : Cambridge University Press.

LÉVI-STRAUSS, Claude. (1955). The Structural Study of Myth. *The Journal of American Folklore*, 68(270), 428-444.

LI, Pei-Ci. (2012). *Water Women, Animal Men, and Metaphor: A Gender Metaphor Study of the Interaction of Gender and Age*. Mémoire de master, National Taiwan University.

LIN, Yin-Hung. (2011). A Study on Gender-Role Attitudes in Taiwan. Mémoire de master, National Taiwan University. [林吟鴻。(2011)。臺灣民眾性別角色態度之研究。碩士論文。國立臺灣大學。]

LITTLEMORE, Jeannette. (2003). The Effect of Cultural Background on Metaphor Interpretation. *Metaphor and Symbol*, 18(4), 273-288.

LÓPEZ RODRÍGUEZ, Irene. (2007). From the Bible to Cosmopolitan: The socialization of women through the WOMAN AS CHICKEN metaphor. *Revista de Letras*, 2(6), 129-153.

– (2009). Of Women, Bitches, Chickens and Vixens: Animal Metaphors for Women in English and Spanish. *Culture, Language and Representation*, 7(7), 77-100.

– (2008). Are Women Really Sweet? An Analysis of the Woman as Dessert Metaphor in the English and Spanish Written Press. *Babel-AFIAL: Aspectos de Filología Inglesa e Alemá*, 17, 179-196.

LOVECCHIO, Nicholas. (2019). L'emprunt linguistique dans le lexique des homosexualités. Étude historique et comparative des internationalismes en français, italien, espagnol, anglais et allemand. Thèse de doctorat. Sorbonne Université.

LOVEJOY, Arthur O. (1936). *The Great Chain of Being*. Cambridge : Harvard University Press.

- LU, Yu-Hsia. (2011). Changes in Gender-Role Attitudes in Taiwan, 1991-2001. *Taiwanese Journal of Sociology*, 48, 51-94. [呂玉瑕。(2011)。臺灣民眾性別角色態度的變遷：1991-2001。台灣社會學刊，48，51-94。]
- LU, Yu-Hsia et YI, Chin-Chun. (2005). Conjugal Resources and the Household Division of Labor under Taiwanese Social Change: A Comparison between the 1970s and 1990s Social-Cultural Contexts. *Taiwanese Sociology*, 10, 41-94. [呂玉瑕 & 伊慶春。(2005)。社會變遷中的夫妻資源與家務分工：台灣七〇年代與九〇年代社會文化脈絡的比較。台灣社會學，10，41-94。]
- MAALEJ, Zouhair. (2004). Figurative Language in Anger Expressions in Tunisian Arabic: An Extended View of Embodiment. *Metaphor and Symbol*, 19(1), 51-75.
- MACARTHUR, Fiona. (2005). The Competent Horseman in a Horseless World: Observations on a Conventional Metaphor in Spanish and English. *Metaphor and Symbol*, 20(1), 71-94.
- MACKAY, Donald G. (1980). Language, Thought, and Social Attitudes. Dans Giles, H. (Ed.). *Language: Social Psychological Perspective*. (pp. 89-96). Oxford : Pergamon Press.
- (1986). Prototypicality Among Metaphors: On the Relative Frequency of Personification and Spatial Metaphors in Literature Written for Children Versus Adults. *Metaphor and Symbolic Activity*, 1(2), 87-107.
- MACKAY, Donald G. et FULKERSON, David C. (1979). On the comprehension and production of pronouns. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 18(6), 661-673.
- MAESTRE, María D. López. (2015). ‘Man the hunter’: a critical reading of hunt-based conceptual metaphors of love and sexual desire. *Journal of Literary Semantics*, 44(2), 89-113.
- MAGAÑA, Dalia et MATLOCK, Teenie. (2018). How Spanish speakers use metaphor to describe their experiences with cancer. *Discourse & Communication*, 12(6), 627-644.
- MAKONI, Busi. (2015). Labeling Female Genitalia in a Southern African Context: Linguistic Gendering of Embodiment, Africana Womanism, and the Politics of Reclamation. *Feminist Studies*, 41(1), 42-71.
- MANNING, Phil. (1991). Drama as Life: The Significance of Goffman's Changing Use of the Theatrical Metaphor. *Sociological Theory*, 9(1), 70-86.
- MATSUKI, Keiko. (1995). Metaphors of anger in Japanese. Dans Taylor, John R. et MacLaury, Robert E. (Eds.). *Language and the Cognitive Construal of the World* (pp.137-151). Berlin : Mouton de Gruyter.
- MATUD, M. Pilar. (2005). The Psychological Impact of Domestic Violence on Spanish Women. *Journal of Applied Social Psychology*, 35(11), 2310-2322.
- MAYEUR, Françoise. (1988). L'éducation des filles en France au XIXe siècle : historiographie et problématiques. *Publications de l'École Française de Rome*, 104(1), 79-90.
- MCNAY, Lois. (2000). *Gender and Agency: Reconfiguring the Subject in Feminist and Social Theory*. Cambridge : Polity Press.
- MENDOZA IBAÑEZ, Francisco José Ruiz de. (2000). The role of mappings and domains in understanding metonymy. Dans: Barcelona, A. (Ed.). *Metaphor and Metonymy at the Crossroads* (pp. 109-132). Berlin : Mouton de Gruyter.

- MENNELLA Julie A., PEPINO M. Yanina et REED, Danielle R. (2005). Genetic and Environmental Determinants of Bitter Perception and Sweet Preferences. *Pediatrics*, 115(2), 216-222.
- MENSAH, Eyo et NKAMIGBO, Linda. (2016). All I want is your waist: Sexual metaphors as youth slang in Nigeria. *Sociolinguistic Studies*, 10(1-2), 177-198.
- MERVIS, Carolyn B. et ROSCH, Eleanor. (1981). Categorization of Natural Objects. *Annual review of psychology*, 32(1), 89-115.
- MESTHRIE, Rajend. (Ed.). (2011). *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*. New York : Cambridge University Press.
- MICHARD, Claire. (2000). *Sexe en linguistique - Sémantique ou zoologie*. Paris : L'Harmattan.
- (2002). *Le sexe en linguistique. Sémantique ou zoologie*. Paris : L'Harmattan.
- (2003). La notion de sexe en français : attribut naturel ou marque de la classe de sexe appropriée? *Langage et société*, 4(106), 63-80.
- MIKKOLA, Mari. (2017). Feminist Perspectives on Sex and Gender. Dans Zalta, E. N. (Ed.). *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. (Consulté le mars 13 2019). URL : <https://plato.stanford.edu/entries/feminism-gender/>
- MILLER, Casey et SWIFT, Kate. (1976). *Words and Women: New Language in New Times*. Londres : Penguin Books.
- MILLS, Sara. (2008). *Language and Sexism*, Cambridge : Cambridge University Press.
- MIVART, George Jackson. (1881). *The Cat: an Introduction to the Study of Backboned Animals Especially Mammals*. New York, États Unis : Charles Scribner's Sons. (Consulté le 12 août 2020). URL : https://www.biodiversitylibrary.org/page/39714399?utm_medium=social%20media&utm_source=blogger&utm_campaign=LOCcats&utm_content=Library%20of%20Congress#page/31/mode/1up
- MONROE, Jacquelyn. (2005). Women in Street Prostitution: The Result of Poverty and the Brunt of Inequity. *Journal of Poverty*, 9(3), 69-88.
- MORAN, Richard. 1996. Artifice and Persuasion: The Work of Metaphor in the Rhetoric. Dans Rorty, A. O. (Ed.). *Essays on Aristotle's Rhetoric* (pp. 385-398). Berkeley : University of California Press.
- MORGAN, Jerry L. (1979). Observations on the pragmatics of metaphor. Dans Ortony, A. (Ed.). *Metaphor and Thought* (pp.136-147). Cambridge : Cambridge University Press.
- MORRIS, Kasey Lynn et GOLDENBERG, Jamie L. (2015). Women, objects, and animals: Differentiating between sex-and beauty-based objectification. *Revue internationale de psychologie sociale*, 28(1), 15-38.
- MORTUREUX, Marie-Françoise. (1997). *La lexicologie entre langue et discours*. Paris : Sedes.
- MOSER, David. (1997). Covert Sexism in Mandarin Chinese. *Sino-Platonic Papers*, 74,1-23.
- MUBAROK, Yasir. (2017). Representation of Women in the Sundanese

- Proverbs. *International E-Journal of Advances in Social Sciences*, 3(7), 205-213.
- MUSOLFF, Andreas. (2000). Political Imagery of Europe: A House Without Exit Doors? *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 21(3), 216-229.
- (2011). Migration, media and “deliberate” metaphors. *Metaphorik*, 21, 7-19.
- (2012). The study of metaphor as part of critical discourse analysis. *Critical Discourse Studies*, 9(3), 301-310.
- (2015). Dehumanizing metaphors in UK immigrant debates in press and online media. *Journal of Language Aggression and Conflict*, 3(1), 41-56.
- (2016). *Political Metaphor Analysis: Discourse and Scenarios*. Londres : Bloomsbury Publishing.
- NAKHAVALY, Fekhteh et SHARIFI, Shahla. (2013). On Sex Discrimination in Persian Proverbs. *Theory and Practice in Language Studies*, 3(1), 195-200.
- NEWMAN, Michael. (1998). What Can Pronouns Tell Us? A Case Study of English Epicenes. *Studies in Language. International Journal sponsored by the Foundation “Foundations of Language”*, 22(2), 353-389.
- NIKUNLASSI, Ahti. (1999). On gender assignment in Russian. Dans Rissanen, M., Nevalainen T. & Saari, M. (Eds). *Gender in Grammar and Cognition. II: Manifestations of Gender* (pp. 771–791). Berlin : Mouton de Gruyter,
- NILSEN, Allen Pace. (1996). Of Ladybugs and Billy Goats: What Animal Species Names Tell About Human Perceptions of Gender. *Metaphor and Symbol*, 11(4), 257-271.
- NISSEN, Uwe Kjær. (2002). Gender in Spanish. *Gender Across Languages: The Linguistic Representation of Women and Men*, 2, 251-280.
- NORMAN, Warren T. (1967). *2,800 Personality Trait Descriptors: Normative Operating Characteristics for a University Population*. Ann Arbor : University of Michigan, Department of Psychology.
- NORWOOD, Vera. (2014). *Made From this Earth: American Women and Nature*. Chapel Hill : University of North Carolina Press.
- NUNBERG, Geoffrey, SAG, Ivan A. et WASOW, Thomas. (1994). Idioms. *Language*, 70(3), 491-538.
- O'BARR, William M. et ATKINS, Bowman K. (1980). "Women's Language" or "Powerless Language"? Dans Mcconnell-ginet, S. et al. (Eds.). *Women and Language in Literature and Society* (pp. 93-110). New York : Praeger.
- O'BRIEN, Gerald V. (2003). Indigestible Food, Conquering Hordes, and Waste Materials: Metaphors of Immigrants and the Early Immigration Restriction Debate in the United States. *Metaphor and Symbol*, 18(1), 33-47.
- ONIFER, William et SWINNEY, David A. (1981). Accessing lexical ambiguities during sentence comprehension: Effects of frequency of meaning and contextual bias. *Memory & Cognition*, 9(3), 225-236.
- ORTONY, Andrew. (Ed.). (1979). *Metaphor and Thought*. Cambridg : Cambridge University Press.

- ÖZGEN, Emre et DAVIES, Ian R. (1998). Turkish color terms: Tests of Berlin and Kay's theory of color universals and linguistic relativity. *Linguistics*, 36(5), 919-956.
- (2002). Acquisition of categorical color perception: a perceptual learning approach to the linguistic relativity hypothesis. *Journal of Experimental Psychology*, 131(4), 477-493.
- PAILHÉ, Ariane, SOLAZ, Anne et SOULETIE, Arthur. (2019). How Do Women and Men Use Extra Time? Housework and Childcare After the French 35-hour Workweek Regulation. *European Sociological Review*, 35(6), 807-824.
- PALAGI, Elisabetta, PAOLI, Tommaso et BORGOGNINI TARLI, Silvana. (2004). Reconciliation and Consolation in Captive Bonobos (*Pan paniscus*). *American Journal of Primatology: Official Journal of the American Society of Primatologists*, 62(1), 15-30.
- PARENTE-ČAPKOVÁ, Viola. (2007). Narcissuses, Medusas, Ophelias... Water Imagery And Femininity In The Texts By Two Decadent Women Writers. Dans Kalnická, Z. (Ed.). *Water and Women in Past, Present and Future* (pp. 196-219). Xlibris.
- PAVEAU, Marie-Anne. (2002). La féminisation des noms de métiers : résistances sociales et solutions linguistiques. *Le français aujourd'hui*, 136, 121-128.
- PEDERSEN, Elaine L. et MARKEE, Nancy L. (1991). Fashion Dolls: Representations of Ideals of Beauty. *Perceptual and Motor Skills*, 73(1), 93-94.
- PENELOPE, Julia. (1990). *Speaking Freely: Unlearning the Lies of the Father's Tongues*. New York : Pergamon.
- PÉREZ, Efrén O. et TAVITS Margit. (2017). Language Shapes People's Time Perspective and Support for Future-Oriented Policies. *American Journal of Political Science*, 61(3), 715-727.
- PERISSINOTTO, Giorgio. (1983). Spanish "hombre": Generic or specific? *Hispania*, 66(4), 581-586.
- PERLOVSKY, Leonid. (2009). Language and emotions: emotional Sapir-Whorf hypothesis. *Neural Networks*, 22(5-6), 518-526.
- PERREZ, Julien et REUCHAMPS, Min. (2014). Deliberate metaphors in political discourse: the case of citizen discourse. *Metaphorik*, 25: 7-41.
- PERREZ, Julien et REUCHAMPS, Min. (2015). A crazy machine or a strong "living apart together" relationship? The role of metaphors in citizens' perception of Belgian federalism. *Mots. Les langages du politique*. (consulté le 6 juin 2020). URL : <http://journals.openedition.org/mots/22171>
- PETREMENT, Simone. (1946). *Le dualisme dans l'histoire de la philosophie et des religions*. Paris : Gallimard.
- PFEFFERKORN, Roland. (2011). Le partage inégal des « tâches ménagères ». *Les Cahiers de Framespa*, 7. (Consulté le 12 juillet 2019). URL : <https://journals.openedition.org/framespa/646>
- PILCHER, Jane. (1994). Mannheim's Sociology of Generations: an Undervalued Legacy. *British Journal of Sociology*, 45(3), 481-495.
- PINKER, Steven. (2009). *How the Mind Works*. New York : Norton.

- PIRZAD MASHAK, Shahrzad, PAZHAKH, Abdolreza et HAYATI, Abdolmajid. (2012). A Comparative Study on Basic Emotion Conceptual Metaphors in English and Persian Literary Texts. *International Education Studies*, 5(1), 200-207.
- PLECK, Joseph H. (2004). Men's Power with Women, Other Men, and Society: A Men's Movement Analysis. Dans Murphy, P. F. (Eds.). *Feminism and Masculinities* (pp. 57-68). Oxford University Press on Demand.
- PORTEOUS, J. Douglas. (1986). Bodyscape: The body-landscape metaphor. *Canadian Geographer/Le Géographe Canadien*, 30(1), 2-12.
- RABELAIS, François. (2007) [1534]. *Gargantua* (édition établie, présentée et annotée par Mireille Huchon). Paris : Gallimard,
- RADDEN, Günter. (2003). The metaphor TIME AS SPACE across languages. *Zeitschrift für interkulturellen Fremdsprachenunterricht*, 8(2), 226-239.
- RADDEN, Günter et DIRVEN, René. (2007). *Cognitive English Grammar*. Amsterdam : John Benjamins.
- RAKUSAN, Jaromira. (2004). Cultural Diversity in Crossing the Boundaries Between Human and Animal in Language--Germanic and Slavic Similes and Metaphors. *Collegium Antropologicum*, 28(1), 171-181.
- RAO, Zongyi, CHEN, Zhi et LI, Hanjie. (2016). *Le livre des odes*. Hong Kong : Zhonghua. [饒宗頤，陳致，黎漢傑。(2016)。詩經。香港：中華書局。]
- RAYNER, Keith et DUFFY, Susan A. (1986). Lexical complexity and fixation times in reading: Effects of word frequency, verb complexity, and lexical ambiguity. *Memory & Cognition*, 14(3), 191-201.
- RAYNER, Keith, PACTH, Jeremy M. et DUFFY, Susan A. (1994). Effects of Prior Encounter and Global Discourse Bias on the Processing of Lexically Ambiguous Words: Evidence From Eye Fixations. *Journal of memory and Language*, 33(4), 527-544.
- REDDY, Michael J. (1979). The Conduit Metaphor: A Case of Frame Conflict in Our Language about Language. Dans Ortony, A. (Ed.), *Metaphor and Thought* (pp. 284-324). Cambridge : Cambridge University Press.
- REGIER, Terry et KAY, Paul. (2009). Language, Thought, and Color: Whorf was Half Right. *Trends in Cognitive Sciences*, 13(10), 439-446.
- RELKE, Joan. (2007). The Archetypal Female in Mythology and Religion: The Anima and the Mother. *Europe's Journal of Psychology*. (Consulté le 18 avril 2018). URL : <https://ejop.psychopen.eu/index.php/ejop/article/view/389/html>
- ROBERSON, Debi et al. (2005). Color Categories: Evidence for the Cultural Relativity Hypothesis. *Cognitive Psychology*, 50(4), 378-411.
- RODENBURG, Frances A. et FANTUZZO, John W. (1993). The measure of wife abuse: Steps toward the development of a comprehensive assessment technique. *Journal of Family Violence*, 8(3), 203-228.
- ROMAINE, Suzanne. (2001). A corpus-based view of gender in British and American English. Dans Hellinger, M. et Bußmann, H. (Eds.) *Gender Across Languages: The Linguistic Representation of Women and Men Volume I* (pp.153-175). Amsterdam : John Benjamins.

- ROMITO, Patrizia et VOLPATO, Chiara. (2005). Women inside and outside Academia: a struggle to access knowledge, legitimacy and influence. *Social Science Information*, 44(1), 41-63.
- ROSCH, Eleanor. (1978). Principles of Categorization. Dans Rosch E. et Lloyd B. B. (Eds.). *Cognition and Categorization* (pp.27-48). Hillsdale : Erlbaum.
- ROSCH, Eleanor, et al. (1976). Basic objects in natural categories. *Cognitive Psychology*, 8(3), 382-439.
- RUDMAN, Laurie A. et MESCHER, Kris. (2012). Of Animals and Objects: Men's Implicit Dehumanization of Women and Likelihood of Sexual Aggression. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(6), 734-746.
- RUIZ, Javier Herrero. (2006). Conceptual metaphors in fairy tales. The cases of: acquiescence is swallowing, intelligence is light, a child is hope of change and renewal, darkness is. *Interlingüística*, 17, 475-482.
- SAGOT, Benoît et FIŠER, Darja. (2008). Construction d'un wordnet libre du français à partir de ressources multilingues. Dans *Actes de TALN 2008 (Traitement automatique des langues naturelles)*. Avignon : LIA.
- SAILLARD, Claire. (2000). Nommer les langues en situation de plurilinguisme ou la revendication d'un statut (le cas de Taïwan). *Langage et société*, 91, 35-57.
- SALAHSHOUR, Neda. (2016). Liquid metaphors as positive evaluations: A corpus-assisted discourse analysis of the representation of migrants in a daily New Zealand newspaper. *Discourse, Context & Media*, 13, 73-81.
- SANAUDDIN, Noor. (2015). *Proverbs and Patriarchy: Analysis of Linguistic Sexism and Gender Relations Among the Pashtuns of Pakistan*. Thèse de doctorat. University of Glasgow.
- SANTA ANA, Otto. (1999). "Like an Animal I was Treated": Anti-Immigrant Metaphor in US Public Discourse. *Discourse & Society*, 10(2), 191-224.
- (2002). *Brown Tide Rising: Metaphors of Latinos in Contemporary American Public Discourse*. Austin : University of Texas Press.
- SAPIR, Edward. (1949). *Selected Writings of Edward Sapir in Language, Culture and Personality*. Berkeley : University of California Press.
- (1985). *Culture, Language and Personality: Selected Essays (Vol. 342)*. Berkeley : University of California Press.
- SCHIEBINGER, Londa. (1991). *The Mind Has No Sex? Women in the Origins of Modern Science*. Cambridge : Harvard University Press.
- (2000). Has Feminism Changed Science? *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 25(4), 1171-1175.
- SCHMID, Sonja. (2001). Doing gender in Russian: Structure and perspective. Dans Hellinger, M. et Bußmann, H. (Eds.) *Gender Across Languages: The Linguistic Representation of Women and Men Volume I* (pp. 253-282). Amsterdam : John Benjamins.
- SCHMITT, David P., et al. (2008). Why Can't a Man Be More Like a Woman? Sex Differences in Big Five Personality Traits Across 55 Cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(1), 168-182.

SCHNEDECKER, Catherine. (2014). Les (noms d') humains sont-ils à part ? Etat de l'art, intérêts et perspectives linguistiques à propos d'une catégorie nominale encore marginale. Stuttgart : Franz Steiner Verlag Wiesbaden GmbH.

SCHULTZ, Muriel (1990 [1975]). The Semantic Derogation of Woman. Dans Cameron, D. (Ed.). *The Feminist Critique of Language: a Reader* (pp. 134-147). New York : Routledge.

SCULLEN, Mary Ellen. (2003). Les dictionnaires français : un lieu privilégié du sexisme ? *Cahiers de Lexicologie*, 83, 131-153.

SEARLE, John Roger. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge : Cambridge University Press.

– (1985). *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge : Cambridge University Press.

SEKVENT, Karel. (1966). Quelques remarques sur les prénoms français. *Études romanes de Brno*, 2, 101-105.

SEMINO, Elena, DEMJÉN, Zsófia et DEMMEN, Jane. (2018). An Integrated Approach to Metaphor and Framing in Cognition, Discourse, and Practice, with an Application to Metaphors for Cancer. *Applied Linguistics*, 39(5), 625-645.

SHERMAN, Gary D. et CLORE, Gerald L. (2009). The Color of Sin: White and Black are Perceptual Symbols of Moral Purity and Pollution, *Psychological Science*, 20(8), 1019-1025.

SHERRINGHAM, Mark. (2012). L'enseignement scolaire de la philosophie en France. *La revue de l'inspection générale*, 3, 61-67.

SHIH, Yu-Hwei. (1984). A Sociolinguistic Study of Male-Female Language Differences. *Teaching and Research*, 6, 207-228. [施玉惠。(1984)。從社會語言學觀點探討中文男女兩性語言的差異。《教學與研究》，6，207-228。]

SILAŠKI, Nadežda. (2013). Animal Metaphors and Semantic Derogation—Do Women Think Differently from Men? *Gender Studies*, 12(1), 319-332.

SIMON, William et GAGNON, John H. (1986). Sexual scripts: Permanence and change. *Archives of Sexual Behavior*, 15, 97-120.

– (1987). A sexual scripts approach. Dans Geer, J. H. & O'Donohue, W. T. (Eds.). *Theories of human sexuality* (pp. 363-383). New York : Plenum.

SINGLY, François De. (2010). *Sociologie de la famille*. Paris : Armand Colin.

SLOBIN, Dan I. (1996). From “Thought and Language” to “Thinking for Speaking”. Dans Gumperz, J. & Levinson, S. (Eds.). *Rethinking Linguistic Relativity* (pp. 70–96). Cambridge : Cambridge University Press.

– (2003). Language and thought online: Cognitive consequences of linguistic relativity. Dans Gentner, D. et Goldin-Meadow, S. (Eds.). *Language in Mind: Advances in the Study of Language and Thought* (pp.157-192). Cambridge : MIT press.

– (2005). Linguistic representations of motion events. Dans Maeder, C. et al. (Eds.). *Outside-In, Inside-Out: Iconicity in Language and Literature 4* (pp. 307–322). Amsterdam : John Benjamins.

- SMITH, Hilda L. (2007). Women Intellectuals and Intellectual History: Their Paradigmatic Separation. *Women's History Review*, 16(3), 353-368.
- SONTAG, Susan. (1989). *Illness as Metaphor: AIDS and Its Metaphors*. New York : Picador/Farrar, Straus and Giroux.
- SPENDER, Dale. (1980). *Man Made Language*. Boston : Routledge & Kegan Paul.
- STAHLBERG, Dagmar, SCZESNY, Sabine et BRAUN, Friederike. (2001). Name Your Favorite Musician: Effects of Masculine Generics and of their Alternatives in German. *Journal of Language and Social Psychology*, 20(4), 464-469.
- STAHLBERG, Dagmar, et al. (2007). Representation of the Sexes in Language. Dans Fiedler, K. (Ed.). *Social Communication* (pp. 163-187). New York : Psychology Press.
- STEIN, Dieter et WRIGHT, Susan (Eds.). (2005). *Subjectivity and subjectivisation: Linguistic perspectives*. Cambridge University Press.
- STIBBE, Arran. (2003). As Charming as a Pig: The Discursive Construction of the Relationship Between Pigs and Humans. *Society & Animals*, 11(4), 375-392.
- STORM, Hiroko. (1992). Women in Japanese Proverbs. *Asian Folklore Studies*, 51(2), 167-182.
- STRAWN, Brent A. (2005). *What is Stronger than a Lion? Leonine Image and Metaphor in the Hebrew Bible and the Ancient Near East*. Fribourg : Academic Press Fribourg.
- SULLIVAN, Karen. (2006). Frame-Based Constraints on Lexical Choice in Metaphor. Dans *32nd Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society* (pp. 387-400). Berkeley Linguistics Society.
- SUTTON, Laurel A. (2001). Bitches and Skanky Hobags. Dans Hall, K. & Bucholtz, M. (Eds.). *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self* (pp. 279-296). New York : Routledge.
- SWEETSER, Eve. (1995). Metaphor, mythology, and everyday language. *Journal of Pragmatics*, 24(6), 585-593.
- TAI, James HY. (2003). Cognitive Relativism: Resultative Construction in Chinese. *Language and Linguistics*, 4(2), 301-316.
- TALEBINEJAD, M. Reza et DASTJERDI, H. Vahid. (2005). A Cross-Cultural Study of Animal Metaphors: When Owls are not Wise! *Metaphor and Symbol*, 20(2), 133-150.
- TALMY, Leonard. (1991). Path to Realization: A Typology of Event Conflation. *Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society*, 17(1), 480-519.
- (2000). *Toward a Cognitive Semantics: Typology and Process*. Cambridge : MIT press.
- TANNEN, Deborah. (1990). *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. New York : Morrow.
- (1994). *Gender and Discourse*. Oxford : Oxford University Press.
- TAYLOR, John R. (1995). *Linguistic Categorization*. Oxford : Clarendon Press.
- THERY, Irène. (2007). *La distinction de sexe : une nouvelle approche de l'égalité*. Paris : Odile Jacob.

- THIBODEAU, Paul H. et DURGIN, Frank H. (2011). Metaphor Aptness and Conventionality: A Processing Fluency Account. *Metaphor and Symbol*, 26(3), 206-226.
- THIBODEAU, Paul H., HENDRICKS, Rose K. et BORODITSKY, Lera. (2017). How Linguistic Metaphor Scaffolds Reasoning. *Trends in Cognitive Sciences*, 21(11), 852-863.
- THOMPSON, Jane. (1995). Feminism and Women's Education. Dans Mayo, M. et Thompson, J. (Eds.). *Adult Learning, Critical Intelligence and Social Change* (pp. 124-136). Leicester : National Institute of Adult and Continuing Education.
- THORNE, Barrie et HENLEY, Nancy. (1975). *Language and Sex: Difference and Dominance*. Rowley : Newbury House.
- TIPLER, Caroline N. et RUSCHER, Janet B. (2019). Dehumanizing representations of women: the shaping of hostile sexist attitudes through animalistic metaphors. *Journal of Gender Studies*, 28(1), 109-118.
- TOBIN, Yishai. Y. (2001). Gender switch in Modern Hebrew. Dans Hellinger, M. et Bußmann, H. (Eds.) *Gender Across Languages: The Linguistic Representation of Women and Men Volume I* (pp.177-198). Amsterdam : John Benjamins.
- TOMC, Sandra, BAILLY, Sophie et RANCHON, Grâce. (2016). *Pratiques et langages du genre et du sexe: déconstruire l'idéologie sexiste du binarisme*. Paris, L'Harmattan.
- TSANG, Sandy Ching-ye. (2009). Metaphor, culture and conceptual systems: a case study of sex metaphors in a Hong Kong Chinese newspaper. *LCOM Papers*, 2, 1-16.
- TUAN, Yi-Fu. (1978). Sign and metaphor. *Annals of the association of American geographers*, 68(3), 363-372.
- TÜRKER, Ebru. (2013). A Corpus-based Approach to Emotion Metaphors in Korean: A Case Study of Anger, Happiness, and Sadness. *Review of Cognitive Linguistics. Published under the auspices of the Spanish Cognitive Linguistics Association*, 11(1), 73-144.
- UNTERBECK, Barbara, et al. (Ed.). (2011). *Gender in Grammar and Cognition: I Approaches to Gender II Manifestations of Gender*. Berlin : Walter de Gruyter.
- UREÑA, Jose Manuel et FABER, Pamela. (2010). Reviewing Imagery in Resemblance and Non-Resemblance Metaphors. *Cognitive Linguistics*, 21(1), 123-149.
- VANDERMEERSCH, Léon. (1997). *Le confucianisme*. Le Fait.
- VAN DIJK, Teun A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-83.
- (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. Londres : Sage.
- (2000). Ideologies, Racism, Discourse: Debates on Immigration and Ethnic Issues. Dans Ter Wal, J. et Verkuyten, M. (Eds.). *Comparative Perspectives on Racism* (pp. 91-116). Aldershot : Ashgate.
- (2001). Discourse, Ideology and Context. *Folia linguistica*, 35(1-2), 11-40.
- VAN DIJK, Teun A. (Ed.) (1997). *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. Londres : Sage.
- VAN WEELDEN, Lianne, SCHILPEROORD, Joost et MAES, Alfons. (2014). Evidence for the Role of Shape in Mental Representations of Similes. *Cognitive Science*, 38(2), 303-321.

- VAN WEELDEN, Lisanne et al. (2011). The Role of Shape in Comparing Objects: How Perceptual Similarity May Affect Visual Metaphor Processing. *Metaphor and Symbol*, 26(4), 272-298.
- VELASCO-SACRISTÁN, Marisol et FUERTES-OLIVERA, Pedro A. (2006). Towards a critical cognitive–pragmatic approach to gender metaphors in Advertising English. *Journal of Pragmatics*, 38(11), 1982-2002.
- VIDALI, Amy. (2010). Seeing What We Know: Disability and Theories of Metaphor. *Journal of Literary & Cultural Disability Studies*, 4(1), 33-54.
- WAGNER, Suzanne Evans. (2012). Age grading in sociolinguistic theory. *Language and Linguistics Compass*, 6(6), 371-382.
- WALLIS, Patrick et NERLICH, Brigitte. (2005) Disease Metaphors in New Epidemics: The UK Media Framing of the 2003 SARS Epidemic. *Social Science & Medicine*, 60(11), 2629–2639.
- WARDHAUGH, Ronald. (2011). *An Introduction to Sociolinguistics*. Hoboken : John Wiley & Sons.
- WARMENBOL, Eugène et DELVAUX, Luc. (1991). Les divins chats d'Égypte: un air subtil, un dangereux parfum. Leuven : Editions Peeters.
- WASHER, Peter. (2004). Representations of SARS in the British Newspapers. *Social Science & Medicine*, 59(12), 2561-2571.
- WAŚNIEWSKA, Małgorzata, KUDIN, Mykyta. (2018). The Universality and Variety of the Women are Animals Conceptual Metaphor Across European Languages. Dans Gunesch, K. et al. (Eds.). *Crossing Borders in Gender and Culture* (pp. 94-117). Newcastle upon Tyne : Cambridge Scholars Publishing.
- WEBSTER, Sheila K. (1982). Women, Sex, and Marriage in Moroccan Proverbs. *International Journal of Middle East Studies*, 14(2), 173-184.
- WEI, Lixia. (2011). A corpus-based study on A MAN IS A LION in Mandarin Chinese and British English. *Language, Linguistics, Literature*, 17(2), 1-10.
- WEISBERG, Yanna J., DEYOUNG, Colin G. et HIRSH Jacob B. (2011). Gender Differences in Personality Across the Ten Aspects of the Big Five. *Frontiers in Psychology*, 2(178), 1-11.
- WHARTON, Amy S. (2009). *The Sociology of Gender: An Introduction to Theory and Research*. Hoboken : John Wiley & Sons.
- WHITE, Lynn Townsend. (1992). Dans Deléage, J. P. *Histoire de l'écologie : une science de l'homme et de la nature*. Paris : La découverte.
- WHORF, Benjamin. (1956). *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*. Carroll, J. B. (Ed.). Cambridge : MIT Press.
- WODAK, Ruth. (2001). What CDA is about – a summary of its history, important concepts and its developments. Dans Wodak, R. et Meyer, M. (Eds.). *Methods of Critical Discourse Analysis* (pp.1-13). Londres : Sage.
- WODAK, Ruth, et BENKE, Gertraud. (2017). Gender as a Sociolinguistic Variable: New Perspectives on Variation Studies. Dans Coulmas, F. (Ed.). *The Handbook of Sociolinguistics* (pp. 127-150). Oxford : Blackwell.

- WOLFF, Phillip et HOLMES, Kevin J. (2011). Linguistic relativity. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science*, 2(3), 253-265.
- WONG, Andrew D. (2005). The reappropriation of tongzhi. *Language in Society* 34(5), 763-793.
- YAGUELLO, Marina. (1978). *Les mots et les femmes: essai d'approche socio-linguistique de la condition féminine*. Paris : Payot.
- YAN, Xiaoping. (2008). Gender-Specific Asymmetries in Chinese Language. *MP: An Online Feminist Journal*, 2(1); 31-41.
- YANG, Ada Ya-ying et DEPNER, Shelley Ching-yu. (2016). Euphemisms in Animal-Fixed Expressions in Mandarin Chinese. Dans *Embodiment in Language (II)* (pp. 93-108). Singapour : Springer.
- YANG, Chunqiu. (2008). Entretiens familiers de Confucius. Taipei : San Min Book. [羊春秋。(2008)。新譯孔子家語。台北：三民書局。]
- YANG, Jia-hong. (2007). La performance des étudiants « *niáng niang qiāng* » au college. Mémoire de master, Université Normale Nationale de Kaohsiung. [楊嘉宏。(2007)。國中[娘娘腔]學生的性別展演。碩士論文，國立高雄師範大學。]
- YANG, Shu. (2001). Language, Women and Cultural Problems in China. *Women and Language*, 24(1), 24-28.
- YU, Ning. (1995). Metaphorical Expressions of Anger and Happiness in English and Chinese. *Metaphor and symbol*, 10(2), 59-92.
- (1998). *The Contemporary Theory of Metaphor: A Perspective from Chinese*. Amsterdam : John Benjamins .
- (2008). Metaphor from Body and Culture. Dans Gibbs, Jr R. W. (Ed.). *Cambridge Handbook of Metaphor and Thought* (pp. 247–261). Cambridge : Cambridge University Press
- YU, Ning et JIA, Dingding. (2016). Metaphor in culture: LIFE IS A SHOW IN CHINESE. *Cognitive Linguistics*, 27(2), 147-180.
- YU, Peilin. (1974). *Lao-Tseu*. Taipei : San Min Book. [余培林。(1974)。新譯老子讀本。台北：三民書局。]
- YU, Ying-shih. (2014). *Entre le Ciel et l'homme: l'origine de la pensée chinoise ancienne*. Linking Publishing Company. [余英時。(2014)。論天人之際：中國古代思想起源試探。聯經出版事業公司。]
- ZHANG, Hong. (2002). Reality and representation : Social control and gender relations in Mandarin Chinese proverbs. Dans Hellinger, M. et Bußmann, H. (Eds.). *Gender Across Languages: The Linguistic Representation of Women and Men Volume II* (pp.73-80). Amsterdam : John Benjamins.
- ZHANG, Wen-Ran et CHEN, Su-Shing. (2009). Equilibrium and nonequilibrium modeling of yinyang wuxing for diagnostic decision support in traditional Chinese medicine. *International Journal of Information Technology & Decision Making*, 8(3), 529-548.
- ZHONG, Chen-Bo et LILJENQUIST, Katie (2006). Washing Away Your Sins: Threatened Morality and Physical Cleansing. *Science*, 313(5792), 1451-1452.

ZHU, Xi. (2008) [1186]. *Collection de poèmes*. Chine : Zhonghua. [朱熹。(2008)。詩集傳。中國：中華書局。]

Articles

ACADEMIE FRANCAISE. (2019, 28 février). La féminisation des noms de métiers et de fonctions, Académie française. (Consulté le 11 août 2019). URL : http://www.academie-francaise.fr/sites/academie-francaise.fr/files/rapport_feminisation_noms_de_metier_et_de_fonction.pdf

ANONYME. (2018, 13 avril). « My Wonder Women » : l'histoire méconnue d'une super-héroïne féministe, *Le Point Culture*. (Consulté le 12 août 2019). URL : https://www.lepoint.fr/culture/my-wonder-woman-l-histoire-meconnue-d-une-super-heroine-feministe-13-04-2018-2210455_3.php#

CASSELY, Jean-Laurent. (2015, 15 juin). Voici l'origine de la rumeur la plus tenace sur le bac de philo. *Slate*.

FILLET, Anthony. (2012, 18 juin). Pourquoi le bac commence toujours par la philo. *L'Express*.

GAUTIER, Vincent. (2019, 28 février). Ces arguments récurrents contre la féminisation des noms de métiers. *Le Parisien*. (Consulté le 20 août 2019). URL : <https://www.leparisien.fr/societe/ces-arguments-recurrents-contre-la-feminisation-des-noms-de-metiers-28-02-2019-8022183.php>

JAMES, Owen. (2004, July 23). Homosexual Activity Among Animals Stirs Debate. *National Geographic News*.

MAUSSION, Florian. (2016, 8 mars). DANS LE RETRO. La féminisation des noms, une querelle de 30 ans. *Le Parisien*. (Consulté le 25 juillet 2019). URL : <https://www.leparisien.fr/archives/dans-le-retro-la-feminisation-des-noms-une-querelle-de-30-ans-07-03-2016-5605729.php>

RENOU, Fabien. (Circa. 2007) Larousse loin devant Robert. *JDN Economie*. (Consulté le 27 novembre 2017). URL : <http://www.journaldunet.com/economie/face-a-face/larousse-robert/1-marche.shtml>

WANG, Yun-Ling. (2020, 9 juin). Après la démission de l'ancien directeur du Centre d'examen d'entrée pour les sujets « trop faciles » ! Analyse des trois problèmes principaux du Centre d'examen. *CommonWealth Magazine*. [王韻齡。(2020/06/19)。為「考題太簡單」請辭！前大考中心主任去職後，剖析大考中心3大問題。天下雜誌] (Consulté le 2 août 2020). URL : <https://www.cw.com.tw/article/5100800>

XU, Quan-Yi. (2020, 09 juillet). Réflexion des QCM dans les examens à Taiwan. *Up media*. [許全義。(2020/07/09)。反思台灣考試裡的選擇題。上報。] (Consulté le 1 août 2020). URL : https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=91118

ZHANG, Kai-Men, FENG, Jing-Hui et ZHANG, Jin-Hong. (2019, 12 décembre). Test générale d'aptitude scolaire (à Taïwan) à partir de 2022 : Après avoir répondu aux QCM, expliquer les raisons des réponses. *United Daily News*. [章凱閔、馮靖惠、張錦弘。(2019/12/12)。111年學測答完選擇題，再解釋理由。聯合報] (Consulté le 2 août 2020). URL : <https://udn.com/news/story/6925/4220877>

Dictionnaires et ressources en lignes

Analyse et traitement informatique de la langue française. (2002). *Trésor de la langue française informatisé* (TLFi). ATILF - CNRS & Université de Lorraine. URL : <http://atilf.atilf.fr/>

Chinese wernet : <http://lope.linguistics.ntu.edu.tw/cwn/>

Collectif. (2008). *Larousse Dictionnaire du français*. Éditions Larousse. URL : <https://www.larousse.fr/>

Collectif. (1996). *Merriam-Webster Dictionary*. Merriam-Webster, inc. URL : <https://www.merriam-webster.com/>

Direction générale du budget, de la comptabilité et des statistiques à Taïwan [行政院主計總處] :

https://www.gender ey.gov.tw/gecdb/Stat_Statistics_DetailData.aspx?sn=nLy5O%2FfHw9e5Dv9GxcBKqQ%3D%3D

FrameNet : <https://framenet.icsi.berkeley.edu/fndrupal/>

Ministère de l'Éducation de Taïwan. (2015). *Dictionnaire Mandarin Chinois Révisé du Ministère de l'Éducation de Taïwan*. Académie nationale de recherche pédagogique. [中華民國教育部。(2015)。教育部國語辭典。國家教育研究院。] URL : <http://dict.revised.moe.edu.tw/cbdic/>

WOLF : <https://gforge.inria.fr/projects/wolf/>

Tables des illustrations

Figures

Figure 1. La page de recherche du DMR	59
Figure 2. Distribution des métaphores selon les domaines sources du questionnaire français (MF = métaphores décrivant les femmes, MH = métaphores décrivant les hommes).....	171
Figure 3. Métaphore LE BONHEUR EST LA LUMIÈRE	195
Figure 4. La métaphore conceptuelle SAVOIR C'EST VOIR.....	200
Figure 5. Catégorisation des motivations des MF et MH en fonction des perspectives des deux sexes en français.....	238
Figure 6. Distribution des traits personnels pour MF en français	245
Figure 7. Distribution des traits personnels pour MH en français	245
Figure 8. Distribution des traits personnels de Big Five de F-F en français	246
Figure 9. Distribution des traits personnels de Big Five de H-F en français	246
Figure 10. Distribution des attributs personnels de Big Five de F-H.....	250
Figure 11. Distribution des attributs personnels de Big Five de H-H	251
Figure 12. Distribution des métaphores selon les DS du questionnaire mandarin	259
Figure 13. Catégorisation des motivations des MF et MH en fonction des perspectives des deux sexes en mandarin.....	371
Figure 14. Distribution des traits personnels pour MF en mandarin.....	378
Figure 15. Distribution des traits personnels pour MH en mandarin	379
Figure 16. Distribution des traits personnels pour F-F en mandarin.....	380
Figure 17. Distribution des traits personnels pour H-F en mandarin	380
Figure 18. Distribution des traits personnels pour F-H en mandarin	385
Figure 19. Distribution des traits personnels pour H-H en mandarin	386
Figure 20. Répartition de l'utilisation des domaines sources en fonction des perspectives des deux sexes en français	420
Figure 21. Répartition de l'utilisation des domaines sources en fonction des perspectives des deux sexes en mandarin.....	420
Figure 22. Modèle A : Domaines plus féminisés	422
Figure 23. Modèle A : Domaines plus masculinisés	423
Figure 24. Modèle B : Domaine appliqué à son propre sexe	424
Figure 25. Modèle B : Domaines appliqués à l'autre sexe.....	426
Figure 26. Le domaine HUMAINS en français	428
Figure 27. Le domaine ANIMAUX en français (1)	429
Figure 28. Le domaine ANIMAUX en français (2)	430
Figure 29. Modèle du script du genre linguistique.....	435
Figure 30. DS classés selon les tranches d'âges des participants en français	440
Figure 31. DS classés selon les tranches d'âges des participants en mandarin.....	440
Figure 32. Distribution des domaines sources dans le dictionnaire en français et en mandarin	445
Figure 33. Distribution des domaines sources dans les questionnaires en français et en mandarin.....	452
Figure 34. Distribution des traits personnels de Big Five pour MF et MH en français	473
Figure 35. Distribution des traits personnels de Big Five pour MF et MH en mandarin.....	473
Figure 36. Hiérarchie dans LA GRANDE CHAÎNE DE LA VIE.....	477

Figure 37. La relation entre les humains et l'univers dans les cultures française et chinoise	480
Figure 38. Cycle de génération et de domination des cinq éléments	486

Tableaux

Tableau 1. Comparaison des définitions du terme <i>biche</i> dans les trois dictionnaires	54
Tableau 2. Caractéristiques des dictionnaires	55
Tableau 3. Les résultats de la recherche des mots cibles dans le TLFi	56
Tableau 4. Comparaison des caractéristiques entre le TLFi et le DMR	58
Tableau 5. Combinaison des noms généraux « humains » et des mots cibles concernant les deux sexes dans le DMR	59
Tableau 6. Résultats de la recherche des mots cibles dans le DRM	60
Tableau 7. Études des métaphores du genre fournissant une analyse selon les perspectives des participants des deux sexes	62
Tableau 8. Répartition des participants aux questionnaires	63
Tableau 9. Distribution des domaines sources des métaphores des deux sexes dans le TLFi	76
Tableau 10. Résumé des métaphores des deux sexes dans le TLFi	78
Tableau 11. Caractéristiques principales dans le domaine HUMAINS (Femmes)	84
Tableau 12. Caractéristiques principales dans le domaine HUMAINS (Hommes)	87
Tableau 13. Distribution des domaines sources des deux sexes dans le DRM	123
Tableau 14. Résumé des métaphores des deux sexes en mandarin	125
Tableau 15. Distribution des domaines sources du questionnaire français	170
Tableau 16. MF et MH les plus fréquentes dans le questionnaire français	216
Tableau 17. Motivations d'utilisation de <i>fleur</i>	219
Tableau 18. Motivations d'utilisation de <i>rose</i>	220
Tableau 19. Motivations d'utilisation de <i>homme</i>	221
Tableau 20. Motivations d'utilisation de <i>mère/maman</i>	222
Tableau 21. Motivations d'utilisation de <i>soleil</i>	222
Tableau 22. Motivations d'utilisation de <i>chat</i>	223
Tableau 23. Motivations d'utilisation de <i>lionne</i>	224
Tableau 24. Motivations d'utilisation de <i>enfant</i>	224
Tableau 25. Motivations d'utilisation de <i>roc</i>	225
Tableau 26. Motivations d'utilisation de <i>guerrière</i>	225
Tableau 27. Motivations d'utilisation de <i>enfant</i>	227
Tableau 28. Motivations d'utilisation de <i>femme</i>	228
Tableau 29. Motivations d'utilisation de <i>animal</i>	229
Tableau 30. Motivations d'utilisation de <i>lion</i>	229
Tableau 31. Motivations d'utilisation de <i>arbre</i>	230
Tableau 32. Motivations d'utilisation de <i>vin</i>	230
Tableau 33. Motivations d'utilisation de <i>roc</i>	231
Tableau 34. Motivations d'utilisation de <i>père</i>	232
Tableau 35. Motivations d'utilisation de <i>pilier</i>	232
Tableau 36. Motivations d'utilisation de <i>voiture</i>	233
Tableau 37. Les dix types les plus importants de MF en français : regroupement selon la catégorie grammaticale et les rôles sémantiques	234

Tableau 38. Les dix types les plus importants de MH en français : regroupement selon la catégorie grammaticale et les rôles sémantiques.....	235
Tableau 39. Catégorisation des motivations des MF et MH en français	237
Tableau 40. Distribution des traits personnels pour MF en français.....	245
Tableau 41. Distribution des traits personnels pour MH en français	245
Tableau 42. Distribution des traits personnels de Big Five de F-F en français.....	246
Tableau 43. Distribution des traits personnels de Big Five de H-F en français.....	246
Tableau 44. Distribution des traits personnels de Big Five de F-H en français.....	250
Tableau 45. Distribution des traits personnels de Big Five de H-H en français	251
Tableau 46. Distribution des domaines sources du questionnaire en mandarin.....	259
Tableau 47. MF et MH les plus fréquentes dans le questionnaire mandarin	351
Tableau 48. Motivations d'utilisation de 水 <i>shui</i> « eau »	352
Tableau 49. Motivations d'utilisation de 花 <i>hua</i> « fleurs »	353
Tableau 50. Motivations d'utilisation de 貓 <i>mao</i> « chats ».....	354
Tableau 51. Motivations d'utilisation de 月亮 <i>yue liang</i> « lune ».....	355
Tableau 52. Motivations d'utilisation de 玫瑰 <i>mei gui</i> « roses ».....	356
Tableau 53. Motivations d'utilisation de 海 <i>hai</i> « mer »	357
Tableau 54. Motivations d'utilisation de 雲 <i>yun</i> « nuages ».....	357
Tableau 55. Motivations d'utilisation de 兔子 <i>tu zi</i> « lapins »	358
Tableau 56. Motivations d'utilisation de 天氣 <i>tian qi</i> « le temps qu'il fait ».....	358
Tableau 57. Motivations d'utilisation de 綿羊 <i>mian yang</i> « moutons ».....	359
Tableau 58. Motivations d'utilisation de 樹 <i>shu</i> « arbres »	359
Tableau 59. Motivations d'utilisation de 獅子 <i>shi zi</i> « lions ».....	360
Tableau 60. Motivations d'utilisation de 石頭 <i>shi tou</i> « pierre ».....	361
Tableau 61. Motivations d'utilisation de 太陽 <i>tai yang</i> « soleil »	362
Tableau 62. Motivations d'utilisation de 山 <i>shan</i> « montagnes ».....	363
Tableau 63. Motivations d'utilisation de 狗 <i>gou</i> « chiens »	364
Tableau 64. Motivations d'utilisation de 牛 <i>niu</i> « buffles »	364
Tableau 65. Motivations d'utilisation de 小孩 <i>xiao hai</i> « enfants »	365
Tableau 66. Motivations d'utilisation de 木 <i>mu</i> « bois »	366
Tableau 67. Motivations d'utilisation de 風 <i>feng</i> « vent »	366
Tableau 68. Les dix types les plus importants de MF en mandarin : regroupement selon la catégorie grammaticale et les rôles sémantiques.....	368
Tableau 69. Les dix types les plus importants de MH en mandarin : regroupement selon la catégorie grammaticale et les rôles sémantiques.....	369
Tableau 70. Catégorisation des motivations des MF et MH en mandarin	370
Tableau 71. Distribution des traits personnels des MF en mandarin	378
Tableau 72. Distribution des traits personnels des MH en mandarin.....	379
Tableau 73. Distribution des traits personnels des F-F en mandarin	380
Tableau 74. Distribution des traits personnels des H-F en mandarin.....	380
Tableau 75. Distribution des traits personnels pour F-H en mandarin.....	385
Tableau 76. Distribution des traits personnels pour H-H en mandarin	386
Tableau 77. La répartition des MF et des MH dans le TLFi	400
Tableau 78. Pourcentages de chevauchement dictionnaire-questionnaire en français.....	401

Tableau 79. Pourcentages de congruence grammaticale avec des noms décrivant les deux sexes	406
Tableau 80. Répartition du genre grammatical selon les domaines sources	406
Tableau 81. Distribution des domaines sources des deux sexes dans le DRM	412
Tableau 82. Pourcentages de chevauchement dictionnaire-questionnaire en mandarin	413
Tableau 83. Récapitulatif des trois effets selon les quatre perspectives	419
Tableau 84. Correspondance des trois effets et des deux modèles pour les domaines sources dans les deux langues	421
Tableau 85. Résumé des analyses des dictionnaires en français et en mandarin	449
Tableau 86. Réactions des locuteurs français et taiwanais face aux questionnaires	451
Tableau 87. Résumé des résultats des questionnaires en français et en mandarin	455
Tableau 88. Relation entre les domaines sources et les caractéristiques.....	460
Tableau 89. Relation entre des types et des caractéristiques différents/similaires	463
Tableau 90. Les dix métaphores les plus importantes en français et en mandarin : regroupement selon la catégorie grammaticale et les rôles sémantiques	466
Tableau 91. Indice IPF et temps moyen des tâches domestiques effectués par les deux sexes	470
Tableau 92. Taux d'emploi en France et à Taïwan en 2015	471
Tableau 93. Exemples des paires MF-MH en mandarin	481
Tableau 94. Paires femme-homme en français.....	482
Tableau 95. Relation entre Yin-Yang et femme-homme	483
Tableau 96. Nombre de métaphores liées à l'eau	485
Tableau 97. Les relations des cinq éléments et de femme-homme	487

Université de Paris

École doctorale "Sciences du Langage" ED 622
EA 7538 PHILÉPOL

THÈSE DE DOCTORAT
SCIENCES DU LANGAGE

Pei-Ci Li

Une étude comparative des métaphores de genre
en français et en mandarin

Thèse co-dirigée par Valérie Brunetière et Fabienne Baidier
Présentée et soutenue le 14 décembre 2020

Devant un jury composé de :

Arnaud Arslangul, Maître de conférences, INALCO

Fabienne Baidier, Full Professor, Université de Chypre

Sophie Bailly, Professeure, Université de Lorraine (rapporteure)

Valérie Brunetière, Professeure, Université de Paris

Béatrice Fracchiolla, Professeure, Université de Lorraine

Christine Lamarre, Professeure, INALCO (rapporteure)

Julien Perrez, Associate professor, Université de Liège

Claire Saillard, Professeure, Université de Paris

ANNEXES

Annexe 1. Données du dictionnaire (TLFi) en français.....	532
Annexe 2. Données du dictionnaire (DMR) en mandarin.....	554
Annexe 3. Données du questionnaire en français.....	576
Annexe 4. Données du questionnaire en mandarin.....	609

ANNEXES

Annexe 1. Données du dictionnaire (TLFi) en français

N° 1-288 : métaphores décrivant les femmes, N° 289-496 : métaphores décrivant les hommes

N°	Entrée	Définition/Expression
1	ABATTEUR	<i>Abatteuse</i> . Fille publique.
2	AGNÈS	Jeune fille innocente et ingénue, ou qui affecte de l'être.
3	AIGLON, ONNE	Femme laide et sans goût, fille de rien.
4	ALLUMEUR, EUSE	Prostituée ou femme chargée d'attirer des clients dans les maisons de prostitution. Femme qui excite le désir, se plaît à aguicher.
5	ALMANACH	Fille ou femme de mœurs trop légères.
6	AMAZONE	Femme à l'âme ou aux allures viriles.
7	AMBULANT, ANTE	Matelas ambulante : Fille publique.
8	ÂME	Terme de tendresse, usité en particulier pour désigner la femme aimée.
9	ANTIGONE	Femme qui par son caractère rappelle Antigone, fille d'Œdipe, modèle de piété filiale.
10	APÉRITIF, IVE	Femme galante.
11	APPAREILLEUSE	Femme qui joue le rôle d'intermédiaire dans des aventures galantes. Synon. <i>Entremetteuse</i>
12	APPÂT	Attraits extérieurs d'une femme qui excitent le désir.
13	ARIANE	[P. réf. à l'héroïne de la mythologie abandonnée par Thésée dans l'île de Naxos] Femme, amante abandonnée.
14	ARTISTE	Femme galante, prostituée, (qui travaille en chambre).
15	ASPHALTEUR, EUSE	Fille qui raccroche sur le trottoir faire le trottoir.
16	BABYLONIEN, IENNE	Femme aux mœurs dépravées.
17	BACCHANTE	Femme en proie à un certain délire sensuel ou spirituel. Femme sans pudeur, dévergondée. Femme avinée, grossière, bruyante.
18	BÂILLER	<i>Avoir la moule qui bâille</i> . Se dit d'une femme suprêmement excitée.
19	BALADEUR, EUSE	Fille de petite vertu, coureuse.
20	BALADIN, INE	Femme de mœurs légères.
21	BARBOTEUSE	Femme des rues, prostituée.

