



HAL
open science

La compréhension des gentilés Polacy, Niemcy, Francuzi et Europejczycy par la jeunesse polonaise contemporaine : une étude ethnolinguistique

Aline Viviant

► To cite this version:

Aline Viviant. La compréhension des gentilés Polacy, Niemcy, Francuzi et Europejczycy par la jeunesse polonaise contemporaine : une étude ethnolinguistique. Linguistique. Université Paris-Sorbonne - Paris IV; Uniwersytet Wroclawski, 2014. Français. NNT : 2014PA040172 . tel-04287266

HAL Id: tel-04287266

<https://theses.hal.science/tel-04287266>

Submitted on 15 Nov 2023

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 PARIS-SORBONNE
ÉCOLE DOCTORALE V
UMR 8598 GEMASS

THÈSE EN COTUTELLE
Avec l'Université de Wrocław, département de Philologie
pour obtenir le grade de
DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ PARIS-