N°	Entrée	Définition/Expression
22	BATEAU	<i>Faire (un) bateau</i> : Abuser d'une femme à plusieurs.
23	BEC	<i>Petit bec</i> : Terme de cajolerie que l'on adresse à une femme, à un enfant, ou dont on se sert pour les désigner. <i>Bon bec</i> : Bavard et surtout bavarde très prompte à injurier et à riposter. Caquet bon bec : Pie, et fig. femme bavarde et médisante.
24	BÉCASSE	Femme stupide ou d'aspect ridicule. <i>Grande, petite bécasse</i> . <i>Synon. dinde, oie</i>
25	BÉCASSINE	Femme stupide ou ridicule.
26	BÉNITIER	Sexe de la femme.
27	BERGER, ÈRE	Femme aimée, épouse ou maîtresse; <i>péj.</i> fille facile.
28	BIBI	<i>Petit chapeau de femme. Un bibi à fleurs, à plumes; un bibi invraisemblable</i> Terme d'affection, adressé notamment à une femme, à un enfant.
29	BIBICHE	Terme d'affection adressé par un homme à une femme.
30	BICHE	Terme d'affection adressé à une femme, à une jeune fille. Femme entretenue.
31	BIJOU	Sexe de la femme. [En parlant d'une femme, d'un enfant] Personne gracieuse et charmante.
32	BILBOQUET	Femme grosse et courte.
33	BIQUE	<i>Vieille bique</i> . Vieille femme aux os saillants.
34	BLAGUE	<i>Blague à tabac</i> . Sein de vieille femme.
35	BLANCHISSEUR, EUSE	Blanchisseuse de tuyaux de pipes. Fille ou femme de mauvaise vie.
36	BLOND, ONDE	<i>La blonde</i> . La maîtresse (même à propos d'une femme brune).
37	BOHÉMIEN, IENNE	<i>C'est une (vraie) bohémienne</i> . Se dit d'une femme adroite qui sait employer la ruse et les cajoleries pour arriver à ses fins; ou d'une femme dont les manières sont trop libres, d'une femme dévergondée.
38	BOSSOIR	Seins, poitrine d'une femme.
39	BOUDIN	<i>Péj.</i> Personne grasse. <i>Arg.</i> Prostituée, femme facile. <i>Boudin cavaleur, planche à boudin; boudin à ressorts</i> .
40	BOUILLE	Femme ou fille courte et grosse.
41	BOURREAU, BOURRELLE	Femme, fille qui cause du souci, un ennui moral.
42	BOURRIN	Homme ou femme facile, porté sur les rapports sexuels.
43	BRINGUE	Femme, fille dégingandée, fille du peuple dont la conduite est mauvaise.
44	BUREAU	Le ventre (d'une femme).
45	CABRIOLEUR, EUSE	Femme légère.

N°	Entrée	Définition/Expression
46	CAGNE	Femme paresseuse et méprisable. femme de mauvaise vie.
47	CAILLE	Jeune fille, jeune femme. Péj. Caille coiffée (vieilli). Femme légère, prostituée.
48	CAMÉLIA	Femme entretenue.
49	CARABOSSE	Fée réputée pour sa laideur et sa malfaisance. Vieille femme laide, ridée, ratatinée.
50	CARNE	Personne qui se conduit mal, qui use de mauvais procédés envers les autres; <i>en partic.</i> femme de mauvaise vie. (Quasi-) synon. <i>carogne, charogne</i>
51	CAROGNE	Femme débauchée, méchante ou simplement hargneuse.
52	CATAU	Fille, femme malpropre, négligée. Fille, femme de mauvaise vie.
53	CATICHE	Poupée; fille de mœurs légères.
54	CATIN	Terme d'affection adressé à une fille de la campagne. Femme de mauvaises mœurs. Synon. <i>prostituée, putain</i>
55	CAVALE	Grande femme maigre et dégingandée.
56	CÉLIMÈNE	Femme d'esprit, coquette, légère et médisante. <i>C'est une célimène.</i>
57	CÉRÈS	[P. allus. à la déesse des moissons, symbole de la fécondité de la terre] Jeune fille ou jeune femme blonde, d'harmonieuses proportions, d'allure noble et élégante.
58	CHABRAQUE	Femme de mœurs légères. Synon. garce. 2. Péj. [Insulte vague] Femme désagréable, ou excentrique, ou déséquilibrée.
59	CHAMEAU, CHAMELLE	Terme injurieux désignant une femme de mœurs légères.
60	CHAT, CHATTE	Métaph. [Appliqué à une pers. et surtout à une femme]1. Personne dont certains traits physiques et moraux évoquent le chat ou la chatte. Sexe de la femme. <i>De la chatte</i> (où les attributs de la chatte sont gén. appliqués à une femme) : <i>un petit nez de chatte, un regard de (jeune) chatte; une langueur, une pudeur, une volupté de chatte; une âme, des grâces, des mines de chatte.</i>
61	CHEVAL, AUX	Femme grande, dégingandée et laide.
62	CHÈVRE	<i>Amoureux d'une chèvre coiffée</i> (fam.): Amoureux de n'importe quelle femme. <i>En partic., le plus souvent péj.</i> [En parlant d'une jeune fille, d'une femme] <i>Une petite fille boudeuse et têtue, une vraie « petite chèvre ».</i>
63	CHEVREUIL	Fille facile. <i>Chevreuril à pattes jaunes.</i>
64	CHIEN, CHIENNE	Femme sensuelle et sans moralité. Avoir du chien : [En parlant d'une femme] Avoir un charme quelque peu provocant, être attirante.
65	CHIFFON	Femme négligée dans sa tenue ou libre dans ses mœurs.

N°	Entrée	Définition/Expression
66	CHIPIE	Fille, femme méchante, dédaigneuse, désagréable à vivre.
67	CHOUETTE	<i>Vieille chouette.</i> Femme âgée, méchante et désagréable.
68	CIRCÉ	Femme artificieuse, séduisante et dangereuse.
69	COCOT(T)E	Terme d'affection que l'on donne à une petite fille ou à une femme aimée lorsqu'on s'adresse à elle. Femme de mœurs légères richement entretenue (<i>cf. poule</i>).
70	COLOMBE	Jeune fille, jeune femme.
71	COLOMBELLE	Jeune fille, jeune femme.
72	COMPAGNONNE	Femme laide, masculine.
73	COQUET, ETTE	Personne et plus spécialement femme soucieuse de plaire par une mise élégante, une toilette soignée. Intrigante, femme frivole.
74	COTILLON	La femme en général, spécialement la femme-objet.
75	COURTISAN	Homme qui cherche par ses attentions cérémonieuses à s'acquérir les faveurs d'une femme, pour faire sa conquête.
76	COURTISANE	Femme vénale, aux mœurs légères, qui se distingue par son élégance et ses manières mondaines.
77	COUVERCLE	Il n'est si méchant pot qui ne trouve son couvercle (proverbe): Il n'y a si laide fille qui ne trouve à se marier.
78	CRÉATURE	Femme. Femme légère, de mœurs dissolues ou de mauvaise vie. [Sans intention péj.] <i>Une créature angélique, aristocratique, céleste; une adorable, une malheureuse, une pauvre créature; une créature de rêve, d'exception.</i>
79	CROTTÉ, ÉE	<i>Jupon crotté.</i> Femme sale et pauvre, fille de rue.
80	CYPRIS	[P. allus. au surnom de Vénus] Jeune femme remarquable par sa beauté.
81	DÉBALLAGE	[Le suj. désigne un homme] <i>Être volé au déballage.</i> Être déçu en constatant, lorsque la femme est déshabillée, qu'elle devait tout ou partie de ses charmes aux artifices de la toilette.
82	DÉBARDEUR	<i>Au fém., débardeuse,</i> Femme du bas-peuple large d'épaules et forte en voix.
83	DÉFLORER	Faire perdre à une jeune fille la fleur de sa virginité.
84	DÉITÉ	Femme, amante.
85	DEMOISELLE	Jeune fille ou femme de mœurs légères, prostituée.
86	DIABLE	La beauté, l'attrait que donne la jeunesse à une femme qui n'est ni belle ni laide. (La beauté du diable)
87	DIABLESSE	Diable ayant l'apparence d'une femme; diable femelle; femme du diable. Femme qui a la ruse, la méchanceté, la malignité ou la laideur du diable.
88	DINDE	Femme, fille, prétentieuse et sottre. (Le premier sot et la première dinde venus; se complaire dans les bras de quelque dinde)
89	DONDON	Femme ou fille qui a beaucoup d'embonpoint.

N°	Entrée	Définition/Expression
90	DORÉ, ÉE	Femme de mœurs légères.
91	DOUDOU	Appellation tendre donnée à une femme.
92	DRAGON	Femme intraitable, qui affecte une vertu farouche et ombrageuse. (Dragon de vertu) Personne, en particulier femme, d'humeur acariâtre et vindicative.
93	DROGUE	Coureuse, femme légère. (Petite drogue)
94	EFFEILLER	<i>Effeuiller le bouton de rose.</i> Prendre la virginité (d'une fille).
95	ENJUPONNER	<i>Emploi pronom. réfl.</i> [Le suj. est un homme] S'éprendre d'une femme au point de perdre sa liberté.
96	ESPÈCE	Femme entretenue, ou de mauvaise réputation.
97	FARCEUR, EUSE	Femme légère, infidèle. Homme qui mène une vie de libertin.
98	FÉE	Représentée sous les traits d'une vieille et méchante femme appuyée sur une canne. (Fée Carabosse)
99	FESSE	[Désignant une pers.; souvent avec un déterminant qui précise la caractéristique ou la valeur symbolique de la pers.]a) Femme. <i>Y a de la fesse.</i> Il y a des femmes (considérées comme des partenaires sexuelles possibles).
100	FILLE	Femme aux mœurs libres, faisant commerce de son corps. (Fille (de joie, des rues, publique, soumise, etc.)) Femme célibataire d'un certain âge (le masc. correspondant est vieux garçon). (Vieille fille)
101	FLEUR	La virginité d'une femme
102	FLEURETTE	Tenir des propos galants à une femme. (Conter des fleurettes (vieilli), conter* fleurette(s) (usuel))
103	FRUIT	<i>Fruit vert</i> [P. réf. au fruit qui n'est pas arrivé à maturité] Très jeune fille.
104	GADOUE	Femme suspecte, salement mise; prostituée de bas étage.
105	GAGNEUR	Femme qui réussit à gagner beaucoup d'argent en se prostituant. (Gagneuse)
106	GAMBADEUR, -EUSE	Chez Proust, synonyme de <i>femme légère</i> .
107	GARÇONNE	Jeune fille ou femme qui revendique ou prend les allures et libertés d'un garçon.
108	GARÇONNETTE	Petite fille.
109	GARDE	Vieille femme galante.
110	GAZELLE	Jeune fille, jeune femme élancée, particulièrement gracieuse.
111	GENDARME	Femme aux allures masculines et aux manières autoritaires.
112	GIGOLETTE	Jeune fille délurée, de mœurs faciles, fréquentant les bals populaires. <i>giglet, giglot</i> « femme de mauvaise vie; jeune fille gaie, turbulente »
113	GIGUE	<i>Grande gigue.</i> Fille grande et maigre. Synon. fam. <i>grande bringue</i> .

N°	Entrée	Définition/Expression
114	GOMORRHÉEN, -ÉENNE	[P. réf. aux mœurs dissolues des habitants de cette ville, d'après la Bible, <i>Genèse</i> 18-19] Relatif à l'homosexualité. Féminine. Synon. saphique. Femme homosexuelle. Synon. <i>lesbienne</i> .
115	GORGE	Poitrine, seins de la femme.
116	GOSSE, SUBST.	Femme; maîtresse. ((La/ma/sa) gosse).
117	GOURDASSE	fille un peu gourde.
118	GRÂCE	Femme qui a beaucoup d'agrément, de charme.
119	GRAILLON	Femme malpropre.
120	GRAINE	[Le suj. désigne une femme non mariée] <i>Monter en graine</i> . Laisser passer l'âge du mariage; rester vieille fille; parvenir à la maturité sans être mariée (la jeunesse étant comparée à la fleur de la plante et l'âge à la maturité).
121	GRAND-MÈRE	Femme très vieille.
122	GRANGE	Se dit d'une femme qui est enceinte. La grange est pleine.
123	GRENOUILLE	Femme (péj). <i>Il n'y a pas de grenouille qui ne trouve son crapaud</i> . Si laide soit-elle, une fille trouve toujours un mari.
124	GRISSETTE	Jeune fille ou jeune femme de médiocre condition, ouvrière ou employée de maison de couture, de modes, etc...
125	GRIVOIS, -OISE	Homme, femme aux mœurs libres. [En parlant d'une pers. ou, <i>p. méton.</i> , d'un trait de son comportement] Qui est d'une gaieté libre et hardie. Synon. <i>égrillard, gaillard, gaulois, libertin, licencieux, osé</i> . <i>Rire grivois</i> .
126	GROGNASSE	Fille ou femme. Femme sans charme, vieille et laide. Prostituée. Synon. pop. poufiasse.
127	GRUE	Personne (le plus souvent une femme) niaise. Femme facile et vénale; p. ext. prostituée. <i>Faire le pied de grue</i> . [Le suj. désigne une prostituée] Attendre les clients debout dans la rue.
128	GUENIPE	Femme de très basse condition, malpropre et mal vêtue. Femme de mauvaise vie, prostituée de bas étage.
129	GUENON	Femme, fille très laide.
130	GUENCHE	Petite femme très laide. Femme de mauvaises mœurs.
131	GUIMBARDE	Femme grotesque, incapable, digne de mépris.
132	HAQUENÉE	Femme laide, mal bâtie, d'allure masculine. Courtisane, femme de mœurs légères.
133	HARENGÈRE	Femme aux manières et au langage grossiers.
134	HARIDELLE	Grande femme sèche et maigre.

N°	Entrée	Définition/Expression
135	HARPIE	Monstre fabuleux à tête de femme, à corps d'oiseau et à griffes acérées. Femme méchante et acariâtre.
136	HÉTAÏRE	<i>ANTIQ. GR.</i> Courtisane grecque d'un rang assez élevé. Femme vénale.
137	HOTU	Homme ou femme de peu de valeur, laid(e), stupide, ou que l'on tient en piètre estime.
138	HOURI	Femme très belle promise par le Coran aux Musulmans fidèles qui accéderont au paradis. Femme très belle et séduisante.
139	IMAGE	Se dit d'une femme qui est belle mais froide et sans physionomie (Une belle image).
140	INFANT, -ANTE, SUBST.	Femme aimée.
141	JACASSE	Personne (et en partic. femme) qui bavarde continuellement, d'une façon fatigante.
142	JEANNETON	Femme aux mœurs légères (traditionnellement paysanne ou servante).
143	JEUNESSE	Jeune fille, jeune femme.
144	JOCONDE	[P. allus. à un portrait célèbre peint par Léonard de Vinci] Jeune femme énigmatique, à la fois distante et séduisante.
145	JOLIVETÉ, JOLITÉ	Jolie femme.
146	JUMENT	Femme grande et forte. <i>Proverbe : Jamais coup de pied de jument ne fit mal à cheval</i> : Un galant homme ne s'offense point de recevoir un coup ou une injure d'une femme.
147	JUPE	Une/la femme, une/la fille. (Une/la jupe)
148	JUPON	Femme, fille.
149	LAIDRON	Jeune fille ou jeune femme laide.
150	LAPIN, -INE	Femme prolifique. (Une mère lapine, une bonne lapine, une lapine.) Termes d'affection.
151	LEVEUR	Celui (celle) qui séduit une femme (un homme).
152	LIMACE	Fille à soldats, dans l'argot des faubouriens.
153	LIMANDE	Femme maigre et plate.
154	LION, LIONNE	Femme qui évoque une lionne par son aspect extérieur, notamment par la blondeur de sa chevelure. Femme au goût exagéré pour la toilette, aux mœurs libres. [À propos de femmes; avec une idée de fureur, d'âpreté] Femme qui remporte de nombreux succès mondains.
155	LOLO	Seins de la femme.
156	LOLOCHE	Seins de la femme.

N°	Entrée	Définition/Expression
157	LORELEI	<i>MYTH. GERM.</i> Sirène qui était censée, d'après la légende, attirer par ses chants les bateliers du Rhin sur les écueils situés au pied du rocher portant ce nom. Femme symbolisant un enchantement dangereux.
158	LORETTE	Jeune femme du demi-monde, aux mœurs faciles et qui habitait au milieu du XIXe siècle principalement dans le quartier de Notre-Dame-de-Lorette, à Paris.
159	LOT	Femme jeune et jolie. <i>Un beau petit lot.</i>
160	LOUP, LOUVE	Femme débauchée, prostituée. [Avec une idée de mœurs libres, dépravées] Femme débauchée, prostituée.
161	MADELONNETTE	Femme de mauvaise vie enfermée de gré ou de force dans un couvent pour s'y repentir.
162	MADONE	Femme fatale cosmopolite (Madone des sleepings).
163	MAGASIN	(Canada) Poitrine de femme. <i>Avoir le magasin à l'air.</i>
164	MALOT	Fille qui a des allures de garçon.
165	MAMAN	Femme corpulente et sans distinction.
166	MAMICHE	Grand-mère; vieille femme.
167	MANTE	[P. réf. à la mante femelle qui dévore souvent le mâle après l'accouplement] Femme cruelle et dangereuse.
168	MAQUEREAU, -ELLE	Homme qui vit ou tire profit d'une femme. <i>Subst. fém. Maquerelle</i> , en appos., <i>mère maquerelle</i> . Patronne d'une maison de prostitution.
169	MARIE-COUCHE-TOI-LÀ	Femme facile, débauchée.
170	MARIE-SALOPE	Femme malpropre, négligée, débauchée.
171	MARITORNE	Femme sans grâce, vulgaire; servante laide et peu soignée.
172	MARMOTTE	Petite fille.
173	MARMOUSETTE	Petite fille.
174	MARQUE	Femme. <i>Marque franche</i> : <i>Maîtresse d'un voleur, qui connaît les ruses du métier.</i>
175	MÂTIN, -INE	Jeune fille ou femme au tempérament ardent.
176	MATRONE	[P. réf. aux vertus prêtées aux dames romaines] Femme d'âge mur, expérimentée, sage, d'aspect digne et respectable, généralement mère de famille. Parfaite épouse, mère et femme d'intérieur. [P. réf. à l'embonpoint qui caractérise souvent les femmes d'âge mûr] Femme d'un certain âge, grosse, souvent laide et d'allure vulgaire. Vieilli. Sage femme; p. ext. femme qui exerce illégalement le métier de sage femme ou qui pratique des avortements.
177	MÉDAILLE	Vieille femme. C'est une vieille médaille.
178	MÉGÈRE	Femme méchante, acariâtre, qui s'emporte facilement.

N°	Entrée	Définition/Expression
179	MÉMÈRE	Femme d'un certain âge et de forte corpulence.
180	MERLUCHE	Femme débauchée.
181	MESSALINE	Femme de mœurs dissolues.
182	MIDINETTE	Jeune ouvrière ou vendeuse qui travaillait dans une grande maison de couture ou de mode à Paris. Jeune fille simple et frivole, à la sentimentalité naïve.
183	MINET, -ETTE	Très jeune fille.
184	MINOU	Sexe de la femme. <i>Pop. ou affectueux.</i> Femme; prostituée.
185	MINOUNE	Femme; prostituée. [Exprime une intention affectueuse ou tendre] <i>Synon. chat, minou.</i>
186	MISTON, -ONNE	Jeune fille ou femme plaisante, jolie.
187	MOCHETÉ	Personne laide, notamment une femme ou une jeune fille.
188	MÔME	Jeune fille, jeune femme. Maîtresse, épouse.
189	MORCEAU	Une femme bien en chair et désirable. (Un morceau de roi)
190	MOUKÈRE, MOUQUÈRE	Femme maghrébine. Femme, maîtresse, prostituée.
191	MOULE	Sexe de la femme.
192	MOUSMÉ	Jeune fille, jeune femme japonaise. Femme, maîtresse, fille facile.
193	MULE	À vieille mule, frein doré (proverbe): On pare un vieil animal afin de le vendre mieux; une femme qui vieillit se pare davantage afin d'être plus séduisante. (Dict. XIXe s., Lar. 20e).
194	MUSARAIGNE	Jeune fille, femme.
195	MUSE	Inspiration poétique, souvent imaginée par le poète sous l'apparence d'une femme. Souvent <i>p. iron.</i> au XX ^e s. Femme inspiratrice d'un écrivain, d'un poète.
196	NANA	Jeune fille, femme. Prostituée (considérée par rapport au souteneur). Maîtresse, concubine.
197	NÉNETTE	Jeune fille; femme. Jeune femme avec laquelle on entretient des relations amoureuses. Prostituée.
198	NICHON	Sein de femme.
199	NID	Pondre au nid de qqn : Avoir des relations sexuelles avec la femme d'un autre. (Dict. XIXe et XXe s.).
200	NYMPHE	Oeuvre d'art, statue représentant une nymphe sous la forme d'une femme nue, demi-nue. Jeune fille, jeune femme gracieuse et bien faite.

N°	Entrée	Définition/Expression
201	NYMPHETTE	Très jeune fille au physique attrayant, au charme trouble et provocant provenant de son immaturité.
202	OBJET	Femme aimée.
203	OEUF	Poitrine de femme menue et plate. (OEufs sur le plat)
204	OGRE, OGRESSE	Femme qui exploite des prostituées; tenancière d'un établissement mal famé.
205	OHÉ	Femme légère. (Femme ohé! ohé!)
206	OIE	<i>(Petite) oie blanche, petite oie</i> : Jeune fille qui a reçu une éducation pudibonde, qui est niaise.
207	OISELLE	Jeune fille considérée comme un peu niaise.
208	OISONNE	Jeune fille peu intelligente, sotté.
209	OUVRAGE	Sexe de la femme. (Boîte à ouvrage)
210	PAILLASSINE	Femme costumée en paillasse.
211	PALOMBE	Femme.
212	PANADE	Chose mauvaise, de peu de valeur; femme de mauvaise tournure, laide, sale.
213	PANTHÈRE	Femme emportée, jalouse, violente.
214	PAPILLONNAGE	Action de papillonner, de passer d'une femme à une autre sans s'attacher à aucune d'entre elles; résultat de cette action.
215	PAPILLONNANT, -ANTE	Qui aime passer d'une femme à une autre sans s'attacher à aucune d'entre elles.
216	PAYS	Postérieur, sexe de la femme. ((Les) pays-bas)
217	PEAU	Personne âgée, plus fréquemment femme âgée. (Vieille peau.) Femme de mauvaise vie. (Peau de chien, de chat (vieilli))
218	PÉCORE	Homme ou femme stupide. Jeune fille ou femme sotté, prétentieuse et impertinente.
219	PECQUE	Jeune fille ou femme sotté ou prétentieuse.
220	PÉNÉLOPE	Femme considérée comme un modèle de constance et de patience.
221	PENSIONNAIRE	Jeune fille, jeune femme qui a conservé l'ignorance, la naïveté d'une élève en pension.
222	PÉPÉE	Jeune femme, jeune fille au physique généralement agréable.
223	PERDREAU	Très jeune fille.
224	PERRUCHE	Femme bavarde, généralement sotté et vaniteuse.
225	PESTE	Enfant, jeune fille, jeune femme malicieuse, insupportable. ((Petite) peste)
226	PÉTASSE	Prostituée débutante ou occasionnelle, femme facile.

N°	Entrée	Définition/Expression
227	PHRYNÉ	Femme de mœurs légère.
228	PIE	Femme curieuse et bavarde.
229	PIE-GRIÈCHE	Femme de caractère aigre, criarde et querelleuse.
230	PLANTE	Personne présentant une apparence de santé, et, en partic., fam., belle fille, belle femme. (Belle plante)
231	POISON	Femme désagréable ou de mauvaises mœurs.
232	PONDEUR, -EUSE	Femme qui met au monde beaucoup d'enfants. ((Bonne) pondeuse)
233	POUFFIASSE, POUFIASSE	Prostituée; p. ext., femme grosse, laide, vulgaire. Dér. de <i>pouf</i> ^f *; suff. <i>-asse</i> (<i>-ace</i> *) prob. avec infl. de <i>pouffi</i> « bouffi » (1856, L. DU BOIS, J. TRAVERS, <i>Gloss. du pat. norm.</i> , qui glose <i>pouffiasse</i> par « personne grosse, pansue, lourde
234	POULE	Femme (considérée du point de vue de ses rapports avec les hommes). [les habitudes, les mœurs des poules] Mère poule. Femme, fille de conquête facile, le plus souvent entretenue. <i>Synon. cocotte.</i>
235	POULETTE	Jeune fille ou très jeune femme.
236	POULICHE	Jeune femme.
237	POUPÉE	Jeune femme jolie, fraîche, mignonne. Femme aguichante qui cherche l'aventure; prostituée.
238	PRÊTRESSE	Femme ou jeune fille attachée au culte d'une divinité. Courtisane, femme galante, prostituée. (Prêtresse de Vénus)
239	PUCELAGE	Déflorer (une femme). (Prendre le pucelage de qqn.)
240	PUNAISE	Femme pour laquelle on n'a aucune estime. <i>Punaise de caserne</i> : Fille qui fréquente les soldats. Femme de mauvaise vie.
241	QUILLE	Fille, fillette.
242	REMÈDE	Femme vieille ou laide (Remède d'amour (vieilli); remède à/contre l'amour)
243	RENARDE	Fille, femme dont le comportement évoque celui d'une renarde.
244	ROBE	Femme.
245	ROBERTS	Seins de femme. <i>Synon. pop. nichons, rotoplots.</i>
246	ROSE	La femme dans l'éclat de sa jeunesse, de sa beauté.
247	ROSIÈRE	Jeune fille à laquelle on décerne solennellement, dans certaines localités, un prix de vertu symbolisé par une couronne de roses, et une récompense. Jeune fille vertueuse, candide.
248	ROUCOULER	Tenir des propos tendres, amoureux; courtiser une femme.

N°	Entrée	Définition/Expression
249	ROULÉ, -ÉE	Femme qui est bien faite, qui a des formes agréables. (Femme, fille (bien) roulée)
250	SALISSON	Petite fille malpropre. Synon. <i>souillon</i> .
251	SALOPE	Femme, fille très sale. Femme débauchée, de mœurs dépravées, ou qui se prostitue.
252	SANGSUE	Femme collante.
253	SAUCISSON	Femme grasse et de mœurs dissolues. Synon. <i>boudin</i> .
254	SCIE	Femme légitime.
255	SEMPITERNEL, -ELLE	Une femme très vieille (Une vieille sempiternelle).
256	SERINGUE	Femme, épouse; femme bête.
257	SIBYLLE	Femme qui fait des prédictions. Femme âgée et laide, qui a quelque prétention à l'esprit, et connue pour la méchanceté de ses propos (Vieille sibylle).
258	SIRÈNE	Femme ayant un très grand pouvoir de séduction.
259	SŒUR	Femme qui est liée à un homme par une tendresse amoureuse, dans le cadre même de relations charnelles.
260	SORCIER, -IÈRE	Vieille femme, vieil homme d'aspect rebutant ou ridicule et d'humeur acariâtre.
261	SOUILLON	Femme malpropre, peu soignée dans sa mise et dans sa personne. Femme de mauvaise vie, prostituée de bas étage.
262	SOURIS	Femme légère, prostituée. Jeune femme.
263	SPHINGE, SPHYNGE	Sphinx à buste de femme. Femme qui évoque cette créature fabuleuse par son caractère mystérieux, cruel.
264	SUFFRAGETTE	Femme qui, en Angleterre, à la fin du XIXe s. et au début du XXe s., revendiquait le droit de vote pour les femmes.
265	SULAMITE	Femme séduisante, aimée d'un amour sensuel et profond.
266	SYLPHIDE	MYTH. [Dans les légendes celtiques et germ.] Génie féminin ailé, qui vit dans les airs. Femme svelte, élancée, d'une beauté fine et gracieuse. Femme (notamment danseuse) qui rappelle une sylphide par la vivacité, la grâce de ses mouvements.
267	TABLEAU	Vieille femme outrageusement fardée pour son âge; p. ext., vieillard ridicule. (Vieux tableau (fam.))
268	TANAGRA	ARCHÉOL. Petite figurine de terre cuite réalisée dans la région de Tanagra aux IV ^e et III ^e s. av. J.-C., représentant en particulier des jeunes filles aux formes fines et d'allure très gracieuse. Jeune femme, jeune fille fine et gracieuse. [En appellatif] Mon petit tanagra.
269	TATA	Femme bavarde, mijaurée.
270	TAUPE	Vieille femme désagréable par son étroitesse d'esprit, ses manœuvres perfides. Prostituée, maîtresse d'un souteneur.
271	TICKET	(Jeune) femme attirante.

N°	Entrée	Définition/Expression
272	TIGRE, TIGRESSE	Femme agressive, impitoyable, jalouse dans les relations amoureuses.
273	TIRELIRE	Sexe de la femme.
274	TOISON	Poils du pubis (surtout à propos d'une femme) (Toison (pubienne)).
275	TORCHON	Femme sale et mal soignée. Femme de mauvaise vie.
276	TORTUE	Femme, amie, maîtresse. Femme de mauvaise vie, drôlesse.
277	TOUPIE	<i>Personne de peu de volonté, qui subit les influences d'autrui et mène une vie dissolue.</i> Femme âgée, ridicule ou désagréable.
278	TOURTE	Femme corpulente ou ridicule.
279	TRICOTEUR, -EUSE	Femme qui affiche des opinions politiques et sociales de caractère révolutionnaire.
280	TROUSSER	[P. méton. de l'obj.] Trousser qqn. Posséder sexuellement une femme.
281	TRUIE	Femme grosse et malpropre; femme de mauvaise réputation. [Interj. injurieuse lancée à une femme]
282	TRUMEAU	Personne âgée; en partic., vieille femme outrageusement fardée. ((Vieux) trumeau)
283	TURLURETTE	Grisette, femme gaie et insouciant.
284	VACHE	Femme ou fille de mœurs légères. (Vache (laitière)) Femme grasse et laide. Prendre la vache et le veau: Épouser une femme enceinte d'un autre homme.
285	VADROUILLE	Femme de mauvaise vie, prostituée.
286	VAMP	Femme fatale, irrésistible, belle et séductrice, généralement perverse et sans scrupules.
287	VÉNUS	Femme très belle, bien faite. Femme considérée comme le type de la beauté féminine à telle époque, à tel endroit.
288	VIANDE	Femme dont les chairs sont bouffies et molles. (Basse viande)
289	ADONIS	Jeune homme remarquable par sa beauté; jeune homme qui fait le beau.
290	AFFICHEUR	Afficheur de femmes: Un homme qui se plaît à compromettre les femmes.
291	AGAME	Homme non marié.
292	AIGLE	Homme de génie, doué d'un esprit ou d'un talent supérieur.
293	ALCIDE	Homme fort et robuste.
294	ALLOBROGE	Homme rustre et inculte.
295	ALPHONSE	Homme entretenu par sa maîtresse; souteneur.

N°	Entrée	Définition/Expression
296	AMADIS	Homme d'un caractère chevaleresque ; homme séduisant.
297	AMANT, ANTE	Amant transi : Homme timide qui n'ose déclarer son amour ou souffre des rigueurs de la personne aimée.
298	ANE	Se dit d'un homme ou d'un enfant méchant. (Être méchant comme un âne rouge)
299	ANIMALCULE	Homme de petite envergure, morale ou intellectuelle.
300	ANTÉCHRIST, ANTICHRIST	Un méchant homme, un démon. (Un antéchrist)
301	ANTINOÛS	(Un) Homme jeune d'une grande beauté un peu molle.
302	APOLLON	Homme jeune d'une beauté idéale, rappelant celle des représentations plastiques du dieu.
303	APÔTRE	Homme malicieux et de mauvaise foi. (Bon apôtre)
304	ARABE	Homme avare, dur dans les affaires, usurier.
305	ARBALÉTRIER	On dit proverbialement d'un homme qu'il n'est pas grand arbalétrier, pour dire qu'il n'est pas d'une complexion forte et vigoureuse ou (...) pour marquer que ce n'est pas un homme habile.
306	ARÉTIN, INE	Homme qui, par ses écrits, par ses idées, par son comportement, rappelle la manière de l'écrivain italien Arétin.
307	ARGOULET	Homme sans valeur et méprisable.
308	ARGOUSIN	Homme grossier, brute.
309	ARGUS	Homme clairvoyant, qu'on n'abuse pas, qui ne s'abuse pas lui-même. Homme jaloux, parce que la jalousie exige une surveillance continuelle.
310	ARLEQUIN, INE	Bouffon; homme changeant fréquemment d'attitude, d'opinion (surtout en politique).
311	ARMOIRE	Homme grand et physiquement très fort : (Armoire à glace, plus rarement armoire normande)
312	ARTILLEUR	Ivrogne, homme qui boit beaucoup de canons.
313	AS	Personne généralement du sexe masculin excellent dans un domaine. As de pique : Homme laid, sot.
314	ASPERGE	Sexe de l'homme.
315	ASTROLOGUE	Se dit d'un homme peu intelligent, peu habile. (Ce n'est pas un grand astrologue)
316	AZTÈQUE	Homme petit, chétif.
317	BABOUIN	Vieillard laid et ridicule; homme mal bâti, malpropre.
318	BACCHUS	Jeune homme dont la conformation physique rappelle celle du dieu romain, tel qu'il apparaît dans de nombreuses statues et sur les fresques de Pompéi.
319	BARBE	Jeune homme. (Jeune barbe)

N°	Entrée	Définition/Expression
320	BARBU	Un homme barbu. (Un barbu)
321	BARON, ONNE	[Homme puissant ou important] Par sa richesse ou sa situation sociale.
322	BASSET	Homme vil, de peu de talent. Homme petit et à jambes très courtes.
323	BÂT	Homme dépourvu d'intelligence. (Vrai cheval de bât.) C'est le cheval de bât : Se dit d'un homme chargé, dans une maison, dans une communauté, de la grosse besogne que les autres refusent.
324	BAUDET	Homme stupide, ignorant.
325	BÉBÉ	Terme naïf de caresse qu'une femme adresse à un homme.
326	BEDAT	Homme de peu, imbécile.
327	BEDON	[S'appliquant à une pers. et princ. à un homme] Ventre rebondi et gras. Petit homme ventru et replet; personne faisant volontiers bonne chère. Homme fat affectant des airs d'importance.
328	BÉDOUIN, INE	Homme ou femme arabe vivant dans le désert, en nomade. Homme dur, brutal.
329	BÉLÎTRE	Homme de rien, sot, importunt.
330	BÉQUILLE	Vieille béquille : Homme d'un jugement faux; radoteur.
331	BESTIAL, ALE, AUX	[Qui fait ressembler l'homme à l'animal] par son physique ou son comportement. par ses penchants moraux, son manque de spiritualité. par son manque d'intelligence, sa stupidité.
332	BÊTE1	Partie animale dans l'homme, celle des instincts et de la sensualité, que les philosophes opposent traditionnellement à la partie spirituelle, à l'âme.
333	BIBUS	Homme de rien, idiot.
334	BICHON, ONNE	Jeune homme très efféminé, mignon.
335	BIDON, ONNE	Homme de rien.
336	BIGRE	Mot incivil qui se dit d'un homme rusé, subtil, adroit et méchant, qui sait se retirer des affaires les plus embrouillées.
337	BLANC-BEC	Jeune homme dont la bouche n'est pas encore assombrie par la moustache.
338	BONZE	Personnage officiel, homme influent; en partic., personnage imbu de son autorité, pédant qui pontifie.
339	BOUC	Homme qui sent mauvais. Homme d'une lubricité anormale.
340	BOUCHER, ÈRE	[Le plus souvent en parlant d'un chef d'État ou d'armées]. Homme aux instincts sanguinaires, prodigue.
341	BOUFFON, ONNE	Rustre, homme sans délicatesse.

N°	Entrée	Définition/Expression
342	BOUGRE, ESSE	Mauvais drôle ou (en bonne part) brave homme.
343	BOULE	Une tête chauve; p. méton. un homme chauve. (Une boule de billard)
344	BOULEUX, EUSE	Un homme acharné au travail mais médiocre. (Un bon bouleux) Un homme fort. (Un bouleux)
345	BOURREAU, BOURRELLE	Se dit d'un homme bien vêtu, qui n'a point coutume de l'être. (Être brave comme un bourreau qui fait ses pâques)
346	BOURRIN	Homme ou femme facile, porté sur les rapports sexuels.
347	BRUT, UTE	Homme bestial, dénué de sensibilité humaine. (Une bête brute.)
348	CAÏD	Homme qui s'impose avec dureté.
349	CARABIN	Homme qui, dans une conversation, dans une dispute, ne fait que jeter quelques mots vifs, et puis se tait, ou s'en va. (Il a tiré son coup en carabin)
350	CAROGNE	Terme d'injure. (adressé à un homme, une femme, un animal : chien, mauvais cheval, etc.)
351	CARREAU	Homme méprisable. (Valet de carreau)
352	CAVALIER, IÈRE	Homme aux manières galantes en particulier envers les dames.
353	CHACAL	Homme de comportement, et spécialement d'habileté peu rassurants.
354	CHARRETIER, IÈRE	Homme rustre, grossier.
355	CHAUFFEUR, EUSE	Homme sensuel, qui fait la cour aux femmes.
356	CHEIK(H)	Homme respecté en raison de son grand âge ou de ses connaissances scientifiques, religieuses, philosophiques, etc.
357	CHENILLE	Habillement négligé pour homme.
358	CHEVAL, AUX	C'est un homme grossier et brutal. (C'est un cheval, un cheval de bât, de carrosse, de charrue)
359	CHIEN, CHIENNE	Un homme quelconque. Un chien coiffé ou le premier chien coiffé. Le premier venu, n'importe qui.
360	CHRÉTIEN, IENNE	Un homme accommodant (Un bon chrétien)
361	COCHON, ONNE	Vice latent en tout homme. (Le cochon qui sommeille)
362	COLAS	(Homme) Niais et stupide. De <i>Nicolas</i> .
363	COLOSSE	Homme, rarement animal, d'une taille et d'une force exceptionnelle.
364	CONSCRIT	Homme inexpérimenté (dans un métier) ou naïf et crédule.
365	COOLIE	Homme engagé pour porter les bagages de l'armée. Homme employé aux travaux pénibles : manœuvre, porteur, tire-pousse.

N°	Entrée	Définition/Expression
366	COQ	Homme exerçant une certaine fascination sur les jeunes filles. Comparaisons ou expr. fam. appliquées à une pers. (gén. à un homme) en relation avec) Ses attributs habituels [sa fierté, son habitude de se pavaner au milieu des poules de la basse-cour] Fier, hardi, orgueilleux comme un coq. [P. réf. à l'instinct de domination du coq] Faire le coq, jouer au coq. Coq de combat. Homme agressif et vindicatif.
367	COQUEBIN, INE	Jeune personne, le plus souvent jeune homme niais, innocent.
368	CORNICHON, SUBST. MASC.	Nigaud, homme simple, qui respecte les femmes.
369	CORSAIRE	Homme impitoyable en affaires, avide et malhonnête.
370	COUENNE	Peau de l'homme, surtout peau épaisse comme celle du porc.
371	COUREUR, EUSE	Homme ou femme qui recherche les aventures galantes.
372	COURTE-BOTTE	Homme de très petite taille, qui a les jambes courtes.
373	COURTISAN	Homme qui cherche par ses attentions cérémonieuses à s'acquérir les faveurs d'une femme, pour faire sa conquête.
374	CRAPOUSSIN	Personne sans importance, homme de rien.
375	CRAQUELIN	Homme peu vigoureux, gringalet; personne petite et faible.
376	CRÉSUS	Homme opulent.
377	CRÊTE	Tête de l'homme.
378	CRISPIN	Homme qui a l'allure, le caractère du crispin de comédie; personne effrontée et sans scrupule.
379	CROQUANT	Homme grossier, pauvre, méprisable.
380	CULOTTE	L'homme, par opposition à la femme.
381	CYCLOPE	Homme de très grande taille, ou qui édifie une œuvre colossale.
382	DADAIS	Jeune homme niais et gauche.
383	DAIM, DAINE	Homme élégant, vaniteux et crédule, recherchant la société des demi-mondaines.
384	DÉPOUILLE	Corps d'homme mort.
385	EFFÉMINÉ, ÉE	Homme ou jeune homme dont les allures, les habitudes de vie ou de penser ressemblent à celles d'une femme.
386	ÉTALON	Homme ardent aux plaisirs de l'amour.
387	EUNUQUE	Homme impuissant ou déficient du point de vue sexuel. Homme dépourvu des qualités traditionnellement (et souvent abusivement) attribuées au sexe masculin (énergie physique et morale, honnêteté, puissance créatrice).

N°	Entrée	Définition/Expression
388	FANTOCHE	Homme sans caractère ni volonté, qui se laisse mener par autrui et ne peut être pris au sérieux.
389	FARCEUR, EUSE	Homme qui mène une vie de libertin.
390	FAUNE	Homme présentant des ressemblances physiques avec un faune, ou ayant un comportement libidineux ou lubrique.
391	FAUVE	Homme qui évoque un fauve par son aspect physique puissant, sa souplesse féline, sa forte personnalité, etc.; avec une valeur péj. homme brutal, acharné, cruel.
392	FER	Homme de fer. Homme d'une solidité, d'une résistance à toute épreuve.
393	FIEU(X)	Garçon, jeune homme.
394	FIGARO	Homme intrigant et sans scrupules.
395	FILOU	Homme malhonnête et sans scrupules qui trompe ou vole autrui.
396	FILS	Jeune homme qui parade, se fait remarquer par des dépenses, des excès. (Beau fils.)
397	FLANELLE	Homme manquant d'énergie.
398	FORBAN	Homme sans scrupule, qui ne respecte aucun droit.
399	GABION	Gros homme mal habillé.
400	GAMIN	jeune homme sans expérience.
401	GANT	Un homme élégant; p. iron. un dandy, un muscadin. (Un gant jaune ou, plus rarement un gants jaunes)
402	GAULOIS, -OISE	C'est un homme franc, sincère (Ac. 1798-1878). (C'est un vrai Gaulois, un bon Gaulois)
403	GAZIER, -IÈRE	Homme quelconque.
404	GÉRONTE	Homme âgé, vieux.
405	GILLE	Homme niais.
406	GODENOT	Petit homme mal fait, ridicule.
407	GOLIATH	Géant ou homme de très grande taille.
408	GORILLE	Homme d'une grande force physique, d'une laideur repoussante et parfois d'une méchanceté violente.
409	GOIJAT	Homme grossier dont les propos ou les manières sont volontairement ou involontairement offensantes.
410	GOURDIN	Sexe de l'homme.
411	GRAND-PÈRE	Homme très âgé.
412	GRATTE-CIEL	Homme d'une grande taille.

N°	Entrée	Définition/Expression
413	GREC, GRECQUE	C'est un ignorant, un homme peu industriel. (Ce n'est pas un grand grec)
414	GROS-JEAN	Homme du commun, rustre.
415	HERCULE	Homme le plus souvent de forte carrure, doué d'une grande force physique; personne capable d'exploits de tous ordres.
416	HÈRE	Homme sans fortune, sans considération. Homme très misérable. Homme dont la vie est médiocre, difficile.
417	HOMME-GRENOUILLE	Homme qui peut effectuer sous l'eau certaines activités grâce à un scaphandre autonome.
418	HOTU	Homme ou femme de peu de valeur, laid(e), stupide, ou que l'on tient en piètre estime.
419	JACQUES	Homme misérable et marginal.
420	JEAN-BOUT-D'HOMME	Homme faible, petit.
421	JOCRISSE	Homme jugé niais parce que, se livrant à des tâches réputées féminines, il est présumé se laisser mener par sa femme.
422	JOLI, -IE	Homme galant auprès des femmes. (Joli cœur)
423	LAPIN, -INE	Homme brave, actif, résolu. (Un fameux, un vrai lapin) Un homme rusé, aux mille tours. (Un vieux lapin (pop. et vieilli)) Homme qui a les sens ardents. (Chaud lapin)
424	LIMANDE	Homme sans courage, qui s'humilie.
425	LION, LIONNE	Homme brave. Jeune homme élégant, qui vit dans le luxe et l'oisiveté.
426	LIONCEAU	Jeune garçon ou jeune homme combatif, qui essaie ses forces, son pouvoir (parfois au détriment d'autrui).
427	LOPE	Homme sans courage, sans caractère.
428	LOULOU	Jeune homme, généralement de milieu populaire, qui se caractérise par un mode de vie marginal et un comportement de délinquant.
429	LOUP(-)CERVIER	Homme féroce; financier rapace, peu scrupuleux.
430	LOUP, LOUVE	Jeune homme dynamique et ambitieux qui, parfois, n'hésite pas à employer des moyens peu recommandables pour réussir. ((Jeune) loup)
431	MAGOT	C'est un homme laid. (Il est laid comme un magot (Ac.))
432	MANANT	Homme de condition inférieure, roturier, plébéien.
433	MANDRIN	Sexe de l'homme. Avoir le mandrin : Être en érection.
434	MANNEQUIN	Homme sans caractère, qui se laisse mener, diriger par les autres.

N°	Entrée	Définition/Expression
435	MAQUEREAU, -ELLE	Homme qui débauche et prostitue les femmes et qui reçoit d'elles l'argent qu'elles tirent de la prostitution.
436	MARMOUSET	Jeune garçon. Synon. marmot.
437	MARSOUIN	Homme laid ou sans éducation.
438	MATOU	Homme désagréable par son caractère ou sa physionomie.
439	MICHETON	Homme facile à duper; sot, dupe.
440	MINET, -ETTE	Jeune homme vêtu à la mode et d'aspect peu viril.
441	MONTAGNE	Homme fort et courageux.
442	MOUCHE	Homme qui aime les complications. (Enfileur de mouches)
443	MUGUET	Homme se piquant d'élégance et de galanterie.
444	NABAB	Homme très riche et fastueux.
445	NERVI	Homme de main, tueur.
446	ONAGRE	Homme borné et dépourvu d'intelligence.
447	PAILLASSE	Homme sans consistance, ni volonté. Synon. fantoche, pantin.
448	PAILLE	Homme de rien. (Homme de paille)
449	PALOT	Homme grossier, rustre.
450	PANTE	Bourgeois, honnête homme. (bon à être volé ou assassiné)
451	PAON, PAONNE	Homme fat, orgueilleux, prétentieux.
452	PARÂTRE	(Homme, être) dur, méchant.
453	PARAVENT	Chinois, figure de paravent : Petit homme laid, difforme ou ridicule.
454	PAYSAN, -ANNE	Homme de bon sens à l'allure rustaude, qui étonne par une franchise brutale. (Paysan du Danube)
455	PECCATA	Homme stupide.
456	PÉCORE	Homme ou femme stupide.
457	PEDZOUILLE	Paysan, rustre, homme fruste et peu dégourdi.
458	PÉPÈRE	Homme ou enfant gros, fort et placide.
459	PÈRE	Tout à fait grand, ayant la taille d'un homme (Grand comme père et mère) Homme qui aime la tranquillité, ne se fait pas de soucis. (Père tranquille)

N°	Entrée	Définition/Expression
460	PIGEONNEAU	Jeune homme qui se laisse facilement duper, plumer.
461	PION, PIONNE	Homme sans feu ni lieu, individu sans ressources, pauvre hère. Synon. clochard, miséreux, vagabond.
462	PISSE-FROID	Homme froid et morose, sans humour. Homme faible, sans vigueur morale, qui manque d'audace.
463	PITAUD	Homme grossier.
464	PLEUTRE	(Homme) sans dignité et sans courage.
465	POILU, -UE	Homme (énergique, courageux).
466	POLICHINELLE	Homme versatile et sans caractère.
467	POLISSON, -ONNE	Homme qui se comporte en gamin facétieux, vieux galopin. Individu capable d'actions répréhensibles; homme dénué de sens moral.
468	POUSSAH, POUSSA	Gros homme, petit et mal bâti.
469	RAGOTIN	(Homme) petit, contrefait et ridicule.
470	REÎTRE	Homme d'expérience, homme rusé. (Vieux reître)
471	RENARD	Personne (homme généralement) qui évoque un renard par son aspect physique. Homme rusé, parfois perfide, fourbe.
472	RHINOCÉROS	Homme brutal, grossier, féroce.
473	ROBIN	Homme de peu, prétentieux et sot.
474	ROSIER	Jeune homme vertueux et naïf.
475	ROUSSEAU	Garçon, homme roux.
476	ROUTIER	Homme qui, dans un domaine particulier, possède une solide expérience, faisant de lui un homme fin et rusé. (Vieux routier)
477	SACRIPANT	Mauvais sujet, homme capable de mauvais coups.
478	SAFRANIER, -IERE	Homme ruiné; banqueroutier.
479	SALTIMBANQUE	Homme qui, par son manque de sérieux, sa légèreté, ne se montre pas digne de considération.
480	SANGLIER	Homme trapu, généralement peu raffiné et grognon.
481	SAPAJOU, SAJOU	Homme laid, ridicule; individu puéril ou borné.
482	SATYRE	Homme lubrique, obsédé qui recherche des relations sexuelles avec des inconnues, notamment des petites filles, ou qui se livre à des actes répréhensibles (exhibitionnisme, voyeurisme).
483	SCYTHE, SCYTHIQUE	Homme grossier, barbare.

N°	Entrée	Définition/Expression
484	SINGE	Un homme d'expérience n'a de leçon à recevoir de personne. (Ce n'est pas à un vieux singe qu'on apprend à faire la/des grimace(s).)
485	SIRE	Homme, individu sans considération, sans grande capacité. (Pauvre sire)
486	SOLIVEAU	Homme dépourvu d'autorité, ne sachant pas se faire respecter.
487	SORCIER, -IÈRE	Vieille femme, vieil homme d'aspect rebutant ou ridicule et d'humeur acariâtre.
488	SUPERMAN	Homme supérieur, surhomme.
489	SYLPHE	Homme très mince, évoquant un être immatériel.
490	TARZAN	Homme fort, athlétique et musclé.
491	TAUREAU	Homme à qui toutes les femmes sont bonnes (Taureau banal)
492	TIRE-LIARD, TIRELIARD	Homme qui lésine sur les plus petites sommes, avare.
493	TOISON	Poils abondants sur le torse de l'homme.
494	TONNERRE	C'est un homme à la voix forte, puissante. (C'est un tonnerre.)
495	VERNI, -IE	Jeune homme à l'élégance tapageuse. Synon. vieillis (petit) crevé, gommeux, mirliflor(e), muguet, muscadin; dandy, gandin.
496	WISIGOTH, VISIGOTH, -OTHE	(Homme) inculte, grossier.

Annexe 2. Données du dictionnaire (DMR) en mandarin

La traduction comprend deux niveaux : le premier concerne une traduction mot à mot, et le deuxième une traduction libre d'abord d'un sens littéral (s'il y a lieu), puis une traduction du sens métaphorique.

N° 1-387 : métaphores décrivant les femmes, N° 388-432 : métaphores décrivant les hommes

N°	Entrée	Définition	Traduction
1	獵豔	求女色。	chasser-aventures galantes/ Poursuivre des affaires érotiques.
2	雌老虎	潑悍的婦女。	tigresse/Une mégère.
3	母老虎	比喻凶悍的婦女。	tigresse/Une mégère.
4	胭脂虎	比喻凶悍的婦女。	rouge à joues-tigre/Une tigresse maquillée ; une mégère.
5	母大蟲	大蟲，老虎。母大蟲比喻凶悍的女人。	femelle-grand insecte (grand insecte est un surnom du tigre). Un grand insecte femelle ; une mégère.
6	河東獅吼	本為宋代陳慥之妻柳氏凶悍善妒，常使其夫懼怕的故事。用以譏嘲妻子凶悍，使丈夫畏懼。	fleuve-est (point cardinal)-lion-rugissement/Le hurlement d'un lion à Hedong ; le hurlement de sa femme (épouse).
7	野狐狸	野女人。即男人除妻子以外，關係過於親密的女人。	sauvage-renard/femmes sauvages. Les femmes avec lesquelles un homme trompe son épouse.
8	狐狸精	比喻妖冶淫蕩的女子。	renard-génie/ Femme séduisante, femme débauchée.
9	黑寡婦	動物名。蜘蛛目球腹蛛科寇蛛屬。有黑色光澤，腹部球形，其雄蛛僅雌蛛的四分之一，且其交配後會被雌蛛吃掉。有毒性，人被咬後劇痛，有噁心及麻痺的症狀。比喻心狠手辣的女人。	noir-veuve/Araignée venimeuse au corps noir taché de rouge dont la femelle dévore son partenaire après l'accouplement ; femmes cruelles.
10	蛇蝎美人	指心腸狠毒的美豔女子。	serpent-scorpion-belle-personne/Femme fatale.
11	蹄子	罵女人的話。	pied de cochon/Terme d'injure sur les femmes, salope, prostituée.
12	眉橫丹鳳	形容女子美麗的眉毛。	sourcils-rouges-phénix/Beaux sourcils d'une femme.
13	彩鳳隨鴉	比喻女子嫁給才貌遠不如自己的人，或指女子遇人不淑。	coloré-phénix-suivre-canard/Un phénix qui a épousé un canard ; une belle femme mariée avec un homme disgracieux.
14	鴉鬢	形容婦女的鬢髮烏黑。	corbeau-cheveux des tempes/Les cheveux des tempes d'une femme sont noirs comme les plumes d'un corbeau.
15	鴉髻	形容婦女的髮髻黑如鴉羽。	corbeau-chignon/Les cheveux d'une femme sont noirs comme les plumes d'un corbeau.

N°	Entrée	Définition	Traduction
16	鴇母	開設妓院，蓄養幼女使成娼妓，或誘惑控制婦女賣淫的女人。	outarde-mère/La mère d'une outarde ; la femme proxénète.
17	薄母	蓄養幼女使成娼妓，或誘惑控制婦女賣淫的女人。	outarde-mère/La mère d'une outarde ; la femme proxénète.
18	鴇子	開設妓院，蓄養幼女使成娼妓，或誘惑控制婦女賣淫的女人。亦稱為「鴇母」。	outarde-enfant/L'enfant d'une outarde ; une (jeune) prostituée.
19	老鴇	開設妓院，管理或控制妓女的女人。傳統道德標準中，對這類女性有所歧視。亦稱為「鴇母」。	vieil-outarde/La mère d'une outarde ; la femme proxénète.
20	鴇兒	妓女。	outarde-enfant/L'enfant d'une outarde ; une (jeune) prostituée.
21	鴇	開設妓院的女人。如：「老鴇」、「鴇母」。	outarde/La femme proxénète.
22	驚鴻	因受驚而輕捷飛起的鴻鳥。後用以比喻女子的體態輕盈。	effrayé-oiseau/Oiseau effrayé qui s'envole légèrement ; allure gracieuse d'une femme.
23	雌雞報曉	比喻婦女主掌大權。	femelle-poule-chanter-aube/Une poule chante à l'aube ; une femme qui prend le pouvoir.
24	牝雞牡鳴	母雞像公雞般的啼叫。比喻女性取代男性。	femelle-poule-chanter-aube/Une poule chante à l'aube ; une femme qui prend le pouvoir.
25	母雞不下蛋	比喻女人不能懷孕生孩子。	femelle-poule-négation-pondre-œuf/Une poule ne pond pas d'œufs/des femmes qui ne peuvent pas avoir d'enfants.
26	家雞野雉	比喻貴遠賤近，喜新厭舊，更進一步指棄妻室而喜外遇者。也作「家雞野鶩」。	maison-poule-sauvage-faisane/Un homme préfère une faisane sauvage mais pas une poule à la maison ; Un homme préfère sa maitresse et délaisse son épouse.
27	家雞野鶩	比喻喜新厭舊，棄妻室而喜外遇者。	maison-poule-sauvage-faisane/Un homme préfère une faisane sauvage mais pas une poule à la maison ; Un homme préfère sa maitresse et délaisse son épouse.
28	打野雞	嫖私娼	chasser-poule sauvage/Voir une prostituée.
29	打野食	俗稱法定關係以外的男女媾合。	chasser-gibier/avoir des rapports sexuels hors de mariage.
30	賣鶩雞	賣野雞。比喻經營私娼。	vendre-poules sauvages/Gérer un bordel privé.
31	翬翬	翬、翬，皆為五彩花紋的雉雞。據說雉雞雌雄相守而不犯分，故在皇后的車子和服裝都畫有翬、翬的圖形，象徵婦女的美德。用以借指皇后的車服。	hui-di/Hui et di sont tous les deux des faisans à collier colorés. On dit que le mâle et la femelle restent fidèles l'un à l'autre toute leurs vies. Huidi représente donc la vertu des femmes. Ces animaux sont régulièrement utilisés dans les motifs des habits de l'impératrice.
32	群雌粥粥	眾多雌鳥和鳴。後用以比喻婦女聚集，聲音嘈雜。	groupe-femelle-onomatopée-onomatopée/Plusieurs oiseaux chantent ensemble ; beaucoup de femmes se rassemblent et font du bruit.
33	求凰	比喻男子求偶。	chercher-phénix/Un homme cherche une femme.

N°	Entrée	Définition	Traduction
34	燕語鶯聲	比喻女子美妙的聲音。	fauvettes-parole-hirondelles-voix/Les paroles des fauvettes et la voix des hirondelles/voix agréable des femmes.
35	鶯聲燕語	形容女子宛轉流利的語聲。	fauvettes-voix-hirondelles-parole/Voix des fauvettes et paroles des hirondelles/la voix agréable des femmes.
36	燕燕子飛	比喻女子出嫁。	hirondelle-hirondelle-s'envoler/Une hirondelle s'envole ; une fille se marie.
37	燕妒鶯慚	形容女子婀娜多姿，貌美如花，連燕子鶯兒見了之後，也會嫉妒、羞慚。	hirondelle-jaloux-fauvette-avoir honte/Des hirondelles sont jalouses et des fauvettes ont honte ; une femmes est si belle que même les hirondelles et des fauvette sont jalouses.
38	流鶯	本指四處飛翔鳴唱的黃鶯鳥。後引申為指流動拉客的性工作者。	flotter-fauvette/Des fauvettes errantes ; des prostituées qui se déplacent souvent.
39	歌鶯舞燕	形容歌聲宛轉，舞姿曼妙。	chanter-hirondelle-danser-fauvette/Le son du chant et le figure de danse (d'une femme) très jolis.
40	小鳥依人	形容女子或小孩依傍他人而嬌弱可愛的樣子。。」	petit-oiseau-se blottit-personne/Petit oiseau se blottit sur une personne ; une fille petite s'appuie sur un homme.
41	啞啞	形容鳥鳴聲之清脆悅耳。形容女子婉轉悅耳的聲音。	onomatopée des chants des oiseaux/Les chants cristallins des oiseaux ; voie jolie d'une femme.
42	丫髻	形容婦女烏黑如鴉羽的髮髻。	corbeau-chignon/Les cheveux d'une femme sont noirs comme les plumes d'un corbeau.
43	黛蛾	女子以黛色畫眉。比喻美女。	papillon de nuit vert/Sourcils verts des femmes, une belle femme.
44	蟬鬢	梳理成如蟬翼般縹緲動人的婦女的兩鬢。	cigale-cheveux des tempes/Les cheveux des tempes d'une femme sont bien coiffés, jolis comme des ailes de cigale.
45	螭首蛾眉	比喻女子的額頭如螭首般，廣而方正，眉毛如蛾的觸鬚，長而纖細。後用以形容女子貌美。	cigale-tête-papillon de nuit-sourcil/Avoir un front bien grand et carré comme la tête d'une cigale, et avoir des sourcils longs et fins comme les antennes des papillons de nuit ; une belle femme.
46	蝓蟻	天牛及桑牛的幼蟲。因其體豐潤潔白，故古人用以比喻婦女光滑柔膩的頸項。	larves des capricornes (insecte)/Le cou d'une femme est clair, blanc et charnu/une belle femme.
47	蛾眉螭首	形容女子貌美。	papillon de nuit-sourcil-cigale-tête/Avoir un front bien grand et carré comme la tête d'une cigale, et avoir des sourcils longs et fins comme les antennes des papillons de nuit ; une belle femme.
48	蛾眉皓齒	細長眉毛和潔白牙齒。形容女子容貌明艷美麗。	papillon de nuit-sourcil-blanc-dent/Avoir des sourcils longs et fins comme les antennes des papillons de nuit et des dents blanches ; une belle femme.
49	皓齒蛾眉	潔白的牙齒，修美的眉毛。形容女子容貌美麗。亦借指美女。	blanc-dent-papillons de nuit-sourcil/Avoir des sourcils longs et fins comme les antennes des papillons de nuit et des dents blanches ; une belle femme.
50	繭眉	形容婦女的眉毛細長彎曲而秀美。	cocon-sourcil/Des jolis sourcils longs et fins comme des cocons.

N°	Entrée	Définition	Traduction
51	畫黛彎蛾	黛，婦女的眉毛。畫黛彎蛾形容眉毛畫的像蠶蛾一樣的彎細。	dessiner-pigment vert foncé-courbé-papillon de nuit /Des sourcils d'une femme sont désignés en forme courbés et fins comme des papillons de nuit.
52	冠子蟲	舊時對女性的蔑稱。指女性如蟲蛇一般，會帶來傷害。	insectes et serpents/Terme d'injure envers les femmes considérant que les femmes sont comme des insectes et des serpents qui causent des dommages.
53	作繭	比喻婦女懷孕。	faire-cocon/ Être enceinte.
54	男人婆	形容女子言談舉止粗豪如男子。此語具有性別刻板印象意涵。	homme-vieille femme/Garçon manqué.
55	女丈夫	女英傑。婦女中的傑出人物。	féminin-homme/Héroïne.
56	雲英未嫁	比喻女子尚未出嫁。	Yunying-pas encore-marié/Yunying, prénom d'une chanteuse de maison publique à la Dynastie Tang. Cette expression signifie qu'une fille n'est pas encore mariée.
57	西施	春秋越國美女。絕色美女的代稱。	Xi Shi, figure légendaire, est l'une des quatre beautés de la Chine antique. Une métonymie pour se référer à une belle femme.
58	毛施淑姿	形容女子的姿色容貌，像毛嬙、西施般的美麗。	Mao-Shi-joli-figure/Mao, Mao Qiang ; Xi, Xi Shi, deux beautés légendaires de la Chine antique. Se réfèrent aux belles femmes.
59	杜秋娘	因此古代以杜秋娘泛指年老色衰的婦女。	Du Qiuniang Le nom d'une poète de la dynastie Tang. Elle est devenue concubine du gouverneur militaire Li Qi à quinze ans. Après que Li a été exécuté, Du a servi dans le palais de l'empereur. Lors de sa vieillesse, elle a été renvoyée dans sa ville d'origine, ou elle vécut pauvre et vieille. Son nom est utilisé comme un synonyme pour se référer aux femmes vieilles et décaties.
60	野花	俗稱妻子以外的女人。	sauvage-fleur/Maitresses (par rapport à son épouse).
61	貌美如花	形容女子如花般的美麗。	apparence-belle-comme-fleur/Belle comme des fleurs.
62	豔冠群芳	形容女子貌美嬌豔，壓倒群雌。	beauté-dépasser-multitude-fleur/La fleur (femme) la plus belle parmi toutes.
63	花面	形容女子貌美如花。	fleur-visage/L'apparence belle d'une femme.
64	花見羞	比喻美豔的佳人。	fleur-voir-avoir honte/Une femme est tellement belle que même une fleur a honte en la voyant.
65	花枝招颯	比喻女子打扮美麗、婀娜多姿的樣子。	fleur-branche-être agité par le vent/Faire étalage de ses charmes.
66	花枝招展	比喻女子打扮美麗、婀娜多姿的樣子。	fleur-branche-être agité par le vent/Faire étalage de ses charmes.
67	花枝兒	比喻婦女美貌。	fleur-branche/Belle.
68	花容失色	形容女子受到驚嚇，如花朵般美麗的容貌失去顏色。	fleur-visage-perdre-couleur/Une femme effrayée est comme une fleur ayant perdu sa couleur.
69	花容	形容女子容貌美麗。	fleur-visage/L'apparence belle d'une femme.
70	花娘	妓女。	fleur-femme/Prostituée.

N°	Entrée	Définition	Traduction
71	花叢	女人群。比喻妓院。	fleur-massif/Massif de fleurs ; un groupe de femmes, un bordel.
72	賣花	娼妓的交易行為。	vendre-fleur/Se prostituer.
73	花	比喻美女。	fleur/Une belle femme.
74	烟花隊	烟花，即煙花。烟花隊泛稱從事色情行業者。	fleurs abondantes et variées-bande/Ceux qui travaillent dans l'industrie du sexe.
75	胭脂花粉	形容美麗嬌豔。	rouge à joues-pollen/Belle et charmant.
76	羞花	形容女子容顏姣好，使花也自感羞愧。	(faire) avoir honte-fleur/Une femme est tellement belle que même une fleur a honte en la voyant.
77	紅杏出牆	形容春意盎然。後比喻婦女偷情、不守婦道。	rouge-fleur d'abricot-sortir-mur/Une fleur rouge d'abricot qui sort du mur ; Une femme a une liaison.
78	穠豔	形容花的鮮豔盛麗。亦比喻女子的美麗。	couleurs vives/Fleur d'une couleur vive ; la beauté d'une femme.
79	校花	一校中最美麗的女學生。	école-fleur/La plus belle fille d'une école.
80	拈花微笑	手拿著花，嘴帶著笑意。形容女子的美姿。	tenir-fleur-sourire/Sourire en tenant des fleurs ; la beauté d'une femme.
81	嬌若春花	比喻女子如春天的花朵一般嬌美。	belle-comme-printemps-fleur/Belle comme une fleur de printemps.
82	嬌花照水	比喻嬌美動人。	belle-fleur-(se) refléter-eau/Belle comme la réflexion d'une fleur dans l'eau.
83	姐妹花	形容面貌姣好的姐妹。	sœur aîné-sœur cadette-fleur/Des sœurs belles.
84	壁花	掛在壁上裝飾的花。比喻舞會中沒有人邀舞的女孩。	mur-fleur/Fleur sur un mur ; fille qui n'est pas invitée pour danser pendant un bal.
85	名花有主	名花，古人用以比喻美女。名花有主，今多比喻女孩子已經有了所屬對象。	populaire-fleur-avoir-maître/Une fleur populaire a déjà un maître ; une fille a déjà un compagnon.
86	名花	比喻妓女。	populaire-fleur/Une prostituée.
87	十八的姑娘一朵花	形容年輕貌美的姑娘，像花朵般嬌豔迷人。	dix-huit-fille-une fleur/Une fille de 18 ans (une jeune fille) est belle comme une fleur.
88	交際花	稱善於交際、廣為人知的女子。多含輕蔑的意味。	relations sociales-fleur/Une mondaine.
89	一朵鮮花插在牛糞上	比喻才貌出眾的女子嫁給才幹平庸或相貌醜陋的丈夫。	une-fraise-fleur-insérer-dans-vache-bouse-dessus/Une fleur plantée dans une bouse ; une femme jolie, mais qui épouse un homme disgracieux.
90	一朵花	一朵鮮豔的花朵。比喻女人青春的歲月或容貌。	une fleur/La jeunesse ou la beauté d'une femme, une belle femme.
91	黃花閨女	稱未出嫁的少女。	jaune-fleur-jeune fille/Filles à marier, une vierge.

N°	Entrée	Définition	Traduction
92	黃花女兒	未出嫁的閨女、處女。	jaune-fleur-jeune fille/Filles à marier, une vierge.
93	蘭蕙質	對女子德行的讚譽。	orchidée-orchidée-nature/Vertu d'une femme.
94	蘭摧蕙折	比喻女子夭逝。	orchidée-détruire-orchidée-casser/Une jeune femme est décédée.
95	蘭心蕙性	比喻女子品格高雅聰慧。	orchidée-cœur-orchidée-nature/Une femme avec vertu.
96	蕙質蘭心	比喻女子品格高雅聰慧。	orchidée-nature-orchidée-cœur/Une femme avec vertu.
97	蕙心蘭質	比喻女子芳潔的心地、高雅的品德。	orchidée-cœur-orchidée-nature/Une femme avec vertu.
98	蕙質	比喻女子高潔的品德。	orchidée-nature/Une femme avec vertu.
99	蕙心	蕙，香草名。蕙心比喻女子芳潔、純美的心。	orchidée-cœur/Une femme avec vertu.
100	蓮鉤	形容女子纏足後細瘦而彎曲的小腳。	lotus-crochet/Les petits pieds courbés d'une femme.
101	蓮步	形容女子的步態婀娜多姿。	lotus-pas/La manière séduisante dont une femme marche avec ses petits pieds bandés.
102	朵朵蓮花	比喻女子步履輕盈，搖曳生姿的樣子。	classificateur (d'une fleur)-classificateur (d'une fleur)-lotus/Des lotus se réfèrent aux petits pieds courbés des femmes ; la démarche légère et gracieuse d'une femme, la manière dont elle se balance est charmante.
103	金蓮步	形容婦女的纖細小腳或步態輕盈。	or-lotus-marche/Les petits pieds d'une femme ; la démarche légère et gracieuse d'une femme.
104	金蓮	形容婦女的纖細小腳或步態輕盈。	or-lotus/Les petits pieds d'une femme ; la démarche légère et gracieuse d'une femme.
105	步步蓮花	形容女子走路的美妙姿態。	marche-marche-lotus/La démarche légère et gracieuse d'une femme, la manière dont elle se balance est charmante.
106	步步生蓮花	形容女子走路姿態曼妙。	marche-marche-produire-lotus/La démarche légère et gracieuse d'une femme, la manière dont elle se balance est charmante (les petits pieds courbés des femmes sont comparés aux lotus).
107	步步生花	形容女子走路姿態曼妙。	marche-marche-produire-fleur/La démarche légère et gracieuse d'une femme, la manière dont elle se balance est charmante (les petits pieds courbés des femmes sont comparés aux lotus).
108	三寸金蓮	舊稱婦女的纏足。	trois-pouce- or-lotus/Trois pouces (à peu près dix centimètres) de lotus d'or ; les petits pieds bandés des femmes.
109	菊老荷枯	菊花老了，荷花枯了。以菊花、荷花由新鮮到枯老，比喻女子容貌衰老。	chrysanthème-vieillir-lotus-faner/Les femmes se fanent en vieillissant.
110	色豔桃李	形容女子的容貌，如桃李花般豔麗。	couleur-brillant-(fleur de) pêcher-(fleur de) prunier/Une femme est belle comme les fleurs des pêchers et des pruniers.
111	面如桃花	形容臉像桃花一樣紅豔美麗。	visage-comme-fleur de pêcher/Une femme est belle comme des fleurs des pêchers.

N°	Entrée	Définition	Traduction
112	桃花薄命	桃花，指桃花星。比喻薄命女人。桃花薄命比喻女子命運坎坷、淪落風塵或早死。	fleurs des pêcheurs-fin-vie/La vie d'une femme est infortunée.
113	桃腮杏臉	臉似杏花般白嫩，腮如桃花般紅潤。形容女子容貌美豔。	fleurs des pêcheurs-joue-fleur d'abricot-visage/Le visage est blanc comme des fleurs d'abricot, les joues sont rouges comme des fleurs des pêcheurs ; une belle femme.
114	桃羞杏讓	形容女子的美貌。	fleurs des pêcheurs-avoir honte-fleur d'abricot-céder/Une femme est si belle que même des fleurs des pêcheurs ont honte et que des fleurs d'abricot la cèdent ; une belle femme.
115	白牡丹	比喻女子容貌白皙美麗。	blanc-pivoine/Une pivoine blanche ; une belle femme avec un teint blanc.
116	牡丹花下死，做鬼也風流	形容為美麗的女子而死，也是一件值得的風流韻事。	pivoine-tomber-mourir, faire-fantôme-aussi-galant/Un homme prêt à devenir un fantôme pour une pivoine ; Un homme pourrait mourir pour une belle femme.
117	天香國色	稱譽牡丹，後用以比喻美女。	paradis-fragrance-nationale-beauté /La beauté nationale la fragrance du paradis ; une femme magnifique.
118	杏靨	形容女子美豔的容貌。	fleur d'abricot-visage/Une belle femme.
119	杏臉桃腮	形容女子白臉紅腮，容貌豔美。	fleur d'abricot-visage-fleurs des pêcheurs-joue/Le visage est blanc comme des fleurs d'abricot, les joues sont rouges comme des fleurs des pêcheurs ; une belle femme.
120	杏臉	形容女子美豔的容顏。	fleur d'abricot-visage/Une belle femme.
121	杏眼圓睜	形容女子生氣時瞪大眼睛的神態。	fleur d'abricot-yeux-rond-ouvrir/Une femme en colère avec ses yeux écarquillés.
122	杏眼	形容女子圓大而美的眼睛。	fleur d'abricot-yeux/Les beaux yeux d'une femme.
123	標梅	梅落而知時已晚。比喻女子出嫁應當及時。	tomber-fleur de prune/Il ne faut pas attendre trop longtemps que des fleurs de prune tombent ; une femme doit se marier quand elle est encore jeune.
124	喇叭花	比喻容貌、氣質庸俗的女人。	trompette-fleur/la belle-de-jour/Se dit d'une femme avec une apparence et une personnalité banales.
125	路柳牆花	路旁的柳樹，牆邊的野花。比喻不受重視的人，尤指娼妓。	rue-saule pleureur-mur-fleur/Saule pleureur dans la rue et fleurs sur le mur qui peuvent être cueillies par n'importe qui ; prostituée.
126	花柳之姿	形容女子柔順具姿色。	fleur-saule pleureur-marque de possession-figure/La figure de fleurs et de saules pleureur ; belle figure d'une femme.
127	花柳	妓院。	fleur-saule pleureur/Un bordel.
128	牆花路柳	牆頭花，路邊柳，可任人隨手攀折。比喻娼妓。	mur-fleur-rue-saule pleureur/Des fleurs sur le mur qui peuvent être cueillies par n'importe qui et saule pleureur dans la rue ; prostituée.
129	殘花敗柳	凋零枯頹的花朵和柳樹。比喻行為放蕩或遭人蹂躪遺棄的婦女。	défectueux-fleur-flétri-saule pleureur/Prostituée, femme facile, femme maltraitée et abandonnée.
130	柳聖花神	淫蕩的女子。	saule pleureur-sacré-fleur-dieu/Sacré saule pleureur, dieu des fleurs ; femme débauchée.

N°	Entrée	Définition	Traduction
131	敗柳殘花	凋零枯頹的花朵和柳樹。比喻行為放蕩或遭人蹂躪遺棄的婦女。	flétri-saule pleureur-défectueux-fleur/Prostituée, femme facile, femme maltraitée et abandonnée.
132	分花拂柳	形容女子走路姿態美好。	séparer-fleur-toucher légèrement-saule pleureur/Toucher légèrement des fleurs et des saules pleureur ; se dit d'une la grâce d'une femme marchant et se balançant légèrement.
133	閒花野草	野外叢生的花草。比喻娼妓或行為不檢的女子。	libre-fleur-sauvage-herbe/Des fleurs et herbes sauvages ; une femme facile ou une prostituée.
134	野草閒花	野外叢生的花草。比喻娼妓或行為不檢的女子。	sauvage-herbe-libre-fleur/Des fleurs et herbes sauvages ; une femme facile ou une prostituée.
135	花草	比喻女子。	fleur-herbe/Des fleurs et des herbes ; des femmes.
136	花花草草	形容花草樹木紛繁茂盛。後比喻風流快活的事。	fleur-fleur-herbe-herbe/Végétation exubérante ; des aventures galantes.
137	牆花路草	牆頭花，路邊草，可任人隨意攀折。比喻娼妓。	mur-fleur-rue-herbe/Fleurs sur le mur et des herbes dans la rue qui peuvent être cueillies par n'importe qui; prostituée.
138	楊柳腰	形容女子纖細柔軟的腰。	saule pleureur-taille/La taille d'une femme est fine et souple.
139	柳葉眉	形容女子的眉毛細長尖削，像柳葉的形狀。唐·韋莊《女冠子》昨夜夜半詞：「依舊桃花面，頻低柳葉眉。」亦稱為「柳眉」。	saule pleureur-feuille-sourcil/Les sourcils fins et longs d'une femme.
140	柳腰	形容女子的腰如柳條般柔軟纖細。	saule pleureur-taille/La taille d'une femme est fine et souple.
141	柳眉踢豎	形容女子發怒的樣子。	saule pleureur-sourcil-frapper du pied-vertical/Se dit d'une femme en colère avec ses sourcils froncés.
142	柳眉剔豎	形容女子發怒的樣子。	saule pleureur-sourcil-frapper du pied-vertical/Se dit d'une femme en colère avec ses sourcils froncés.
143	柳眉倒豎	形容女子發怒的樣子。	saule pleureur-sourcil-inverser-vertical/Se dit d'une femme en colère avec ses sourcils froncés.
144	柳眉	形容女子的眉毛細如柳葉。	saule pleureur-sourcil/Les sourcils fins et longs d'une femme.
145	敗柳	比喻行為放蕩，或被人蹂躪遺棄的婦女。	flétri-saule pleureur/Prostituée, femme facile, femme maltraitée et abandonnée.
146	弱柳扶風	形容女子體態軟弱，動作輕柔。	faible-saule pleureur-tenir-vent/Se dit de la figure faible et des mouvements doux et légers d'une femme.
147	芳草	香草。比喻君子的美德。比喻女子。	parfumée-herbe/Des herbes parfumées ; des femmes.
148	芳澤	婦女用以潤髮的香油。後泛指婦女的香氣。	herbe parfumée-graisse parfumée utilisée pour les cheveux des femmes/La fragrance des femmes.
149	春蔥	蔥葉管狀，似人的手指，春時尤纖嫩，故以春蔥比喻女子手指。	printemps-ciboule/Ciboule tendre (dont la forme ressemble aux doigts) ; les doigts tendres d'une femme.

N°	Entrée	Définition	Traduction
150	削蔥	比喻女子纖細白嫩的手指。	peler-ciboule/Les doigts tendres et blanc d'une femme.
151	青蔥	形容女人的手指像青蔥般纖細。	vert-ciboule/Les doigts fins d'une femme.
152	萋手纖纖	萋，本為草木剛長出來的嫩芽，後以萋手借指女人的手。萋手纖纖形容女子的手柔細白淨。	bourgeon tendre-main-tendre, fin et longue/Les doigts blancs, fins et longs d'une femme.
153	春纖	形容女子的手指。	printemps-tendre, fin et longue/Les doigts d'une femme.
154	亭亭玉立	形容女子身材修長苗條，體態秀美的樣子。	se dresser haut-jade-debout/dresser comme une statue de jade ; une jeune fille élancée et gracieuse.
155	藕棒兒	藕的稍粗圓的各段。形容小兒或婦女的手臂，言其肥白圓潤。	la tige souterraine de lotus/Les bras ronds et blancs d'une femme ou d'un enfant.
156	柔萋	初生的茅芽，色白且柔嫩，用以比喻女子的手細白柔美。	doux-bourgeon tendre/Les doigts blancs, fins et longs d'une femme.
157	閉月羞花	形容女子容貌姣好，足使花、月為之退掩、失色。	fermer-lune-(faire) avoir honte-fleur/Une femme est si belle qu'elle fait reculer la lune et rend les fleurs honteuses.
158	花顏月貌	形容女子容貌美好。	fleur-visage-lune-apparence/Belle.
159	羞花閉月	形容女子容貌姣好，足使花、月為之退掩、失色。	(faire)avoir honte-fleur-fermer-lune/Une femme est si belle qu'elle fait reculer la lune et rend les fleurs honteuses.
160	水性楊花	水性隨勢而流，楊花隨風飄浮。比喻女子用情不專，淫蕩輕薄。	eau-nature-chaton(plante)/Une femme légère, femme aux mœurs dépravées.
161	楊花水性	水性隨勢而流，楊花隨風飄浮。比喻女子用情不專，淫蕩輕薄。	chaton(plante)-eau-nature/Une femme légère, femme aux mœurs dépravées.
162	月閉花羞	使花、月為之失色。形容女子面貌姣好特出。	lune-fermer-fleur-avoir honte/Une femme est si belle qu'elle fait reculer la lune et rend les fleurs honteuses.
163	花閉月羞	使花、月為之失色。形容女子面貌姣好特出。	fleur-fermer-lune-avoir honte/Une femme est si belle qu'elle fait reculer la lune et rend les fleurs honteuses.
164	月貌花龐	形容女子容貌美麗。亦借指美女。	lune-visage-fleur-apparence/Belle.
165	月貌花容	形容女子容貌美好。	fleur-visage-lune-apparence/Belle.
166	月墜花折	比喻美人死去。	lune-tomber-fleur-casser/Une belle femme est décédée.
167	拈花弄月	比喻勾搭、挑逗異性，四處留情。	tordre-fleur-provoquer-herbe/(Un homme) courre après beaucoup de femmes.
168	如花似月	好像花和月般的美好。比喻女子姿容絕美。	comme-fleur-comme-lune/Belle.

N°	Entrée	Définition	Traduction
169	蕙心紈質	紈，細白的生絹。蕙心紈質比喻女子芳潔的心地、高雅的品德。	orchidée-cœur-soie-nature/Vertu d'une femme.
170	玉軟花柔	形容女子如花似玉般的柔弱嬌嫩。	jade-tendre-fleur-doux/Une femme est faible, douce et délicate.
171	玉貌花容	形容女子如花似玉般的美麗容貌。	jade-apparence-fleur-visage/Belle.
172	玉肌花貌	形容女子膚色潔白，容貌豔麗。	jade-peau-fleur-apparence/La peau (d'une femme) est claire comme un jade, belle comme une fleur ; belle.
173	玉碎花銷	美玉破碎，好花凋謝。比喻女子死亡。	jade-casser-fleur-faner/Une femme est décédée.
174	如花似玉	好像花和玉般的美好。喻女子姿容絕美。	comme-fleur-comme-jade/Belle.
175	似玉如花	好像花和玉般的美好。喻女子姿容絕美。	comme-jade-comme-fleur/Belle.
176	蔽月羞花	形容女子容態姣好，足使花、月為之退掩、失色。	fermer-lune-(faire) avoir honte-fleur/Une femme est si belle qu'elle fait reculer la lune et rend les fleurs honteuses.
177	鶯花寨	風月場所、妓院。	la vue du printemps (surtout des fleurs)-camp/Un bordel.
178	鶯花	妓女。	la vue du printemps (surtout des fleurs)/Prostituée.
179	穿花蛺蝶	穿梭在花叢中的蝴蝶。比喻濫用情感貪戀女色的行為。	traverser-fleur-papillon/Papillon qui fait la navette dans le massif de fleur ; courir après beaucoup de femmes.
180	點花牌	在酒樓按名牌召妓女陪酒。	commander-fleur-carte/Prostituer (selon leur "carte") commander une prostituée à la carte.
181	錦陣花營	妓院。	brillant-front-fleur-camp/Un bordel.
182	錦營花陣	風月場所。	brillant-front-fleur-camp/Un bordel.
183	花營錦陣	妓院。	fleur-camp-brillant-front/Un bordel.
184	花院	妓院。	fleur-cour/Un bordel.
185	花柳叢	女子群聚。亦指妓女或妓院。	fleur-saule pleureur-massif/Rassemblement de femmes ; prostituée, un bordel.
186	煙花	春天繁花盛開，一片如煙如霧的樣子。稱娼妓。	massif de fleurs au printemps/Prostituée.
187	潑煙花	賤罵娼妓的話。	hargneux-massif de fleurs au printemps/Terme d'injure à une prostituée.
188	煙花隊	妓女群。	massif de fleurs au printemps-équipe/Prostituées.
189	煙花門戶	風月場中出身的人。指妓女。	massif de fleurs au printemps-porte-fenêtre/Prostituée.
190	柳陌花衢	妓院。	saule pleureur-ruelle-fleur-route/Un bordel.
191	柳陌花街	妓院。	saule pleureur-ruelle-fleur-rue/Un bordel.
192	柳陌花巷	妓院。	saule pleureur-ruelle-fleur-ruelle/Un bordel.
193	柳門花戶	妓院。	saule pleureur-porte-fleur-fenêtre/Un bordel.

N°	Entrée	Définition	Traduction
194	柳戶花門	妓院。	saule pleureur-fenêtre-fleur-porte/Un bordel.
195	花街柳陌	妓院。	fleur-rue-saule pleureur-ruelle/Un bordel.
196	花街柳巷	妓院。	fleur-rue-saule pleureur-ruelle/Un bordel.
197	花門柳戶	妓院。	fleur-porte-saule pleureur-fenêtre/Un bordel.
198	柳巷花街	妓院。	saule pleureur-ruelle-fleur-rue/Un bordel.
199	花門	妓院。	fleur-porte/Un bordel.
200	花界	稱妓女的階層。	fleur-monde/La classe des prostituées.
201	粘花惹草	比喻男人隨處留情。	tordre-fleur-provoquer-herbe/(Un homme) court après beaucoup de femmes.
202	粘花惹絮	比喻男人隨處留情。	tordre-fleur-provoquer-herbe/(Un homme) court après beaucoup de femmes.
203	招花惹草	比喻男人隨處留情。	attirer-fleur-provoquer-herbe/(Un homme) court après beaucoup de femmes.
204	拈花摘葉	比喻男人隨處留情。	tordre-fleur-cueillir-herbe/(Un homme) court après beaucoup de femmes.
205	拈花惹草	比喻男人隨處留情。	tordre-fleur-provoquer-herbe/(Un homme) court après beaucoup de femmes.
206	惹草黏花	比喻男人隨處留情。	provoquer-herbe-tordre-fleur/(Un homme) court après beaucoup de femmes.
207	惹草粘花	比喻男人隨處留情。	provoquer-herbe-tordre-fleur/(Un homme) court après beaucoup de femmes.
208	弄柳拈花	比喻男人隨處留情。	faire-saule pleureur-tordre-fleur/(Un homme) court après beaucoup de femmes.
209	眠花醉柳	比喻男子在外嫖妓。	dormir-fleur-être ivre-saule-pleureur/(Un homme) rend visite à des prostituées.
210	眠花臥柳	比喻男子在外嫖妓。	dormir-fleur-coucher-saule pleureur/(Un homme) rend visite à des prostituées.
211	眠花宿柳	比喻男子在外嫖妓。	dormir-fleur-passer la nuit-saule pleureur/(Un homme) rend visite à des prostituées.
212	折柳攀花	柳、花，借指妓女。折柳攀花指男子狎妓尋歡的放蕩行為。	détruire-saule pleureur-grimper-fleur/(Un homme) rend visite à des prostituées.
213	摧花斫柳	比喻傷害女子。	détruire-fleur-cueillir-saule pleureur/(Un homme) traite une femme violemment.
214	覓柳尋花	狎妓。	chercher-saule pleureur-chercher-fleur/(Un homme) rend visite à des prostituées.
215	尋花問柳	狎妓。	chercher-fleur-demander-saule pleureur/(Un homme) rend visite à des prostituées.
216	問柳評花	比喻嫖妓。	demander-saule pleureur-commenter-fleur/(Un homme) rend visite à des prostituées.
217	問柳尋花	比喻狎妓。	demander-saule pleureur-chercher-fleur/(Un homme) rend visite à des prostituées.
218	花天酒地	狂嫖縱酒，沉迷於聲色場中。	fleur-ciel-alcool-terre/S'abandonner aux excès de table et aux plaisirs sensuels.
219	遊蜂浪蝶	遊蜂，蜜蜂群中的雄蜂。遊蜂浪蝶比喻戲弄追逐婦女的男子。	abeille mâle-galant-papillon/Homme galant ; courtisan.
220	遊蜂戲蝶	比喻戲弄追逐婦女的男子。	abeille mâle-jouer-papillon/Homme galant ; courtisan.

N°	Entrée	Définition	Traduction
221	招蜂引蝶	形容女子打扮得如花朵般美麗來引誘男子。如：「她一向打扮得如此花枝招展，難怪會招蜂引蝶。」	attirer-abeille-attirer-papillon/Une femme se fait belle (pour attirer les hommes).
222	遊花插趣	遊蕩尋樂。	visiter-fleur-participer-délice/(Un homme) cherche du plaisir (sensuel).
223	辣手摧花	辣手摧花比喻對女性施以強暴的手段。	impitoyable-main-détruire-fleur/(Un homme) traite une femme violemment.
224	護花使者	保護或追求女子的男士。	protéger-fleur-personne/Homme qui protège une femme (qui lui plait).
225	撲花行徑	比喻男子的輕薄行為。	se précipiter-fleur-comportement/Les comportements frivoles (surtout sexuels) d'un homme.
226	撲花	戲弄女色。	se précipiter-fleur/Taquiner (sexuellement) les femmes.
227	採花	強盜侵入民宅，強姦婦女。	cueillir-fleur/Violer une femme.
228	戀酒迷花	花，指煙花女。戀酒迷花比喻沉迷酒色，終日留連在風月場所。	s'attacher-à-alcool-être fasciné de-fleur/S'attarder au bordel.
229	吃花酒	有妓女陪侍的宴飲。	manger-fleur-alcool/(Un homme) mange accompagné de prostituées.
230	花酒	酒色之事。俗稱妓女為「花」，故酒宴中有妓勸酒稱為「花酒」。	fleur-alcool/Des repas accompagné de prostituées.
231	串花家	逛酒家、妓院。	enfiler-fleur-maison/Visiter des bordels.
232	風鬟雨鬢	形容婦女頭髮蓬鬆散亂。	vent-chignon-pluie-cheveux des tempes/Cheveux désordonnés des femmes.
233	潮信	潮水。	marée-nouvelle (info)/La période de la menstruation.
234	浪樣兒	女人打扮妖豔，賣弄風情，挑逗誘惑異性的模樣。	vague-air/L'air d'une vague/une femme provoquante (sexuellement).
235	波霸	形容大胸脯的女子。	vague-dépasser/Les gros seins d'une femme.
236	汛	河流江海定期的漲水。婦女的月經。	rivière en crue/La période de la menstruation.
237	嬌波	形容女人嫵媚動人的眼神。	délicat-onde/Regard séduisant d'une femme.
238	女人心海底針	形容女性的心緒想法，令人難以捉摸了解。	femme-cœur-mer-fond-aiguille/La difficulté de comprendre le cœur d'une femme est comparé à l'impossibilité de trouver une aiguille au fond de la mer.
239	冰雪心	比喻婦女如冰雪般堅貞皎潔的品性。	glace-neige-cœur/Vertu d'une femme.
240	冰肌玉骨	形容美人的體膚潔白晶瑩。	glace-peau-jade-os/La peau et le corps d'une femme sont blancs et clairs.
241	秋波	形容女子的眼睛明亮清澈一如秋水。	automne-vague/Les yeux d'une femme sont brillants et clairs comme les vagues de l'automne.
242	眼如秋水	形容女子眼睛明亮美麗。	yeux-comme-automne-eau/Les yeux brillants et clairs d'une femme.

N°	Entrée	Définition	Traduction
243	盈盈秋水	形容女子眼淚盈眶的眼神。	rempli-rempli-automne-eau/Les yeux larmoyants d'une femme.
244	暗送秋波	秋波，比喻女子清澈明亮的眼睛。暗送秋波指暗中以眼神傳達情意。	secrètement-envoyer-automne-onde/Envoyer secrètement une ondulation de l'automne ; une femme exprime secrètement ses sentiments par son regard.
245	秋波送情	女子以清澈的雙眼，傳送情意。	automne-onde-envoyer-amour/Une femme exprime l'amour par son regard.
246	秋水伊人	伊人，那個人，多指女性。	automne-onde-la personne/Elle (se réfère à la femme qu'un homme aime).
247	秋水	比喻如湖水般清澈美麗的眼睛。	automne-eau/L'eau de lac en automne/les beaux yeux clairs d'une femme.
248	一寸秋波	美人的眼睛。	un-pouce-automne-onde/Les beaux yeux d'une belle femme.
249	秋娘	唐代歌妓常以「秋娘」為名，有名者如謝秋娘、杜秋娘等。因以秋娘泛稱歌妓。	automne-femme/Prénom commun des chanteuses de maison publique, utilisé comme une métonymie pour se référer aux chanteuses de maisons publiques.
250	霧鬢風鬟	形容婦女髮型的秀麗脫俗。	brouillard-cheveux des tempes-vent-chignon/Coiffure raffinée d'une femme.
251	霧鬢	形容女子鬢角髮型優雅。	brouillard-cheveux des tempes/ Jolis cheveux d'une femme au niveau des tempes.
252	釵雲	婦女光潤柔密的頭髮。	épingle à cheveux-nuage/Les beaux cheveux luxuriants d'une femme.
253	烏雲	比喻婦女又濃又黑的頭髮。	nuages noirs/Les cheveux noirs et luxuriants d'une femme.
254	春歸人老	形容女子青春消逝，容顏蒼老。	printemps-partir-personne-vieillir/La beauté d'une femme disparaît en vieillissant.
255	眉蹙春山	春山，比喻婦女的眉色。眉蹙春山形容女子皺眉而美的樣子。	sourcil-froncer-printemps-montagne/Les sourcils foncés d'une femme sont jolis comme les montagnes au printemps.
256	眉似春山	形容女子美好的眉毛。	sourcil-comme-printemps-montagne/Les sourcils d'une femme sont jolis comme les montagnes au printemps.
257	春山八字	形容女子姣美的眉毛。	printemps-montagne-huit-caractère (le caractère huit en chinois "八" ressemble à la forme des sourcils)/Les sourcils d'une femme sont jolis comme les montagnes au printemps.
258	遠山黛	形容女子秀麗的眉毛。	loin-montagne-sourcil/Les beaux sourcils d'une femme.
259	遠山眉	形容女子秀麗的眉毛。	loin-montagne-sourcil/Les beaux sourcils d'une femme.
260	林下風氣	人處清幽山林之下，舉手投足自然嫺雅脫俗。形容婦女舉止嫺雅，風韻脫俗。	forêt-dessous-vent-air/Le paysage calme et beau d'une forêt/une femme gracieuse et élégante.
261	買春	嫖妓的隱語。	acheter-printemps/(Un homme) visite des prostituées.
262	賣春	女子為了得到金錢或其他代價，與他人發生性行為做為代價，稱為「賣春」。	vendre-printemps/(Une femme) se prostitue.
263	坤儀	大地。母儀，婦女的表率。	terre-modèle/Le modèle de la Terre ; le modèle idéal des mères.
264	倩影	美麗的月影。比喻美女的身影。	lune-ombre/Belle ombre de lune/belle figure d'une femme.

N°	Entrée	Définition	Traduction
265	月眉星眼	眉如彎月，眼似明星。形容女子容貌美麗。	lune-sourcil-étoile-yeux/Les sourcils sont courbés comme la lune, les yeux sont clairs comme des étoiles ; belle, une belle femme.
266	皓齒星眸	形容女子容貌美麗。亦借指美女。	blanc-dent-étoile-yeux/Belle, une belle femme.
267	星眸皓齒	形容女人容貌的明麗。亦指美人。	étoile-yeux-blanc-dent/Belle, une belle femme.
268	媚如秋月	美好可愛有如秋天的月亮。	belle-comme-automne-lune/Belle comme la lune d'automne.
269	風月窩	妓院。	vent-lune-nid/Un bordel.
270	香銷玉沉	香、玉，比喻女子。香銷玉沉比喻女子死亡。	fragrance-perdre-jade-tomber/Une femme est décédée.
271	香肌玉體	形容年輕女子肌體柔嫩、溫香。亦指美麗的女人。	fragrance-peau-jade-corps/Le corps d'une femme est doux, tendre, et fragrant ; une belle femme.
272	香潤玉溫	形容年輕女子肌體的柔嫩、溫香。亦指美麗的女人。	fragrance-moelleux-jade-doux/Le corps d'une femme est doux, tendre, et fragrant ; une belle femme.
273	香溫玉軟	形容年輕女子肌體的柔嫩、溫香。亦指美麗的女人。	fragrance-doux-jade-moelleux/Le corps d'une femme est doux, tendre, et fragrant ; une belle femme.
274	香消玉碎	比喻女子死亡。	fragrance-perdre-jade-casser/Une femme est décédée.
275	香消玉損	比喻女子死亡。	fragrance-perdre-jade-casser/Une femme est décédée.
276	香嬌玉嫩	形容年輕女子肌體的柔嫩、溫香。亦指美麗的女人。	fragrance-délicat et beau-jade-tendre/Le corps d'une femme est doux, tendre, et fragrant ; une belle femme.
277	軟香溫玉	形容女子芳香柔軟的肌體。	tendre-fragrance-doux-jade/Le corps d'une femme est doux, tendre, et fragrant ; une belle femme.
278	軟玉溫香	形容女子芳香柔軟的肌體。	tendre-jade-doux-fragrance/Le corps d'une femme est doux, tendre, et fragrant ; une belle femme.
279	軟玉嬌香	形容女子芳香柔軟的肌體。	tendre-jade-délicat et beau-fragrance/Le corps d'une femme est doux, tendre, et fragrant ; une belle femme.
280	小家碧玉	年輕貌美的婢妾或平常人家的女兒。	petit-famille-jaspe/Une servante jeune et jolie ou une jeune fille de famille modeste.
281	纖纖玉手	形容女子柔細美麗的手。	fin-fin-jade-main/Des mains fines, longues et belles d'une femme.
282	玉趾	如白玉般的腳。	jade-orteil/Des orteil blancs comme le jade ; les orteils d'une femme.
283	紈綺	細絹、細綾。代指婦女。	soie blanche et fine-tissus de soie/Des femmes.
284	瘞玉埋香	比喻美女亡歿。	enterrer-jade-enterrer-fragrance/Une belle femme est décédée.
285	環佩	圓形玉佩。比喻美女。亦作「環珮」。	rond-jade/Une belle femme.

N°	Entrée	Définition	Traduction
286	珠輝玉麗	如珠玉般晶瑩亮麗。形容女子肌膚潔白，富有光澤。	perle-brillant-jade-beau/La peau d'une fille est blanche et claire comme des perles et du jade.
287	珠沉璧碎	比喻女子殞亡。	perle-tomber au fond des eaux-jade-casser/Une femme est décédée.
288	珠沉玉碎	比喻女子殞亡。	perle-tomber au fond des eaux-jade-casser/Une femme est décédée.
289	珠沉玉沒	比喻女子殞亡。	perle-tomber au fond des eaux-jade-tomber au fond des eaux/Une femme est décédée.
290	珠圍翠繞	形容隨侍的美人眾多。	perle-entourer-jade-tourner/Avoir des belles femmes autour de soi.
291	珊珊	佩玉相擊聲。形容女子緩步慢移的姿態。	cliquetis des jades/Geste élégant et lent de la démarche d'une femme.
292	玉顏	形容女子佼好的容貌，亦比喻美女。	jade-visage/Belle, une belle femme.
293	玉軟香溫	形容女子芳香柔軟的肌膚與身軀。	jade-tendre-fragrance-doux/Le corps d'une femme est doux, tendre, et fragrant ; une belle femme.
294	玉筍	形容女子潔白纖細的手腳。	jade-pousses de bambou/Les quatre membres blancs et doux d'une fille.
295	玉立亭亭	形容女子身材姣好，婀娜多姿。	jade-debout-se dresser haut/Dresser comme une statue de jade ; une jeune fille élancée et gracieuse.
296	玉立	形容女子姿態秀美。	jade-debout/Dresser comme une statue de jade ; une jeune fille élancée et gracieuse.
297	玉步	形容美人走路的樣子。	jade-pas/Manière de se mouvoir d'une fille.
298	玉碎香消	比喻女子殞亡。	jade-casser-fragrance-perdre/Une femme est décédée.
299	玉碎香殘	比喻女子殞亡。	jade-casser-fragrance-casser/Une femme est décédée.
300	玉碎珠沉	比喻女子死亡。	jade-casser-perle-tomber au fond des eaux/Une femme est décédée.
301	玉柔	形容女子柔嫩白皙的手。	jade-doux/Mains blanches et douces d'une fille.
302	燕玉	原指燕趙婦女如玉之美。後泛稱美女。	Yan(une région)-jade/Une belle femme.
303	火辣辣	形容女子身材惹火。	feu-piquant-piquant/Une femme est sexy.
304	溫香軟玉	形容女子芳香柔軟的身體、肌膚。	doux-fragrance-tendre-jade/Le corps d'une femme est doux, tendre, et fragrant ; une belle femme.
305	溫香豔玉	形容女子芳香柔軟的身體、肌膚。	doux-fragrance-brillant-jade/Le corps d'une femme est doux, tendre, et fragrant ; une belle femme.
306	流波	流水。比喻女子清澈明亮的眼光。	courant-onde/L'eau courant ; les yeux clairs et brillants d'une femme.
307	流水腰	形容女子細瘦柔美的身材。	couler-eau-taille/La taille d'eau courant ; une femme aux formes sveltes et élégantes.
308	水噹噹	閩南方言。形容女子漂亮、美麗。	eau-onomatopée/Belle.
309	惜香憐玉	香、玉，比喻女子。惜香憐玉比喻愛憐、善待女性。	chérir-fragrance-aimer tendrement-jade/(Un homme) aime tendrement une jolie fille.

N°	Entrée	Définition	Traduction
310	惜玉憐香	香、玉，比喻女子。惜香憐玉比喻愛憐、善待女性。	aimer tendrement-jade-chérir-fragrance/(Un homme) aime tendrement une jolie fille.
311	嫁出去的女兒，潑出去的水	比喻女子出嫁後，不再與娘家有任何關係，一切好壞都歸屬於夫家。	marier-sortir-Part.-fille spolier-sortir-Part.-eau/La fille mariée est comme de l'eau jetée (au sol) qu'on ne peut plus le récupérer.
312	凌波	上下起伏的波瀾。形容女性步履飄逸輕盈的樣子。	des vagues ondulées/Démarche légère et élégante d'une femme.
313	仙姿玉色	形容女子容貌美麗，光潤如玉，有如神仙。	céleste-figure-jade-couleur/Belle comme une fée ; belle femme.
314	掌上之珠	捧在手上的一顆珍貴珠子。比喻極受寵愛珍視的人，通常指愛女。	paume-sur-Part.-perle/Une perle tenue dans les deux mains ; une fille bien aimée, particulièrement une fille (des parents).
315	掌上明珠	捧在手上的一顆珍貴珠子。比喻極受寵愛珍視的人，通常指愛女。	paume-sur-claire-perle/Une perle tenue dans les deux mains ; une fille bien aimée, particulièrement une fille (des parents).
316	掌珠	捧在手上的一顆珍貴珠子。比喻極受寵愛珍視的人，通常指愛女。	paume-perle/Une perle tenue dans les deux mains ; une fille bien aimée, particulièrement une fille (des parents).
317	人老珠黃	比喻婦女年老色衰，如同珍珠年久變黃而失去價值。亦泛指人老了不中用。	personne-vieil-perle-jaune/Une femme vieillissante est comme une perle jaunie qui perd de sa valeur.
318	雙鉤	舊稱纏足婦女的腳。	deux-crochet/Les petits pieds bandés des femmes.
319	雌貨	女人。含有鄙視、憎惡的意味。	femelle-marchandise/Des femmes (terme injurieux).
320	兩腳貨	古時人口販子將婦女、小孩視為買賣的物件，故稱人為「兩腳貨」。	deux-pied-marchandise/Des femmes ou des enfants (à acheter ou à vendre).
321	辣貨	譏稱潑辣的女人。	épicé-marchandise/Une mégère.
322	金釵	古代婦女的首飾，以金製成，狀似簪，尾端分叉為二股，可用來固定髮型。代指侍妾。	or-épingle à cheveux/Épingle à cheveux en or ; métonymie pour se référer aux femmes.
323	裙釵	裙子和頭釵，皆為婦女的服飾。故用為婦女的代稱。	jupe-épingle à cheveux/Métonymie pour se référer aux femmes.
324	石榴裙	大紅裙，藉喻女子。	grenadier-jupe/Une jupe rouge ; une femme.
325	巾幘	古代婦女用以覆髮的頭巾和髮飾。後用巾幘代稱女子。	fichu des femmes/Les femmes.
326	巾幘鬚眉	巾幘，指女子。鬚眉，指男子。巾幘鬚眉指有男子氣概的女子。	fichu des femmes-barbe-sourcil (barbe et sourcils, métonymie pour se référer aux hommes)/Garçon manqué.
327	脂粉	婦女化妝用的胭脂與粉。代指婦女。	rouge à joues/Une femme.

N°	Entrée	Définition	Traduction
328	羅綺	羅與綺，皆絲織品，常為婦女所服。羅綺比喻女子。	soie (portée par des femmes)/Les femmes.
329	杼軸	舊時男耕女織，因以杼軸代稱妻子或婦女。	deux parties d'un métier à tisser à l'ancienne qui contrôlent la chaîne et la trame (tisser était considéré comme le travail des femmes)/Les femmes.
330	紅粉青蛾	比喻美女。	rouge-fard-vert-sourcil/Une belle femme.
331	紅粉青樓	紅粉，比喻女子。青樓，指妓院。紅粉青樓指女色歡樂的處所。	rouge-fard-vert-bâtiment /Poudre rouge se réfèrent aux femmes ; bâtiment vert se réfère aux bordels.
332	紅粉	女子妝飾時所用的胭脂、鉛粉。比喻女子。	rouge-fard/Des femmes.
333	粉黛	粉，脂粉。黛，婦女用以畫眉的青黑色顏料。粉黛比喻美女。	fard-pigment vert foncé pour dessiner des sourcils/Une belle femme.
334	胭脂虎	比喻凶悍的婦女。	fard-tigre/Une tigresse au fard ; une mégère.
335	十二金釵	金釵，古代婦女的髮飾，借指貴婦。十二金釵比喻眾多的姬妾。	douze-or-épingles à cheveux/Plusieurs concubines.
336	粉面油頭	容女子的化妝。借指女子。	fard-visage-graisse-cheveux/Maquillage des femmes ; des femmes.
337	粉白黛黑	以粉敷面助其白，以黛畫眉增其黑，為婦女化妝之所需。比喻美人。	fard-blanc-sourcil-noir/maquillage des femmes ; une belle femme.
338	窄弓弓	形容女子弓彎的足形或女子玲瓏嬌巧的小腳。	étroit-arc-arc/Les petits pieds bandés des femmes (la forme des pieds bandés est comparée à un arc).
339	半弓	半弓指纏足婦女的小腳。	moitié-arc/Les petits pieds bandés des femmes.
340	弓足	舊時婦女纏足的小腳。因纏過足的腳形狀像弓，故稱為「弓足」。	arc-pied/Les petits pieds bandés des femmes.
341	蓮鈎	形容女子纏足後細瘦而彎曲的小腳。	lotus-crochet/Les petits pieds courbés d'une femme.
342	弓鞋	本指彎底的鞋子。後用來泛指纏足婦女所穿的小腳鞋子。	arc-chaussure/Les petites chaussures adoptées pour les pieds courbés des femmes.
343	秋風團扇	比喻女子色衰失寵，遭受冷落。	automne-vent-éventail-abandonner-rencontre/Un éventail en automne n'est plus utile et donc abandonné ; des femmes qui ont perdu l'attention des hommes.
344	秋扇見捐	涼爽的秋天一到，扇子就被棄置不用。比喻女子失寵而遭受冷落。	automne-éventail-rencontre-abandonner/Un éventail en automne n'est plus utile et donc abandonné ; des femmes qui ont perdu l'attention des hommes.
345	破鞋	壞了的鞋子。俗指私娼或亂搞不正當男女關係的女人。	casser-chaussure/Chaussures très usées ; des prostituées, des femmes faciles.
346	搞破鞋	破鞋比喻不正經的女人。搞破鞋指和不正經的女人來往。	faire-casser-chaussure/(Un homme) qui fréquente des prostituées ou des femmes faciles.

N°	Entrée	Définition	Traduction
347	古井無波	古井中的水枯竭，不生波浪。後比喻寡欲不動情，多指婦女守貞節。	ancien-puits-sans-onde/Un puits sans onde ; une veuve garde sa chasteté pour son mari.
348	淘古井	俗稱男子娶寡婦、妓女等已婚或身世不清白卻富有的女子。	creuser-ancien-puits/Creuser un puits ancien ; Un homme qui épouse une veuve riche.
349	花瓶	譏稱妝扮漂亮而不具真正能力，也不做實際工作的女人。	fleur-bouteille/Un vase ; une belle femme idiote.
350	航空母艦	形容女人身軀龐大。	vaisseau porte-aéronefs/Un porte-avion, une femme grosse.
351	魔鬼身材	形容女子身材曲線玲瓏，體態勻稱，具魔鬼般魅力，使人神魂顛倒。	diable-figure/Une femme très attirante et sexy.
352	鬼母	鬼的母親。稱呼陰醜無比的女人。	fantôme-mère/La mère de fantôme ; une femme extrêmement laide.
353	老妖精	打扮得妖里妖氣的老女人。	vieux-génie, monstre/Une vieille femme outrageusement fardée.
354	生菩薩	活菩薩。比喻容貌端莊的婦女。唐·孟棻〈本事詩·嘲戲〉：「少妙之時，視之如生菩薩。」	vivant-Bouddha/Une femme majestueuse.
355	天仙	比喻美女。	déesse légendaire/Une beauté.
356	夏娃	泛指女人。	Eve (Bible)/Des femmes.
357	黛眉	女子以黛色畫眉。亦用以比喻美女。	pigment vert foncé-sourcil/Une belle femme.
358	黛	青黑色的顏料，古時女子用以畫眉。美女。	pigment vert foncé/Une belle femme.
359	翠黛	黛色深青，古人用來畫眉，故稱眉為「翠黛」。比喻美女。	pigment vert foncé/Une belle femme.
360	翠消紅減	形容女子姿色減退，美貌不再。	pigment vert foncé-perdre-rouge-éteindre/La jeunesse et la beauté d'une femme ont disparu en vieillissant.
361	翠	古代婦女用來畫眉的深青色顏料。比喻美女、妓女。	pigment vert foncé/Une belle femme.
362	粉色	比喻女子的容顏。	la couleur rose/Visage d'une femme.
363	朱閣	紅色的樓閣。一般指婦女的閨閣。	rouge-pavillon/Chambre d'une fille.
364	衣香鬢影	衣上的香氣，鬢邊的髮絲。本為借指婦女。後為形容婦女儀態之辭。	vêtement-fragrance-cheveux des tempes-ombre/La fragrance des vêtements et les cheveux des tempes d'une femme ; une femme, la figure d'une femme.
365	娥眉	形容女子眉毛的美好。美女。	joli-sourcil/Des beaux sourcils ; une belle femme.
366	黑甜	形容女子膚色黑亮俏麗。	noir-sucré/La peau d'une fille est bien teintée.

N°	Entrée	Définition	Traduction
367	頑涎	貪戀異性的饑涎。多形容男人追求女人的急切情狀。	avide-salive/Un homme désire impatientement une femme.
368	秀色可餐	形容女子的姿色非常秀美。	joli-apparence-pouvoir-manger/Avoir l'air appétissant ; Une femme est très désirable.
369	女人味	形容女性的魅力、吸引力。	femme-goût/charme féminin.
370	找野食	做超出常軌的事情。通常指已婚男子在外拈花惹草。	chercher-sauvage-nourriture/Chercher du gibier ; avoir des rapports sexuels hors mariage.
371	野食兒	已婚男子在外的情人。如：「打野食兒」。	gibier/Maitresse d'un homme.
372	老豆腐	戲稱年紀大的婦女。	vieil-tofu/La peau d'une vieille femme.
373	糖人兒	比喻女子甜美的樣子。	bonbon-personne/Une personne sucrée ; une fille agréable.
374	甜美	形容女子秀美悅人。	sucré-beau/Belle.
375	櫻脣	比喻女子的嘴脣如櫻桃般小巧紅潤。	cerise-lèvre/La petite bouche rouge (d'une femme).
376	櫻桃小口	形容女子的嘴脣小巧而紅潤，如同櫻桃一般。	cerise-petit-bouche/La petite bouche rouge (d'une femme).
377	櫻桃	形容女子的嘴脣嬌小紅潤，如同櫻桃一般。	cerise/La petite bouche rouge (d'une femme).
378	羊肉落在狗口裡	比喻女子錯嫁不相稱的丈夫。	viande de mouton-tomber-chien-bouche-dedans/Un morceau de la viande de mouton est tombé dans la bouche d'un chien ; une femme jolie est mariée à un homme disgracieux.
379	叮叮噹噹的婆娘	比喻堅定、貞潔的女子。	onomatopée-onomatopée (cliquetis des métaux)-Pat.-femmes/Une femme ferme et chaste.
380	瓜子臉	面龐微長而窄，上圓而尖。多用以形容女子臉形之美。	melon-graine-visage/Le beau visage ovale (d'une) femme.
381	鵝蛋臉兒	上圓下尖的臉型。	oie-œuf-visage/Le beau visage ovale (d'une) femme.
382	朱脣榴齒	嘴脣紅潤，牙齒像石榴子那樣整齊。形容女子容貌美麗。	rouge-lèvre-grenade-dent/Avoir des lèvres rouges et des dents bien rangées ; une belle femme.
383	粉白黛綠	以粉敷面助其白，以黛畫眉增其黑。比喻美人。	fard-blanc-sourcil-vert/Maquillage des femmes ; une belle femme.
384	拜倒石榴裙下	石榴裙，大紅裙，藉喻女子。「拜倒石榴裙下」比喻男子對女子的傾心迷戀。	mettre le genou à terre devant-grenadier-jupe-sous/Mettre le genou à terre devant une jupe rouge ; (Un homme) a le béguin pour une femme.
385	破瓜	女子初次與人性交。	casser-cucurbitacées/Une fille a perdu sa virginité.
386	玉天仙	天上仙女。比喻清新美豔的女子。	jade-ciel-fée/une fée ; Une belle femme.

N°	Entrée	Définition	Traduction
387	九天仙女	天上仙女。比喻絕色美女。	neuf-ciel-fée/une fée ; Une belle femme.
388	虎背熊腰	背寬厚如虎，腰粗壯似熊。形容人的體型魁偉。	tigre-dos-ours-taille/Le dos du tigre, la taille de l'ours ; Un homme fort et costaud.
389	虎體狼腰	形容人雄壯威猛，氣概軒昂的樣子。	tigre-dos-ours-taille/Le dos du titre, la taille du loup ; Un homme fort et costaud.
390	熊腰虎背	腰粗壯如熊，背寬厚似虎。形容人的體形魁偉。	ours-taille-tigre-dos-/La taille de l'ours, le dos du tigre ; Un homme fort et costaud.
391	彪腹狼腰	形容體格如虎狼般結實壯碩。	tigre-ventre-loup-taille/Le ventre du titre, la taille du loup ; Un homme fort et costaud.
392	虎體熊腰	背寬厚如虎，腰粗狀似熊。形容人的體型魁偉。	tigre-corps-ours-taille/Le corps du tigre, la taille de l'ours ; Un homme fort et costaud.
393	豹頭猿臂	形容人相貌凶猛，體態健碩。	léopard-tête-gorille-bras/Un homme fort et costaud.
394	彪軀虎體	形容人體格魁梧、強健有力。	tigre-corps-tigre-corps/Le corps du tigre ; Un homme fort et costaud.
395	虎體猿臂	形容人身體強壯，威風凜凜。	tigre-corps-gorille-bras/Le corps du titre, le bras du gorille/Un homme fort et costaud.
396	虎頭食肉	形容人相貌堂堂，為富貴之相。	tigre-tête-manger-viande/(Un homme) avoir l'air riche et noble.
397	豹頭環眼	形容人相貌凶猛，異於常人。	léopard-tête-entourer-yeux/(Un homme) avoir l'air féroce.
398	燕頷虎頭	形容人容貌生得威儀、有富貴之相。	hirondelle-menton-tigre-tête/Le menton de la hirondelle, la tête du tigre ; (un homme) avoir l'air riche et noble.
399	燕頷虎頸	形容人容貌生得威儀，為富貴之相。	hirondelle-menton-tigre-cou/Le menton de la hirondelle, le cou du tigre ; (un homme) avoir l'air riche et noble.
400	燕頷虎鬚	形容人容貌生得威儀，有富貴之相。	hirondelle-menton-tigre-moustache/Le menton de la hirondelle, la moustache du tigre ; (un homme) avoir l'air riche et noble.
401	色狼	比喻垂涎女色的男人。	pervers-loup/un pervers.
402	遊蜂戲蝶	比喻戲弄追逐婦女的男子。	visiter-abeille-jouer-papillon/Homme qui cherche par ses attentions cérémonieuses à s'acquérir les faveurs d'une femme, pour faire sa conquête.

N°	Entrée	Définition	Traduction
403	遊蜂浪蝶	遊蜂，蜜蜂群中的雄蜂。遊蜂浪蝶比喻戲弄追逐婦女的男子。	visiter-abeille-galant-papillon/Homme qui cherche par ses attentions cérémonieuses à s'acquérir les faveurs d'une femme, pour faire sa conquête.
404	浪蝶狂蜂	比喻輕浮放蕩的男子。	galant-papillon-sauvage-abeille/Papillon galant, abeille sauvage/Un homme galant.
405	狂蜂浪蝶	比喻輕浮放蕩的男子。	sauvage-abeille-galant-papillon/Abeille sauvage, papillon galant/Un homme galant.
406	浪蝶游蜂	比喻輕浮放蕩的男子。	galant-papillon-libre-abeille-/Papillon galant, abeille libre ; Un homme galant.
407	龍眉鳳目	形容人英挺、氣宇非凡。	dragon-sourcil-phénix/Un bel homme ayant allure extraordinaire.
408	兔兒爺	男妓，供人玩弄的男子。	lapin-monsieur/Gigolo.
409	牛郎	指從事色情陪酒的男子。	vache-monsieur/Gigolo.
410	龜	罵人的話。比喻開設妓院的男子，及妻子不貞的人為「龜」	tortue/Cocu, un proxénète, un lâche.
411	龜兒子	罵人的話。一般稱開設妓院的男子或放縱妻女行淫的人為「龜兒子」。	tortue-fils/Fils de tortue/cocu, un proxénète, un lâche.
412	虎子	強健的男子。	tigre-personne/Un homme fort.
413	青龍	俗稱沒有陰毛的男子為「青龍」。	vert-dragon/un homme sans poil pubien.
414	鬚眉	比喻成年男子。	moustache-sourcil/Des hommes.
415	萬綠叢中紅一點綠	本形容綠叢中偶見一紅花。後指眾多男子中僅見一女子。	dix mille-vert(herbe)-massif-parmi-un-point-rouge/Dans un massif d'herbes, il y a une fleur ; une femme est parmi beaucoup d'hommes.
416	潘貌	晉代潘岳以美貌著稱，故後世以此指男子的容貌俊俏。	le prénom d'un bel homme-allure/Un bel homme.
417	潘郎	晉代潘岳以美貌著稱，故後世以此指男子的容貌俊俏。	le prénom d'un bel homme-homme/Un bel homme.
418	潘安再世	潘安，古代著名的美男子。潘安再世比喻男子非常英俊。	le prénom d'un bel homme-réincarner/Un bel homme.

N°	Entrée	Définition	Traduction
419	潘安容儀	稱譽男子容貌俊俏。	le prénom d'un bel homme-allure/Un bel homme.
420	潘岳貌美	晉代潘岳姿容俊美，每行路中，婦女皆連手縈繞。後遂以此稱譽男子貌美。	le prénom d'un bel homme-apparance-beau/Un bel homme.
421	傅粉何郎	三國時何晏臉色白淨，魏明帝以為他抹粉。後用以稱美男子。	appliquer-fard-qui-homme/Un bel homme (tellement beau qu'on croit qu'il est maquillé).
422	傅粉郎	美男子。	appliquer-fard-homme/Un bel homme (tellement beau qu'on croit qu'il est maquillé).
423	祿山之爪	祿山指唐代安祿山，相傳與楊貴妃私通，曾抓傷貴妃的乳房。後借指偷襲女子胸部的男子之手。	Lushan-Part.-patte/Lushan, un général de la dynastie Tang qui a égratigné les seins de Yang Guifei, la concubine favorite de l'empereur Xuanzong des Tang/un patte de Lushan se réfère à la main d'un homme qui a touché des seins des femmes.
424	娘娘腔	形容男子言談舉止陰柔如女子。此語具有性別刻板印象意涵。	féminin-féminin-ton/Un homme efféminé (terme injurieux).
425	脂粉氣	婦女脂粉芬芳之氣。形容女性美豔嬌柔的氣質。譏稱男子有女性的氣質。	fard-air/féminin ; Un homme efféminé.
426	老婆漢	像女人一般多話的男人。	femme-homme/Un homme qui bavarde comme une femme.
427	瓊林玉樹	形容人的身材相貌修長姣好，氣度資質俱佳。	jade-forêt-jade-arbre/Un bel homme avec une figure fine et gracieux.
428	玉樹臨風	形容人年少才貌出眾。	jade-arbre-près de-vent/Un bel jeune homme.
429	花花公子	衣著華麗，不務正業，只會吃喝玩樂的青年男子。	fleur-fleur-garçon/Un homme galant, un jeune dandy.
430	美如冠玉	貌美如冠上所飾的玉。後比喻男子貌美。	beau-comme-chapeau-jade/Le visage d'un homme est joli ; une bel homme.
431	面如冠玉	貌美如冠上所飾的玉。後比喻男子貌美。	visage-comme-chapeau-jade/Le visage d'un homme est joli ; une bel homme.
432	玉樹	比喻少年的材質或面貌美好。	jade-arbre/Beau, un bel homme.

Annexe 3. Données du questionnaire en français

La colonne N° (numéro) répertorie chaque locuteur ou locutrice selon leur sexe et leur âge. Comme il a été demandé à chaque personne de donner trois métaphores décrivant les femmes et trois métaphores décrivant les hommes, chaque participant se voit donc attribué trois lignes pour ces réponses.

N° 1-30 : femmes de 20-29 ans, N° 31-60 : hommes de 20-29 ans, N° 61-90 : femmes de 30-39 ans ; N° 91-120 : hommes de 30-39 ans

N°121-150 : femmes de 40-49 ans, N° 151-180 : hommes de 40-49 ans, N° 181-210 : femmes de 50-59 ans, N° 211-240 : hommes de 50-59 ans

Nous présentons ci-dessous les données brutes sans aucune modification de notre part. Les diverses fautes de frappe, orthographe, grammaire, casse, etc. sont donc du fait des répondants.

Les lignes grisées indiquent l'absence de réponse de l'interviewé.

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
1	poupée	1. Dans les médias, dans les pubs, on tente de faire passer les femmes pour les plus belles et les plus désirables possibles.	couteau	1. Ils peuvent être protecteurs et tranchants à la fois.
1	objet	2. Pour les mêmes raisons que le 1er mot. Encore plus fréquent dans les clips.	oreiller	2. Fainéants mais confortables.
1	mère	3. On associe également les femmes à la grossesse. Les jeunes sont de plus en plus tôt enceintes.	alcool	3. Autant parfois ils sont enivrants, et parfois ils sont saoulants.
2	des pies	parce qu'elles parlent beaucoup.	des ours	parce qu'ils sont poilus.
2	des peluches	parce qu'elles sont douces.	des lions	parce qu'ils veulent être les leaders.
2	de l'or	parce qu'elles sont essentielles aux hommes.	des boussoles	parce qu'ils aiment savoir où ils vont.
3	des rochers	parce que quoi qu'il arrive elles sont toujours là.	des rochers	parce qu'ils sont une force brute.
3	des ordinateurs	parce qu'elles traitent des millions d'informations par jours.	les ordinateurs	parce qu'ils ont une logique pragmatique.
3	la porcelaine	parce que malgré tout elles sont fragiles.	des photos	parce qu'ils renvoient une image qui n'est pas toujours le reflet de leur humeur.
4	les arbres	parce que elles ont des saisons, aussi bien physique que mentale tout le long de leur vie.	du papier blanc	parce qu'ils sont vierge avant d'écrire leur propre histoire
4	la flamme olympique	parce qu'elles font feu de tout bois.	des avions	parce qu'ils vont et viennent, et ne reviennent pas toujours à leur premier port de départ.
4	la force	parce qu'elles affrontent tout, courageusement, à la hauteur de leurs moyens.	la neige	parce qu'ils virevoltent dans le ciel avant de se poser et de fondre.
5	des boules de complexes	parce que leur corps n'est pas neutre (ou du moins vu comme tel).	des poulpes	car ils ne se justifient pas.
5	complexées	complexées , parce que la société le favorise.	pas évident à comprendre	parce qu'ils ne montrent pas beaucoup ce qu'il ressentent.

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
5	ne sont pas toujours belles	parce qu'elle ne sont pas que des corps.	potentiellement dangereux	car ils peuvent frapper fort.
6	des fleurs	parce qu'ils y a des milliards de variétés et de nuances, et que les fleurs dégagent des odeurs particulières, tantôt sensuelle tantôt discrète.	des piliers	solides et droits
6	des livres	ouverts ou mystérieux, intelligents, éducatifs	des gants	enveloppants et protecteurs
6	des berceaux	enveloppants, doux, protecteurs et rassurants	des chaises	on peut se reposer sur eux, trouver un appui
7	une force discrete et essentielle:	derriere l'epanouissement de chaque homme se cache une femme de poigne	un rubicube	j'aurais beau essayer de les comprendre, de les tourner dans tous les sens je ne comprendrai jamais leur logique...bon courage a nous les femmes.
7	des fleurs	qui se nourrit de la vie pour grandir, de l'eau. Quand elle aura trouver son fleuriste, elle sera gorgée d'amour et vivra encore plus longtemps.	des poissons rouges:	une memoire et attention a toute epreuve...mais ce sont de bons compagnons et on peut en.changer facilement
7	les femmes sont des femmes	on aura les comparer a plein de choses. Pas besoin de les comparer car au fond elles sont toutes uniques...	des super heros	enfin c'est ce que nous femmes laissons penser...
8	l'océan	parce qu'elles sont fortes et qu'elles portent le monde	arbres	parce qu'ils sont bien enracinés au sol
8	des fleurs	parce qu'elles sont douces et voluptueuses	les chiens	parce que tout les excitent
8	la roche	parce qu'elles sont incassables	oreiller	parce qu'ils sont confortables
9	des images	parce que la société leur impose de correspondre à des codes	des lunettes de soleil	parce qu' ils voient tout mais permettent de se cacher
9	les hommes	parce que ce sont des êtres humains	les femmes	parce que ce sont des humains
9	des lutteurs	parce qu'elles doivent se battre pour être considéré à leur juste valeur	des bijoux	parce que leur valeurs et leur beauté sont abstraites
10	des diamants	parce qu'elles peuvent être brillante et fortes.	des enfants	parce qu'ils sont fragiles mais veulent paraître fort.
10	le soleil	parce qu'elles peuvent être chaude mais dangereuse.	les femmes	parce qu'ils peuvent faire les mêmes choses qu'elles.
10	les hommes	parce qu' elles ont autant de capacité.	les cigarettes	parce qu'ils se consomment au fil du temps.
11	des calculatrices	car elles calculent et anticipent leurs actes interprètent davantage le comportement de leur entourage	des piliers	car ils osent plus facilement soutenir et supporter de grands projets et de grandes organisations. Ils plus mégalomanes que les femmes.
11	des diamants	car elles sont plus soignées, accordent plus d'importance au détail et aiment briller. Elles font plus attention à l'apparence.	une voiture	des voitures de course car ils sont impatientes et aiment aller droit au but. Ils sont plus pragmatiques.
11	des miroirs	car elles réfléchissent avant de prendre une décision	des brouillons	car ils sont souvent initiateurs de projets mais prêtent moins d'attention aux détails. Ils sont moins soignés que les femmes.

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
12	un fondant au chocolat	parce que leur coeur est tendre	hulk	parce q'ils sont costauds
12	les alarmes incendies	parce qu'elles réveillent	des enfants	parce qu'il faut les aider
12	un tv	parce que pleins de sujets sont abordés	les femmes	parce qu'on est tous humain
13	la terre	fortes et qui se créent des carapaces et dessous elles recèlent de trésors	des animaux	parce que bien souvent ils répondent à leur instinct sans réfléchir.
13	des fleurs	belles, elles sentent bons, sont différentes et fragiles	arbres	parce qu'ils sont protecteurs
13	un phare	parce que bien souvent elles restent debout dans la tempête, sont prêtes à tout affronter pour leur famille, et restent le pilier auprès duquel tout le monde se retrouve	des orages	parce qu'ils éclatent sans prévenir, sans se contrôler et font parfois beaucoup de dégâts..
14	des guerrières	car elles se doivent souvent se battre pour faire valoir leurs droits	arbres	car ils sont solides et protègent en cas de tempête.
14	des chats	parce qu'elles sont assez mystérieuses et très observatrices	cannes	Ils aiment supporter leur famille et endosser des responsabilités
14	des caméléons	Elles s'adaptent à toutes les situations, dans leur vie professionnelle et personnelle.	des paons	car ils aiment être fiers
15	des bibliothèques		des murailles	forts et rassurants
15	la terre	belles et pleines de ressources	des couteaux suisses	quand ils cherchent ils savent presque tout faire.
15				
16	des cocons	parce qu'elles portent l'enfant	des guerriers	parce qu'on attend d'eux qu'ils le soient
16	des suffragettes	parce qu'elles portent le poids de l'histoire	des êtres responsables et dévoués	parce qu'ils ont appris d'eux même à l'être
16	des bijoux	parce qu'elles doivent être jolies, admirées et portées elles-mêmes	du cristal	parce qu'au fond d'eux, ils sont fragiles et doivent être protégés
17	un cocon	parce qu'elles sont douces	poules	parce qu'ils montrent leur force
17	des laies	parce qu'elles sont prêtes à tout pour protéger leurs enfants	des cochons	parce qu'ils mangent tout et n'importe quoi
17	des pies	parce qu'elles sont bavardes	des diamants	parce qu'ils sont bruts à l'extérieur et doux à l'intérieur
18	des fleurs	parce qu'elles s'épanouissent puis fanent.	des coqs	parce qu'ils aiment parader au milieu des femmes.
18	des chats	parce qu'elles veulent des câlins puis s'énervent.	des bébés	parce qu'ils mangent et dorment c'est tout.
18			des nuages	parce qu'ils peuvent être très calme mais aussi avoir un tempérament coléreux

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
19	mère	cet instinct, qui naît à l'arrivée d'un enfant et qu'il faut apprivoiser! On ne naît pas mères, on le devient	des sauvages	ils ne vivent que pour eux
19	des perles	elles sont uniques donnent de l' amour et font rêver	du bois	ils sont durs
19	le coeur	elles donnent de l' amour	des nuages	ils planent
20	des étoiles	elles font rêver	je ne sais pas	je ne sais pas
20	patate	se ressourcent dans la terre	table	lourd, central
20	des fleurs	besoin d'être à la lumière	plantes	besoin de boire et d'attention
21	les hommes	mais en mieux	sac à dos	qui s'accroche et à ne pas oublier
21	la douceur	elles sont souvent des mamans	l'autorité	ils en imposent par leur stature
21	des travailleuses de force	elles font plusieurs journées dans une	les femmes	ils sont aussi sensibles
22	la tempérance	elles apaisent les choses dans les sources de conflit	des références	dans les foyers souvent ils sont les chefs de famille
22	des guerrières	les femmes se battent encore pour avoir le choix et l'égalité entre les sexes	des enfants	qu'ils attendent souvent qu'on prenne soin d'eux
22	des soignantes	elles prennent soin de leur famille et de leur entourage quoi qu'il arrive	des sourds	qu'ils n'écoutent qu'eux-mêmes
23	des jongleuses	quoi qu'il arrive et elles doivent concilier vie professionnelle avec vie familiale parfois seules.	des paresseux	qu'ils rechignent à exécuter des tâches
23	des fleurs	elles sont coquettes et jolies	un masque	ils n'aiment pas montrer leurs faiblesses
23	des roseaux	elles sont fragiles et à la fois fortes	des lions	ils se veulent forts et veulent protéger ceux qu'ils aiment
24	des chats	elles sont indépendantes, mais qu'elles ont quand même besoin d'affection	un caillou ?	ils aiment la simplicité et n'aiment pas se prendre la tête
24	des lionnes	qu'elle s'occupent de leur progénitures	pot de fleur	qu'ils ne servent quasiment qu'à la décoration
24	guerrière	qu'elles n'abandonnent jamais quand elles veulent quelque chose	macho	pour eux les femmes ne peuvent pas être leur égal
25	des roses	jolie et sensible à la fois	le vent	vont et reviennent
25	l'amour	on aime, on chérie notre compagnon, nos enfants	des matchos	qu'ils aiment se la raconter
25	des fleurs	on aime sentir bon	piplette	ils sont autant bavard que les femmes
26	la beauté	on aime se faire belle, se maquiller	des fêneants	ils ne font pas souvent le ménage
26	des montagnes	elles s'érigent	des animaux	ils réagissent à l'instinct
26	la tour eiffel	elles sont solides et visible	un ascenseur	ils changent en permanence
27	le monde	elles le créent	une voiture	ils avancent

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
27	le soleil	qu'elles sont éblouissantes et pleines de ressources	des héros	parce qu'ils sont forts
27	le vent	qu'elles sont libres de vivre comme elles ont envie	des bêtes	parce qu'ils ont un côté animal
28	le monde	parce qu'elle porte la vie	des Rois	parce qu'ils protègent leurs familles
28	les hommes	le sexe importe peu! nous sommes endoctrinés aussi bien que les hommes	des lapins	ils lapinent
28	des filles	on est fragile, ce besoin de faire ressentir à l'autre cette fragilité de temps en temps	des pions	ils ne vivent que pour eux parce qu'on leur impose un mode de vie, une norme
29	des fleurs	elles naissent, grandissent, s'épanouissent et se referment au moindre contact brusque	des enfants	fragiles quand ils sont malades
29	les hommes	c'est l'égalité !	des ours	protecteurs et source de sécurité
29	des livres	chacune a son histoire à raconter.	des muets	souvent incapables d'être présents dans les discussions
30	fines	elles y arrivent	naifs	ils croient ce qui se dit sans critiquer
30	intelligentes	elles ont plus de diplômes	arrogants	ils croient qu'une femme est forcément mineure dans le travail à même diplôme
30	aidantes	pour la famille	autoritaires	on doit les servir
31	l'eau	parce qu'elles donnent la vie. Tout être humain est né d'une femme ; tout être humain a besoin d'eau pour vivre.	des montagnes	parce qu'ils sont supposés être grands, forts, inamovibles (je trouve ça idiot aussi). D'ailleurs, pour parler d'un homme très musclé, on va dire qu'il est "une montagne de muscles".
31	des fleurs	qui fanent, parce que les gens s'intéressent en premier lieu à leur beauté, qui est éphémère. Les femmes sont vues comme très belles quand elles sont jeunes, puis de moins en moins à mesure qu'elles vieillissent (je trouve ça idiot et injuste !!). De plus, pour dire du bien d'une femme, on va souvent complimenter sa beauté plutôt que ses compétences, son intelligence, etc.	des soldats	parce que quasiment toutes les armées de tous les pays du monde sont composés à 99% d'hommes.
31	des guerrières	parce qu'elles doivent lutter contre beaucoup de stéréotypes, véhiculés par les gens (hommes et femmes). Ces stéréotypes tentent d'enfermer la femme dans une posture d'être faible, manquant de confiance en soi et d'intelligence et ayant besoin de protection. Il faut beaucoup de courage pour supporter ça tous les jours ! Exemple : une femme chirurgienne ou ingénieure, c'est surprenant pour beaucoup de monde.	un masque	parce-qu'un homme qui se laisse submerger par ses émotions est très souvent mal vu. Il doit maîtriser sa vie et être fort et sûr de lui en toutes circonstances !! (ce qui est impossible et fait beaucoup de mal aux hommes). Un homme qui pleure en public est mal vu car les gens le trouvent faible.
32	Des perles	elles sont rares	Des loups	ils hiba les femmes
32				

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
32				
33	des plantes	car il faut en prendre soin.	Des loups	car ils aiment être en meute
33	des vipères	car elles sont capables de se piquer entre elles	Des Golums	car ils sont obnubilés par le sexe
33	Du nectar	car elles procurent les meilleures sensations de la vie	Des aventuriers	car ils ont soif de progrès et prennent des risques
34	des girouettes	parce qu'elles changent d'avis comme de directions.	des bulldogs	parce qu'ils aient et après ils remuent la queue.
34	des perroquets	car elles répètent tout ce qu'elles entendent.	des loups	parce qu'ils peuvent vivre en solitaire ou en groupe.
34	du citron	parce qu'elles savent être douces et piquer à la fois.	des enfants	parce qu'ils n'écoutent que ce qu'ils souhaitent.
35	des chats	parce qu'elles sont difficiles à apprivoiser	Des cobras	parce qu'ils attaquent pour peu de raison
35	équations différentielles	car elles sont durs à comprendre	Des bonobos	car ils ne pensent qu'au sexe
35	Des cagoux	car elles sont fidèles.	Des coqs	car ils sont trop fières
36	des renardes	parce qu'elles sont rusés, malignes elles arrivent à leur fin.	du chocolat	parce qu'ils fondent rapidement dès qu'un rayon de soleil féminin est en face d'eux.
36	des TGV	parce qu'elles pensent à toute vitesse à tout et à rien.	des taureaux	parce qu'ils ne pensent pas ils foncent sans réfléchir.
36	un casse tête	parce qu'elle se prenne la tête pour peu parfois.	des animaux	parce qu'ils peuvent être des brutes tout comme des êtres doux.
37	les hommes	parce qu'elles sont des êtres humains.	les femmes	parce qu'ils sont des êtres humains.
37	une gymnaste	parce qu'elles savent faire pleins de choses différentes, il faut beaucoup de patience et de travaille pour réussir mais elles récolent souvent beaucoup de compliments quand elles arrivent à faire ce qu'elles désirent, c'est une gymnaste qui a reçu la note de 10/10, c'est beaucoup gracieux de voir une gymnaste qu'un gymnaste.	un joueur nba	ils aiment la lumière et l'attention, ils peuvent être petit, grand ou gros mais cela conviendra toujours, ils peuvent jouer "small ball" mais quand c'est bien fait personne n'y résiste et parce que les meilleurs sont les Warriors.
37	une histoire	parce qu'elle font partis de l'Histoire, parce qu'elles aiment raconter les histoires de leurs vies, parce qu'elles créent parfois des histoires et parce qu'il y a tellement de femmes différentes qu'une simple histoire ne peut les décrire.	une bière	parce qu'ils aiment ça, parce qu'il faut du temps pour la façonner, parce que c'est parfois difficile de lui faire cracher le morceau et parce qu'il y en a tellement de sortes qu'on ne peut pas l'expliquer aussi facilement.
38	des mères	parce qu'elles rassurent et stabilisent le foyer.	des lions	car il veulent montrer leur force et défendre le royaume.
38	Une surprise	parce qu'elles sont inattendues	Un parpaing	parce qu'ils sont lourds (brick)
38	Un épisode de Derick (une série allemand, horrible)	parce qu'elles peuvent être ennuyasses	Les saisons	parce qu'ils sont prévisibles

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
39	maman	parce que toutes les mamans sont des femmes	Un souk (bordel)	parce qu'ils sont pas organisés
39	des roses	parce qu'elles sont éternelles	des lions	parce qu'ils sont conquérants
39	Amour	parce qu'elles sont la source de l'amour	Humanisme	parce qu'ils sont soucieux des valeurs de l'homme
40	Vengeance	parce qu'elles n'oublient pas et ont l'esprit de défense		
40	Force	la faiblesse des hommes les y obligent	Paresse	ils campent sur leur acquis
40	Sensualité	aimer plaire est dans notre nature	Vice	Coût pour la décadence
41	Exigence	vouloir améliorer sa condition	Machisme	aiment les femmes mais ne se sentent pas forcément égaux
41	Éléphant	matriarcal	Un paresseux (l'animal)	veux tout mais ne fait rien, et en plus il est sale
41	Un sceau	un contenant	Un plomb	(lourd)
42	Corpuscule	élément aussi insignifiant et comparable à un autre	Corpuscule	élément aussi insignifiant et comparable à un autre
42	la chance	si on ne fait pas le pas vers elles alors elles ne viennent pas.	les chiens	toujours besoin d'un compagnon de jeu pour s'amuser pleinement.
42	des chats	même en les caressant dans le sens du poil elles peuvent vous griffer juste pour jouer.	un frigo	toujours imposant à l'extérieur, mais à l'intérieur... surprise !
43	une énigme	on a beau l'écouter mais on ne comprend rien. Parfois je me demande si elles-mêmes elles cherchent à se comprendre.	une charade	ses actions vous diront qui il est.
43	des enfants	car elles sont plus émotives que les hommes.	des animaux	car ils sont brutaux.
43	des enfants	car ils sont manipulables.	des enfants	car ils sont manipulables.
44	robots	car il privilégie la raison sur les émotions.	des robots	car il privilégie la raison sur les émotions.
44	mère	elles ont l'esprit maternelle envers leur entourage.	frères	souvent, la fraternité est présente entre eux, c'est une affaire défendue.
44	des artistes	parce qu'elle réfléchissent et agissent avec leur coeur.		
45	des sages	parce qu'elles sont plus mûres que les hommes.		
45	courage	ça représente l'idée que j'ai des femmes	pouvoir	le monde est mené par des dirigeants avides de pouvoir et d'argent qui ne se soucient de rien et ne respectent rien
45	beauté	la femme est belle, sensuelle	fierté	l'importance du plus fort dans tous les domaines
46	confiance	En général la femme est dotée d'un certain sens d'honneur	destruction	l'homme se fout des conséquences de ses actes sur la planète
46	des lionnes	elles gèrent tout	des rois	ils règnent
46	des matrones	elles assurent tout	des chochottes	ils sont fragiles
47	des anges	elles maternent	des seigneurs	ils s'y croient

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
47	maternel	elle protege leur enfants	des enfants	qu'il se plaignent beaucoup
47	ras	ras nsp n' aplus d idee	des héros	il font la guerre
48			destructeur	il detruisent la nature
48	des animaux	font partie de la nature comme tous les êtres vivants	des animaux	des animaux civilisés et ingénieux, font partie de la nature, ils doivent se battre pour survivre avec leurs qualités et leur supériorité
48	des idoles	aimées de leur enfants, leur mari	des ingénieurs	ils conçoivent
49	des battantes	toujours volontaires devant réaliser de nombreuses tâches	guerriers	doivent se battre pour survivre
49	dependiere	aime jouer avec, jeu de prtan	sans courage	pas ou pluv dsegaddant
49	la mienne esr decedee	sont suegeles	qualité; toujours là	le gout et en plus je connai fecamp
50	femme	erotique jolies tres bien capable	vielli bain	tres content de du propos, don suivant
50	les hommes	c'est l'égalité	les femmes	c'est l'egalité
50	Forme	Elle possède plus de forme que les hommes	Amour	Il peuvent exprimé des sentiments
51	Travailleuse	Car elle travaille	Possession	Il ont la chance de pouvoir posséder quelque chose
51	le soleil	elle brille	une voiture	il friment
51	courageuse	courageuse, elle n'arrête jamais	les femmes	ils travaillent aussi
52	nous	elle travaille	le vin	il mûrissent en vieillissant
52	des fleurs	elle s'épanouisse	la roche	ils sont solides
52	le soleil	elle illumine	arbres	ils sont protecteurs
53	la terre	elle nourrit	l'eau	ils sont apaisants
53	une arrestation	il faut toujours faire attention à ce qu'on dit sinon cela peut se retourner contre nous.	les melons	sur dix, il y en a un de bon
53	des fleurs	elles sont toujours rayonnantes, et attirent le regard.	le bluetooth	il se connecte à vous quand vous êtes près mais cherche d'autres connexion dès qu'on s'éloigne.
54	un vase	elles sont fragile, douces et il faut en prendre soin pour ne pas les briser.	le vin	ils s'améliorent avec le temps.
54	courageuse	souffrent en silence, transmet ses valeurs, organisent la vie familiale	machiste	se croient supérieurs aux femmes
54	familiale	organise la famille, s'occupe de toutes les tâches	paresseux	ne participent pas aux tâches ménagères
55	travailleuse	cumule emploi + maison	copains	privilégie ses amis ,ses copains, ses loisirs

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
55	des confidentes	elles possèdent une écoute attentive, une attitude douce et rassurante.	aventuriers	partir à l'aventure est une source d'adrénaline pour eux, une façon de vivre.
55	des personnages énigmatiques	parfois on ne sait pas comment s'y prendre avec elles, les cerner, savoir ce qu'elles désirent réellement.	des protecteurs	ils se donnent souvent comme mission de protéger leur entourage du danger.
56	hommes oiseaux mystère	homme : pas si différentes de nous	des ours	ils préfèrent gérer leur problèmes seuls
56	des oiseaux	elles se dispersent	idiots	ils trouvent toujours le moyen de se battre
56	mystère	on ne sait jamais comment elles vont réagir	irresponsables	ils pillent la planète sans penser à demain
57	des roses	elles sont belles	un roc	ils sont forts
57	des enfants	elles sont fragiles	une voiture	maniabilité, puissance
57	un poisson	elles s'adaptent à beaucoup de situations	une forteresse	difficile d'atteindre leur coeur
58	autonome	indépendante	sexiste	inégalité homme-femme
58	déeses	leur beauté	discipline	l'armée recrute plus d'hommes que de femmes
58	intelligente	raisonnement	force	masse musculaire plus importante
59	douces	parce que leur peau est douce.	peu expansifs	car gardent bcp plus leurs émotions pour eux.
59	attirantes	attirantes, parce qu'elles ont plein de possibilités pour s'habiller.	fiers	parce qu'ils sont dans l'image
59	compliquées	parce qu'elles se prennent la tête pour pas grand chose.		
60	les bonbons	c'est délicieux, ça rend malade, on veut en manger de plusieurs sortes, au 2/3 du paquet on en veut plus.	des enfants	ils sont bête.
60	des fleurs	elle sent bon mais ça ne dure pas longtemps.	les hommes	tous les mêmes.
60	les hommes	elle parle comme eux, ont les mêmes avis qu'eux, à la différence que lorsque ça les concerne directement elle sont choquée et ne le comprend pas.	les femmes	point barre.
61	des roses	pour leur odeur, leur délicatesse, leur fragilité et le côté éphémère de leur beauté...	le feu	pour leur côté guerrier, destructeur mais aussi parfois salvateur...
61	l'eau	pour leur côté nourricier, la force de leur nature, l'origine de la vie.	l'air	pour leur légèreté, leur futilité et leur contenance impalpable !
61	la terre	pour la fertilité, le côté terre-à-terre, là où les racines prennent vie.	un roc	(non poreux) pour leur force, leur dureté et leur côté inébranlable.
62	des rocs	parce qu'elles font face à tous les événements de la vie sans s'effondrer.	Les des diamants	parce qu'ils aiment être admirés à haute voix.
62	souffles de vent	parce qu'elles peuvent être légères et aussi tout bousculer.	des phasmes	parce qu'ils ne ressemblent pas toujours à ce qu'ils sont.

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
62	des murs	parce qu'elles ont des vies silencieuses en elles qui se taisent et ne transparaissent jamais.	des aimants	parce qu'ils peuvent attirer ou repousser.
63	des fleurs	qui fanent, parce qu'elles sont belles mais fragiles	des dinosaures	parce qu'ils sont forts mais vulnérables
63	des roseaux	parce qu'elles sont fragiles mais résistantes	des rochers	parce qu'on peut s'appuyer dessus
63	des lionnes	parce qu'elles sont combattives	la rosée	parce qu'ils sont utiles mais éphémères
64	les hommes	parce que membres de l'espèce humaine.	les femmes	parce que membres de l'espèce humaine.
64	des équilibristes	parce qu'elles doivent avancer sur un chemin précaire.	des coqs	parce qu'ils sont persuadés de leur importance et de leur supériorité
64	des roseaux	parce qu'elles résistent sans casser aux assauts perpétuels des hommes et de la société.	des rhinocéros	parce qu'on leur a appris à tout écraser sur leur passage.
65	des couteaux suisses	capables de déployer un grand nombre de fonction et compétences	des enfants	tellement indépendants en société et dépendants en famille
65	des fleurs	poussent vite, doivent être soignées et se fanent rapidement	une carte routière,	difficiles à comprendre mais vraiment utiles
65	des lionnes	capables de tout pour leur progéniture	une boîte mail,	il faut toujours la consulter et faire le tri pour en tirer partie
66	des fleurs	fragile et resplendissante	un roc	solide
66	une wonderwoman	elles sont capables de tout gérer à la fois (vie pro, perso et familiale)	un chasseur	à l'affut des belles proies
66	des lionnes	forte et protectrice	un clown	drôle et maladroit
67	les hommes	parce qu'elles sont du genre humain.	des morceaux de sucre	parce qu'ils sont fragiles aussitôt qu'on les sort de leur boîte.
67	des robots multi tâches	parce qu'elles savent faire énormément de choses et avoir un tête une multitude de données qu'elles organisent et traitent à la perfection.	des enfants	parce qu'ils ont besoin qu'on les guide dans leurs choix.
67	des lionnes	parce qu'elles défendent bec et ongles leurs petits.	des animaux	parce que le seul fait de manger et de se reproduire suffit à leur bonheur.
68	des fleurs	elle s'ouvent jours apres jour	personnel	on du mal a partager
68	exigantes	elle aiment le parfait	exigeants	il faut que tout roule comme il le souhaite
68	elegantes	elegantes, elles aiment le maquillage et les vetements	depensier	aime les belles choses de luxe comme les belles voitures
69	maman	la relation que nous avons avec est irremplaçable	viril	un homme doit être viril
69	des oiseaux	elles sont libres	des lions	ils sont forts
69	des chats	felines et joueuses	des animaux	ils veulent prouver leur superiorité
70	des enfants	elles sont touchantes émotives	je sais pas	je sais pas

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
70	des fleurs	car sensible	protecteur	ce sont les hommes qui protègent les femmes
70	des déesse	il faut qu'elles soit veneré en temps que telle	fort	un homme doit avoir de la force physique et mental
71	papillon	difficile a capturer	des etres sensible	chaqu'un a de la sensibilité
71	Ordonnée	De ce que je vois les femmes sont plus soignées et ordonnées.	un complément	Je pense que nous nous complétons bien et qu'il y a un équilibre naturel entre les hommes et les femmes. On le voit dans l'éducation des enfants, nous n'avons pas les mêmes activités et les même façon de voir les choses.
71	Fragile	Fragile, Nous avons globalement plus de soucis de santé	des piliers	Ils sont souvent plus stable émotionnellement. Ca permet de garder un cap.
72	Solidaire	Les femmes sont souvent plus solidaires.	Un mystère	Il reste toujours une part d'inconnu, d'imprévisible.
72	le monde	on ne peut pas vivre sans elle	des animaux	ils se comportent ainsi
72	des girouettes	elles changent d'avis rapidement		
73	les hommes	il n'y pas de différence		
73	le miel	elles ont du tact	sexuels	ils sont dominés par leur sexe
73	belles, intelligentes, soumises	belles, intelligentes, soumises, elles n'ont pas de pénis! parce qu'elles voient plus loin, parce qu'elles se laissent avoir par les déterminismes sociaux	forts	ils ont le pouvoir social et politique
74	soumises	soumises, elles subissent les attentes sociales	évolués	ils savent être sympas
74	des miroirs	elles ne réfléchissent pas elles pensent	les bananes	plus ca vieillit moins c'est dur
74	les hommes	c'est des êtres humains	les femmes	c'est des etres humains
75	les oranges	les plus belles sont rarement les meilleures	un caramel	c'est bon mais c'est collant
75	des reines	elle a des grand cœur	des héros	ils protègent leur femme
75	des anges	elle proteges tout le monde	des sportifs	il aime se dépense
76	sincère	en amour c'est fidèle	des amours	ils sont une cœur dange
76	des abeilles	elles sont toujours très occupées	solides	ils sont forts et résistent au changement
76	des perles	elles sont précieuses	arbres	ils tendent vers le ciel sans pouvoir le toucher
77	la sagesse	elles s'intéressent au monde avec leur tête et leur cœur	des fourmis	ils aiment vivre en société
77	Des princesses	Elles sont magique	Fort	Ils plus costaud
77	Diamant	Sont precieuse	un roc	Ils sont solide
78	des fleurs	Sont tres jolies	des enfants	Sont pas tres sage
78	mère	elles prennent soin de la vie	des rats	prisonniers d'un monde qu'ils ne maitrisent plus

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
78	les hommes	elles sont leur égale	des animaux	l'homme descend du singe
79	des oiseaux	femelles, elles veulent protéger leurs petits	les femmes	ils sont égaux
79	les cigales	elles ont tendances à être dépensières	des machines	la vie est de plus en plus stressante et que les hommes ont de moins en moins de temps pour se consacrer à eux
79	soeur	la relation que nous avons avec est irremplaçable	mari	sur qui s'épaulait jusqu'à la fin, mon mari, c'est tout
80	grace	c'est comme ça, non??...	fort	parce qu'ils ont plus de force que les femmes
80	les hommes	elles ont les mêmes droits	les femmes	ils devraient avoir les même droits
80	le deuxième sexe	il y a trop d ' inégalités	le premier sexe	il y a trop d ' inégalités
81	l'avenir	cela doit changer	le passé	les choses doivent changer
81	courageuses	elles doivent se "battre" plus que les hommes pour obtenir les mêmes droits qu'eux	des hommes	ils laissent parler leur instinct avant tout
81	plusieurs personnes à la fois	elles doivent conjuguer plusieurs choses dans une même journée : assurer leur journée de travail, être mère et être femme	des machos	ils prennent les femmes pour des objets
82	je ne sais pas	je ne sais pas	je ne sais pas	je ne sais pas
82	des rochers	elles sont les piliers de la vie familiale	arbres	parce que enraciné dans leur fondement
82	l'océan	d'une immensité à toute épreuve	la pierre	dur et fort
83	la nature	rebelle et fière	des bâtiments	construit sur des fondements qui peuvent un jour être détruits
83	fourmis	elles s'activent constamment	des destructeurs	ils ne respectent pas la planète et s'autodétruisent
83	des fleurs	elles sont fragiles mais renaissent	des loups	ils vivent groupés et il y a une hierarchie
84	des chats	encore moins que la precedente	fruits	ils fletrissent
84	banane	aucune idee	des boites de chocolats	on sait jamais ce qu'il se cache a l'interieur
84	un poisson	je sais pas non plus	bon	spontanement on vois les gents s'aider en cas de crise majeur
85	La maternité	Quelles portent la vie	Des partenaires	Je partage ma vie avec mon homme
85	La féminité	Quelles ont la grâce	L'autorité	Qu'ils ont une grosse voix
85	Des pipelettes	Elles adorent discuter entre copines	des enfants	Qu'ils se reposent sur leur femme
86	des fleurs	elles fanent	menteurs	qu ils sont laches
86	pieuvres	qu elles plusieurs bras..	des enfants	qu ils sont faibles
86	les lionnes	qu elles sont fortes	les anes	qu ils sont tetus
87	genereuse	dans leur facon d etre	fierte	l homme est toujours fier de ce qu il fait

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
87	maternelle	pare q elle donne la vie et a plus d instinct	fort	a plus de capacité qu'une femme en général
87	courageuse	par le fait de donner la vie	egoiste	pense trop à lui
88	Libre	Libre de faire ce qu'elle veulent	Libre	Libre de faire ce qu'ils veulent
88	Intemporelle	Intemporelle	Rassurant	Ils sont Rassurant
88	Naturelle	elles sont Naturelle	pas tous egaux	pas tous egaux
89	dynamiques indépendantes variées	elles sont multiples	fort	force physique
89	fortes	force de caractère	viril	aspect de leur apparence
89	jolies	jolies, attention à leur apparence	masculin	apparence forte et puissante
90	Capricieuse	Aime pas attendre et veulent tjrs tous tous de suite	Capricieux, indécis,	Ils aiment pas attendre et on doit être à l heure service
90	Adorable	Quand elles veulent qqchse	Serviables	Quand ils veulent un calin
90	Cuisinière	Aime faire à manger	Manger	Manger est presque une raison de vivre
91	un contrepoids	pour équilibrer avec les hommes	la météo	ils sont prévisibles
91	la soie	elles sont douces	des montagnes	solides
91	les hiéroglyphes	parce qu'elles sont compliquées	pate à modeler	parce qu'ils sont maleables
92	des hommes	parce qu'on partage une humanité commune.	les femmes	qu'on partage une humanité commune.
92	des flocons de neige	parce que chacune est unique.	des flocons de neige	parce que chacune est unique.
92	un concept théologique	parce qu'elles ne laissent pas définir en trois phrases.	un concept théologique	parce qu'ils ne laissent pas définir en trois phrases.
93	l'océan	pour la force et l'aspect changeant	Le bois	pour la constance, pour le meilleur et le pire
93	La Sphère/la lune	pour la fécondité et la féminité	Le ciel	pour l'oisiveté
93	La paquerette	pour la lumière et l'épanouissement	La terre	pour la fertilité
94	des dunes	parce qu'elles ont des formes courbes et un mouvement d'ondulation (c'est surtout ce mouvement qui est important, et qui évidemment forme des courbes ou les souligne ; une forme courbe qui serait statique m'évoque moins les femmes (mais quand même))	des cadres	en tout cas quelque chose qui n'ondule pas ou peu, de très ennuyeux à regarder, donc

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
94	des vagues	parce qu'elles ont des formes courbes et un mouvement d'ondulation (c'est surtout ce mouvement qui est important, et qui évidemment forme des courbes ou les souligne ; une forme courbe qui serait statique m'évoque moins les femmes (mais quand même))	des piliers	en tout cas quelque chose qui n'ondule pas ou peu, de très ennuyeux à regarder, donc
94	des tiges	parce qu'elles ont des formes courbes et un mouvement d'ondulation (c'est surtout ce mouvement qui est important, et qui évidemment forme des courbes ou les souligne ; une forme courbe qui serait statique m'évoque moins les femmes (mais quand même))	des coffres	en tout cas quelque chose qui n'ondule pas ou peu, de très ennuyeux à regarder, donc
95	des fleurs	Elles sont agréables et toujours fraîches	un frigo	froid et austère
95	des casseroles	Toujours à vouloir tenir un manche	des portes	toujours en train de l'ouvrir pour rien
95	des livres	quand on les connaît, on peut lire dedans	des animaux	Bestiale et inutile
96	statue	elles sont jolies	responsable	souvent chef de famille
96	sage	elle est mere	une voiture	c est rapide
96	la vie	elles donnent ce qui est le plus beau des cadeaux, LA VIE, que malheureusement les hommes s'empressent de supprimer	des poissons	ils tournent en rond, comme dans un bocal
97	la robustesse	sans elles, le monde serait perdu	des fous	ils ont perdu le bon sens et la sagesse
97	la sécurité	c'est toujours vers la femme que l'homme se tourne quand il se sent près de la mort	une aberration	ils font toujours les mêmes erreurs
97	mère	elle porte des enfants	arbres	ils sont droits
98	les hommes	égalité des sexes	la force physique	puissance musculaire
98	la nature	naturelles	les privilégiés	avantagés dans le domaine professionnel
98	la délicatesse	douceur et délicatesse	l'agressivité	démonstration de force brute ou de pouvoir ou de domination
99	maman	tres maternelles	des lapins	toujours à vouloir se reproduire
99	frivoles	centres d'intérêts légers	des animaux	ont les mêmes besoins
99	guerrières	doivent toujours s'affirmer face aux hommes	idiots	ne retiennent pas les leçons
100	pas dignes de confiances	humeurs variables	des pions	manipulés par les masses
100	des deesses	la muses des hommes	des compétiteurs	toujours à vouloir se distinguer des autres
100	des vipères	les femmes entre elles ne se font pas de cadeaux	économés	bonne gestion de l'argent

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
101	mère au foyer	amour filial	protcteur famille	besoin d'etre rassurée
101	mère	elles ont ca dans en elles	une voiture	ils adorent c est gadgets
101	amoureuse	bonheur famille	soutien familial	force physique
102	beauté..complément	attirance physique	rassurer et assumer	force physique respect
102	des sachets de thé	elles révèlent leur force quand on les plonge dans l'eau	les ordinateurs	durs à comprendre et constamment sans mémoire.
102	des vagues	les émotions d'une femme montent et descendent comme une vague sur la mer.	le café	Les meilleurs sont riches, chauds, et peuvent vous tenir éveillée toute la nuit.
103	des fruits	Chacune a sa couleur unique, sa forme, son arôme et son goût.	les places de stationnement	Les bons sont déjà pris et ceux qui restent sont pour les handicapés ou sont trop petits.
103	des bonbons	elles sont gourmandes	des boulets	ils ne font rien
103	des fleurs	elles sont belles	des girouettes	ils papillonnent
104	les livres	elles sont intelligentes	des nounours	ils sont feniants
104	mère	Parce que c'est comme ça	des pères	C'est logique
104	le soleil	Elles illuminent notre journée	les femmes	On est pareil
105	les hommes	On est égalitaire	La mer	On est d humeur changeante
105	Des tornades	Elles vougent tput sur leur passage	Le vin	On s ameliore avec l age
105	les glaces	on les apprecient au debut mais après	la boufe	on ne peut pas s'en passer
106	les gosses	il ne faut pas trop se prendre la tete avec	des rois	ils regnent toujours
106	les pieges à ours	on a vite fait d'y perdre quelque chose	moi	je suis un homme
106	le chocolat	appetissant	la vie	reproduction....
107	le vin	caractere parfois mais pas tjr	la force	fort.....
107	la vie	naissance enfant	le sens	logique.....
107	chiant	elles sont toujours en train de raler	Dragueur	Ils aiment les femmes
108	autoritaire	Elles font leur chef	bon	ils savent pleins de choses
108	Dépendante	Elles dépensent beaucoup trop d'argent	bricoleurs	On leur donnent tout à réparer
108	les hommes	se sont des humaines	les femmes	se sont des humains
109	des animaux	se sont des animaux	des animaux	se sont des animaux
109	la nature	se sont des être naturels	la nature	ce sont des êtres naturels
109	l'air	l'air est indispensable	l'air	indispensable

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
110	la nature	la nature pour la beauté	le temps	d'humeur variable
110	le vent	il change tout le temps de direction	un couteau suisse	multifonctions
110	des fleurs	fragiles, toujours besoin de bcp de chose	des dieux	ils doivent tout maîtrisés
111	des chiennes	elles parlent toujours	des gamins	le moindre mal, ils pleurent
111	des fleurs	Elles sont jolies	Des grenouilles	Ils croassent
111	Moi	Elles ont la voix aigue	des oiseaux	Ils sifflent
112	Une étoile	Elles brillent	Du papier	Ils se froissent
112	Douces	Car elles ont pas de poils (lol)	Forts	Parce que c'est physiologique
112	Maquillées	Car c'est la société qui le veut	Poilus	Car la société fait que les femmes ne doivent pas l'être
113	guerrières	elles sont fortes	repas	ils sont copieux
113	des roses	elles sont fragiles et dangereuses à la fois	des enfants	même s'ils sont forts, ils ont besoin qu'on s'occupe d'eux et qu'on les dorlote
113	des livres	on peut les feuilleter et découvrir plein de choses	des guerriers	ils sont forts
114	belles espiègles féministe	j'aime ma femme Mais il faut toujours faire comme elle veule et beaucoup aime l'argent Et ce qui est bien, c'est qu'elle se batte pourqu'elle soit sur un même pied égalité que ls hommes	des bêtes	ils sautes sur tous ce qu'ils bouges.. Il réfléchisse à travers leur falus
114	des reines	elles aimes commander	lyon	il aime le pouvoir
114	des louves	quand elles sont maman elle protège leur petit	fort	leur force
115	courageuses	elles doivent faire face à des défis	humanistes	parce qu'il y a toujours du bon
115	disponibles	pour leur famille	corrompus	en politique ils sont corrompus
115	libérées	peuvent faire ce qu'elles veulent	décus	les politiques leur pourrissent la vie
116	belles	belles, c'est comme ça	fort	c'est du muscle
116	fortes	A travers les ages elle ont sut defendre leurs droits, de plus elle pportent beucoup de choses dans les familles.	poilus	ya la barbe
116	attirantes	attirantes, je suis un homme	passionnés	Parce que, je n'ai pas d'explications
117	folles	l'égalité hommes/femmes qui s'est démocratisé font qu'elle n'hésitent pas à faire tout et n'importe quoi	asservis	nous sommes esclaves de la société de consommation et tributaire de l'Etat
117	égoïste	elles veulent faire comme les hommes et pensent affirmer leur "caractère" en ne pensant qu'à elles	enragés	tout est source de conflit, le travail, le stress, la précarité rend les hommes agressifs

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
117	fatigante	le conflit est source perpétuelle qui leur semble vitale afin de se sentir "vivante"	jaloux	ils sont comparent sans cesse à leurs homologues
118	compliqué	Ne savent pas se qu'elles veulent	Horribles	Ils détruisent tout sur leurs passages.
118	égal	Egal à l'homme	Malefique	Ils ne pense qu'à leur propre personne.
118	trahi	Joue bien leurs jeu	mechant	Faire du mal à autrui.
119	les hommes	parce qu'elles sont humaines. car elles donnent la vie; elles sont indispensables car l'homme ne peut vivre sans elles; elles sont courageuses car elles souffrent pour autrui	les femmes	qu'ils sont humains.
119	des vases	parce qu'elles sont précieuses et fragiles.	les paons	parce qu'ils se pavent.
119	des fourrures	parce qu'elles sont protectrices.	les enfants	parce qu'ils restent naïfs.
120	aimantes	ce que j'observe tant dans leur comportement maternel qu'en couple (proximité, attention, ...) ou en société (importance même des démonstrations d'affection).	tranquilles	que ce soit par sérénité, difficulté à verbaliser, lassitude ou égoïsme, je les observe rarement réagir directement vigoureusement à un événement ou une communication. Par contre je les vois réagir mal, et avec excès, à une répétition ou accumulation.
120	rudes	ce que j'observe dans leur façon d'affirmer une opposition sans retour, de revenir sans fin sur un sujet de désaccord, d'en tirer des conséquences d'humeur et de comportement assez fortes.	têtus voire obtus	je les vois rarement changer de pratique et, quand ils changent de pratique, ils le font rarement en ayant changé d'avis pour autant (que ce soit dans le cadre personnel, professionnel ou politique : ce sera plutôt lié à l'échec ou au rapport de force).
120	Les femmes sont dans la surinterprétation	tout fait sens, rien n'est anodin, un sens peut cacher des intentions, une remarque peut donner lieu à interprétation politique.	solitaires	en effet je les vois généralement apprécier la tranquillité de la nature, de la lecture, de l'informatique, du bricolage, d'activités sinon solitaires ou extérieures. Et concernant l'enfant, ils ont tendance à s'en occuper pour le pousser à voler de ses propres ailes plutôt qu'à rester au domicile parental.
121	des fourmis	car elles travaillent tout le temps.	des magiciens	parce qu'ils peuvent faire illusion
121	des lionnes	car elles protègent leurs petits	des hommes politiques	parce qu'ils parlent beaucoup mais agissent peu
121				

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
122	des baobabs	parce que les pieds bien en terre, enracinées elles sont paradigmes et témoins transmetteurs et transmis des rites et coutumes ancestrales, la tête dans le ciel, elles portent les aspirations futures et les rêves créateurs, solides et robustes, munies de multiples bras, elles portent les enfants aux nues et assument toutes les tâches vitales.	des chimpanzés crieurs	qui s'accrochent de branche en branche en conquérants vitupérant la virilité aux racines des baobabs immobiles et muets devant cette agitation aux accents souverains.
122				
122				
123	des veilleuses	parce qu'elles éclairent le chemin de la vie	fleurs sauvages	parce qu'ils sont à la fois forts et fragiles
123	des enfants	parce qu'elles ont besoin d'insouciance	des enfants	parce qu'ils ont besoin d'être rassurés
123	des sentinelles	parce qu'elles protègent la vie.	des remparts	qui deviennent plus solides au fur et à mesure qu'on y rajoute les pierres de l'expérience
124	des girouettes	parce qu'elles changent souvent d'avis.	les papillons	parce qu'à la vue d'une jolie femme ils virevoltent.
124	l'avenir de l'homme	parce que sans elles il est destiné à s'éteindre.	les quatre saisons	parce qu'ils possèdent de multiples facettes
124	le pain	parce qu'elles nous nourrissent et nous apportent leur chaleur.	arbres	parce qu'ils sont forts et fragiles à la fois .
125	des agents multifonctions	car beaucoup de casquette tenues dans une vie de femme (infirmière, cuisinière, taxi, psy, mère, juge, secrétaire, ect...)	images de machisme	sans être le plus "fort" moralement
125	personnes volontaires	car malgré les difficultés de la vie, plus ou moins dures à vivre, elles font toujours face, et ne se plaignent que rarement, demandent rarement de l'aide	personnes égoïstes	car font penser tous leurs besoins primaires avant le bien être de leur entourage (inverse de la femme)
125	LE TEMPS	A CAUSE DE L'humeur	des enfants	ils se plaignent toujours
126	des roses	elles sentent bon	le temps	à cause de l'humeur
126	des boniches	qu'elles font tout à la maison	des dieux	zéro défaut
126	les hommes	elles sont fortes, elles sont libres et elles travaillent	les femmes	ils sont égaux en droit
127	des rocs	elles sont fortes	des grands enfants	ils s'émerveillent toujours
127	des fleurs	elles sont toutes belles dans leur différence	des lions	ils peuvent avoir une force tranquille
127	drole	elles ont toujours un mot ou une phrase pour rire	fort - ambitieux - macho	l'homme est plus fort physiquement, toujours vouloir le meilleur , se croit supérieur aux femmes
128	belles	belles, se mettent toujours en valeur	macho	se considère supérieur à la femme

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
128	combattantes	elles doivent monter au front très souvent pour se faire entendre et respecter	des enfants	ils sont souvent bien plus insouciantes que les femmes quand surgissent les réalités et les difficultés de la vie. ils sont aussi parfois capricieux et trépident quand ils n'obtiennent pas ce qu'ils veulent rapidement.
128	des louves	elles donnent tout pour leur tribu et sont toujours là pour veiller sur ceux qu'elles aiment	des chefs indiens	ils pensent souvent être les seuls à pouvoir prendre des décisions tandis que tout le monde doit se ranger de son côté
129	pacifistes	elles n'aiment pas la violence quelle qu'en soit la forme	des oeillères (oeillères)	ils ne voient que ce qu'ils ont envie de voir et ne voient souvent pas l'essentiel.. ils ne cherchent pas toujours à comprendre l'autre
129	maman	se sont toujours des protectrices	ambitieux	pour avoir l'ambition de réussir quelque chose
129	courage	courage car elles supportent toutes les violences qui leurs sont infligées : discriminations,viols,...	machos violents	Les hommes gouvernent le monde et ne laissent aucune place aux femmes. résultats : guerres, viols, dégradations de la nature.
130	beauté	Beauté : les femmes sont belles et c'est tout.	des machines	des machines car Ils agissent et réfléchissent après.
130	Pacifique	Pacifique : aucune guère n'est provoquée par les femmes.	crados	souvent les hommes sont crados et aiment rester dans leurs crasses.
130	des fleurs	ELLES SOIGNENT LEUR APPARENCE	des enfants	ILS NE PRENNENT PAS LA VIE AU SERIEUX
131	des plantes	ELLES SONT FRAGILES	VIRILS	ILS NE PENSENT PAS COMME LES FEMMES
131	maman	elles prennent soin des autres	FORTS	QU'ILS SONT PHYSIQUEMENT PLUS SOLIDES
131	mère	car s'occupent souvent de tout le monde, des hommes, des ami(e)s, ect	préhistoriques/personnes basiques,	aux besoins primaires (manger, boire, dormir, sexualité, avoir de l'argent pour le dépenser...)
132	un cocon	on aime se lover dans leurs bras	des kinder	ils peuvent receler de bonnes surprises
132	des capitaines	elles guident le navire et veillent à son bon fonctionnement (la maison)	des enfants	ils aiment se faire mater
132	dynamiques	elles doivent gérer des tonnes de choses en même temps	amis	ils sont une épaule sur laquelle se reposer
133	amies	l'on peut toujours compter sur elles !!!	amis	il faut toujours en avoir dans la vie !!!
133	soeurs	la famille c'est sacré et on en a toujours besoin !!!	frères	il faut toujours un soutien de la famille pour surmonter certaines difficultés de la vie !!!!
133	Belle	Belle, Elles le sont toute	Boeuf	Parce qu'ils sont nés comme ça
134	Misterieuse	Elles ont beaucoup de secret	Bolides	Ils foncent sans réfléchir
134	Courageuse	Elles font beaucoup de choses en même temps	Moutons	Ils sont doux

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
134	MULTITACHES	ELLES PEUVENT FAIRE PLUSIEURS CHOSES EN MEME TEMPS	LES HOMMES SONT ORGEUILLEUX , VIOLENT ET EGOISTE	QU ILS NE PENSENT QU A EUX ET A LEURS POUVOIRS
135	COMPLIQUEES	LEUR FONCTIONEMENT EST PAR MOMENT DUR A COMPRENDRE	EGOISTE	QU ILS NE PENSENT QU A EUX
135	COMPLEXES	ELLES SONT DIFFICILES A CERNER	AVIDE DE POUVOIRS	ILS VEULENT DOMINER LE MONDE
135	des roseaux	elles plient mais ne rompent pas	une boite de chocolat	on ne sait jamais sur quoi on va tomber
136	des abeilles	elles travaillent beaucoup et sont légères	une voiture	tantôt rapide et sportive, tantôt polluante et moche
136	la météo	changeantes, parfois belles, parfois tristes, parfois rayonnantes...	du vin	c'est bon au début mais peut vite saouler
136	Lunatique	un jour, elle vous connaisse, le lendemain vous ignore	puérils	qu'ils boudent facilement lorsque vous leur refuser quelque chose. Ils peuvent tout vous dire mais n'acceptent pas la critique et le retour à l'envoyeur.
137	maternelles	Elles ouvrent les bras, bercent les petits comme les grands, câlinent, sont à l'écoute plus que la majorité des hommes	radins	Ils acceptent vos cadeaux mais pour sortir le porte-monnaie pour vous... cela leur arrache le coeur.
137	forte	Elles ne montrent pas facilement leurs blessures, elles assument beaucoup de choses en même temps contrairement à la majorité des hommes. Elles sont plus mûres que beaucoup d'hommes.	des gamins	ils cherchent à travers leur conjointe une mère de substitution.
137	un saule	Elles doivent souvent plier sans rompre	des enfants	on doit gérer leur emploi du temps aussi, en plus du nôtre et de ceux des enfants
138	des chats	elles doivent être intelligentes, et savoir sortir les griffes	des lions	ils doivent souvent mesurer qui a la plus grosse
138	les hommes	chacun doit mener sa barque dans la vie	je ne sais pas	Je n'ai plus d'idée, désolée, ces questions sont très bizarres
138	bourricot...	...C'est malheureusement aujourd'hui encore trop souvent le cas. C'est la femme qui souvent porte le poids de la famille. Beaucoup d'entre elles travaillent en dehors de leur foyer et doivent assumer une grande partie des tâches ménagères. C'est souvent la femme qui doit, avec le sourire, maintenir le moral des troupes.	des enfants	Beaucoup d'hommes ne grandissent jamais et n'assument pas leur condition d'adulte
139	sourire	Malgré une vie pas toujours facile et le poids de son foyer à porter, elle prend sur elle, cache ses peines et présente souvent son plus beau sourire	chat	ils minaudent mais n'en font qu'à leur tête

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
139	roc	c'est ce qu'elle doit être, ce qu'elle est souvent, tant dans sa vie professionnelle qu'au sein de son foyer	vase	c'est parfois beau à l'extérieur mais c'est souvent vide à l'intérieur
139	des couleurs	différentes, uniques, joyeuses, lumineuses	des bolides	fonceurs , rapides, fuyants
140	des montagnes	fortes et dignes	oreiller	réchauffants, douilletts, agréables, rassurants
140	le soleil	radieuse et chaleureuse	magiciens	surprenant par leur changement de comportements, de caractères...
140	mère	elles s'occupent toujours de tout la famille !!!	des enfants	il faut toujours s'occuper d'eux !!!
141	des fleurs	elles s'épanouissent à la chaleur et au soleil	des enfants	faut tout faire pour eux
141	des louves	elles protègent leurs petits	des animaux	les hommes sont comme certains animaux ils se bouffent entre eux
141	des miroirs	elles réfléchissent ne mais ne pensent pas	certains vins	ils se bonifient avec l'age
142	Féminine	Une femme est fragile mais forte à la fois. Et puis une femme est une mère	masculin	Je n'en sais rien du tout
142	fragile	fragile, Il faut la protéger	des pères	Parce que mon père et mon frère sont des hommes
142	le chêne	fortes en toute circonstance	douillet	ils se plaignent très facilement
143	des chats	douce avec des griffes	des nounours	ils ont besoin d'être calinés
143	des roses	délicate avec des épines pour se protéger	le roseau	il plie mais ne rompt pas
143	sensible	sont facilement emues ou touchées	DESORGANISÉS	ILS SE NOIENT DANS UN VERRE D EAU
144	organisées	elles assument leur vie professionnelle et personnelle très bien	EGOCENTRIQUE	C EST EUX D ABORD ET APRES LES EUX
144	maternelles	leurs enfants passent avant tout et sont les plus jolis intelligents	JOUEURS	ILS ADORENT JOUER AU JEUX VIDEOS OU AVEC LES ENFANTS
144	la nature	elles sont sensibles et à l'écoute	egoïstes	ils pensent tout d'abord à eux
145	des chats	elles ont besoin de tendresse et d'amour	douillet	ils ne résistent pas à la moindre petite douleur
145	un roc	elles sont solides	une statue	fiers et rigides
145	courageuse	font quatre tâches en même temps	fort	biologiquement ils ont plus de muscles que nous
146	patiente	elle supporte les cris des enfants	grand	ils ont plus grands que nous
146	beauté	elles sont jolies	zigounette	pouette-pouette.....
146	un kleenex	elle pleure beaucoup	des animaux	leur priorité est le toit sous lequel ils vivent
147	des pies	elle est très bavarde	un roc	qu'ils ne montrent aucune émotion
147	des caméléons	elle s'adapte totalement et tout le temps	un meuble	ils ne communiquent pas

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
147	mère	Parce que une femme c'est ma mère	frères	Mon frère, mon ami, mon confident, ma chair et mon sang
148	des fleurs	les femmes sont radieuses	force	physiquement plus forts
148	le soleil	elles sont éblouissantes	sérieux	c'est leur rôle
148	furies	leurs humeurs varient	séduction	c'est à eux de séduire
149	coquette	elle veut séduire	sexiste	fier de leur personne
149	joyeuse	aime la vie	responsable	chef de famille, père
149	ambitieuse	en demande d'information permanente	joyeux	aime la vie et son entourage
150	la vie	parce qu'elles donnent la vie.	des enfants	parce qu'ils se reposent sur leur mère ou leur épouse.
150	un pilier	parce qu'elles sont le pilier de la famille.	la lune	parce qu'ils sont lunatiques.
150	le soleil	parce qu'elles rayonnent de générosité.	le vent	parce qu'ils soufflent le froid et le chaud.
151	un avion	parfois on a l'impression qu'elle s'évadent loin de la terre et qu'elles n'appartiennent pas à notre monde.	un roc	ils peuvent exprimer la robustesse et la solidité mais se briser d'un simple choc.
151	des fleurs	au gré des jours et de leur humeur, elles peuvent être flamboyante ou parfois totalement fanées.	bambous	parce que comme les femmes
151	des plantes	elles sont capables d'être parfois souples, forte, résistance et savent se courber au gré des vents . Mais peuvent aussi se déraciner et se briser d'un simple souffle.	les femmes	ils sont souples, fins et résistant à la fois.
152	indispensable	on ne peut pas vivre sans elles	force	dans le bon sens
152	feminine	une qualité indispensable	sécurité	protection
152	des fleurs	elles sont belles	les caramel	ils sont tendre
153	des bijoux	elles sont pures	la pierre	ils sont dur
153	la cuisine	elles sont raffinées	les caramel	ils sont mous
153	les hommes	égalité des sexes	les femmes	Egalité des sexes
154	les ordinateurs	qu'elles bugent	les ordinateurs	ils bugent
154	des enfants	elles sont irresponsables	des enfants	ils sont irresponsables
154	des fleurs	belles de toutes les couleurs de la vie	le serpent	comme lui ils se mordent la queue en détruisant la terre le espace de vie
155	nourricière	elle nourrit la vie	les femmes	des êtres humains
155	la relativité	on ne les comprend jamais	des enfants	ils ne grandissent jamais vraiment
155	la pluie	c'est génial quand elles s'arrêtent	le temps	ils sont prévisibles
156	la musique	elles occupent les oreilles	des animaux	ils ne réfléchissent pas plus que ça ...

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
156	maman	elle accouche de la vie	la meteo	souvent d'humeur changeante
156	intelligentes, fortes, tenaces	elles sont épouses, amantes, mères. Elles mènent tout de front. Elles obtiennent ce qu'elles veulent.	chênes	robuste
157	le roseau, le velour, le citron	elle fléchissent mais ne cassent pas. elles sont douces mais acides quand il le faut	les chiens	fidèle en amitié
157	une fleur, le vin, le feu	elle s'épanouissent, elles vieillissent bien, elles brûlent	le poète	ils aiment se laisser vivre
157	des fleurs	fragiles et délicates	dominateurs	culturellement et historiquement...
158	suffragettes	doivent lutter contre les discriminations	séducteurs	supérieurs moralement
158	des miroirs	elles sont à notre image	égoïstes	leur personne avant tout
158	feminine	les femmes sont belles	chef	généralement chef de famille, doit être fort et constant pour sa famille
159	gentille	gentille, une femme est généralement plus douce et gentille qu'un homme	male	doit être fort et complémentaire de sa femme
159	des amies	attentionnées	des enfants	capricieux
159	des amantes	belles, attirantes	des gourmands	aiment avoir une assiette pleine
160	des fleurs	jolies à regarder, agréables à avoir, différentes selon les "saisons", variées, pour tous les goûts et toutes les couleurs, fanent...	des lions	membres de clans; forts
160	des reines	on fait tout pour elles, elles sont exigeantes, elles sont directives, elle sont sûres d'elles, elles prennent les décisions, elles règnent sur leur petit royaume	des enfants	joueurs pas toujours très responsables besoin d'une femme/mère !
160	voitures	indispensables, coutent chères, ont besoin d'entretien, on les adore, on les bichonne, on en prend soin, on les compare	des mouchoirs	les femmes nous jettent quand elles n'ont plus besoin de nous
161	maman	Elles savent anticiper et reconforter toutes personnes en trouvant les mots justes	des ours	Ils manquent de tact, sont un peu pataud mais finalement ne sont pas forcément méchants
161	des fleurs	Représente la vie, la naissance, le printemps	Abri	protège toute la famille, on se recueille et sert dans ses bras
161	des abeilles	Pilier d'une famille	un roc	on compte sur eux et protège
162	Autonomie	Un exemple d'autonomie parce qu'elle est capable souvent de tout faire	des oiseaux	représente la liberté
162	mère	une qualité tellement belle	des pères	cercle familiale
162	complémentaires	Pour créer une société	libres égaux complémentaires	Ce sont les valeurs même d'une société pour ce qui me concerne

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
163	mère	instinct maternel	des pères	doit être chef de famille et présent pour les enfants
163	avenir	elle sont à l'origine du futur	complémentaires	parce qu'il faut de tout pour faire une société
163	des rocs	elles tiennent le coup face à des tempêtes	des animaux	ils mangent et dorment et travaillent pour leur famille
164	des fourmis	elles cherchent jusqu'à trouver	fleurs	ils éclosent vivent et se fanent, pour mourir ensuite
164	des anges	elles prennent soin des autres, et font en sorte de donner les conseils qui font avancer	une voiture	quand ils manquent de carburant ils n'avancent plus
164	âme	patiente...(voir Bossuet et le traité de la connaissance de dieu.....)	la neige	les femmes ne savent jamais combien de centimètres elles auront ni combien de temps ça durera
165	le soleil	elles sont lumineuses	les casseroles	il faut savoir par où les prendre...
165	Enstein l'âme et le soleil	elles sont intelligentes patientes lumineuses	le vin	avec le temps ils se bonnifient
165	mère	protectrices	des piliers	protecteurs
166	mère	Sans cette faculté il n'y a pas de monde possible	égaux	c'est la nature même de l'homme
166	des fleurs	ELLE EMBELLISSE UNE MAISON	les chiens	ILS SONT BEAUX RASSURANTS ET FIDELES
166	MACHINE	ELLE SAVENT TOUT FAIRE	des machines	ILS SONT TRAVAILLEURS ET INCREVABLES
167	UN AGENDA	ELLE SE RAPELLE DE TOUT	un frigo	ILS ENGLOUTISSENT LA NOURRITURE
167	FORMIDABLE	il faut des femmes pour les hommes	AMBITIEUX	ILS VEULENT REUSSIR
167	méticuleuses	elles sont le sens du détail	manipulateurs	ils veulent arriver à leur but
168	courageuses	elles sont très travailleuses	negociateur	ils obtiennent des compromis dans une négociation par exemple
168	maman	mère de mes enfants	travailleur	se réalisent dans le travail
168	des fleurs	Si on ne s'occupe pas, elles perdent leurs éclats et peuvent se faner	Les volcans	Ils explosent parfois sans aucun motif
169	les hommes	Elles sont leur égal et ont des compétences identiques, elles savent taper du point sur la table et sont l'égalité des hommes.	Le vin	Ils se bonifient avec le temps
169	des animaux	elles sont la vie, comme les hommes, comme les animaux	des animaux	l'homme est un animal comme un autre
169	des vecteurs	elles transmettent le savoir, la culture, le bonheur, la vie	des vecteurs	ils transmettent leur savoirs et leurs émotions
170	des éléments	elles sont parties prenantes d'un ensemble, elles sont une entité dans l'espace	des éléments donnés	ils occupent un espace, ont un volume, représentent une entité

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
170	maternelle	maternelle car elles élèvent les enfants	physique, performance et le dépassement de soi	Les rapports humains entre hommes sont dans un premier temps physique. La performance entre homme est une recherche perpétuelle Le dépassement de soi car il lui faut toujours faire mieux
170	sensualité	Elles dégagent l' image de la sensualité de par le mythe de la femme belle et épanouissante	Performance	l' homme doit toujours être meilleur de jour en jour et recherche le challenge à atteindre
171	polycompétente	Elles sont en capacité de gérer plusieurs choses simultanément	Le dépassement de soi	Continuellement, l'homme cherche à atteindre des marches supérieures tout au long de sa vie pour se réaliser ou s'assumer personnellement
171	les hommes	premiere idee	les femmes	premiere idee
171			les femmes	sans raison
172				
172	Des fontaines	Source de vie	des dieux	ils se prennent pour tels, voulant avoir main mise sur tout, même ce qui ne relève pas d'eux !
172	Des foyers	On aime s'y réchauffer	des bêtes	Ils agissent parfois comme tel.
173	des fées	Elles font beaucoup de choses "magiques"	Des roseaux	Pascal a su le décrire, ce sont des "roseaux pensant"
173	eau	soif d'envie	mechant	violant nerveux
173	feu	brule d'énergie	conquérant	envahisseur
174	pierre	tétue	dominant	dominateur
174	maman	donne la vie et élève les enfants	papa	doit participer à l'éducation des enfants
174	apprêtée	feminine, maquillée, coiffée	fiable	sérieux et loyal
175	vénale	aime l'argent et les hommes qui en ont	sportif	actif, dynamique
175	complément	parfait complément de l'homme dans la vie	protecteur	doit protéger la famille (financièrement, affectivement,...)
175	soutien	indispensable à l'équilibre du couple	ménage	doit participer aux tâches de la vie de tous les jours
176	attentive	attentive aux autres ne sont pas à l'origine de conflits	Fier	chez un homme, ça ne se discute pas !
176	pacifique	ne déclenche pas les conflits (on connaît d'ailleurs peu de femmes dictateurs dans l'Histoire)	NSP	je ne sais pas
176	énergique	sont souvent à l'origine d'une nouvelle idée	NSP	je ne sais pas
177	belles	belles, je suis amoureux d'une femme comme cela.	forts	ils sont physiquement rassurant
177	forte	elles font face à toutes les situations	sensibles	la vie ne les épargne pas toujours

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
177	drôle	elle ont de l'humour et de la dérision et ne se prennent plus au sérieux	perdus	ils doivent retrouver une place dans la société
178	dependieres	elles dépensent beaucoup	judicieux	parce qu'ils ont toujours raison
178	jalouses	elles sont jalouses de tout	perspicace	bonnes idees
178	sexy	elles sont sexy	humble	ils sont simples
179	Fortes	Elles le doivent pour élever enfant	Jaloux, Égoïstes, Fiers	Les hommes sont élevés par leur mere
179	Fragile	Devant connerie male	Jaloux	Pas sûrs d eux
179	Genereuse	Envers tous ceux qui sont proches	Fier	On leur a appris qu il fallait l etre
180	gentille	toujours là pour nous	serviable	l'éducation
180	serviable	toujours là pour nous	dispersés	font trop de choses
180	écoutante	patience, résoudre les soucis	non écoutant	pas dans leur corde
181	polyvalence	capables de faire plusieurs choses à la fois disponibilité à l'écoute des autres endurance fortes face aux difficultés	force	rassurants et physiques ambition sacrifient souvent beaucoup de choses pour leur carrière professionnelle spontanéité au sens négatif comme positif s'emportent plus facilement mais peut être moins hypocrites
181				
181				
182	des extra terrestres	parce qu'elles sont capables de remuer ciel et terre	des lions	parce qu'ils veulent garder le pouvoir
182	des fourmis	parce qu'elles sont toujours en action	des oiseaux	parce qu'ils planent au dessus des airs
182	des lionnes	qu'elles protègent leurs proches	des titans	parce qu'ils sont capables de déplacer des montagnes
183	des chats	parce qu'elles sont félines attentives avec grace.	Des Murs	obstinés et souvent hostiles aux idees des autres.
183	des fleurs	pour leur diversité et fragilité.	des serpents	ils louvoient souvent pas toujours courageux et pas souvent de bonnes fois.
183	des rocs	elles sont pragmatiques organisées et solides dans les épreuves de la vie	un roc	imposant et rassurant
184	des rayons de soleil	car elles réchauffent nos coeurs,	des montagnes	car ils sont fort
184	des volcans en éruption	car elles ont de l'énergie en pagaille. Enfin elles sont de la porcelaine de part leur fragilité	des peluches	car ils ont toujours besoin d'une mère.
184	la porcelaine	de part leur fragilité	l'océan	car leur liberté compte avant tout
185	le soleil	DOUCE ET LUMINEUSE	LA METEO	ILS SONT INCONSTANTS

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
185	LES GANTS	ELLES SONT PROTECTRICES	LES PERROQUES	ILS REPETES LES MEMES CHOSES
185	maison	TRÉS SOLIDES	DES CHATAINES	DUR ET PIQUANTS
186	polyvalentes	les femmes font tout , travail , enfants , taches menageres , bénévoles , sports , loisirs	puissants	imposent leurs puissance aux autres , détiennent le pouvoir
186	sensibles	elles ont des émotions et les expriment	arrogants	se présentent avec plus qu'ils n'ont réellement
186	maternelles	elles portent et s'occupent des enfants	menteurs	no comment
187	Sophistiquée	sophistiquées parce que par essence la femme prend soin d'elle et SE DOIT d'être sophistiquée Une femme se doit de prendre soin d'elle même si elle est mère au foyer	Profiteurs	Profiteurs Il se laissent trop souvent mater par leurs épouse
187	intrigante	Parce que beaucoup de femmes ont influencé en bien ou en mal le sort de la France par le credit qu'elles avaient auprès des rois ou des chefs de gouvernement, ce sont beaucoup les femmes et surtout les matresses ou favorites qui ont souvent infléchi l'histoire de France (Pompadour, etc...)	infidèles	Infidèle l'homme est ainsi fait que comme l'animal qu'il est sont premier but est de reproduire
187	le temps	belle un jour belle toujours	le bois	dur et beau
188	des bijoux	il faut les admirer	le vent	agréable ou dérangeant
188	la vie	elle s sont magnifiques	le fer	maléable à chaud
188	humaine	car c'est sa catégorie	humain	car c'est sa catégorie
189	les arbres	car elle est solide	chênes	pour sa force
189	des roses	pour sa grâce	carapace	pour sa faiblesse cachée
189	hypocrites	elles cachent leur sentiments	versatile	ils sont d'humeur changeante
190	volontaires	elles vont jusqu'au bout des choses	des enfants	ils ont peur des petits bobos
190	courageuses	elles assument plein de choses a la fois	attendrissants	parce qu on les aime !
190	des fleurs	elles sont toutes belles	l'eau	trouble et limpide à la fois
191	le soleil	elles sont lumineuses	une voiture	tout roule
191	le ciel	le bleu est une belle couleur	les femmes	avec leurs défauts et leurs qualités
191	des fleurs	fragile qui s'abime quand on les négligent	le temps	ils sont imprévisibles
192	des espionnes	rien ne leurs échappent elles voient tout	des enfants	ils sont assez bebes quant ils sont malades
192	des renards	elles sont très rusées	du bon vin	ils s'améliorent avec le temps
192	des louves	elles protègent leurs enfants.	famille	il est un geniteur

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
193	des caméléons	elles doivent s'adapter à différentes situations, elles ont plusieurs "casquettes"(ménage, courses, cuisine, éducation des enfants, etc)	des bêtes	ils manquent, quelquefois de réflexion et agissent "bêtement"
193	des plantes	enracinées dans la terre	des toits	protégeant
193	le soleil	lumineuses	un meuble	permettent de s'organiser
194	des pommes	rondes et douces	arbres	solides et droits
194	une balle	elles réagissent et rebondissent	arbres	la rigidité la confiance. quand ils sont sincères compréhensifs patients alors on peut compter sur eux et faire sa vie en toute confiance
194	des fleurs	elles sont belles	amoureux	ils sont sentimentaux comme les femmes
195	la nature	au printemps elles revivent avec des idées nouvelles	inflexibles	dans leur façon de vivre ils ne changent guère
195	Matures	elles sont plus responsables	Immatures	Les hommes réagissent comme des enfants. Ils manquent de maturité, même et surtout en vieillissant
195	Malines	elles obtiennent toujours ce qu'elles veulent et elles arrivent toujours à leur fin	Protecteurs	Ils aiment bien protégés leur femme
196	Multitâches	Elles peuvent faire plusieurs choses en même temps	Douilletts	Heureusement qu'ils n'accouchent pas car ils sont très "chochottes" vis à vis de la douleur et sont de mauvais malades
196	poules	elles protègent leurs enfants	des oiseaux	ils aiment la liberté
196	des roseaux	elles sont à la fois fragiles et fortes	des enfants	ils aiment qu'on s'occupe d'eux
197	des roses	elles sont fines et délicates	des lignes droites	ils sont moins compliqués que les femmes
197	l'avenir de l'homme	elles ont du cœur et ont du caractère	des jouets	ils sont compliqués
197	des chats	elles sont indépendantes	des camions	qu'ils sont instables
198	des oiseaux	elles aiment voler de leur propre ailes	des pigeons	qu'ils sont instables
198	compliqué	ce que dise les hommes	naturel brut mystère	jene sais pas
198	réfléchie	plus qu'un homme	mystère	on ne sait pas leur réaciton
199	les hommes	race humaine	naturel	je ne sais pas
199	des fleurs	Elles s épanouissent en vieillissant	des enfants	Qu il leur faut tout tout de suite
199	des fourmis	Qu elles peuvent supporter beaucoup plus qu elle en donne le impression	Des gladiateurs	Qu ils aiment le combat, la competition
200	mère	elles donnent la vie.	leur mère	elle les élève à sa façon

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
200	la mer	elles sont très changeantes	chênes	ils sont solides, en général
200	les biches	elles sont douces	les étalons	ils cherchent presque toujours à dominer
201	le cristal	elles sont belles mais fragiles	les ouragans	ils sont destructeurs
201	libre comme un papillon	parce qu'elles ont acquis l'indépendance	fort	physiquement
201	autonome	parce qu'elles travaillent	cache leurs faiblesses	c'est ce qu'on leur a appris !
202	La mère universelle	Qu elles sont majoritairement maternelles	Lapins	Ne pense qu'à ça
202	mère	sans commentaire !	tendre	sans commentaire
202	fidèles	quand elles aiment c'est sincere	papa	ils sont disponibles pour leurs enfants
203	des copines	les amies c'est précieux	amis	très sincères et on peut compter sur eux
203	des fleurs	elles sont fragiles et belles	les nuages	ils ont la tête en l'air
203	des plantes	il faut s'en occuper	des enfants	ils demandent toujours tous
204	je ne sais plus	je ne sais plus	je ne sais plus	je ne sais plus
204	le roc	elles sont solides	des enfants	ils ne supportent pas la frustration
204	la terre	elles sont solides	des enfants	un rien les émerveille
205	le temps	elles sont immuables	des enfants	il faut toujours les rassurer
205	maman	Une femme donne la vie et éduque les enfants, le mot Maman est en general le premier mot que dit un enfant qui commence à parler	carrieristes	c'est malheureusement évident qu'un homme réussira mieux qu'une femme (dit du sexe faible) a compétence égale, malheureusement les hommes sont encore favorisés par raport aux femmes dans un même poste
205	mère	elles élèvent leurs enfants comme une mere poule	mari	ils sont des bons époux
206	Ma mère	Elle est gentille	Mon chef	Un est un tirant
206	Ma fille	Elle est belle	Mon voisin	Est un malade
206	Mon amie	Elle est à l'écoute	Mon frère	Est un bon bricoleur
207	courageuse	elles doivent faire face a tout travail famille	forts	ils ont la force physique
207	genereuses	elles aident	ambitieux	ils veulent etre les meilleurs
207	feminines	elles veulent plaire	machos	ils se croient superieurs aux femmes
208	feminine	pour plaire	simple	ne se prends pas la tete
208	maitresse	responsable	dependant	a besoin des femmes
208	active	responsable	mysterieux	ne dit pas tout

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
209	courageuses	parce qu'elles ne reculent devant rien;	laches	parce qu'ils ne veulent souvent pas faire de choix;
209	amoureuses	parce qu'elle ont souvent un cœur d artichaud;	indispensables	parce que sans eux la vie serait triste;
209	pratiques	parce qu'elles résolvent souvent leurs problèmes seules.	terre a terre	parce qu'ils manquent cruellement de psychologie et de romantisme.
210	capricieuse	sous la carapace d'une femme libérée se cache un être fragile qui a besoin d'attention de rêvetde reconnaissance	machos	les nouvelles générations progressent mais dans le fond subsiste cette envie de domination de supériorité ete même temps ce manque de volonté de mettre la main à la pâte!!
210	sensible		assistés	
210	romantique		dépendants	
211	L'amour	Elles sont le complément de l'homme	Sauvages	Guerriers et combattants
211	des animaux	Instinctives	Courageux	Aiment le travail bien fait
211	Belles	Séduisantes	Dragueurs	Toujours à l'affût
212	des fleurs	grandissent, fleurissent et se fanent.	des étincelles	brillent au dessus des autres animaux et pensent illuminer la terre.
212	un pilier	exercent un métier pour en rentrant du travail le second métier de maman.	éphémères	n'ont que 5 millions d'années d'existence sur terre et ne dureront pas longtemps.
212	les hommes	égalité des droits etc...	plantes	croissent mal si sont mal cultivés.
213	revendicatifs	elle veulent égalité....	des predateurs	pour les autres hommes et pour la planete
213	le complement des hommes	c est la vie	etres laches	ils suivent
213	un maillon de la vie	H et f se reproduisant font la vie humaine	opportunistes	comme dans le travail
214	les hommes	à force de vouloir leur ressembler (égalité)	chocolat	croquant dehors fondant dedans
214	des bijoux	l'homme ne peut s'en passer	abrutis	ont tout pour être heureux mais n'en font pas le choix
214	l'avenir	ce sont elles qui décideront du futur	destructeurs	pourissent la terre et ne s'arrêtent pas
215	des larmes	elles sont multitaques et parfois pleurent de trop	des brutes	la testostérone coulent dans leur veines
215	des jocondes	pour moi la femme est un être mystérieux	des amants	ils sont aimés
215	les hommes	nous sommes tous des êtres humains	lâches	fuir est leur nom
216	des créatrices	elles sont une imagination débordante	des gourmands	devant un beau gâteau ils redeviennent des enfants
216	les hommes	maintenant les femmes peuvent faire exactement les mêmes métiers que les hommes	des machines	souvent ils ne réfléchissent pas assez avant d'agir
216	des ordinateurs	elles sont capables de faire plusieurs choses en même temps	des peintres	ils voudraient que tout soit simple et facile

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
217	un pilier	c'est le pilier du foyer, elle soutient le foyer sur ses épaules	un soutien	c'est le chef de famille, il doit subvenir au besoin de la famille et la protéger
217	une amoureuse	elle est fidèle à son mari avec amour	un amoureux	il doit rester fidèle à sa femme avec amour
217	une ami	elle doit être tournée vers les autres	amis	il doit être tourné vers l'extérieur
218	belles	c'est leur nature	fort	fort comme un boeuf
218	ne sait pas	ne sait pas	ne sait pas	ne sait pas
218	feminines	c'est leur nature	du bon pain	ils osnt maleables
219	Gracieuses	Ce sont des femmes, c'est ce qui les différencie des hommes justement.	Créateurs	Ils inventent sans arrêt de nouvelles choses pour améliorer notre quotidien.
219	Courageuses	Elles effectuent beaucoup de choses dans une journée.	Curieux	Ils passent leur temps à découvrir de nouvelles choses sur terre et dans l'espace.
219	Intelligentes	Elles trouvent toujours des solutions aux problèmes dans la vie de tous les jours.	Fiers	Car ils aiment montrer ce qu'ils possèdent aux autres, ils montrent qu'ils ont réussi dans la vie.
220	des fleurs	agréable à regarder	acier	dur et robuste
220	la mer	toujours en action est belle à contempler	guerre	cruel parfois
220	les arbres	elles portent la vie	le soleil	il cherche à briller
221	des enfants	elles se chamaillent	des égoïstes	ils ne sont jamais contents
221	des fleurs	elles vous enivrent de leur parfum	les femmes	ils sont sensibles
221	les hommes et les plantes	elles avancent correctement dans la vie si elles sont bien cultivées	plantes	ils avancent correctement dans la vie s'ils sont bien cultivés
222	chocolat	doux sucré bon	ballon	foot rime avec homme
222	des fleurs	belles ,bonnes,	moto	puissance vitesse
222	alcool	font tourner la tête	bière	peu de femmes aiment
223	maison	semble inné	humain	ont des forces et des faiblesses
223	belle	féminité et amour	des animaux	besoins de manger, dormir...
223	sensibilité	propre de la femme, sa plus grande sensibilité qu'un homme	le rire	formule célèbre de Rabelais qui représente le début de l'humanisme
224	grâce	synonyme de beauté	des animaux	l'homme est un représentant animal sur terre (un peu plus évolué)
224	coléreuses	veulent avoir le dernier mot	rassurant	protecteurs
224	manipulatrice	aiment dominer	protecteurs	rassurants
225	calculatrice	aiment tirer profit	charmeurs	envie de plaire

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
225	motrices	directement ou indirectement, elles incitent les hommes à agir	des animaux	les animaux, idiots, une parenthèse c'est la nature Ils détruisent cette même nature, font la guerre.. A ce rythme nous disparaîtrons sans laisser de trace
225	fortes	Être capable d'accoucher	idiots	guerre, destruction de la nature..
226	Avenir	Sans femme plus rien de possible	parenthèse	A ce rythme, nous aurons bientôt disparu
226	mammifères	elles donnent la vie	moutons	souvent suivent tous le même mouvement
226	panier	parfois percé...	des lions	regne la loi du plus fort
227	des pies	parce bavarde	l'avenir	perpetuelle évolution
227	des fleurs	il faut en prendre soin	des rois	on aime se faire servir
227	les hommes	elles travaillent et gèrent des choses de la vie comme nous	des lions	ils sont très forts
228	le feu	il faut toujours entretenir la flamme	des enfants	besoin des femmes
228	les laboureuses	elles sont dures à la tâche	le bon pain	ca vient comme ca
228	des roses	elles sont douces	virils	ils sont forts
229	volontaires	elles doivent se battre plus que les hommes	francs	ils disent ce qu'ils pensent
229	elles veulent	ce sont des femmes	ils veulent	ce sont des hommes
229	des maitresses	elles dirigent , consolent et aiment	des pères	leurs enfants les voient ainsi
230	les hommes	qu'elles veulent être à leur égal	des agneaux	qu'ils savent généreux
230	des pénélopes	qu'elles veulent toujours être les plus belles	des animaux	ils sont bestiaux dans certaines circonstances
230	des dominantes	qu'elles veulent tout maîtriser	des robots	qu'ils ne pensent qu'à gravir les échelons
231	des phénix	elles renaissent toujours de leurs cendres	arbres	ils sont solides
231	des enfants	elles pleurent	des enfants	ils ont toujours besoin d'assistance
231	des déesses	elles peuvent tout	des dés	ils sont jetés dans le jeu de la vie
232	Rien	Je ne sais pas	Paresseux	Il n'aime pas les travaux ménagers
232	Les melons	Il faut en tater mille pour en trouver une bonne	Possesif	On ne peut pas regarder un autre homme
232	Cerise	Elles sont pulpeuses	Jaloux	On ne peut pas regarder un autre
233	le roti	saignante à l'intérieur	le soleil	ils brillent par leur intelligence
233	les femmes	elles ont toujours raison	le vent	ils sèment beaucoup d'erreurs
233	le soleil	les brûlures sont dangereuses	le bon vin	ils s'améliorent en vieillissant
234	mère	la grossesse	des pères	ils les ont éduqués
234	mère	par définition car elle donne la vie	esprit	Sa différence avec l'animal est sa faculté de penser

N°	MF	Motivation	MH	Motivation
234	mère	leur enfant les voie ainsi	des fils	leur mère les voie ainsi
235	PETILLANT	Elles ont la capacité à voir les choses dans un sens large	soldat	ils sont aventuriers
235	princesses	elles sont belles	clowns	ils ne se prennent pas toujours au sérieux
235	papesse	elles ont la sagesse du coeur	raison	parce qu'ils sont monocephales et parfois pragmatiques
236	dependiere	ne voit même pas de quoi sera fait demain	sexe fort	c'est lui qui penetre
236	irresponsable	ne réfléchisse pas avant d'agir	econome	il est prudent quant a l'avenir
236	venus	si belle qu'on les désire	sexy	attire les femmes
237	des fontaines	elle pleure facilement	fier	n'aime pas l' echec
237	un roc	très resistente	huitre	ils se referment facilement sur eux
237	du coton	parce qu'elles sont douces	une pierre	dur d'apparence
238	belle	elles sont radieuse comme le soleil	des oiseaux	ils sont voyageurs et sont sans cessent en mouvement
238	déterminées	elles veulent toujours avoir raison	le soleil	ils sont radieux
238	protectrisses	elles protègent toujours leur famille	les prédateurs	ils se chassent et se bagarrent entre les différentes races
239	feminin	sexe defini genetiquement	male	sexe defini genetiquement
239	fair plusieurs choses en meme temps	ce que les hommes ne peuvnt pas faire	solide	force naturelle reconnue
239	coriace	plus fcile à resister en cas de probleme	tete differente femme	raisonnement jamais idetique les priorites ne sont ps les memes
240	ma préférence	c'est ainsi	volontaires	on les souvent poussés à l'être
240	parfois mystérieuses	comme moi parfois	déstabilisés	les moeurs bougent
240	courageuses	tout ne leur est pas toujours acquis	adaptables	les sensibilités bougent

Annexe 4. Données du questionnaire en mandarin

La colonne N° (numéro) répertorie chaque locuteur ou locutrice selon leur sexe et leur âge. Comme il a été demandé à chaque personne de donner trois métaphores décrivant les femmes et trois métaphores décrivant les hommes, chaque participant se voit donc attribué trois lignes pour ces réponses.

N° 1-30 : femmes de 20-29 ans, N° 31-60 : hommes de 20-29 ans, N° 61-90 : femmes de 30-39 ans ; N° 91-120 : hommes de 30-39 ans

N°121-150 : femmes de 40-49 ans, N° 151-180 : hommes de 40-49 ans, N° 181-210 : femmes de 50-59 ans, N° 211-240 : hommes de 50-59 ans

Nous présentons ci-dessous les données brutes sans aucune modification de notre part. Les fautes éventuelles présentes dans la colonne Motivation sont donc du fait des répondants.

Les lignes grisées indiquent l'absence de réponse de l'interviewé.

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduction
1	花瓶	Vases	每天裝扮漂亮~但卻沒內涵	Elles se font belles tous les jours - mais elles sont écervelées.	牛	Buffles	有些猛男練的全是肌肉，最終還是要被吃掉阿，GAY 特別多	Ils se font des muscles, mais finalement ils seront quand même mangés. Ah, GAY en particulier.
1	絲瓜	Loofahs	樸素的女人~需經過炒煎煮過後~可吃可食用~還養顏美容，代表外型不怎樣~但卻很有料	Simples, mais après les avoir bien cuisinés ils servent à manger et aussi à soigner la peau. Représente une femme d'une apparence banale, mais avec des qualités.	豬	Cochons	就好吃懶做，伸手就要人家給他所需要的，自然越來越肥胖	Ils sont paresseux, ils demandent toujours aux autres ce dont ils ont besoin, et ils deviennent de plus en plus gros naturellement.
1	木瓜	Papayes	很甜，一個女人很有身材也很有內涵，但內心卻很脆弱，也不能放太久，會壞掉，容易扣到，就坑坑疤疤	Sucrées, une femme non seulement physiquement attirante mais aussi belle à l'intérieur. Pourtant, le cœur est très fragile et ne peut pas être conservé trop longtemps. Elles s'abîment facilement quand on les touche (se dénaturent).	雞	Coqs	現在的男人，不是太矮，就是瘦弱的像雞~一樣，沒辦法保護身邊的人	Les hommes de nos jours, sont soit trop petits, soit trop minces comme un coq. Ils n'arrivent pas à protéger les gens autour d'eux.
2	無尾熊	Koalas	女人像是看到尤加利樹的無尾熊，因為看到自己想要的幸福感，就會捨不得離開一直巴著不放	Des koalas qui voient des eucalyptus. En voyant le bonheur dont elles ont envie, elles ne veulent plus le quitter.	小孩	Enfants	男人是未長大的小孩，偶爾需要的輕聲相哄，偶爾需要重語相勸	Des enfants qui ont besoin d'être câlinés de temps en temps, et qui ont besoin d'être grondés de temps en temps.
2	梅花	Fleurs de prunier	即便遇到多艱難的困境，依然堅忍不拔	Bien qu'elles rencontrent beaucoup de difficultés, elles sont quand même persévérantes.	鬥雞	Coqs très fiers/prétentieux	男人是趾高器昂的鬥雞: 非得靠自己的力量迎戰才認可戰役的勝負	Ils ne s'avouent jamais vaincus dès lors qu'ils participent eux-mêmes aux batailles.
2	月球	Lune	不像太陽般的熾熱，卻願意一直默默陪伴著	Quoiqu'elle ne soit pas chaude comme le soleil, elle est disposée à nous accompagner continuellement.	臭氧層	Couche d'ozone	保護著他所愛的家人	Ils protègent les familles qu'ils aiment.

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
3	鐘	Cloches	我們社會還無法容忍女人放任家庭不管	Notre société ne tolère pas encore que les femmes ignorent leur famille. (Une horloge est accrochée à la maison, alors qu'une montre 'sort' de la maison)	錶	Montres	可是男人 3.4 天不在家忙工作別人會稱讚上進	On flatte les hommes besogneux s'ils travaillent hors de la maison pendant 3 ou 4 jours.
3	水	Eau	(1) 男人是花，男人會靠女人(如果他有女人的話) (2) 水是一種善於適應的形體，女人本來就是什麼地方都要能適應，她嫁進夫家後，連娘家的墓都不能掃了，要放棄從前的一切要求自己認同夫家 (3) 水能載舟亦能覆舟，要陰耍狠女人最狠	(1) Les hommes sont des fleurs, dépendants des femmes (s'ils ont une femme) (2) L'eau s'adapte bien à n'importe quelle forme. Les femmes sont des êtres qui doivent s'adapter à tous les environnements. Après s'être mariées dans la famille de leurs maris, elles ne peuvent plus balayer les tombes de leurs propres familles. Elles doivent abandonner tout leur passé et se résigner à accepter la famille de son mari. (3) L'eau peut transporter un bateau et aussi le renverser : les femmes sont bien insidieuses.	花	Fleurs	(1) 男生多數會炫耀，花的存在本身就是要展示自己的美麗 (2) 男人會靠女人(如果他有女人的話) 花很難獨活，需要水：通常有權的男人不可能沒有家庭，因為那也是支撐他身分地位的一個依據	(1) La plupart des hommes se vantent. L'existence des fleurs consiste à montrer leur beauté (2) Ils sont dépendant des femmes (s'ils ont une femme) Les fleurs ne peuvent pas vivre sans eau : Normalement, on ne peut pas concevoir que l'homme ne puisse pas avoir une famille, elle constitue une base qui le soutient dans son statut et dans son pouvoir. Conforter dans un statut...
3	鮮奶油	Crème fraîche	只吃麵包可以飽，但是鮮奶油能提升樂趣，女人的個性會偏好合作但男人會喜歡獨立運作	En mangeant du pain nous n'avons plus faim, mais le beurre en augmente le plaisir. Les femmes préfèrent collaborer, tandis que les hommes préfèrent travailler tout seul.	麵包	Pain	只吃麵包可以飽，但是鮮奶油能提升樂趣，女人的個性會偏好合作但男人會喜歡獨立運作	Quand on mange du pain on n'a plus faim, mais le beurre en augmente le plaisir. Les femmes préfèrent collaborer, tandis que les hommes préfèrent travailler tout seul.
4	棉被	Couvertures	包容性,並且給予溫暖,像是女性母性的那一塊	Tolérantes, et donnent de la chaleur, comme la partie maternelle des femmes.	大提琴	Violoncelles	雄厚，沉穩的音色，像是男性成熟的脾氣及嗓音，再怎麼急速的樂曲，總是扮演著音樂裡底部支架的角色，像是在家庭裡，一家之主頂天立地的角色	Leurs timbres profonds et bas, comme le tempérament et la voix matures des hommes. Peu importe la vitesse du mouvement, ils jouent toujours un rôle de basse, comme dans la famille, le rôle de chef de famille.
4	高跟鞋	Chaussures à talons hauts	性感美麗，卻也危險性強，塑造著美麗的形體卻很容易斷	Sexy, beaux, mais dangereux, font un joli corps, mais fragiles et se cassent facilement	玻璃	Verres	男性剛硬的形象，有自己的脾氣固執，但卻也是易碎，只要遇到比他更硬更固執，就沒有了自己	L'image de dureté que symbolise l'homme, son propre caractère obstiné, mais aussi fragile. Une fois qu'il rencontre quelqu'un qui est plus fort que lui, il est perdu.
4	水	Eau	依附著各樣瓶子，就可以變化成各種樣子，像是傳統女性願意捨棄自己的形樣，跟隨著丈夫家庭	Prend la forme de n'importe quel contenant, une femme traditionnelle abandonne son image en suivant la famille de son mari.	綠豆	Haricots verts	出芽時生長快速，像是男性莽撞的一面，衝勁十足，卻是沒有方向，初芽的閃耀興奮總是一下下	Ils grandissent vite en poussant, comme le coté spontané des hommes, impulsifs, mais sans direction, l'excitation bourgeonnante est toujours courte.
5	小鳥	Petits oiseaux	擇良木而棲	Ils choisissent de bons arbres pour se percher.	母雞	Mère poule	老鷹來的時候突然變得很有肩膀	Elle devient instantanément responsable quand un aigle vient.
5	冰	Glace	外表看起來堅強，但還是水做的	Elle a l'air dure, mais elle est quand même faite d'eau.	石頭	Pierre	很笨脾氣很硬	Stupide, obstiné.

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
5	花	Fleurs	青春美麗有限	La jeunesse et la beauté sont limitées.	酒	Vin	很晚熟	Être mûr tardivement.
6	海底針	Aiguille au fond de la mer	摸不透他的想法	Nous ne pouvons pas comprendre sa pensée.	車	Voitures	男人愛玩車	Les hommes aiment les voitures.
6	水	Eau	變化太大	Bien capricieuse.	錶	Montres	錶代表男人的品味	Elles représentent le goût des hommes.
6	玻璃	Verre	看似堅硬其實脆弱	Il a l'air dur mais en fait il est fragile.	登山	Gravir des montagnes	危險卻又值得挑戰	Dangereux, mais c'est digne de le faire.
7	變色龍	Caméléons	喜怒無常,有時說一是一,有時說一不是一	Inconstantes, parfois elles disent oui mais elles pensent non ; parfois elles disent oui mais elles pensent oui.	牛	Buffles	強壯有肩膀可以依靠,但又火爆衝動。看起來很實在,但又會離你而去	Forts, responsables et fiables, mais aussi fougueux et impulsifs. Ils ont l'air fiables, mais ils finiront par vous quitter.
7	狐狸	Renards	捉摸不定,而且狡猾陰險	Capricieux et insidieux.	植物	Plantes	不太在意別人說的話做的事,只會吸取它需要的養分	Ils se moquent de ce que les autres disent ou font ; ils absorbent seulement les nutriments dont ils ont besoin.
7	金子	Or	脆弱不易保存,但卻經得起焯鍊	Fragile et difficile à préserver, mais durable.	色情書刊	Magazine érotique	好像永遠都會無比的在意這個話題,就算沒有愛也需要這部份的養分	Ils sont toujours intéressés par ce sujet, et même sans amour, ils ont besoin de sexe
8	向日葵	Tournesols	呼應男人像太陽,女人嚮往時時仰望心愛的男人。	Correspond à la métaphore où les hommes sont comme le soleil. Les femmes désirent l'homme qu'elles aiment comme les tournesols désirent le soleil.	太陽	Soleil	炙熱溫暖的光,帶來生命的力量。	Sa lumière chaleureuse amène le dynamisme de la vie.
8	球	Ballons	圓融但難以掌握。	Harmonieux mais difficile à contrôler.	立方體	Cubes	有稜有角,變動性低。	Anguleux, avec peu de possibilité de se mouvoir.
8	水	Eau	寬容且涵納一切,愛的範圍寬廣,卻也容易讓對方窒息溺斃。	Il est tolérant et il contient tout, avec un amour immense, vaste, mais qui peut vous noyer.	風	Vent	慣性吹撫所經之處,卻不見得願意停留。	Il est habitué à souffler là où il est, mais il ne veut vraiment pas rester.
9	彈力球	Balle rebondissante	抗壓性高	Elle arrive à résister au stress.	狗	Chiens	到處撒野,愛偷吃	Agit sauvagement partout et aimer manger secrètement (être infidèle).
9	水	Eau	柔弱 適應性高	Douce, souple et faible, et qui s'adapte.	槍	Pistolets	容易發飆,逞凶鬥狠	Être enclin à se fâcher, impulsif et cruel.
9	天氣	Climat	個性陰晴不定	Sa personnalité est capricieuse.				
10	水	Eau	在什麼容器裏就成為什麼樣子,用耐力和包容力去適應多變的環境。	Prend la forme du contenant, s'adapte à l'environnement changeant avec endurance et tolérance.	刀鋒	Tranchant d'une lame	有稜有角不柔和。	Anguleux, pas doux.
10	陰天	Jours nuageux	情緒時晴時雨難以捉摸。	Les émotions sont capricieuses, comme lorsqu'il pleut et qu'il soleil en même temps, difficile à deviner.	高牆	Hauts murs	二十世紀以前的歷史幾乎是由男性角度書寫,是 HISTORY 而不是 'herstory'.	L'histoire des vingt siècles écoulés est basée sur les perspectives des hommes, c'est 'history' mais pas 'herstory'.

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
10	大地	Terre	大地為萬物之母	La terre est la mère des tous les créatures.	牛	Buffles	固執，想法不輕易改變。	Obstinés, il n'est pas facile à changer leurs idées.
11	貓	Chats	個性有時陰晴不定	Sa personnalité est parfois capricieuse.	Google	Google	大家覺得他們什麼都應該要懂	On pense qu'ils doivent comprendre tous les choses.
11	水	Eau	可以隨環境不同而適應	Elle s'adapte à des environnements différents.	玻璃	Verre	心思很容易被看穿	Leurs pensées sont facile à voir (transparentes).
11	麵包	Pain	軟軟的	Il est moelleux.	籃球	Basketball	總是很有韌性的面對事情	Il est toujours flexible en affrontant les choses.
12	貓	Chat	神秘帶有希引力	Mystérieux et attirants.	狗	Chiens	只對喜歡的東西搖尾巴	Ils ne remuent la queue que pour les choses qu'ils aiment.
12	海	Mer	具包容卻也瘋狂	Tolérante mais folle	山	Montagnes	穩重，實際，現實	Stable, pratique et réaliste.
12	花	Fleurs	其一生努力展現自己的美	Elles montrent leur beauté pendant toute leurs vies.	風	Vent	來去自如飄泊不定	Il va et vient comme il veut, il est errant.
13	花	Fleurs	美麗	Belles.	樹	Arbres	保護、安全感	Protecteur, sens de sécurité.
13	絲綢	Soie	柔軟	Douce, souple.	鋼	Acier	堅強	Fort.
13	水	Eau	脆弱	Fragile.	海	Mer	廣闊胸襟	Tolérant, avoir un esprit ouvert.
14	貓	Chats	有時後撒嬌，有時候獨立。	Dépendants de temps en temps, indépendants de temps en temps.	狗	Chiens	被稱讚就會更努力去做。	Ils vont travailler plus quand ils ont leur fait des louanges.
14	草圖	Croquis	沒好好上色前不會知道能變多美麗。	On ne peut pas savoir qu'il deviendra si joli avant qu'il soit colorié.	風箏	Cerfs-volants	被線綁住還是想往自由的地方跑	Est attaché par un fil mais veut être en liberté.
14	液體	Liquides	能順應環境變化。有時像霧一樣難捉摸，有時像水一樣柔軟，有時像冰一樣尖銳冷酷。	Il s'adapte avec l'environnement. Parfois il est comme du brouillard, difficile à comprendre ; parfois il est souple comme de l'eau ; parfois il est dur et froid comme de la glace.	石頭	Pierre	被風吹久了也會變成沙，是可以被調教的。	Elles pourront devenir du sable suite à l'érosion éolienne, ça veut dire qu'ils pourront être taillées (changées par les femmes)
15	棉被	Couvertures	在需要時能給人溫暖和支持	Donner aux gens chaleur et soutien en cas de besoin.	魔術師	Magiciens	可以將大事化小小事化無	Pouvoir transformer des grandes choses en petites choses, et des petites choses en rien.
15	蜘蛛網	Toiles d'araignée	看似心思複雜但卻又有著不成文的調理	Leurs pensées semblent complexes mais elles ont quand même des règles non écrites.	橡皮	Caoutchouc	有著堅強的韌性	Très résistant, avec une forte ténacité.
15	一首歌	Une chanson	隨著音樂的起伏而變換	(L'humeur) change avec les hauts et les bas de la musique.	肩膀	Épaules	與生俱來的責任	Ils sont nés avec le sens des responsabilités.
16	花	Fleurs	嬌貴	Délicates (fragiles et précieuses).	大樹	Arbres	值得依靠	Fiables
16								
16								

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
17	藝術品	Œuvres d'art	她的美是很主觀的，但是也是都獨具特色的，需要有獨特的眼光的男人來欣賞每個不同的作品，然後發掘出最喜愛的一項	Leur beauté est très subjective. Tout comme les hommes ont des goûts personnels qui leur font aimer des œuvres d'art différentes, ces mêmes goûts personnels leur permettent de choisir la femme qu'ils aiment le plus.	獅子	Lions	很單純，很直接，很勇敢，也很義氣，但有時候也很兇爆。像個獅子一樣是家裡的萬獸之王，但是也是負責保護家庭的角色。有時候像獅子一樣懶洋洋，只想曬太陽，男人跟公獅一樣有陽剛帥氣的外表與內在。	Ils sont simples, directs, courageux et dévoués envers leurs amis. Mais parfois ils sont aussi féroces. Il est le roi des animaux à la maison, mais il est également responsable quand il s'agit de protéger la famille. Parfois un lion ne veut que se prélasser paresseusement au soleil. Tout comme les lions, les hommes sont virils et beaux à l'extérieur comme à l'intérieur.
17	雨	Pluie	世界就像乾渴的大地需要雨的滋潤，雨總是來的在預料之外，就像女人給的溫暖總是給的出奇不意。	Le monde est comme la terre qui a soif et qui a besoin de la pluie. La pluie vient toujours d'une façon inattendue, comme la chaleur que les femmes donnent inespérément	大樹	Arbres	跟大樹的一樣要遮風避雨，男人也像大樹一樣，雖然都在成長，但表達能力總是差了點，大部分不太會表達比較木訥，需要更多溝通技巧。	Ils ont besoin de servir comme un abri contre le vent et la pluie. Les hommes sont comme des arbres, même s'ils se grandissent, leurs capacités de communication ne sont pas assez bonnes, ils ne peuvent pas s'exprimer proprement, relativement rigide, ayant besoin de plus de technique de communication.
17	西瓜	Pastèques	像是擁有堅硬的難破外殼，但一旦被切開後就發現裡面的西瓜肉很軟，就像是女人看似外表堅強，但一旦付出了情感心就會變得很軟，這時候就像西瓜一樣吃起來很甜很滋潤，但也很容易被吃光，只留下西瓜外殼。女人有時候外表看起來像是西瓜外殼一樣是綠色的，但相處之後才發現它的果肉是完全對比的紅色。女人跟西瓜一樣需要掏心出來相處之後，才會發現更多甘甜也更多不一樣的一面。	La peau d'une pastèque est très solide, difficile à casser, mais lorsqu'on la découpe, on se rend compte que l'intérieur est tendre. Les femmes sont pareilles, elles ont l'air fortes, mais une fois qu'elles s'investissent émotionnellement, leur cœur devient tendre. A ce moment-là, la pastèque est sucrée et fruitée, mais également vulnérable et facile à manger, et il ne reste à la fin que la peau dure. Parfois l'extérieur d'une femme est comme celui d'une pastèque, verte, mais après l'avoir connue, on trouvera qu'à l'intérieur elle est comme la chair d'une pastèque, rouge, tout le contraire de la peau extérieure verte. Les femmes sont comme des pastèques, elles ont besoin d'être connues pour découvrir qu'elles sont sucrées et trouver des aspects différents.	釣魚	Pêcher	釣魚時釣魚線不能拉得太緊，就像男人不適合緊綁，拉得越緊反而很快線就斷掉然後就一去不回了，要把釣魚線放得遠，讓男人有自由，反而可以釣大更大更好的魚，就像可以激發出男人更多的優點	Quand tu pêches, il ne faut pas tirer trop fort sur la ligne, il ne faut pas restreindre les hommes. Si tu tires plus fort, le fil casse très vite et ils ne reviennent plus jamais. Il faut lancer le fil plus loin et laisser de la liberté aux hommes. Tu pourras avoir des poissons plus grands et meilleurs, comme tu peux encourager les hommes pour les inciter à mieux faire.
18	指甲油	Vernis à ongles	有各式各樣，代表不同個性	Il y en a de toutes sortes, représentant leurs personnalités différentes.	公牛	Taureaux	好勝	Compétitif.

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduction
18	水	Eau	既柔軟又強大	Douce et forte à la fois.	石頭	Pierre	不解風情，過於理性，像冰冷石頭	Pas romantique, trop rationnel, comme une pierre froide.
18	秋天	Automne	多愁善感	Sentimental.	太陽	Soleil	有活力，一家之主，如同太陽是世界生命的來源	Énergique, le chef de la famille. Comme le soleil est la source de la vie du monde.
19	變形金剛	Transformer	外在、情緒和感情千變萬化	A l'extérieur, les émotions et les sensations changent tout le temps	小孩	Enfant	想法太天真，有時太幼稚	Leur pensée est trop naïve, parfois comme un gamin.
19	叉燒包	Petits pains farcis à la viande cuits à la vapeur	外表雪白清新，只能看見些許熱情的，但不完全撥開，看不見真正內容！想對外開放但又不完全，藏在皮下的仍待開發	L'apparence est blanche et pure, de l'extérieur, on ne peut voir qu'un peu de passions, mais on ne peut pas l'ouvrir complètement pour en voir le contenu.	色狼	Loups pervers	那檔子是無時無刻在腦海	Ils pensent toujours à cette chose (le sexe).
19	愛玉	Gelée d'aiyu	一開始圓潤透明，心一死，就化成水讓你摸不著吃不到！	Au début moelleux et transparent. Dès que son cœur est mort, elle se transforme en eau pour que tu ne la touches pas et ne la manges pas.	石頭	Pierre	腦子、情感硬的不會變通	La tête et les émotions ne changent pas selon les cas.
20	珠寶	Bijoux	愈被疼愛(使用)愈發閃亮	Plus elles sont aimées, plus elles sont brillantes.	填充娃娃	Peluches	不僅自負於自己的見解，還被賦予給予人溫暖的責任，卻也需要其他人的關愛，但又不會說出口。	Ils sont non seulement prétentieux dans leurs opinions, mais ils ont également la responsabilité de donner la chaleur aux gens, en plus ils veulent que les autres prennent soin d'eux, mais ils ne le disent pas.
20	水	Eau	因為身段柔軟，而且有超乎想像的韌性得以適應各種環境	Elle est souple, et elle a une flexibilité superbe pour s'adapter à tous les environnements.	玻璃	Verre	看似堅硬實而脆弱。	Ils ont l'air dur mais en fait ils sont fragiles.
20	黑白棋	Othello	思考傾向非黑即白二分法	Elles tentent de penser diachroniquement : soit noir soit blanc.	搖滾樂	Musique Rock	可以充滿力量、激動，也有柔情的一面。	Ils peuvent être puissants, excités, avec également un côté tendre.
21	冰	Glaces	有個性但若受到太陽的照射便會融化。	Elles ont du caractère mais elles fondent quand le soleil les éclaire.	雨水	Pluie	默默的下，默默的影響滋潤別人。	Il pleut silencieusement, ils influencent et nourrissent les autres silencieusement.
21	紅酒	Vin rouge	值得有品味的人品嚐。	Elles sont dignes de ceux qui ont bons goûts.	石頭	Pierre	冥頑不靈	Absolument têtus.
21	月亮	Lune	因為在看似黑暗的夜空裡，有著明亮的存在。	Dans le ciel sombre de la nuit, il y a une existence lumineuse.	科技	Technologie	會日新月異。	Ils changent avec le temps.
22	花	Fleurs	賞心悅目，有些甚至芬芳	Elles sont jolies, certaines sont même parfumées.	草	Herbes	有些不太引人注目，但也有些很迷人、值得欣賞的	Certains n'attirent pas trop l'attention des autres, mais certains sont charmants et appréciables.
22	水	Eau	感覺溫柔，其實內在充滿力量	Elles sont tendres, mais à l'intérieur, elles sont pleines de force.	火	Feu	有些溫暖含蓄，有些強烈耀眼	Certains sont chauds et implicites, certains sont intenses et brillants.
22	月亮	Lune	溫和皎潔，不會大大散發自己的光芒	Doucement lumineuse et claire ; sa lumière n'éclaire pas trop.	黑色	Noir	由多種不同色彩(個人特質)混雜而成	Il se compose de plusieurs couleurs différentes (des caractères personnels).

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
23	棉被	Couvertures	抱媽媽時感覺很軟很軟	Quand on fait un câlin à maman, on se sent très très doux.	寵物	Animaux de compagnie	可愛但膽小	Mignons mais craintifs.
23								
23								
24	橡皮	Élastique	可塑性很高	Avec une grande élasticité/flexibilité.	樹木	Arbres	感覺粗壯、可靠。	Donnent l'impression d'être robustes et fiables.
24	咖啡	Café	幾乎每個人都需要這樣的角色	Presque tout le monde a besoin de ça.	麵包	Pain	愛吃又會吃	Ils aiment manger et ils mangent beaucoup.
24	高粱酒	Vin de sorgho	越久越香	Se bonifie avec le temps.	太陽	Soleil	感覺男人總是熱呼呼的，運動完 or 體溫較高。	Les hommes sont toujours chauds, soit après le sport, soit lorsque leur température corporelle est plus élevée.
25	奧黛麗赫本	Audrey Hepburn	女人要像奧黛麗赫本，因為要永遠知道方向在哪	Elles doivent savoir dans quelle direction aller.	小孩	Enfants	好像永遠長不大	Ils ne grandiront jamais.
25	玫瑰	Roses	帶刺，擔心受傷而生出的刺	Elles ont des épines pour les protéger de peur d'être blessées.	獵人	Chasseurs	這是原始動物的本能，需要去找東西養自己的家	C'est la nature des animaux, ils ont besoin de chercher des choses pour nourrir leurs familles.
25	水	Eau	以柔克剛	La douceur conquiert la force.	獅子	Lions	他們總是想當王滿足成就感	Ils ont toujours envie d'être le roi, de satisfaire le sentiment d'accomplissement.
26	暖暖包	Sacs chauffants	總是給人溫暖	Toujours donner de la chaleur aux autres.	冰塊	Glaçons	有時堅強冰冷，但對熱很敏感，一旦融化比什麼都柔軟	Parfois ils sont forts et froids, mais sensible à la chaleur : une fois fondus ils sont le plus doux.
26	煙火的火藥	Poudres de feux d'artifice	一旦被點燃會奮不顧身的引爆綻放出美麗的煙火（如媽媽為了救小孩而犧牲性命綻放出愛）	Une fois allumées, elles auront hâte de faire exploser de beaux feux d'artifice (comme une mère peut sacrifier sa vie par amour pour sauver son enfant).	包著礦的鑽石	Diamants contenus dans la pierre (des diamants bruts)	沒教就永遠是顆石頭但經琢磨後卻是最閃亮的	S'ils ne sont pas éduqués, ils sont toujours des pierres, mais après avoir été taillés, ils sont les plus brillants.
26	夜景	Vue de la nuit	閃爍不定天氣好時很美麗，天氣不好就是個謎	Elle scintiller. Elle est belle quand il fait beau mais elle est mystérieuse quand il ne fait pas beau.	大鯨魚	Grandes baleines	很巨大穩重在旁邊感覺很安全，畫出來卻很可愛	Ils sont énormes, solides, on se sent en sécurité à côté, mais quand on les dessine c'est mignon.
27	貓	Chats	驕傲	Fiers.	動物	Animaux	衝動	Impulsifs.
27	水	Eau	溫柔	Douce.	石頭	Pierre	固執	Têtus.
27	風	Vent	自由	Libre.	大象	Éléphants	遲鈍	Lents.
28	小說	Romans	要細讀	Il faut les lire soigneusement.	綜藝節目	Émissions de variété	膚淺，表面化	Ils sont superficiels.
28	雨	Pluie	意隱藏自己，個性濕冷感覺	Elles veulent se cacher, leur caractère est mélancolique et froid.	太陽	Soleil	不隱藏，直接	Ils ne cachent pas et sont directs.
28	藍調	Le blues	呻吟，情感宣洩	Elles gémissent, elles soulagent leurs émotions.	爵士	Le jazz	陽剛	Il est viril.

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
29	香水	Parfums	有致命吸引力	Elles ont des attractions fatales.	蛇	Serpents	好控制	Ils sont faciles à contrôler.
29	水	Eau	小女人，堅強	Elles sont féminines et fortes.	毒品	Drogue	讓人愛不釋手	Ils sont addictifs.
29								
30	玫瑰	Roses	她們嬌豔欲滴	Elles sont alléchantes.	金剛	King Kong	很強壯	Ils sont forts.
30	燈塔	Phares	燈塔，讓人很有安全感	Elles font se sentir les gens en sécurité.	電池	Batteries	總有用不完的體力	Ils épuisent toujours leur énergie.
30	香料	Épiceries	她們會為生活添增許多變化	Elles ajoutent beaucoup de changement à la vie.	一面牆	Un mur	好像很難和他互動	Ça a l'air difficile de communiquer avec lui.
31	水龍頭	Robinets	情感豐富很容易流淚	Elles sont émotionnelles et elles pleurent facilement.	種馬	Etalons	下半身思考	Ils ne pensent qu'au sexe. Ils ne pensent qu'au bas de leur corps.
31	炸彈	Bombes	隨時都有可能爆炸	Elles risquent d'exploser tout le temps.	公牛	Taureaux	只會向前衝	Ils ne savent que se précipiter.
31	玻璃	Verre	心靈上或身體上都很容易受傷	Elles sont vulnérables mentalement ou physiquement.	猩猩	Chimpanzés	頭腦簡單四肢發達	Ils sont forts physiquement mais simples mentalement (un simplet, un nigaud).
32	花	Fleurs	漂亮	Jolies.	房子的柱子	Colonnes d'une maison	要撐住一家人	Ils doivent soutenir leur famille.
32	水龍頭	Robinets	一哭就停不了	Une fois qu'elles pleurent, elles ne s'arrêtent pas.	海浪	Vagues	永遠澎湃	Elles sont toujours déferlantes.
32	月亮	Lune	月經一個月一次	Les règles sont mensuelles.	牙齒	Dents	要保護舌頭，跟保護國家一樣	Il faut protéger la langue, comme il faut protéger le pays.
33	花	Fleurs	漂亮	Jolies.	蝴蝶	Papillons	女人像花，花越香，蝶越盛，男人都是外貿協會	Plus les fleurs sont parfumées, plus les papillons sont attirés par elles. Tous les hommes aiment les jolies filles.
33	衣服	Vêtements	新衣很喜歡常穿出去炫，穿膩了就時長擺在家裡，等到了老了就丟了	Quand ils sont nouveaux, on les porte souvent pour les montrer dehors, mais quand on en a marre ils restent à la maison pour longtemps, et quand ils sont vieux on les jette.	狗	Chiens	很賤	Infidèles (salopards).
33	在野黨	Des parties opposées	為反對而反對	Elles s'opposent juste pour s'opposer, (elles critiquent sans raison valable).	酒	Vin	越老越值錢	Ils ont plus de valeur en vieillissant.
34	球	Balles	圓圓的很可愛	Elles sont rondes et très mignonnes.	石頭	Pierres	堅硬	Dure et solide.
34	魚缸	Aquarium rempli d'eau	都是水，裡面有魚(代表另外一個人)	Dedans il y a un poisson (cela représente une autre personne).	米	Riz pas cuit	要水跟熱才會變飯，水是柔軟的東西，熱是熱情	Il faut de la chaleur et de l'eau pour que le riz soit bon à manger, l'eau est quelque chose de tendre, la chaleur est la passion.
34	電燈	Lumières	要打開才會亮	Il faut l'allumer pour qu'elles soient lumineuses.	指甲	Ongles	不是絕對堅硬但是可以發揮保護的作用	Ils ne sont pas absolument solides mais ils peuvent remplir une fonction de protection.
35	貓	Chats	溫柔中帶壞脾氣	Elles sont douces avec parfois de la mauvaise humeur, des chatons.	狐狸	Renards	邪惡又狡猾	Ils sont malfaisants et rusés.

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
35	駱駝	Chameaux	逛起街來...可以不吃不喝	Quand elles font les courses, elles ne peuvent ni boire ni manger.	烏鴉	Corbeaux	天下男人一樣賤	Tous les hommes sont malfaisants dans le monde.
35	水龍頭	Robinets	眼淚說掉就掉，說停就停	Leurs larmes tombent et s'arrêtent quand elles veulent.	石頭	Pierres	堅強又頑固	Solides et têtus.
36	手機	Portables	沒有手機全身不對勁	On se sent bizarre sans son portable.	家	Maisons	每個女人都應該要個男人來照顧	Toutes les femmes ont besoin d'un homme pour s'occuper d'elle.
36	鬧鐘	Réveils	女人總是提醒你該回家了	Les femmes te rappellent toujours que c'est l'heure de rentrer à la maison.	鑰匙	Clés	回家都需要一把 key。	On a besoin d'une clé pour rentrer à la maison.
36	電腦	Ordinateurs	隨時隨地都需有個電腦來幫忙處理事務。	On a toujours besoin d'un ordinateur pour nous aider à régler des affaires.	鞋子	Chaussures	沒有鞋子會寸步難行	On est incapable de se déplacer sans chaussures.
37	檳柑	Citrus	有點酸，有點甜	Un peu acide, un peu sucré.	三國演義	Les Trois Royaumes	忠義情懷，雄心壯志	Sentiments de loyauté, virilité et ambition.
37	月光	Lumière de la lune	有溫柔，有冷漠	Douce et froide à la fois.	水滸傳	Au bord de l'eau	肝膽相照，血氣方剛	Frères jurés, plein de sève.
37	星星	Etoiles	永遠陪伴，指引方向	Elles t'accompagnent toujours et elles te guident.	金瓶梅	Fleur en fiole d'or	食色性也	L'alimentation et le sexe sont naturels.
38	貓	Chats	任性	Elles sont délibérées.	狗	Chiens	比較直接	Ils sont plus directs.
38	花	Fleurs	五彩繽紛	Elles sont multicolores.	獅子	Lions	感覺很威猛	Ils donnent l'impression d'être puissant et courageux.
38	草莓	Fraises	會有甜美的微笑	Elles ont des sourires sucrés.	西瓜	Pastèques	清涼解渴	Rafrâchissants.
39	三姑六婆	Trois bonzesses et neuf vieilles dames	女人一多比較喜歡討論八卦	Quand elles se réunissent, elles préfèrent à discuter des potins.	巨人	Géants	給人可靠的感覺	Ils donnent l'impression d'être fiable.
39	鴨子	Canards	女生有時很吵	Parfois elles sont très bruyantes.	超人	Superman	萬事皆可達	Il peut tout faire.
39	玫瑰	Roses	越漂亮的女生往往越容易傷害別人	Plus des filles sont belles, plus il est possible qu'elles blessent les autres.	木頭	Bois	男生反應慢	Les hommes réagissent lentement.
40	雪	Neige	輕輕的、白白的、純靜的	Légère, blanche, pure.	火	Feu	熱情奔放，燃燒、綻放著絢爛的生命與力量，是宣告、是渴望、是野心、是征服、是信念	Passionné, brûlant et épanoui avec une vie et une puissance magnifique. Ce sont des déclarations, des désirs, des ambitions, des conquêtes et des croyances.
40	雨	Pluie	柔美而浪漫，卻也有強大的力量	Douce, belle et romantique, mais aussi puissant.	石	Pierre	沉默、蘊藏著無人知曉的力量與價值	Silence avec puissance et valeur cachées.
40	海	Mer	迷人而深不可測	Charmante mais insondable.	河	Rivière	奔放、湍急、向著目標勇往直前	Sans retenue, rapide, se dirigeant courageusement vers le but.
41	衣服	Vêtements	可以一件換過一件	On peut changer l'un et l'autre.	大便	Excréments	聞起來臭的，實際上也是臭的	Ils sentent mauvais et en fait ils sont mauvais.
41	萬花筒	Kaléidoscopes	總是千變萬化，無論外表或想法	Elles changent tout le temps, soit d'apparence soit d'idées.	衣服	Vêtements	舊的比較好穿	Les vieux sont plus confortables.

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
41	冰淇淋	Glaces	美好，很快就融化	Merveilleuses mais fondent très vite.	酒	Vins	越老越香醇	Ils se bonifient en vieillissant.
42	玫瑰	Roses	盛開的花朵必有時間上的琢磨，只能以微整來取代真實樣貌的呈現!	Des fleurs fanent et tombent au fil du temps, et les femmes doivent maintenir leur apparence en ayant recours à de petites opérations esthétique.	狼	Loup	視覺與嗅覺找尋獵物,以最後的咆哮來畫下虛有其表的面紗	Il cherche ses proies avec ses yeux et son museau, il donne une image forte avec son grognement.
42	瓶子	Bouteilles	外觀的七彩色豔，卻補足不了內心的空洞殘缺	La coloration extérieure ne peut pas compenser le fait qu'elle soit vide.	狗	Chien	親情與愛情面前的語氣誇大,掩蓋不瞭工作與能力上的靜聽使喚	Il veut montrer qu'il est fort devant sa famille et son amour, mais il ne peut pas dissimuler ses faiblesses au travail.
42	魚	Poissons	伴隨著"流行"游來游去	Elles suivent le courant la mode.	沙漏	Sabliers	時光的飛逝,帶走了夢想的熱情,也帶走了生活的單一	Au fils du temps, la passion du rêve et la monotonie de la vie prennent le dessus.
43	大海	Mer	有很強的包容力且孕育生命	Elles ont une grande tolérance et elles engendrent la vie.	先鋒部隊	En première ligne	有事先出來擋	Ils se manifestent dès qu'il y a des dangers.
43	小指	Petit doigt	小歸小卻能做很多事也很重要	Même s'il est petit il est capable de faire beaucoup de choses et il est également important.	計算機	Calculatrices	數學很好	Ils sont forts en maths.
43	春天	Printemps	讓人感到舒服且放鬆.	Elle fait se sentir à l'aise et détendu.	夏天	Eté	熱情有衝勁	Ils sont passionnés et dynamiques.
44	水之嬌魚	Poissons délicats de l'eau	男人就是這水，保護著女人	Les hommes sont cette eau qui protège les femmes.	石中竹	Bambous dans la pierre	雖然在多麼艱困的環境，任何東西南北風，還是要能夠屹立不搖。	Bien qu'ils puissent se trouver des environnements difficiles, ils doivent être indéfectibles.
44	春回大地	Printemps qui retourne à la terre	代表著生生不息、萬物延續之生命力~~	Représente la vitalité des créatures qui se reproduisent cycliquement.	海中燈塔	Phares sur la mer	給海上漂泊的人，指引著方向~~讓人們不會迷惘、有著希望~	Ils guident les gens qui sont en mer, ne les laisse pas se perdre, donne un espoir.
44					城池	Remparts et fossés	讓心愛的妻子、幼小的兒女有了安全感，是最可靠的依賴~~	Donne à sa chère femme et à ses jeunes enfants la sensation de sécurité, il est le plus fiable.
45	蜘蛛	Araignées	同時可以處理很多事	Elles arrivent à traiter plein d'affaires à la fois.	小孩	Enfants	很幼稚	Ils sont puérils.
45	花	Fleurs	有時看起來賞心悅目	Parfois elles ont l'air agréable.	大樹	Arbres	必須要承擔責任	Ils ont besoin de prendre leur responsabilité.
45	颱風	Typhons	捉摸不定	Imprévisibles.	房子	Maisons	必須照顧家庭	Ils ont besoin de s'occuper de la famille.
46	螻蛄	Fourmis	在社會體制下更常是劬勞的那一群(相對而言較無主宰能力)	Elles sont plutôt celles qui travaillent en bas de l'échelle sociale, elles sont relativement moins puissantes.	樹木	Arbres	強悍但柔軟度差	Vaillants mais pas souples.
46	萬花筒	Kaléidoscopes	必須反射(映)/變相滿足/被迫消費，演出男性渴求的形象。	Elles doivent refléter/ satisfaire involontairement/être forcées à être consommées, jouer avec les images dont les hommes ont envie.	只有一個答案可以選的單選題	QCM	對男性而言，有更多的社會期許以及家庭壓力，所以沒有第二個選項(出口)可以選擇。	Pour les hommes, il y a plus d'attentes sociale et de pression familiale, donc il n'y a pas de deuxième choix à faire (ou de deuxième sortie à choisir).

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduction
46	水	Eau	貌似柔弱，但時而剛強堅韌 (滴水可穿石)	Elles ont l'air fragile, mais elles sont fortes et parfois dures (des gouttes d'eau creusent une pierre petit à petit).	靜音 海綿	Cotons insonorisant	通常吸附各種紛雜訊息／留言／蜚語，但是較少成為傳 輸器。	Normalement ils absorbent tous les messages/ rumeurs/ potins, mais ils ne sont pas souvent ceux qui les émettent.
47	風	Vent	輕盈	Légères.	鐵	Fer	陽剛，壯	Ils sont virils et forts.
47	水	Eau	柔	Douce.	泥	Boue	臭	Ils puent.
47								
48	護士	Infirmières	很細心	Elles sont attentives.	野獸	Bêtes	力氣很大	Il sont très forts.
48	小貓	Chatons	因為有的時候很親和，會撒 嬌	Parfois elles sont gentilles, elles minaudent.	看見紅 布的牛	Taureaux qui voient un tissu rouge	會太衝動	Ils sont trop impulsifs.
48	海底針	Aiguille au fond de la mer	有的時候真的摸不透在想什 麼	Parfois on ne comprend pas à quoi elles pensent.	港口	Ports	會守護著自己心愛的女生	Ils protègent la fille qu'ils aiment.
49	兔子	Lapins	她們被獵(追求)	Elles sont chasées (par les hommes).	獵人	Chasseurs	追求者	Ils chassent (les filles)
49	月亮	Lune	被很多男生追求	Elles sont poursuivies par plusieurs hommes, comme la lune qui est entourée de nombreuses étoiles.	星星	Etoiles,	追求女生像眾星拱月，一個 女生有很多追求者	Les étoiles sont autour de la lune, comme plusieurs hommes poursuivant une femme.
49								
50	楊柳	Saules pleureurs	身段柔軟	Elles sont souples.	鯊魚	Requins	快速而直接	Rapides et directs.
50	流水	Eau courante	無形但強悍	Elle n'a pas de forme, mais elle est forte.	刀鋒	Tranchant d'un couteau	銳利而乾脆	Aiguisés et directs.
50	彩霞	Crépuscule	多變	Changeant.	石頭	Pierres	堅毅而固執	Solides et têtus.
51	面具	Masques	隔著看不透	On ne peut pas voir clairement à travers.	牛	Buffles	鑽牛角尖、固執	Ils ne sont pas flexibles et ils sont têtus.
51	水	Eau	容易哭、溫柔	Elles pleurent facilement (elles pleurent beaucoup).	火	Feu	衝動、有活力	Ils sont impulsifs et dynamiques.
51								
52	木頭做的家具	Meubles en bois	質地溫暖舒適	Avec une matière chaude et confortable.	不鏽鋼家具	Meubles en acier inoxydable	耐操又整潔好用	Durables, propres et pratiques.
52	貓	Chats	很可愛卻又難以捉摸	Mignonnes mais difficile à comprendre.	風	Vent	自在不受拘束	Libre et pas contraints.
52								
53	小孩	Enfants	感性多於理性	Plus sensibles que rationnels.	小鬼	Gamins	幼稚，無聊當有趣	Puérils, ennuyeux en pensant qu'ils sont intéressants.
53	花	Fleurs	賞心悅目	Jolies.				

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
53	書	Livres	翻臉跟翻書一樣	Elles changent d'humeur brusquement comme on tourne des pages des livres.				
54	流氓	Groupe de coquins	生氣起來不分對與錯	Quand elles sont fâchées elles ne distinguent pas le bien du mal.	金魚	Poisson rouge	喜歡看美的人事物	Elles aiment regarder les gens et les choses jolies.
54	獅子	Lions	家有隻河東獅吼	Il y a une femme qui crie fort (en colère) à la maison.	牛	Buffles	要做牛做馬	Il faut travailler dur.
54	雜念	Jacassement	碎碎念	Elles harcèlent par leurs paroles.	豬	Cochons	豬哥	Pervers.
55	珊瑚	Coraux	看起來柔軟但質地堅硬	A l'air doux mais sa matière est dure.	寵物	Animaux de compagnie	滿足他的願望就聽服服帖帖的	Une fois qu'ils sont satisfaits, ils deviennent sages.
55	眼鏡	Lunettes	因為可以幫助你看清事實	Elles peuvent t'aider à voir la vérité.	咖啡	Cafés	加糖或加酒都可以飲用	On peut les prendre en ajoutant du sucre ou de l'alcool.
55	文章	Articles	每次看都有不一樣的心得	Chaque fois tu les lis, tu as des commentaires différents.	光	Lumière	可以提供你熱量還可以指引你方向	Fournit l'énergie et guide dans la bonne la direction.
56	金魚	Poissons rouges	在魚缸裡游來游去，以為會游到大海-不切實際	Ils nagent dans l'aquarium en pensant qu'ils nagent dans la mer – irréaliste.	獅子	Lions	意氣用事，衝動	Ils sont impulsifs.
56	斑馬	Zèbres	化妝化的花花綠綠	Elles se maquillent avec beaucoup de couleurs.	猩猩	Chimpanzés	雖外表強壯，但其實很靈敏	Bien qu'ils soient forts physiquement, ils sont sensibles.
56	孔雀	Paons	易被光鮮亮麗的外表吸引，金錢，外表..	Elles sont facilement attirées par des apparences fascinantes, l'argent, l'apparence...	土撥鼠	Marmottes	容易為日復一日的的生活而滿足	Ils sont facilement satisfaits des jours qui se répètent à l'identique.
57	寶物	Trésors	要好好保護跟照顧	Il faut bien les protéger et prendre en soin.	孔雀	Paons	會在女性前面盡其所能的耍帥	Ils expriment leur beauté comme ils peuvent devant les femmes.
57	放大鏡	Loupes	常常誇張很多事情但也因為像放大鏡常常看到很多小細節	Elles exagèrent souvent beaucoup de choses, mais elles sont aussi comme des loupes, elles arrivent souvent à regarder beaucoup de petits détails.	動物	Animaux	思考很一直線，簡單	Ils pensent directement, simples.
57	水果	Fruits	很甜但很容易隨著時間影響了外表	Elles sont sucrées mais leur apparence est facilement influencée au fil du temps.	像畫素很差的圖片	Images de mauvaise qualité	因為遠遠看還不錯，但不能放大看，放大就粗糙的要命	Quand on les voit de loin c'est pas mal, mais on ne peut pas les agrandir, sinon ils deviennent trop grossiers.
58	政治人物	Politiciens	表裡不一	Elles ne sont pas consistantes à l'extérieur et à l'intérieur.	獵人	Chasseurs	每天為了生存而奮鬥	Lutter tous les jours pour survivre.
58	水	Eau	可柔可剛	Elles peuvent être tendres et aussi.	未教化的嬰兒	Bébés mal élevés	毫無理性可言，慾望是一切	Il n'y a aucune raison, le désir est tout.
58	雞蛋	Œufs	外硬內軟	Elles sont dures à l'extérieur mais molle à l'intérieur.	太陽	Soleil	照亮整個世界	Il illumine le monde.
59	政治家	Politiciens	喜歡的東西才要	Elles ne veulent que ce qui leur plaît.	政客	Politiciens	不管喜不喜歡要了再說	Qu'ils le veuillent ou non, ils disent d'abord oui.
59	貓	Chats	愛你時很溫順，不愛你時掉頭就走	Quand elles t'aiment bien, elles sont dociles, mais quand elles ne t'aiment pas, elles s'en vont.	狗	Chiens	無論如何都想有個家	Quoi que ce soit, ils ont envie d'une maison.
59	藍調	Le blues	輕柔卻舒服	Douce mais confortable.	搖滾	Rock n'roll	奔放張狂	Débridé et hardi.

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduction
60	家鳥	Oiseaux à la maison	關在籠子裡 被限制 女主內	Ils sont enfermés dans leur cage comme les femmes sont contraintes de rester à la maison.	倦鳥	Oiseaux fatigués	男主外，但還是要歸巢	Les hommes prennent en charge les affaires extérieures, mais après tout cela, ils doivent rentrer à la maison.
60	水	Eau	變化很大 摸不透	Elles changent énormément, on ne peut pas les comprendre.	礦物	Minéraux	硬 看似無變化 單一質量	Ils sont durs, ils ont l'air monotone.
60	植物	Plantes	漂亮年輕有限	Jolies, la jeunesse est limitée.	外硬 內軟的 蛋糕	Gâteaux durs à l'extérieur mais mous à l'intérieur	內在有纖細的一面	Ils sont quand même sensibles à l'intérieur.
61	超人	Superman	萬能	Tout-puissant	老師	Professeurs	只會出一張嘴 指示人 要做什麼 做什麼	Ils bougent seulement la bouche et disent aux gens quoi faire
61	導演	Réalisateurs	很會做計畫，把小孩、自己、感情的劇本都想好	Savent bien planifier, prévoir les scripts de la relation amoureuse elle-même et ceux des enfants	豬	Cochons	懶	Paresseux
61	陀螺	Toupies	一直轉，忙碌	Tourment tout le temps, sont très occupées	電腦	Ordinateurs	要懂很多知識	Il faut avoir beaucoup de connaissances
62	寵物	Animaux de compagnie	天生下來就有人自願來照顧	Nées pour qu'on s'occupe d'elles volontairement	圍牆	Murs d'enceinte	要保護圍牆裡的人	Doivent protéger les gens à l'intérieur
62	面具	Masques	翻臉比翻書快	Tourner le visage (changer d'humeur) est plus rapide que de tourner les pages d'un livre	印鈔機	Machines d'impression de billets	讓生產出來的東西快速出貨	Produire et expédier rapidement les produits
62	銀行	Banques	錢存進來還可以生利息	Gagnent des intérêts en déposant de l'argent	嘴巴	Bouches	超過 40 歲只剩一張嘴	Il ne reste qu'une bouche à l'âge de quarante ans
63	洗衣機	Machines à laver	洗衣服	Laurent les vêtements	司機	Chauffeurs	接送	Services de transport
63	吸塵器	Aspirateurs	維持家庭很忙碌，很多勞務	S'occupent de la famille, sont très occupées, beaucoup de tâches à faire	賺錢機器	Machines à argent	賺錢養家	Gagnent de l'argent pour soutenir la famille
63								
64	貓	Chats	溫馴，有心機有想法	Dociles, compliquées, ont du caractère	狗	Chiens	忠實，單純，有活力	Fidèles, simples et énergiques
64	草	Herbes	弱小，生命力強	Faibles et petites, douées d'une forte vitalité	樹	Arbres	高大，堅毅	Grands, solides
64								
65	燈塔	Phares	高高在上照亮迷失的人群，也是明燈	Sont au-dessus pour éclairer la foule perdue, également une balise	牛	Buffles	吹牛誇大，脾氣也是牛，更不解風情，對牛彈琴	Ne peuvent pas comprendre les sentiments amoureux, parlent avec des gens qui ne peuvent pas comprendre
65	時鐘	Horloges	刻畫著時間歲月青春，分秒必爭也會計較	Marquent le temps et la jeunesse, chaque minute compte pour ne pas vieillir	茶壺	Théières	賺錢養家。杯子有多少代表家中人口有多少	Gagnent de l'argent pour la famille. Le nombre de verre à remplir représente la taille de la famille à nourrir

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
65	冰箱	Réfrigérateurs	隨時發揮母愛的精神，填飽大家的肚子。冰箱裡的食物也能讓女人展現創意	Expriment à tout moment l'esprit de l'amour maternel pour nourrir tout le monde. La nourriture dans le réfrigérateur peut montrer la créativité des femmes	安全帽	Casques	頂天立地	Tiennent debout sur leurs deux jambes entre le ciel et la terre – ont un esprit indomptable
66	沙包	Sacs de sable	總是默默承受無形的壓力	Elles supportent toujours silencieusement une pression invisible	汽球	Ballons	平時壯大飽滿，一碰到脆弱整個倒地不起	Ils sont normalement larges et gonflés, mais dès qu'ils rencontrent une faiblesse, ils s'effondrent complètement
66	水	Eau	豐潤了男人乾涸的世界	Enrichissent le monde sec des hommes	電腦	Ordinateurs	一個指令一個動作	Une instruction, une action
66	雲	Nuages	外形多變	Leur apparence est très changeante	石頭	Pierre	頑強不固	Têtus, obstinés
67	小孩	Enfants	需要哄	Il faut qu'on les cajole	小鳥	Oiseaux	喜歡自由	Aiment la liberté
67	水	Eau	到任何容器機接會變成那樣，適應力	Preennent la forme de contenants quels qu'ils soient, adaptabilité	城堡	Châteaux	給女人安全感	Donnent aux femmes un sentiment de sécurité
67								
68	貓	Chats	乖，神秘感，生氣起來很恐怖	Gentilles, mystérieuses, effrayantes quand elles sont en colère	外星人	Extraterrestres	難溝通，說的話聽不懂	Difficile de communiquer avec eux, on ne peut pas comprendre ce qu'ils disent
68	梅花	Fleurs de prunier	抗壓性強	Fortes, résistantes à la pression	哈巴狗	Chiens pékinois	犯賤不理他就過來	Bitchy, ils t'approchent si tu les ignores
68	水	Eau	溫柔溫柔，適應力強適應力強	Douces, ont une forte adaptabilité	大樹	Grands arbres	保護	Protégent
69	海	Mers	深不可測	Trop profondes pour être mesurées	石頭	Pierre	頑固	Têtus, obstinés
69								
69								
70	花	Fleurs	甜美，可愛，繽紛	Sucrées et jolies, mignonnes, colorées	石頭	Pierre	剛硬，堅強，不輕易流淚	Durs, solides, forts, ne pleurent pas facilement
70	糖果	Bonbons	甜美，可愛，繽紛	Sucrées et jolies, mignonnes, colorées	鋼	Acier	剛硬，堅強，不輕易流淚	Durs, solides, forts, ne pleurent pas facilement
70	月亮	Lune	內斂	Modestes	太陽	Soleil	熱，直接	Chauds, directs
71	老虎	Tigresses	看到衣服就狂買	Font du shopping follement en voyant des vêtements	鑽石	Diamant	堅定	Fermes
71	花瓶	Vases	永遠美美的	Elles sont toujours belles	提款機	Distributeurs de billets	須要用錢隨時提供	Fournissent l'argent dont on a besoin
71	月亮	Lune	照亮每一個世界	Eclairent chaque monde	Key	Clés	知識寶庫	Trésor de la connaissance
72	獅子	Lions	生氣起來如河東獅吼，所以要順著毛摸	Effrayantes quand elles sont en colère, il faut donc les caresser dans le sens du poil	獅子	Lions	靜，理性	Tranquilles, raisonnables

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
72	貓	Chats	溫馴時很溫柔，生氣起來會抓狂	Douces quand elles sont gentilles, mais rageuses quand elles sont en colère	牛	Buffles	吃苦耐勞，無怨無悔	Durs à la peine et au travail, supportent toutes les peines sans se plaindre
72	月亮	Lune	心情的起伏，像月亮影響潮汐	Le changement d'humeur est comme l'influence de la lune sur la marée	樹	Arbres	又大又壯	Grands et forts à la fois
73	瘋狗	Chiens fous	不理性	Pas raisonnables	水電工	Plombiers	修理各種東西	Réparent toutes sortes de choses
73	鐵金剛	Mazinger Z	萬事皆做	Elle peuvent tout faire	保險箱	Coffres-forts	有求必應	Répondent à toutes les demandes
73	花	Fleurs	溫柔	Douces	狗	Chiens	聽話忠心	Obéissants et fidèles
74	花	Fleurs	需要呵護、照顧。因為很美	Il faut qu'on s'en occupe et qu'on prenne soin d'elles. Elles sont belles	樹	Arbres	可讓人依靠，乘涼	On peut s'appuyer sur eux, prendre le frais dessous
74	水	Eau	可以裝在任何容器裡。溫柔、善解人意	Peut prendre la forme de n'importe quel contenant (adaptable). Douces, compréhensibles	沙	Sable	讓人握不住	Insaisissables
74	氧氣	Oxygène	不能沒有女人	On ne peut pas vivre sans elles	空氣	Air	到處都是	Ils sont partout
75	貓	Chats	纖細，漂亮，溫柔，優雅	Minces, jolies, douces, élégantes	狗	Chiens	目標導向，想吃、睡，丟球他就接	Tournés vers leur but, s'ils veulent manger, ils mangent, s'ils veulent dormir, ils dorment
75	花	Fleurs	四季皆有不同樣貌，從小到老皆不同	Elles sont différentes en toutes saisons, différentes de la jeunesse à la vieillesse	犀牛	Rhinocéros	遲鈍	Lents
75	海	Mers	變化多(情緒)，有暗流	Elles changent beaucoup (émotions) et il y a des courants sous-jacents	山	Montagnes	情緒穩定	Leurs émotions sont stables
76	地	Terre	有韌性，在什麼環境皆有應對成長方式(對應自私的天)	Ont la flexibilité et des manières pour survivre en s'accordant à n'importe quel environnement (correspondant au tian égoïste)	天	Ciel	想幹嘛就幹嘛，自我中心	Ils font ce qu'ils veulent, égocentriques
76	蝴蝶	Papillons	較正直，沒有想要抗衡全體的頭，不對就會講，沒有組織運作方式	Elles sont plus droites. Elles n'ont pas un chef qui veut rivaliser avec elles. Si elles ne sont pas contentes, elles en parleront. Il n'y a pas d'organisation collective et systématique	一群螞蟻	Groupe de fournis	進行組織戰，遇到不爽不會講，但會累積能量把頭幹掉	Ils font une guerre organisationnelle, ils accumulent la force pour tuer le chef sans le prévenir
76	溪	Ruisseaux	滴水穿石	Les gouttes d'eau pénètrent la pierre	電鑽	Scie-sauteuses	力量很快很直接	Leur force est rapide et directe
77	兔子	Lapins	外表、個性看起來很純潔，實際上有堅持有個性	Ont l'air pures mais en effet elles ont du caractère	豹	Léopards	有侵略性	Agressifs
77	樹	Arbres	堅韌，在各地皆可以生長	Solides, peuvent pousser partout	配偶死了馬上換的動物	Animaux qui changent tout de suite de compagne dès que la leur est morte	不忠誠	Infidèles

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduction
77	雲	Nuages	個性變幻莫測，捉不住	Leur personnalité change imprévisiblement ; insaisissable	吃動物的植物	Plantes carnivores	看起來是植物，但會攻擊，目標取向	Ont l'air de plantes, mais sont agressifs, orientés vers un but
78	家具	Meubles	讓家有功能	Rendent une maison fonctionnelle	房子外牆	Mur extérieur d'une maison	支撐	Soutenir
78	海洋	Océans	萬物的母親，可柔軟，可摧毀	La mère des créatures, peut être douce et aussi destructrice	天空	Ciel	你需要就會在，但不見得給你幫助。無奈，不能控制它	Il est toujours là quand tu as besoin de lui même s'il ne te donne pas forcément de l'aide. Se sentir impuissant de ne pas pouvoir le contrôler
78	雨	Pluie	有時大時小，滋養萬物	Tantôt grande, tantôt petite, nourrissent le monde	太陽	Soleil	有力量(氣質)	Ont de la force (du tempérament)
79	鴨子	Canards	表面上很漂亮，但實際上在下面很辛苦(教養小孩之類)	Ont l'air jolies, mais en fait travaillent dur discrètement (l'éducation des enfants par exemple)	烏龜	Tortues	外表堅強但碰到問題會逃避縮進去	D'apparence solides, elles s'enfuient en rencontrant des difficultés
79	水	Eau	韌性，能放下身段	Flexibles, peut être humble (afin de s'intégrer à l'environnement)	在地+外來種的植物	Plantes locales greffées sur une autre étrangère	(接枝綁起來)在事業上常要吸取別的知識但不確定會成功或失敗	Il faut absorber d'autre connaissances dans son métier, mais on ne sait pas si cela réussira ou pas
79								
80	水電	Eau et électricité	不可或缺	Indispensables	家具	Meubles	回家就不會動，懶惰	Dès qu'ils rentrent, ils ne bougent plus, feignants
80								
80								
81	貓	Chats	在家	Restent à la maison	狗	Chiens	在外跑來跑去	Courrent dehors
81	花	Fleurs	漂亮	Belles	樹	Arbres	保護	Protègent
81	月亮	Lune	溫柔	Douces	太陽	Soleil	溫暖	Chauds
82	刺蝟	Hérissons	用刺來保護自己，偽裝	Se défendent avec ses aiguilles	小孩	Enfants	渴望得到稱讚	Ont soif d'éloges
82	花	Fleurs	要小心翼翼的呵護	Il faut qu'on prenne bien soin d'elles	獅子	Lions	追求權力	Cherchent le pouvoir
82	天氣	Climat	多變(情緒、心情、外表裝扮)	Très changeantes (émotions, humeurs, apparence)	風	Vent	隨停隨走，順從自己的渴望，不為他人改變	Ils s'arrêtent et ils se déplacent selon leurs envies, ne changent jamais pour les autres
83	秒針	Aiguille des secondes	不知道什麼時候該停止說話	Ne savent pas quand s'arrêter de parler	蜜蜂	Abeilles	可以造訪的花朵越多越好	Veulent visiter autant de fleurs qu'elles le peuvent
83	液體	Liquide	隨著所處的環境改變	S'adaptent à l'environnement	鏟子	Pelles	不鳴則已一鳴驚人	A les entendre chanter une première fois, tout le monde s'en est étonné
83	雪	Neige	遇到愛遇熱就融化	En rencontrant l'amour, la chaleur, elles fondent.	石頭	Pierres	不經雕琢不成器	Il faut les éduquer pour les rendre utiles

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
84	貓	Chats	女人有優雅的成份。	Elégantes	孩子	Enfants	男人有時敏感，有時又完全不在狀況內。	Parfois sensibles, parfois ils ne sont pas dans la situation
84	書	Livres	女人的種類繁多，書海浩瀚。	Il y a toutes sortes de livres. La mer des livres est immense				
84	謎	Devinettes	女人的心思複雜。	Leurs pensées sont compliquées				
85	芭比娃娃	Barbies	你會情不自禁的想要替她裝扮。	Vous ne pouvez pas vous empêcher de les faire belles	酒	Vin	因為經歷過歲月的男人像酒一樣越陳越香。	Se bonifient avec le temps
85	絲巾	Foulards	她既柔軟又強韌。	Elles sont à la fois douces et résistantes	電話答錄機	Répondeurs	他總是自己說自己的，絲毫不顧慮對方願不願意聽，當你想跟他有互動，他卻時常回以靜默。	Ils parlent toujours pour eux-mêmes, ils ne se soucient pas de savoir si l'autre est prêt à écouter. Alors quand tu veux interagir avec eux, ils reviennent souvent au silence
85	大海	Mers	她會為了所愛的人包容一切。	Elles tolèrent tout pour les personnes qu'elles aiment	石頭	Pierre	遇到問題總是喜歡硬碰硬去解決。	Quand ils affrontent des problèmes, ils les résolvent en opposant dureté par dureté / « quand ils affrontent des problèmes, ils les résolvent par la force
86	草	Herbes	具抗壓性。	Résistent à la pression	兒童	Enfants	心智較不成熟。	Mentalement immatures
86	滑鼠	Souris (ordinateur)	較無主見。	Avoir moins d'opinions d'elles-mêmes	報紙	Journaux	較關注時事	Ils font plus attention à l'actualité
86	水	Eau	可以以柔克剛。	La faiblesse surpasse la force	太陽	Soleil	擁有較多力量	Possèdent plus de force
87	花	Fleurs	青春有期限	Leur jeunesse est limitée	鋼鐵	Acier et fer	鐵石心腸	Ont un cœur dur (insensible ; impitoyable)
87	水	Eau	柔情似水	Tendres comme l'eau	草莓	Fraises	外表漂亮	L'apparence est jolie
87	太陽	Soleil	母愛很溫暖	L'amour maternel est très doux	大海	Mer	深不可測	Trop profonds pour qu'on les mesure
88	書本	Livres	充滿智慧	Pleines de connaissance	讀書人	Lettres	細讀文章書本裡的智慧	Ils lisent attentivement la connaissance dans les livres
88	燈塔	Phares (Tours)	指引男人	Guident les hommes	海港	Ports	避風港，依靠	Rade de refuge, un appui
88	氧氣	Oxygène	生命必需品	Elles sont indispensables dans la vie	二氧化碳	Dioxyde de carbone	與氧氣相輔相成(呼/吸)	Ils complètent l'oxygène (inspirent / expirent)
89	魔鬼	Diable	被生活所逼	Sont dépassées (rendues folles) par le vie	撒旦	Démon	天性邪惡	Leur nature est démoniaque
89	機器	Machines	忙碌	Occupées	獅子	Lions	輕鬆	Relaxés
89	蜜桃	Pêches	甜美	Sucrées et belles	沙發	Canapés	懶惰	Feignants
90	外勞	Travailleurs étrangers	辛苦、悲慘	Travaillent péniblement et dur ; misérables	狼	Loups	色	Pervers
90	貓	Chats	獨立、撒嬌	Indépendantes, minaudent	蛇	Serpents	奸詐	Trompeurs

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
90	狐狸	Renards	勾引人，為了目的不擇手段	Pour séduire les hommes, elles peuvent faire ce qu'il faut sans scrupules.	老虎	Tigres	霸氣	Insolents
91	貓	Chats	神秘又自愛	Mystérieux, se respecter soi-même	狗	Chiens	強迫被制約的溫馴的動物	Des animaux domestiqués par la force et qu'on a forcé à être dociles
91	種子	Graines	可以繁殖下一代	Peuvent produire des enfants	枷鎖	Chaînes / jongs	太多無所謂的責任	Trop de responsabilités de toutes parts
91	籌碼	Jetons	總是被當成一種輸贏的工具	Toujours considérées comme un outil pour gagner ou perdre	河流	Rivières	永遠不能乾涸	Ne jamais pouvoir se dessécher
92	失焦鏡頭	Lentilles de caméra perdant la mise au point	老是對不準對焦點常失焦焦點錯誤	Elles n'arrivent jamais à effectuer la mise au point. Elles perdent le focus, ou elles le font mal	狗	Chiens	看到漂亮女人就搖尾巴	En voyant des jolies filles, ils remuent leurs queues
92	兇器	Armes	永遠都不能了解開車是一種對用路人的信賴只會破壞信賴	Elles ne peuvent jamais comprendre que conduire est une confiance pour les autres. Elles ne font que détruire la confiance (elles conduisent mal)	老鷹	Aigles	能夠準確的在人群中找到獵物	Peuvent trouver précisément leurs proies parmi la foule
92	天氣	Climat	陰晴不定的脾氣	Nuageux ensoleillé indéfini / lunatique	火山	Volcans	為了1秒的高潮願意浪費全部的人生	Ils pourraient gaspiller toute leur vie juste pour un seconde d'orgasme
93	水	Eau	柔，可塑性強	Douces, ont une grande flexibilité	希特勒	Hitler	沙文主義	Chauvinisme
93	雲	Nuages	柔，可塑性強	Douces, ont une grande flexibilité	老鷹	Aigles	要眼快手快，才能立足於社會	Il faut réagir vite pour pouvoir s'intégrer dans la société
93	月	Lune	有陰暗面，陰晴不定	Ont des émotions négatives, lunatiques	鋼	Acier	要扛責任	Il faut assumer ses responsabilités
94	酒窖的酒	Vins dans la cave	需要釀過才會香	Doit bien fermenter pour être bon				
94	冰霜橘子	Oranges caramélisées	要有經驗熟女才好	Les femmes matures avec de l'expérience sont meilleures	提款機	Distributeurs de billets	供錢	Fournissent de l'argent
94								
95	花	Fleurs	漂亮	Jolies	超人	Superman	什麼都要會	Il faut tout savoir
95	風	Vent	溫柔不穩定	Douces, instables	樹	Arbres	支撐	Soutiennent
95	大海	Mers	包容	Tolérantes	船	Bateaux	要撐住保護	Il faut tenir, protéger
96	水	Eau	多變	Changeantes	鋼鐵	Acier et fer	堅強	Solides et forts
96	棉花	Coton	身段柔軟	Leur posture est douce (humble, modeste)	山	Montagnes	穩重	Stables
96								

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
97	管家	Gestionnaires de la maison	啥事都要管	Elles veulent tout gérer	長工	Ouvriers de long-terme	啥事都要聽令於女人	Il faut répondre à ce que les femmes demandent
97	指揮官	Commandants	啥事都要順自己的意願	Il faut qu'on suive leur volonté pour tout	二等兵	Soldats subalternes	啥事都要聽指揮官的	Il faut écouter le commandant
97	打字機	Machines à écrire	啥事他都可以一直唸	Elles peuvent harceler sans cesse, peu importe le sujet	捲筒紙	Rouleaux de papier toilette	啥事只要女人說的我們都只能默默的記起來不得反抗	Il faut noter silencieusement tout ce que les femmes disent, on ne peut pas lutter contre
98					獵人	Chasseurs	思想行為被追求女人的性衝動影響	Leurs pensées et des comportements sont contrôlés par l'envie sexuelle de poursuivre des femmes
98	花	Fleurs	美麗如花般吸睛	Belles comme des fleurs, attirent le regard	勇士	Guerriers	必須給女人保護與安全感	Il faut protéger les femmes et leur donner un sentiment de sécurité
98	水	Eau	柔美而不可捉摸	Douces et belles mais insaisissables	直線	Ligne droite	思考總是直線進行	Ils pensent comme cela
99	嬰兒	Bébés	你老是不知道她想幹嘛	Tu ne sais jamais ce qu'elles veulent	孩子	Enfants	稍微哄一下就好了	Tu les cajoles un peu et ça ira
99	詐騙集團	Arnaqueurs	當你陷入他勿圈套,怎麼樣都是你吃虧	Dès que tu es tombé dans leur piège, tu subis des désavantages	鐵人	Hommes de fer	從小就被教育要當勇敢的人,就算他當下很想哭也要忍	Ils sont éduqués à être des personnes braves, même s'ils ont envie de pleurer, il faut se retenir
99	催化劑	Catalyseurs	她總是可以讓整個氣氛融化	Elles peuvent toujours harmoniser l'atmosphère	狗	Chiens	一旦遇到了,就忠心耿耿	Dès qu'ils te rencontrent, ils sont fidèles
100	房客	Locataires	被照顧	On prend soin d'elles	房子	Maisons	保護作用	Fonction de protection
100	消費者	Eau	花錢	Consommatrices	生產者	Producteurs	賺錢	Fournissent de l'argent
100	水	Eau	柔弱	Douces et faibles	鋼	Acier	陽剛	Masculin
101	愛車	Voiture aimée	甜蜜的負擔	Doux fardeaux	小孩	Enfants	讓女人又愛又恨	Être aimés et haïs par les femmes
101	水	Eau	以柔克剛	La faiblesse surpasse la force	狗	Chiens	越老越捨不得放(有感情)	Plus il deviennent vieux, moins tu veux l'abandonner
101					錢	Argent	臭但好用	Cela pue, mais c'est tellement utile
102	蜜蜂	Abeilles	愛說話	Parlent beaucoup				
102	花	Fleurs	漂亮	Jolies				
102	網路	Internet	不需要依賴但要用就很好用/需要	Pas besoin d'en dépendre, mais quand tu en as besoin, c'est pratique/nécessaire	木頭	Bois	木訥寡言	Sincères et honnêtes mais lents à parler
103	小孩	Enfants	需要人哄需要人照顧需要人疼惜	Ont besoin qu'on les cajole, qu'on prenne soin d'elles, qu'on les aime tendrement	大樹	Grands arbres	颶風下雨時要像大樹保護女人	Il faut protéger les femmes comme les grands arbres pendant les typhons et la pluie
103	貓	Chats	當你對她好的話他會溫柔依偎在你身旁	Si tu es gentil avec elles, elles restent doucement à côté de toi	狗	Chiens	人類最忠誠的動物決不變心	Amis le plus fidèles des humains, ne changent jamais de cœur
103	水	Eau	愛掉淚男人不該讓女人流淚	Pleurent facilement. Les hommes ne doivent pas faire pleurer les femmes	好酒	Bon vin	時間越長味道越香醇	Se bonifie avec le temps

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
104	袋鼠	Kangourous	照顧小孩	S'occupent des enfants	畜生	Bêtes	財迷色竅	Séduis par l'argent et la luxure
104	花	Fleurs	招蜂引蝶	Provoquent les abeilles et attirent les papillons	木頭	Bois	剛毅木訥	Résolus et lents à s'exprimer
104	蘋果	Pommes	對男人室營養必要	Nourrissantes pour les hommes, nécessaires	風	Vent	心情不定	Les humeurs sont instables
105	玫瑰	Roses	全身刺	Ont des épines partout	沙包	Sacs de frappe	被揍都不能還手	On les frappe mais ils ne peuvent pas se défendre
105	廣播電台	Stations de radio	念不停	Elles peuvent harceler sans cesse	太陽	Soleil	早上工作晚上沒作用	Travaille le matin et ne sert à rien le soir
105	口香糖	Chewing-gums	黏住就不肯放	Dès qu'elles te collent, elles ne te lâcheront plus	海浪	Vagues	來的快去也快	Viennent et partent très vite
106	舞台表演者	Comédiens	上台要化妝沒化妝是出不了門的	Elles ont besoin de se maquiller pour pouvoir être sur scène. Elles ne peuvent pas sortir sans maquillage	小孩	Enfants	下班回到家後什麼事情都要老婆叫才會做	Après le travail, ils ne font rien à la maison, sauf si leurs femmes leur demandent de le faire
106	衣服	Vêtements	新買的時候會常穿舊了就放衣櫥偶爾看到才穿	Quand ils sont neufs, on les porte souvent. Alors que quand ils deviennent usés, on les met dans l'armoire et on les porte de temps en temps	獅子	Lions	獵的食物就算吃不完也不願和別人分享	Ils ne partagent pas la nourriture qu'ils ont chassée même s'ils n'arrivent pas à finir
106	台灣的天氣	Climat de Taïwan	颱風有時強颶重創台灣有時後像輕颶下雨刮風平安無事	Parfois des typhons importants frappent gravement Taïwan, parfois ce sont des typhons légers avec un peu de pluie et un peu de vent mais tout va bien	提款機	Distributeurs de billets	錢領完了會有行員把錢補足家裡所有的生活開銷都要想辦法支付	Si l'argent est tout retiré il y aura un banquier qui viendra le remplir. Il faut se débrouiller pour payer toutes les dépenses de la famille
107	馬	Chevaux	強	Forts	烏龜	Tortues	弱	Faibles
107	綿羊	Moutons	溫馴	Dociles	野獸	Bêtes	要快狠準	Il faut être rapide, cruel et précis
107	電鍋	Autocuiseurs	煮三餐	Cuisinent les trois repas	機器	Machines	賺錢	Gagner de l'argent
108	圍巾	Echarpes	有時很溫暖有時把你勒得喘不過氣	Parfois elles tiennent chaud, parfois elles t'étranglent si fort que tu n'arrives pas à respirer	鬥牛	Taureaux	喜歡競爭比賽魯莽	Aimer la compétition ; irréfléchis
108	風	Vent	情緒捉摸不定	Les émotions sont insaisissables	大樹	Grands arbres	可依靠保護	On peut s'appuyer contre eux, protéger
108	泉水	Sources	愛源源不絕	L'amour est sans fin	機器	Machines	有力較喜歡制式化 routine	Avoir la force, préférer la routine
109	棉花	Coton	很溫柔	Doux	僕人	Servants	被另一半要求東要求西的,搬東西有他的份	On leur demander de faire ceci ou cela. Porter des choses est toujours leur travail
109	巧克力	Chocolat	總喜歡人家讚美她	Elles aiment qu'on les loue	保鏢	Gardes du corps	總是想要保護家人	Veulent toujours protéger leurs familles
109	音樂	Musique	聲音很好聽	Leur voix est belle	國王	Roi	結婚後大家都要聽他的	Après le mariage, tout le monde doit lui obéir
110	蜜蜂	Abeilles	外表可愛動人生氣起來會讓男人痛不欲生	Leur apparence est mignonne, mais une fois qu'elles sont en colère, ça fait très mal aux hommes	小孩	Enfants	碰到女人就會露出本性	La vraie personnalité des hommes se révèle dès qu'ils rencontrent les femmes

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
110	花	Fleurs	上帝造來誘惑男人	Elles sont créées pour séduire les hommes	獅子	Lions	在外要表現出很威	Il doivent montrer qu'ils sont forts à l'extérieur
110	水	Eau	天生溫柔	Elles sont nées douces	山	Montagnes	她要當女人的靠山	Il doivent être un soutien pour les femmes
111	天氣	Climat	捉摸不定	Insaisissables	魚	Poissons	永远是漏網的那尾最好	Ce qui est meilleur est ce qui a échappé au filet
111	葡萄	Raisins	30歲女人像葡萄,好吃又好看	Les femmes dans la trentaine sont comme des raisins, délicieuses et jolies	紅酒	Vin rouge	越老越醇	Se bonifie avec le temps
111	西紅柿	Tomates	50歲的女人像西紅柿,自己以為是水果,其實已經是蔬菜了	Les femmes dans la cinquantaine se voient encore comme des fruits, mais en fait elles sont déjà des légumes	美國	Les Etats-Unis	20歲男人像的美國動不動就欺負不聽話的小兄弟	Brutalisent en toute occasion leurs petits frères pas sages
112	蝴蝶	Papillons	他們姿態優美.	Gracieuses et élégantes	政治人物	Politiciens	他們愛面子	Ils aiment maintenir leur image
112	玫瑰	Roses	他們看起來美麗難以抗拒,但不小心呵護的話是會被刺到.	Elles ont l'air belles, difficile d'y résister. Alors si on ne prend pas assez de soin d'elles, elles piquent quand même	水牛	Buffles	他們耐操但是不敏銳	Ils supportent bien les difficultés mais ils ne sont pas sensibles
112	水	Eau	他們非常的善變,難以捉摸.	Changent facilement, extrêmement insaisissables	石頭	Pierre	他們堅強但是固執	Forts mais têtus
113	母老虎	Tigresses	兇	Féroces	熊	Ours	暴力	Violents
113	花	Fleurs	各式各樣種類	Il y a toutes sortes de fleurs	車子	Voitures	代表身分地位	Représentent leur statut et leur position
113								
114	沙子	Sable	遍地皆是抓起時卻無法阻止從指縫中流失偶爾又會吹進眼裡讓人流淚	Il est partout, mais quand tu essaies d'en saisir, tu ne peux pas l'empêcher de s'écouler entre tes doigts. Parfois il entre dans les yeux avec le vent et ils te fait pleurer	玻璃	Verre	看似高傲了不起其實還愛撒嬌	A l'air solide, en fait fragile. Peut être totalement transparent ou bien dépoli
114	土司	Pain de mie	不管是什麼材料作的重點是上面塗了什麼	Peu importe l'ingrédient, le plus important est ce qui est tartiné dessus	貓	Chats	看似堅固其實易碎可以選擇完全透明也可以選擇密不透光	Ont l'air arrogants, mais en fait ils aiment minauder
114								
115	媽媽	Mamans	容忍,辛苦,扛起所有的雜事	Subissent la souffrance, prennent la responsabilité de toutes les affaires	蒸汽火車頭	Locomotives à vapeur	一邊撐一邊喘氣,掛載的責任不會自動推著車頭走,車頭只能拖著重擔一點一點走下去	Tout en soutenant et haletant, la responsabilité ne poussera pas automatiquement la locomotive, il ne peut qu'avancer petit à petit en traînant leurs fardeaux
115	棉花	Cotons	看似千頭萬緒,但是想要表達的意念壓縮起來,卻只有一點點	Ont un opinion sur tout mais aucune idée propre	網路	Internet	似乎什麼都懂,其實什麼都不懂"	A l'air de tout savoir, mais en fait il ne comprend rien
115					竹子	Bambous	內心空洞又愛裝堅強	Vides à l'intérieur mais font semblant d'être fort

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
116	玫瑰	Roses	美麗又帶刺	Belles mais avec des épines	黃任中	Huang Ren-zhong	身邊總是女人	Toujours entouré par des femmes
116	淡水	Danshui (une ville taïwanaise)	陰晴不定	Nuageux ensoleillé indéfini / lunatique	高山	Montagnes	可以眺望遠方	On peut voir loin depuis leurs sommets
116	春天	Printemps	散發陣陣的花香	Exhalent un parfum floral	海洋	Mers	有廣闊的胸襟	Ont l'esprit ouvert
117	老虎	Tigres	總是想牢牢掌控眼前的獵物。	Veulent toujours saisir étroitement leurs proies devant elles	小孩	Enfants	幼稚才可以追喜歡的女生那麼久。	Pouvoir aimer une fille sans retour pendant longtemps
117	橄欖球	Rugby	20 幾個人搶著要	Une vingtaine de personnes se précipitent pour l'avoir (pour avoir quoi ? le ballon ?)	老鼠	Rats	賊眉鼠眼、狡猾如鼠。	Rusés comme des rats
117	水	Eau	情緒捉摸不定。水，很多容器可以裝，也沒有甚麼固定的形狀。	Les émotions sont insaisissables. Peu importe le récipient qui la contient, elle n'a pas de forme fixe	雞肋	Côtes de poule	食之無味,棄之可惜!"	Une chose qui manque d'intérêt, mais à laquelle on tient, faible et chétif
118	水	Eau	愛哭	Pleurer facilement	火	Feu	很難控制	Difficile à contrôler
118	氧氣	Oxygène	在身邊沒有感覺，但沒有卻不行	On ne sent pas quand elles sont à côté, mais on ne peut pas vivre sans	小孩	Enfants	很單純	Simple
118	天氣	Climat	善變	Changer facilement	雲母	Mica	看起來很硬，其實很脆弱	A l'air dur mais en fait très fragile
119	毒蠍	Scorpions	總是可以為了自己想達成的事而不擇手段，尤其是愛情	N'avoir aucun scrupule pour atteindre son but, surtout en amour	相機	Appareils photo	總是會像相機似的到處掃描路上各種女性~然後放在腦中想像	Scannent toute sorte de filles dans la rue comme un appareil photo, et puis s'imaginent des choses dans leurs têtes
119	棉花糖	Barbe à papa	女人心超軟啊，軟棉棉的	Le cœur des femmes est très doux	腳踏車	Vélos	不踏他不會動，對愛情常採取被動和暗戀方式	Restent immobiles si on ne pédale pas. Ils ont souvent des manières passives face à l'amour
119	大海	Mers	女人心總難億測	Le cœur des femmes est toujours difficile à comprendre	香菸	Cigarettes	喜歡的人不管有什麼奇怪的味道都可愛的要死~但討厭的人怎麼香也不愛	On peut accepter toutes les odeurs, même bizarres, si on aime une personne, mais si ce n'est pas le cas on n'aime pas son odeur même parfumé
120	母獅	Lionnes	照顧母愛關懷	Prendre soin des autres, amour maternel	Achilles	Achille	不斷找戰場	Cherche toujours des champs de bataille
120	豆芽	Germes	突破環境土壤而生長	Pousser en dépassant du sol	公獅	Lions	照顧整個獅群	S'occupent de leur groupe
120	水	Eau	易變適應環境保濕	Changeant, adaptable à l'environnement, hydratant	101	101	建立一個長久的價值與基地	Construire une station de base qui dure longtemps avec ses valeurs
121	水	Eau	愛哭	Pleurent facilement	木頭	bois	頑固	têtus
121	鋼鐵	Acier et fer	堅強	Solides et fortes	大樹	Grands arbres	可依靠	fiables
121	豆腐	Tofu	心軟	Ont un cœur mou/concéder	獅子	lions	兇猛	féroces
122	刺蝟	Hérissons	自我防衛強	Se défendent	提款機	distributeur de billets	支付金錢	fournir de l'argent

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduction
122	綿羊	Moutons	順服	Obéissants	沙發	Canapé	柔軟給人坐，溫馨	doux, servir à s'asseoir, rendre chaleureux
122	貓	Chats	愛撒嬌，喜歡黏人靠近人	Minaudent, aiment se coller et s'approcher des gens	大樹	Grands arbres	可以遮風避雨，但是也有可能被大樹壓死	pouvoir être un abri pour le vent et la pluie, mais il est possible d'être écrasé par l'arbre
123	太陽	Soleil	溫暖家庭，像母性光輝，為母則剛	Réchauffe la famille, comme la brillance de la maternité, être forte en devenant une mère	虎	Tigres	如果喜歡一個女生會想快點把她吞掉	s'il aime une fille, il veut l'avaler dès que possible
123	油麻菜籽	Graines de colza	開了又謝，謝了又開，韌度強	S'épanouissent, fanent, et puis s'épanouissent à nouveau. Résistantes	獅子	Lions	吼叫，脾氣差	crier fort, avoir une mauvaise humeur
123	水	Eau	溫柔，細膩，纏綿悱惻，易受外界攪擾	Douces, soigneuses, extrêmement sentimentales, facilement influencées par d'autres	雷	Tonnerre	暴跳如雷，脾氣差，但來得快去得快	furieux comme le tonnerre, avoir un tempérament chaud mais cela vient vite et part aussi vite
124	小鳥	Petits oiseaux	在男人面前可以小鳥依人裝可愛，嘴巴吱吱喳喳不安分，想引人注意	Se posent sur un homme, gazouillent sans cesse, veulent attirer l'attention	吼叫的獅子	Lions	睡覺打呼，因為聲音像雷一般也像動物發出的呼吸聲	xxx
124	香水	Parfums	只要一滴全室充滿香味，因為女人有感染力	Une seule goutte parfume toute la pièce, car les femmes ont une humeur contagieuse	鈔票	Billets	金額大小，也代表他的地位財富	la somme de l'argent représente son statut et sa position sociale
124	花瓶	Vases	外表美麗，光彩奪目，愛情像易碎的花瓶，不堪一擊	Belles à l'extérieur, éblouissantes. L'amour est comme un vase fragile, vulnérable	修正液	Correcteurs	愛說謊掩蓋，錯了再塗改，錯對一線間	ils mentent souvent et ils essaient de corriger leurs fautes quand on les révèle
125	綿羊	Moutons	溫順可愛	Dociles, mignonnes	勇士	Braves	強大的戰鬥力	avoir une forte compétence de combat
125	燈塔	Phares	照亮回家的路	Eclairent le chemin pour rentrer	獅子	Lions	萬王之王	le roi des animaux
125	火鍋	Fondue chinois	暖暖的幸福	Bonheur doux	汽車	Voitures	再遠的路也可以到達	pouvoir arriver très loin (finir des missions dures)
126	超人	Superman	凡事都要做	Il peut tout faire	無敵鐵金剛	Mazinger Z	一家支柱	le pilier de la famille
126	花	Fleurs	含苞盛開，嬌美，凋零	Fleurs de bourgeon, délicates et belles, et puis elles fanent	樹	Arbres	靜觀	observer calmement
126	水	Eau	隨性，適應力強，滲透性高	Ont une forte adaptabilité et pénétrabilité	水泥	Ciment	定型難改	difficile à reformer
127	小鳥	Petits oiseaux	能說出好話，也能唱出動人歌曲	Capables de dire quelque chose de gentil, et aussi de chanter des jolies chansons	拉鍊	Fermeture éclair (des pantalons)	想要隨時拉開	souhaiter l'ouvrir à tout moment
127	老虎	Tigresses	會咬人的母老虎，可恨的很，隨時翻臉	Mordent, très haïssables, changent d'humeur sans prévenir	肩硬的手臂	Bras durs (musclés)	保護著女人	protéger les femmes
127	花	Fleurs	賞心悅目	Agréables à regarder, jolies				
128	花	Fleurs	20是朵花青春又活力	Quand elles ont la vingtaine, jeunes et dynamiques	提款機	Distributeurs de billets	提供女人來提款	permettre aux femmes qu'elles retirent de l'argent

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
128	陀螺	Toupies	女人 30 是陀螺為夫為子團團轉	Quand elles ont la trentaine, elles tournent sans cesse pour leurs maris et leurs enfants	傘	Parapluies	幫全家遮風避雨	être un abri pour le vent et la pluie
128					山	Montagnes	給女人來依靠	un appui pour les femmes
129	貓	Chats	神秘又敏感	Mystérieuses et sensibles	保鏢	Gardes du corps	強壯勇敢	forts et braves
129	玫瑰	Roses	美麗多刺	Belles et ont des épines	提款機	Distributeurs de billets	供應生活所需	fournir ce qu'il faut dans la vie
129	雲	Nuages	變化多端忽遠忽近	Changent constamment, tantôt loin tantôt près	山	Montagnes	穩重	stables
130					獅子	Lions	鞏固自己家保護伸張權力	Renforcez son propre territoire, protéger, agrandir son pouvoir
130	牛	Buffles	吃苦耐勞任命	Sont dures à la peine et au travail, supportent toutes les peines sans se plaindre	樹	Arbres	保護	protéger
130	水	Eau	柔情似水每個人都需要	Douces comme de l'eau, tout le monde en a besoin	房子	Maisons	遮風避雨休息保護	être un abri pour le vent et la pluie
131	扳手	Clés (outil)	因為在家中是家人很重要扶持。	Un support important de la famille	支柱	Pilier	因為是家庭中穩定的力量。	Une force stable dans la famille
131	水	Eau	因為看似溫柔卻有力量。	Ont l'air douces mais sont en fait très puissantes	磚塊	Briques	因為常需扮演堅強的角色。	elles doivent souvent jouer un rôle solide
131	鹽	Sel	因位在群體中成為調和。	Elles sont l'assaisonnement dans un groupe	頭	Tête	因為在家中是一家之首。	Le chef de la famille
132	樹木	Arbres	照顧下一代	S'occupent des enfants				
132	花	Fleurs	溫柔	Douces	牛	Buffles	辛苦工作	Ils travaillent dur.
132	大海	Mers	包容	Tolérantes	太陽	Soleil	給全家金錢精神供應	Donner la fourniture financière et mentale à la famille.
133	花	Fleurs	盛開謝年紀和外表	Jolies quand elles sont jeunes, se fanent en vieillissant (l'âge et l'apparence)	車	Voitures	實用	Pratiques
133	珠鍊	Chaînes de perle	圓滑圓融	Lisses et s'adaptent à toutes les situations	鐵	Fer	剛強	Fort et ferme
133	大衣	Manteaux	包覆包容	Couvrantes, tolérantes	木頭	Bois	不擅表達	Pas doué pour s'exprimer
134	畫	Tableaux	百看不厭	Jamais fatigués de les regarder	房子	Maison	保護遮風避雨	Un abri pour le vent et la pluie
134	水	Eau	美麗鮮豔	Belles, lumineuses	柱子	Pilliers	要撐起一家	Il faut soutenir la famille.
134	手	Mains chaudes	溫暖的手擁抱溫暖家庭	Câlins, réchauffent la famille	山	Montagnes	靠山家	Un appui fiable.
135	寵物	Animaux de compagnie	被照顧	On prend soin d'eux	小孩	Enfants	任性	Capricieux
135	陀螺	Toupies	轉個不停忙碌	Tournent sans cesse, sont très occupées	支柱	Pilliers	一家支柱	Le pilier de la famille.

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
135	天氣	Temps	情緒變化大	Leurs humeurs sont très changeantes	苦力	Coolie	做很多事	Travailler péniblement
136	洗衣機	Machines à laver	可以有很多功能解包容力大	Multifonctionnelles, ont une grande tolérance	水牛	Buffles	情感反應較慢遲鈍	Les réactions émotionnelles sont lentes
136	書	Livres	要細細品讀完才能了解她再想什麼	Il faut les lire attentivement pour comprendre ce qu'elles pensent	老鷹	Aigles	目標導向勇往直前	But orienté, avancer courageusement
136	流水	Eau courante	心思細膩細水長流	Sentimentales, comme l'écoulement de l'eau fine en permanence	汽車	Voitures	跑得快凡事講求效率	Rouler très vite et attacher de l'importance à l'efficacité
137	水	Eau	愛哭	Pleurent facilement	泥土	Sol	固執	Têtu
137	雲	Nuages	善變	Changent facilement	風	Vent	控制欲	Désir de contrôler
137	月亮	Lune	柔和	Douces	太陽	Soleil	強烈	Fort, intense
138	水	Eau	可以很順爆發很可怕	Peuvent être dociles mais quand elles explosent, c'est horrible	火山	Volcans	生氣爆發可怕	C'est terrible la colère en éruption.
138	月亮	Lune	母親	Mères	太陽	Soleil	力量	La force
138								
139	綿羊	Moutons	溫柔	Douces	獅子	Lions	權力象徵	Symbole de pouvoir
139	玫瑰	Roses	美艷	Belles	太陽花	Tournesols	活力衝勁	Energie, vitalité
139	雲	Nuages	情緒捉摸不定	Insaisissables				
140	貓	Chats	撒嬌	Minaudent	老虎	Tigres	威嚴	Puissant sévère, majestueux
140	兔子	Lapins	溫柔	Douces	大樹	Grands arbres	撐起一片天	Soutenez une étendue de ciel
140	獅子	Lions	發脾氣	Sont en colère facilement	牛	Buffles	辛苦工作養家	Travailler dur pour soutenir la famille
141	螞蟻	Fourmis	窮其一生都為了家事努力工作著	Epuisent toute leur vie à faire le ménage et à travailler	原子筆	Stylos à bille	非要等沒筆水才肯休息	Il faut se faire épuiser l'encre et puis se repose.
141	教鞭	Martinet	愛之深責之切怕小孩跟不上別人	Plus tu aimes tes enfants, plus tu les fouettes	房子	Maison	可以讓一家人掩風擋雨	L'abri de la famille
141	監視器	Moniteurs (écrans)	永遠盯著小孩不放也放不下	Surveillent toujours leurs enfants, elles ne peuvent jamais les laisser aller	休旅車	Familiales	可以載一家人四處趴趴走	Ramener la famille partout
142	花	Fleurs	需要細心呵護	Elles ont besoins qu'on prenne soin d'elles attentivement	孩子	Enfants	幼稚又胡鬧	Enfantins et espiègles
142	水	Eau	溫柔又多情	Douces et sentimentales	石頭	Loups	又臭又硬	Insatiatement cupide
142	天氣	Temps	晴時多雲偶陣雨	Ensoleillées, mais partiellement nuageuses avec des pluies occasionnelles / lunatique	狼	Pierre	貪得無厭	Cela pue et c'est dur
143	花	Fleurs	花朵點綴這世界增加它的色彩	Décorent ce monde avec ses couleurs	大樹	Grands arbres	提供樹蔭一樣庇護家庭	Fournir son ombre pour couvrir (protéger) la famille
143	河流	Rivières	供養土地水源滋養萬物	Fourmissent l'eau pour la terre, nourrissent toutes les créatures	太陽	Soleil	像他中午的光線很強烈	Intense comme la lumière à midi

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
143	月亮	Lune	像他盈瑩光芒很溫良	Comme sa lumière, tout douce	汪洋大海	Océans	涵養海中生物成為他們的	Nourrir les créatures marines, servir à être leur maison
144	花	Fleurs	每一朵花都有他的美只是不同的美麗	Chaque fleur porte sa propre beauté, simplement des beautés différentes	小孩	Enfants	不管多大都有孩子氣的一面	Toujours enfantins même grandis
144	書	Livres	每一本書都會帶給你不同的知識	Chaque livre apporte des connaissances différentes	牛	Buffles	剛在事業上他必需不斷的努力	Il faut travailler sans cesse dans le domaine profesisonnel
144	畫	Tableaux	要懂得她的人才會細細品味	Il faut quelqu'un qui a du goût pour savoir l'apprécier	樹	Arbres	在家裡他是一家之主可以依靠	Le chef de la famille, on peut s'appuyer sur lui
145	花	Fleurs	有開有謝	Fleurissent et fanent	土地公	<i>Monseigneur le Sol</i>	有求必應	Donner la réponse à toutes les demandes
145	書	Livres	書中自有顏如玉	Dans les livres, tu trouveras des filles comme le jade et des maisons en or (littéralement)/en lisant, tu pourras obtenir du succès et la fortune suivra	豬	Cochons	很笨	Bêtes
145	包子	Petits pains farcis cuits à la vapeur	有內涵	Ont un contenu à l'intérieur / élégante et gracieux	暖驢	Chauffage	熱情如火	Chaleureux comme du feu
146	管芒花	Fleurs de miscanthus	偉大堅毅	Résistantes	無敵鐵金剛	Mazinger Z	可依靠	Fiable
146	水壺	Bouilloires	愛碎碎念	Lancinantes	牛	Buffles	強壯有力	Forts et avoir la force
146	水	Eau	心地善良愛哭感性	Ont bon cœur, pleurent facilement, émotionnelles	山	Montagnes	穩重可靠遮風避雨	Stable, fiable, être un abri
147	動物	Animaux	不理性	Pas raisonnables	小孩	Enfants	需要哄	Il faut qu'on les cajole
147	花	Fleurs	美	Belles	機械	Machines	理性	Raisonnables.
147	水果酒	Alcool de fruit	甜帶後勁(個性強)	Sucrées mais avec un effet fort après (une femme avec un fort caractère)				
148	玫瑰	Roses	帶刺保護自己	Ont des épines, se protègent	馬	Chevaux	年輕時到處奔跑不定	Ils courent partout quand ils sont jeunes, instables.
148	牡丹花	Fleurs de pivoines	華貴氣質	Ont un tempérament luxueux	狗	Chiens	老時忠心耿耿顧家	Ils sont fidèles quand ils deviennent vieux, et prennent soin de sa famille.
148	百合花	Fleurs de lys	漂亮香	Jolies, parfumées				
149	烘爐	Chauffages	給予熱能	Fournissent la chaleur qu'il faut	茶壺	Théières	被動 要被鼓勵 被興起(相對烘爐)	Passives, il fait les encourager et les inciter (par rapport aus chaffages)
149	水	Eau	適應性強嫁雞隨雞嫁狗隨狗	Adaptables. Suis l'homme que tu (une femme) épouses, qu'il soit un coq ou un chien	火	Feu	剛強	Ferme et fort
149								
150	種子	Graines	有無限可能	Ont des possibilités illimitées	樹	Arbres	遮蓋保護	Couvrir, protéger

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
150	枕頭	Oreillers	依靠支撐	Appuyer, soutenir	被子	Couvertures	遮蓋保護	Couvrir, protéger
150	月亮	Lune	溫柔	Douces	太陽	Soleil	陽光明亮果斷	Brillant et affirme
151	花	Fleurs	溫柔，漂亮	Douces, jolies	大樹	Grands arbres	經得起風吹雨打	Peuvent supporter l'exposition au vent et à la pluie » / « peuvent franchir des obstacles
151	太陽	Soleil	熱情	Passionnées	山	Montagnes	屹立不搖	Se tiennent debout, fermes et inébranlables
151	月亮	Lune	柔情	Douces	河	Rivières	細水長流	S'écoulent comme de l'eau fine en permanence
152	電視劇人物	Personnages des séries télévisées	說哭就哭說笑就笑很八卦	Elles pleurent brusquement et elles rient tout de suite soudainement. Elles aiment les ragots	豬	Cochons	懶	Feignants
152	花	Fleurs	隨時打扮漂漂亮亮噴得香香的	Elles se font toujours jolies et elles se mettent du parfum	提款機	Distributeur de billets	隨時可提錢	Peuvent retirer de l'argent quand tu veux
152	海	Mers	心情總是捉摸不定但包容性大	Leur humeur est imprévisible mais très tolérante	山	Montagnes	可以給女人堅強的依靠	Peuvent donner un soutien solide aux femmes
153	美好的圖畫	Jolis tableaux	可以讓人賞心悅目	Agréables à regarder	神明	Dieux	有求必應	Répondent à tout ce que tu leur demandes
153	水	Eau	人生不能沒有水	On ne peut pas vivre sans	免費的司機	Chauffeurs gratuits	接送	Sont comme des services de transport.
153					牆	Mur	可以給女人堅強的依靠	Peuvent donner un soutien solide aux femmes
154	水	Eau	變化大柔恐怖	Changeantes, douces, affreuses	火	Feu	脾氣來得快去得快	La colère vient très rapidement mais s'en va aussi très vite
154					酒	Vin	越陳越香	Se bonifient avec le temps
154								
155	美金	US dollars	到哪裡都可以用	On peut les utiliser partout	美金	US dollars	到哪裡都可以用	On peut les utiliser partout
155	硬幣	Monnaies	有真的有假的，假的最好不要用(壞女人最好不要碰)	Il y en a des vraies et des fausses, c'est mieux de ne pas utiliser les fausses (il vaut mieux ne pas toucher des mauvaises femmes)	硬幣	Monnaies	有真的有假的，假的最好不要用(壞女人最好不要碰)	Il y en a des vraies et des fausses, c'est mieux de ne pas utiliser les fausses (il faut mieux ne pas toucher des mauvaises femmes)
155	紙鈔	Billets	有新的和舊的，都可以用(有歷練得比較好用)	Il y a des neuves et des vieilles, toutes sont utilisables (celles qui ont de l'expérience sont meilleures)	紙鈔	Billets	有新的和舊的，都可以用(有歷練得比較好用)	Il y en a des neufs et des vieux, tous sont utilisables (ceux qui ont de l'expérience sont meilleurs)
156	月亮	Lune	陰晴圓缺	La lune s'obscurcit ou brille, elle croît ou décroît	跑車	Voitures de sport	又酷又炫好面子	Cools et géniaux, aimer de la face
156								
156								
157	衣服	Vêtements	愛漂亮	Aiment se faire jolies	巨人	Géant	要挺得住	Il faut bien tenir

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
157	建築物	Bâtiments	有稜有角有個性	Ont des côtés carrés et anguleux, ont du caractère	螞蟻	Fournis	做事做個不停	Travaillent sans cesse
157	雲	Nuages	情緒多變	Leurs émotions sont changeantes				
158	玻璃杯	Verres en verre	要好好的擺放與對待不然會蒙塵會破裂	Il faut faire attention à la façon dont on les traite, sinon il y aura de la poussière dessus ou ils vont craquer	刺蝟	Hérissons	因有鬃鬚很刺人	Leurs barbes piquent
158	井	Puits	需要更深的挖才會有結果有沒有結果也不一定	Il faut creuser plus profondément pour avoir des résultats, ou peut être qu'il n'y aura rien	蜂窩	Ruches	有些事不能問不能戳破不然就會有大麻煩	Il y a certaines choses que tu ne peux pas leur demander et tu ne peux pas les agacer, sinon tu auras de gros problèmes
158	桃子	Pêches	紅紅的很美	Elles sont rouges, très jolies	電腦	Ordinateurs	問什麼都盡可能有答案出來	Peu importe ce qui est demandé, ils doivent donner une réponse le plus rapidement possible
159	衛生紙	Papier toilette	常需要放身邊	Il faut le mettre à côté de toi				
159	水	Eau	溫柔軟弱因為有生理期	Douces et faibles, car elles ont des menstruations	山	Montagne	經濟的來源	Sont la source de l'argent
159								
160	媽媽	Mères	母性養育	La nature maternelle, élèvent et éduquent les enfants	車子	Voitures	男人的附屬品	Accessoires des hommes
160	花	Fleurs	漂亮	Jolies	烈酒	Alcool fort	陽剛	Masculins
160	水	Eau	溫柔	Douces	太陽	Soleil	陽剛熱情	Masculins, passionés
161	壹週刊	Next Magazine	什麼都要講	Racontent tout	悶騷鍋	Cocotte-minute	會忍不會輕易訴苦	Se retiennent, ne montrent pas leur faiblesse
161	麻糬	Mochis	黏煩拖泥帶水不乾脆	Elles sont collantes, chiantes (familier), traînardes, pas directes	石頭	Pierre	硬梆梆脾氣直接容易碎	Toujours très durs / toujours très rigides
161								
162	法官	Juges	會質問問題反覆問	Questionnent sans cesse ce que tu fais	挑夫	Porteurs	出來要背東西	Il porteront des choses quand on sort
162	鴿子	Colombes	溫柔和平	Douces, paisibles	獅子	Lions	有統御能力	Ont du charisme
162	月亮	Lune	心情不定	Leurs humeurs ne sont pas stables	太陽	Soleil	有活力	Energiques
163	天使	Anges	因為好拐好騙好哄	Faciles à anarquer et à tromper	黃鼠狼	Putois	表裡不一	Hypocrites
163	狐狸	Renards	因為為達目的可以無所不用其極甚至不擇手段	Pour arriver à leur but, elles peuvent faire ce qu'il faut sans scrupules	牆頭草	Herbes qui poussent au faite d'un mur (opportuniste)	能伸不能屈	Ne peuvent pas s'adapter.
163	仙人掌	Cactus	有過人的韌力	Ont une forte résistance	紅油抄手	Raviolis	皮薄餡多(愛面子)	Ont une pâte très fine et bien farcie (aimer la face).

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
164	小叮噹	Doraemon	當小孩要什麼都會想辦法給	Elles essaient de donner aux enfants tout ce dont ils ont envie	小孩	Enfants	平常像生活白癡隨時需要照顧	Ils sont empotés et ont besoin que l'on prenne constamment soin d'eux
164	花	Jolies fleurs	每隻蜜蜂都想採	Chaque abeille voudrait les butiner	蒼蠅	Mouches	只要是可以沾的女人都會去沾	Ils vont toucher toutes les femmes accessibles
164	脫水機	Essoreuses	隨時想把男人的時間金錢精力榨乾	Elles veulent épuiser constamment le temps et l'argent des hommes	狗	Chiens	沒女伴時獵犬交往時哈巴狗	Quand ils sont célibataires, ils sont comme des chiens de chasse ; quand ils sont en couple, ils sont comme des chiens pékinois (flatteurs)
165	花	Fleurs	很美	Belles	大樹	Grands arbres	可以讓妻兒依靠	Un appui pour leur femmes et leurs enfants
165	蘋果	Pommes	又甜又美又可口	Sucrées, belles et savoureuses	山	Montagnes	可以很堅強不會倒	Peuvent être très solide, ne tombent pas
165								
166	花瓶	Vases	漂亮	Jolies	老鼠	Rats	找洞鑽	Cherchent toujours des trous pour entrer
166	季節	Climat	心情都很善變	Leurs humeurs changent facilement	銀行	Banques	女人都兜我伸手要錢	Les femmes viennent les voir pour demander de l'argent
166	颱風	Typhons	生氣起來一發不可收尾	Si elles sont en colère, ça sera irremediable	喇叭	Haut parleurs	愛吹牛	Aiment se vanter
167	外勞	Travailleurs étrangers	家事總是做不完	Il y a toujours des ménages interminables à faire	車	Voitures	總是帶家人到處跑	Emmenent la famille partout
167	海浪	Vagues	心情總起伏不定	Leurs humeurs sont toujours fluctuantes	木頭	Bois	總是硬梆梆	Toujours très durs
167	花	Fleurs	老了就凋謝	Fanent en vieillissant	超商	Epiceries de quartier	要什麼有什麼	Ont tout ce qu'il faut
168	殺手	Tueurs	花錢不眨眼	Dépensent l'argent sans hésitation	免費的傭人	Domestiques gratuits	一叫就動	Dès que tu les appelles, ils bougent
168	花	Fleurs	越看越好賞心悅目	Agréables à regarder, jolies.	工具	Outils	很好用不可以沒有他	Utiles, indispensables
168	寶貝	Bébés	拿來疼愛的	Sont aimées tendrement.	銀行	Banques	要用錢時就直接領	On peut retirer de l'argent quand on en a besoin
169	聖母瑪利亞	Sainte Marie	愛包容	Représentent l'amour, la tolérance	船長	Capitaines	掌舵在家有權柄	Ils dirigent la maison, ont l'autorité
169	母牛	Vaches	忍耐堅韌	Fermes et solides	山	Montagnes	靠山	Un appui fiable
169	711	7-11	什麼都要會	Elles peuvent tout faire				
170	綿羊	Moutons	溫柔	Douces	獅子	Lions	表現雄壯威武	Masculins et forts
170	腳踏車	Vélos	慢慢享受樂趣	Profitent d'un plaisir doucement	汽車	Voitures	橫衝直撞	Se heurtent et se bousculent sans but / agissent impulsivement
170	水	Eau	有彈性適應	Flexibles, adaptables	石頭	Pierre	頑固	Têtus
171	貓	Chats	需要呵護	Il faut qu'on prenne soin d'elles	獅子	Lions	野心	Ambitieux

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
171	水	Eau	變化無常 (情緒)	Leurs émotions sont changeantes	風	Vent	野心無所不在	L'ambition est partout
171	花	Fleurs	愛漂亮	Aiment se faire jolies				
172	老虎	Tigres	兇	Féroces	獅子	Lions	勇猛	Courageux et féroces
172	藝術品	Oeuvres d'art	美	Jolies				
172	水	Eau	溫柔	Douces	鋼鐵	Acier et fer	堅持毅力	Persistants, persévérants
173	兔子	Lapins	愛漂亮	Aiment se faire jolies	動物	Animaux	狩獵事業心重	Chassent, ambitieux dans leurs métiers
173	水	Eau	個性柔軟	Douces	獅子	Lions	狩獵	Chassent
173								
174					老鷹	Aigles	王者	Le roi
174	貓	Chats	溫柔	Douces	獅子	Lions	勇猛	Courageux et féroces
174	水	Eau	柔情	Douces, tendres	石頭	Pierre	強悍	Puissants et solides
175	小鹿	Cerfs	安靜時很溫柔但被追逐時也會跑很快但還是很優雅	Douces quand elles sont tranquille, elles courent très vite quand elles sont traquées mais toujours très gracieusement	獅子	Lions	做主	Sont le chef
175	沙子	Sables	柔細不好掌握	Fines et douces, pas faciles à saisir	石	Pierre	不易抒發感情	N'expriment pas facilement leurs émotions
175	海	Mers	寧靜柔和	Tranquilles, douces	山	Montagnes	可依靠	Fiabiles
176	菩薩	Bodhisattva	有求必應心軟	Elles répondent à tout ce que tu leur demandes, ont un cœur mou (avoir un cœur d'or)	鐵金剛	Mazinger Z	堅韌不拔	Fermes et solides
176	老虎	Tigres	兇大小姐脾氣	Féroces, capricieuses	皇帝	Empereurs	霸道	Agissent brutalement ; agissent en despote
176	花	Fleurs	漂亮	Jolies	山	Montagnes	穩重靠山負責家計	Stables, soutiens, responsables des finances de la famille.
177	鴨子	Canards	吵	Bruyantes	太陽	Soleil	熱情	Passionnés
177	花	Fleurs	美	Belles	蜜蜂	Abeilles	拈花惹草	Ont soif de fleurs et d'herbes : Courrent après les femmes en vrac
177	水	Eau	柔情似水	Douces et tendres	木頭	Bois	呆板	Monotones, rigides
178	老虎	Tigres	兇	Féroces	獅子	Lions	威嚴	Puissants, sévères et majestueux
178	兔子	Petits lapins	溫馴	Dociles	狼	Loups	奸詐	Rusés
178	麻雀	Moineaux	愛講話	Parlent beaucoup	熊	Ours	老實	Honnêtes
179	貓	Chats	溫柔	Douces	獅子	Lions	威嚴	Puissants, sévères et majestueux
179	玫瑰	Roses	多刺距離感	Ont beaucoup d'épines, gardent de la distance	樹	Arbres	保護	Protégent

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
179								
180	家具	Meubles	穩定(對家)	Stables (pour la famille)	交通工具	Moyens de transport	外向	Extravertis
180	雲	Nuages	心情變化大	Leurs humeurs changent beaucoup	石頭	Pierre	固執	Têtus
180	雨水	Pluie	生命必須	Indispensable pour la vie	太陽	Soleil	生命必須	Indispensable pour la vie
181	花	Fleurs	隨時變化，保持完美，漂亮	Changent constamment, restent parfaites, jolies	大樹	Grands arbres	會保護	Protégent
181	茶包	Sachets de thé	要在滾水裡不然會無味	Il faut le laisser dans l'eau bouillante, sinon il n'y aura pas de goût	空氣中的灰塵	Poussières dans l'air	永遠抓不到，漂浮	Toujours insaisissables, flottants
181	水	Eau	柔性，包容	Douces, tolérantes	鋼鐵	Acier et fer	堅硬，固執	Durs, solides, obstinés
182	彩虹	Arc-en-ciel	較感性，有淚有喜，有時陽光，有時雨，交織後成為美麗的彩虹	Plus sentimentales, il y a aussi des larmes de joie, tantôt ensoleillé tantôt sous la pluie, fusionnées en un joli arc-en-ciel	獅子	Lions	獵物咬一口就失去興趣	Ils mangent un bout de leur proie et puis cela ne les intéresse plus
182	春天	Printemps	充滿活力，孕育生命	Energiques, donnent la vie	植物	Plantes	懶得動	Feignants, n'ont pas envie de bouger
182	學習機	Machines à apprendre	不停止學習，充滿熱情	N'arrêtent pas d'apprendre, pleines d'enthousiasme	石頭	Pierre	冷冷不說話，不解風情	Ne comprennent pas les sentiments romantiques
183	八爪章魚	Poulpes	因為家庭事業人際都要面面俱到	Doivent s'occuper à la fois de leurs vies familiale, professionnelle et relationnelle	大老爺	Seigneur	茶來伸手飯來張口	Quand ils veulent un thé ils agitent la main, quand ils veulent manger, ils ouvrent la bouche/ avoir une vie sans faire aucun effort
183	麻雀	Moineaux	說話吱吱喳喳	Gazouillent sans cesse	提款機	Distributeur de billets	有需用時隨時可吐鈔	Donnent des billets en cas de besoin
183	吸塵器	Aspirateurs	隨時想吸取八卦或別人心中垃圾	Veulent tout le temps aspirer les ragots et les déchets des autres	屁	Pet	吃過即消化並稱清氣上升濁氣下降	Après avoir mangé et digéré, en produisent (je ne comprends pas non plus)
184	橡皮筋	Elastiques	伸縮自如，能屈能伸，刻苦耐勞因為橡皮筋可以拉常可以縮小綁東西，非常耐用，但是不可過勞會彈性疲乏	Très extensibles et solides, ont une très grande flexibilité, dures à la peine et au travail. Mais il ne faut pas les épuiser, sinon elles deviennent lâches.	氣球	Ballons	可以吹很大也可以吹很小，也可以弄花樣的氣球，非常好玩，又可適當扭轉，非常有彈性，耐力。蛋是不可過度吹漲會徒勞無功，破洞就消失了。	Très amusants et peuvent être tordus proprement, très élastiques et durants. Mais il ne faut pas trop les faire exploser, sinon ils seront cassés et disparaîtront
184								
184								
185	花	Fleurs	年輕的時候很美，老的時候像花謝的花	Elles sont belles quand elles sont jeunes, alors qu'elles sont comme des fleurs flétries quand elles sont vieilles	水泥柱	Piliers en ciment	可靠	Fiabes
185	掃把	Balais	耐勞，把人內心的髒清出來	Travaillent dur, nettoient la saleté à l'intérieur des autres				

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
185	水	Eau	很柔，但生氣的時候像水犯很可怕	Généralement très douces mais quand elles sont en colère, c'est comparable à une inondation, tellement horrible				
186	玫瑰	Roses	有時帶著刺但不失嬌嫩美麗	Parfois elles portent des épines mais elles sont toujours délicates, tendres et belles	虎	Tigres	有爆發力	Avoir une force explosive
186	水	Eau	清晰可見，演什麼像什麼，多重角色，能縮能伸，溫柔有愛	Claires, interprètent bien leurs rôles comme elles en jouent plusieurs, douces et affectueuses	大樹	Grands arbres	能讓人有遮陽舒適的感覺	Donnent une sensation agréable en fournissant l'abri et l'ombre
186					保護傘	Parapluies de protection	讓人有安全感	Donnent un sens de sécurité
187	魔術師	Magiciens	可以無中生有，家中所缺的一切衣食住行育教娛樂都能變出來	Peuvent faire apparaître quelque chose à partir de rien. Tout ce qu'il faut à la maison, alimentation, habillement, logement, transport, éducation, divertissement, elles sont capables de s'en sortir	避風港	Ports	風雨中的遮蓋，女人是小船，需要港口停頓	Un abri lorsqu'il pleut et fait du vent. Les femmes sont des petits bateaux qui ont besoin de se reposer au port
187	玫瑰	Roses	當遇到棘手的人事物就會保護自己，平日卻會細心打扮	En rencontrant des situations épineuses, elles se protègent, sinon elles se font belles en général	基石	Pierre angulaire	家庭中的基石可以安定，家中有風雨時可以安穩度過	Stabilisent la famille, peuvent rester saines et sauvées pendant un orage
187	水	Eau	柔情似水，心靜如水，因柔能克剛，也能安慰家人的心	Elles sont douces et tendres comme l'eau ; tranquilles à l'intérieur comme de l'eau, car la faiblesse peut conquérir la dureté et réconforter le cœur de la famille	肩膀	Epaules	是女人的依靠，使女人更幸福更美麗	L'appui des femmes, rendent les femmes plus heureuses et belles
188	花	Fleurs	賞心悅目	Agréables à regarder, jolies	船	Bateaux	載浮載沉	Parfois flottent sur l'eau, parfois coulent au fond
188	眠被	Couvertures de lit	溫暖	Chaudes et douces	山	Montagnes	可以依靠	Fiabiles
188	匙	Cuillères	可以調理羹湯	Peuvent remuer la soupe (harmoniser l'ambiance)	眼	Yeux	可以觀四八方	Peuvent observer toutes les directions
189	花	Fleurs	有時像含苞待放惹人憐有時像殘花敗柳惹人厭	Parfois elles sont comme des bourgeons sur le point de s'épanouir, on a envie de les chérir ; parfois elles sont comme des fleurs fanées, on a envie de les jeter	樹	Arbres	有時是夏天的翠綠有時是寒冬的枯枝	Tantôt ils sont verts en été, tantôt leurs branches sont mortes en hiver
189	土	Sol	有時能孕育萬物有時卻像土石流掩沒一切	Parfois elles peuvent donner la vie aux créatures mais parfois elles peuvent tout inonder comme une coulée de boue	水	Eau	有時是山中的瀑布清澈透明有時是黃河翻滾的黃泥水	Parfois ils sont des chutes d'eau dans la montagne, claires et transparentes ; parfois ils sont un grand fleuve jaune et sale qui coule à flots
189	水	Eau	有時像小溪的潺潺流水溫柔清澈有時像江河滔滔	Parfois elles sont comme un ruisseau qui murmure, douces et claires ; parfois elles sont comme un fleuve turbulent	石	Pierre	有時是礦山裡的寶石有時是路旁的絆腳石	Parfois ils sont des pierres précieuses dans la mine, parfois ils sont des pierres d'achoppement dans la rue

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
190	水	Eau	柔軟包容	Douces, tendres, tolérantes	大樹	Grands arbres	外剛內柔有溫度堅強	Durs à l'extérieur mais doux à l'intérieur, ont des émotions, solides et forts.
190								
190								
191	海綿	Eponges	一直吸收	Ne cessent pas d'absorber	石頭	Pierre	固執	Têtus
191	水桶	Seaux	裝很多東西包容	Contiennent beaucoup de chose, tolérantes	拖把	Serpillières	占便宜享受(和水桶對應)	Tirent avantage et profitent (par rapport au seau).
191								
192	貓	Chats	獨立自主	Independantes et autonomes	狗	Chiens	英勇需要照顧	Vaillants, ont besoin qu'on s'occupe d'eux.
192	草	Herbes	外表柔弱事實堅韌	Ont une apparence faible, en fait sont solides et résistantes.	風	Vent	自在	Libres
192	水	Eau	包容力量很大	Tolérantes, puissantes	太陽	Soleil	自以為要照亮全世界	Croient qu'ils peuvent éclairer le monde
193	花	Fleurs	被保護	Sont protégées	樹	Arbres	保護	Protégent
193								
193								
194	大象	Eléphants	聰明有責任感	Intelligentes, responsables	公獅	Lions	懶惰	Feignants
194	草	Herbes	易生存	Faciles à vivre	玫瑰	Roses	脆弱	Fragiles
194								
195	小鳥	Petits oiseaux	依偎在男人懷中	Se serrent dans les bras des hommes	老闆	Patrons	喜歡發號施令給意見	Aiment dicter des instructions et donner des opinions
195	蝴蝶	Papillons	需要被呵護被了解被讚美	Ont besoin qu'on prenne soin d'elles et qu'on les comprenne et qu'on les loue	牛	Buffles	不解風情	Ne comprennent pas les sentiments amoureux.
195	擴音器	Haut-parleur	喜歡聊八卦	Aiment parler des ragots	悶鍋	Cocotte-minute	自己解決壓力	Gardent leur stress pour eux
196	兔子	Petits lapins	溫馴	Dociles	野馬	Chevaux sauvages	跑來跑去	Courrent partout
196	花	Fleurs	漂亮	Jolies	樹	Arbres	直立挺拔	Restent droits et élevés
196	水	Eau	適應各環境	Adaptables aux environnements	雲	Nuages	自由	Libres
197	貓	Chats	野性溫柔	Sauvages, doux	牛	Buffles	要負責任	Doivent prendre leur responsabilité
197	水	Eau	溫柔	Doux	樹	Arbres	依靠	On s'appuie sur eux
197								
198	雕刻家	Sculpteurs	可以改變男人	Peuvent changer les hommes	大樹	Grands arbres	粗壯	Robustes et forts
198	草	Herbes	柔弱被保護	Faibles, sont protégées	木	Bois	呆板木訥	Rigides, lents à s'exprimer

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduction
198	雲	Nuages	千變萬化(內心)	Changements interminables (à l'intérieur)	雷	Tonnerre	來得快去得快	La colère vient très vite mais s'en va aussi rapidement
199	蜜蜂	Abeilles	整天嗡嗡叫	Bourdonnent tout le temps	冷氣	Climatisation	冬暖夏涼	Doux en hiver et frais en été
199	蒼蠅	Mouches	看到明星就圍一堆	Forment un cercle autour des stars quand elles les voient	沙包	Sacs de frappe	欠揍	On a envie de les frapper
199	水	Eau	溫柔	Douces	木頭	Bois	不解風情	Ne comprennent pas les sentiments amoureux
200	狐狸	Renards	裡外不一致有時外媚內虛	Hypocrites, parfois flatteuses et insincères.	馬英九	Ma Ying-jeou	靠嘴巴吃飯	Pas crédibles
200	水晶	Cristal	漂亮高貴要用貴用器皿裝飾又易碎不好照顧	Joli et précieux, il faut le tenir avec un récipient raffiné. Fragile et pas facile à maintenir	宋楚瑜	James Soong	說話不算話	Ne savent pas tenir leurs promesses
200	彩虹	Arc-en-ciel	美麗耀眼卻變化多端難捉摸	Belles et éblouissantes mais insaisissables	豬	Cochons	好吃好睡會打呼	Gloutons, dormeurs, ronflent
201	貓	Chats	溫柔依賴	Douces et dépendantes	狗	Chiens	像奴才	Comme des esclaves
201	花	Fleurs	愛漂亮	Aiment se faire jolies				
201	水	Eau	柔情似水	Douces et tendres comme de l'eau				
202	花	Fleurs	千變萬化各式各樣的花	Changent de façon incessante. Il y a toutes sortes de fleurs	樹	Arbres	強壯保護	Forts, protègent
202	水	Eau	千變萬化	Être en changement continu	石頭	Pierre	沒有反應	Sans réaction
202	甜點	Desserts	好的在最後重要的加分角色	Le meilleur arrive en dernier. Elles ont un rôle important pour ajouter des points	冷盤	Repas froids	規矩無溫度	Disciplinés, sans émotions
203	水	Eau	嬌滴滴	Coquettes	領導者	Leader	領導	Ils dirigent
203	小鳥	Petits oiseaux	小鳥依人	Une femme petite se pose sur un homme	猛虎	Tigres féroces	霸氣	Insolents
203	兔子	Lapins	膽小服從	Timides et obéissantes	獅子	Lions	控制欲強	Ont un fort désir de contrôler
204	花	Fleurs	柔美嬌媚	Douces, belles, et attirantes	草	Herbes	外表隨性	Négligent les habits
204	水	Eau	流動彈性	Coulantes, changeantes, et flexibles	城牆	Remparts	固執	Têtus
204								
205	木炭	Charbon de bois	經過大火的歷練越燒越，越更能顯示她的堅強	Plus elles ont subies de dures épreuves du feu, plus leur force apparaît	種子	Graines	如果落在堅硬的泥土就會比較辛苦的打拚，若落在鬆軟的泥土要開花結果就比較輕鬆。〔形容家庭背景〕	Si elles tombent dans un sol plus dur, il faut travailler plus dur ; alors que si elles tombent dans un sol mou et fertile, il leur sera plus facile de fleurir et porter des fruits (comparer à l'état de la famille d'origine)

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
205	麻糬	Mochis	對家庭的割捨是；有時候很累想甩手讓自己清閒一下卻甩不乾淨	Comme l'attachement de la famille, parfois elles sont très fatiguées, avoir envie de s'en détacher pour être tranquilles, alors qu'elles n'y arrivent pas	筆	Un style	對人情事物可以揮灑自如，成敗只一念之間就看如何書寫。	Ils peuvent écrire avec un stylo libre, sa réussite ou son échec dépendent de comment ils écrivent.
205	天氣	Climat	晴時偶陣雨常常讓人捉摸不定	Ensoleillé, mais partiellement nuageux avec pluie occasionnelle / lunatique, insaisissable	木材	Bois d'œuvre	對一個家庭來說他可以是一根大支柱也可以是一屋的慘破木屑	Pour une famille ils peuvent être un grand pilier, ils peuvent aussi être de la sciure de bois misérable
206	水	Eau	因為女人能孕育生命、	Les femmes peuvent donner la vie	泥	Boue	因為泥需要水才能做事(種植之類的)	Le sol a besoin d'eau pour qu'on puisse le travailler (pour planter par exemple)
206	月亮	Lune	具備溫柔特質和	Douces	太陽	Soleil	是男人對自己的目標會更具攻擊性(的追求),	Ils sont plus agressifs pour atteindre leurs buts
206	海浪	Vagues	總是持續作著自己的工作(照顧家庭)	Travaillent toujours sans cesse (s'occupent de la famille)	岩壁	Paroi rocheuse	男人很強壯,但仍需要海浪才能成型.(因為岩壁是海浪沖刷而成的)	Les hommes sont forts et robustes, mais il faut toujours des vagues pour les former (les parois rocheuses sont érodées par des vagues)
207	潤滑劑	Lubrifiant	緩和氣氛	Harmonisent l'ambiance	木頭	Bois	無所不能	Ils peuvent tout faire
207	春天	Printemps	舒適卻善變	Confortables mais capricieuses	太陽	Soleil	溫暖	Chauds
207	綿羊	Moutons	溫馴	Dociles				
208	綿羊	Moutons	內柔外剛	Douces à l'intérieur mais fortes à l'extérieur	豹	Panthères	凶狠會偷襲	Féroces, cruels et attaquent discrètement.
208	豬	Cochons	懶大辣辣沒心眼人生就降嘛	Feignantes, innocentes, simples, c'est la vie quoi	猴子	Singes	反應快思緒敏捷會察言觀色	Réagissent rapidement, ont une pensée prompte, savent observer des situations
208	玫瑰	Roses	多刺心情多變	Ont beaucoup d'épines, d'humeurs changeantes	榕樹	Banians	包容有責任感可依靠	Tolérants, responsables, fiables
209	小鳥	Petits oiseaux	小鳥依人溫柔	Une femme petite se pose sur un homme, douces	馬	Chevaux	奔馳很快有衝勁	Galopent vite, plein de vigueur
209	鬱金香	Tulipes	柔和漂亮	Douces et tendres, belles	大樹	Grands arbres	可依靠	On peut s'appuyer dessus
209	玫瑰	Roses	有刺不容易親近	Ont des épines, pas facile de s'approcher	太陽	Soleil	剛強自私	Durs, forts, égoïstes
210	水	Eau	因為可塑各種形狀，可以柔情似水也有強大的力量	Peuvent prendre toute sorte de forme, peuvent être douces et tendres mais aussi puissantes	樹	Arbres	高大強壯，有安全感	Grands et forts, donnent un sentiment de sécurité
210	空氣	Air	不能沒有他	On ne peut pas vivre sans cela	蠟燭	Bougies	有時不點不亮，但也照亮家人	Parfois éteintes, parfois éclairent toute la famille
210	山	Montagnes	全家的依靠	L'appui de la famille	石頭	Pierre	頑固，不知變通	Têtus, ne savent pas s'adapter

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
211	母雞	Poules	保護小雞，當老鷹來實甚至連自己的生命都可以不顧	Protégent leurs poussins, elles peuvent même sacrifier leur vie quand un aigle vient	牛	Buffles	要努力耕種做事	Doivent travailler durement.
211	梅花	Fleurs de pruniers	越冷越開花，堅強	Plus il fait froid, plus elles sont florissantes, solides et fortes	公雞	Coqs	為了家庭不能停止工作，每天要定時報時	Pour la famille, il ne faut pas arrêter de travailler, il faut annoncer le lever du jour tous les jours
211	油麻菜籽	Graines du colza	油麻菜籽落地生根，處處皆可以生長	Prennent racine facilement, peuvent pousser partout	小草	Petites herbes	經得起大風大浪，很有韌性，必要時也能要向人彎腰	Peuvent endurer du vent violent et de l'onde forte, très flexibles, peuvent s'abaisser au niveau des autres si besoin
212	柳樹	Saule pleureur	婀娜多姿	Belles, charmantes, et gracieuses	馬	Chevaux	向前衝	Se précipitent vers l'avant
212	水	Eau	愛哭	Pleurent facilement	石頭	Pierre	堅強	Solides et forts
212	雲	Nuages	捉摸不定	Insaisissables	山	Montagnes	穩重，有依靠，經得起千錘百鍊	Stables, fiables, bien martelées et bien trempées (pouvoir passer par de dures)
213	火雞	Dindes	呱呱叫意見多	Glougloutent, ont beaucoup d'opinion	牛	Buffles	任勞任怨	Supportent toutes les peines sans se plaindre
213	X							
213	X							
214	羚羊	Gazelles	被保護	Sont protégées	老虎	Tigres	雄壯威武	Masculins et forts
214	X							
214	X							
215	兔子	Lapins	柔和	Douces	傭人	Femmes de ménage	做家事	Font le ménage
215	書	Livres	心情變化很大翻臉像翻書	Beaucoup de changements d'humeurs, tournent leur visage (changent leurs émotions) c'est comme tourner une page.	猛獸	Bêtes (animaux)	兇悍	Féroces
215								
216	水	Eau	溫柔仔細	Douces, soignantes	火	Feu	剛烈	Durs, fermes, forts
216	月亮	Lune	柔和	Douces	太陽	Soleil	剛烈	Durs, fermes, forts
216								
217	水	Eau	溫柔	Douces	問題	Problèmes	很多問題	Ils ont beaucoup de problèmes
217								
217								
218	風	Vent	捉摸不定	Insaisissables	風	Vent	高大	Grands

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
218	溪谷	Ruisseaux vallées	深不可測	Trop profondes pour être mesurées	溪谷	Ravine	靠山，高大	Un appui, grands
218								
219	花	Fleurs	漂亮老時雕謝	Jolies, fanent en vieillissant	樹	Arbres	支撐	Soutiennent
219	水	Eau	溫柔冰冷變化大	Tantôt douces, tantôt froides, grands changements	狗	Chiens	忠實，笨	Fidèles; bêtes (au sens d'idiots)
219								
220	花	Fleurs	漂亮	Jolies	小孩	Enfants	需要照顧	Ont besoin qu'on s'occupe d'eux
220	蠟燭	Bougie	燃燒自己照顧小孩	Se brûlent elles-mêmes pour s'occuper de ses enfants	獅子	Lions	勇猛，保衛家庭	Courageux pour protéger leurs familles
220	太陽	Soleil	溫暖	Il réchauffe	大山	Montagnes	穩重，可靠	Stables, fiables
221	豬	Cochons	有男人依靠較懶被保護	S'appuient sur les hommes, plus feignantes, sont protégées	牛	Buffles	任勞任怨	Supportent toutes les peines sans se plaindre
221	兔子	Lapins	溫柔	Douces	野馬	Chevaux sauvages	跑來跑去	Courent partout
221	猴子	Singes	精明	Intelligentes	狐狸	Renards	動腦想方法	Réfléchissent pour trouver des solutions
222	玻璃花瓶	Vases en verre	要小心捧著	Il faut les tenir attentivement	燈泡	Ampoules	要點才會亮，被動	Il faut les allumer pour que cela fonctionne, passifs
222	水	Eau	雖軟但很 powerful	Douces mais puissantes	電視	Télévisions	怎麼講就是那些東西，陳腔濫調	Ils parlent toujours de la même chose, cliché
222	火	Feu	小火暖大火很危險	Un feu doux réchauffe alors qu'un grand feu est dangereux	空氣	Air	必要	Nécessaires
223	駱駝	Chameaux	負重內外都要兼顧	Portent un lourd fardeau sur le dos. Il faut s'occuper de l'intérieur (la famille) et de l'extérieur (le travail)	老虎	Tigres	攻擊性	Aggressifs
223	休旅車	Familiales	要舒適放鬆	Confortables, relax	家用車	Voitures	實際	Pratiques
223	流水	Eau courante	溫柔	Douces	瀑布	Chute d'eau	力與美，有氣勢，居高臨下	La force et la beauté, vigueur, regarder en bas à partir d'une hauteur (dominant)
224	花	Fleurs	花枝招展漂亮	Font étalage de leurs charmes, jolies	土	Sol	辛勤工作	Travaillent dur
224	水	Eau	柔順	Douces et dociles	鐵	Fer	剛硬	Durs
224	月亮	Lune	柔和溫暖	Douces et tendres	太陽	Soleil	energy	Energiques
225	雞	Poules	(吃飼料一個一個吃)細心	Attentives (qui mangent leurs graines doucement)	鴨	Canards	亂吞，不修邊幅	Engloutissent leur nourriture sans faire attention
225	水	Eau	溫柔愛哭	Douces, pleurent facilement	土	Sol	水太多會爛掉變泥巴，太少會乾要適當	S'il y a trop d'eau, cela devient de la boue, alors que s'il en manque, cela sera trop sec, il faut en avoir une quantité appropriée

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
225								
226	水	Eau	柔情似水	Douces et tendres comme de l'eau	山	Montagnes	雄壯威武	Masculins et forts
226								
226								
227	林志玲	<i>Lin Chi-Ling</i>	氣質	Elégantes	獅子	Lions	責任	Responsables
227	陳文茜	<i>Sisi Chen</i>	智識	Intelligentes et courageuses	樹	Arbres	責任	Responsables
227	絲	Soie	貴高雅	Précieuses, élégantes	高貴的牌子	Marques de luxe	高貴	Précieux
228	弱者	Les personnes faibles	權力	Moins puissantes	運動健將	Athlètes	強壯體魄，為自己爭取榮譽	Forts, gagnent des honneurs pour eux-mêmes
228	綿羊	Moutons	溫柔	Douces	獅子	Lions	雄壯	Forts
228	月亮	Lune	溫柔	Douces	太陽	Soleil	照耀，溫暖	Eclairent, réchauffent
229					傘	Parapluies	保護	Protégent
229	火	Feu	脾氣火	Sont de mauvaise humeur	燈光	Lampes	照亮	Eclairent
229	水	Eau	可灌溉必要的	Sert à irriguer, nécessaires	太陽	Soleil	照亮	Eclairent
230	花	Fleurs	美麗	Belles	牛	Buffles	勤奮地為家人努力	Travaillent dur pour leurs familles
230	水	Eau	包容	Tolérantes	太陽	Soleil	因為男人會照顧家裡	Les hommes s'occupent de la maison
230	月亮	Lune	溫柔	Douces	山	Montagnes	強壯	Forts
231	豹	Leopards	會武裝自己	Savent s'armer	公獅	Lions	老大心態	Mentalités de chef
231	香水百合	Fleurs de lys	讓環境舒服的特性	Font se sentir à l'aise leur entourage	玫瑰	Roses	熱情奔放	Débordants d'enthousiasme
231	水	Eau	既柔又韌	Douces et résistantes	山	Montagnes	穩重	Stables
232	花	Fleurs	因為女人很美，而且她們也很愛美	Elles sont belles, et elles aiment se faire belles	皇帝	Empereurs	因為男人喜歡權力、指使。	Les hommes aiment le pouvoir et commander
232	衣服	Vêtements	因為女人喜歡打扮的漂漂亮亮的。	Elles aiment se faire belles	交通工具	Moyens de transport	因為男人喜歡速度、刺激的快感	Les hommes aiment la vitesse et l'excitation
232	茶杯	Verres à thé	因為是男人的配屬，男人是茶壺，女人是茶杯。	Les femmes sont accessoires par rapport aux hommes. Les hommes sont la théière et les femmes sont des verres à thé	天	Ciel	因為男人是女人、小孩的依靠，也是主宰。	Les hommes sont le soutien des femmes et des enfants, ils sont aussi dominateurs
233	霸王	Despotes	指使用智慧	Dominent les autres avec leur sagesse	牛	Buffles	工作	Travaillent
233	鴿子	Colombes	賢良聖潔體貼	Bienveillantes, sacrées, pures, compréhensives	獅子	Lions	大吼大叫	Rugissent fortement

N	FM	Traduction	Motivation	Traduction	HM	Traduction	Motivation	Traduciton
233	水	Eau	追根究底滲透你的思想	Investiguent jusqu'au fond, pénètrent les pensées	小鹿	Faons	心理不成熟	Psychologiquement immatures
234	兔子	Lapins	被疼愛溫馴	Sont aimés, dociles	老鷹	Aigles	攻擊性	Agressifs
234	火雞	Dindes	很吵碎碎念	Très bruyantes, elles glougloutent sans cesse	老虎	Tigres	攻擊性	Agressifs
234	鴿子	Colombes	顧家	Prennent soin de leur famille	大樹	Grands arbres	安全感，保護	Apportent un sentiment de sécurité, protègent
235	花	Fleurs	愛漂亮脆弱	Aiment se faire jolies, fragiles	石頭	Pierre	不知道別人感受	Ne comprennent pas les sentiments des autres
235	水	Eau	變化快	Changent vite	木頭	Bois	木訥	Lents à s'exprimer
235	雲	Nuages	捉摸不定	Insaisissables	牛	Buffles	工作賺錢	Travaillent pour gagner de l'argent
236	管家婆	Gestionnaires de la maison	什麼都要管	Elles gèrent tout	支柱	Piliers	一家之主	Chefs de famille
236	水	Eau	孕育生命	Donnent la vie	苦力	Coolie	工作	Travaillent
236								
237	貓	Chats	乖巧	Sages	勇士	Guerriers	男性權威，大男人主義	Autorité masculine, macho
237	花	Fleurs	漂亮	Jolies	獅子	Lions	男性權威，大男人主義	Autorité masculine, macho
237	水	Eau	溫柔	Douces	太陽	Soleil	熱情	Passionnés
238	綿羊	Moutons	溫柔	Douces	阿兵哥	Soldats	勇敢，衝鋒陷陣	Se précipitent courageusement sur l'ennemi et rompent la ligne
238	劍	Epées	說話傷人	Les paroles blessent les autres	獅子	Lions	勇敢，領導	Courageux, leaders
238	水	Eau	處事和緩	Agissent avec pondération	高山	Montagnes	不斷去挑戰	Ne cessent pas (de quoi ?)
239	貓	Chats	溫柔	Douces	獅子	Lions	鬥氣，威猛	Combattants, puissants
239	木瓜	Papayas	需要人家採多籽甜(一生)	Il faut qu'on les cueille. Beaucoup de pépins, sucrées (la vie d'une femme).	鳳梨	Ananas	多刺，皮厚，味道很豐富	Ont beaucoup d'épines, la peau est épaisse mais le goût est riche
239								
240	貓	Chats	溫柔	Douces	獅子	Lions	控制欲	Désir de contrôler
240	小鳥	Petits oiseaux	照顧小孩	S'occupent des enfants	老鷹	Aigles	自由翱翔無拘束	Volent en rond librement, sans contrainte
240	牛	Buffles	為了家辛苦	Travaillent dur pour sa famille.	牛	Buffles	辛勤工作	Travailler dur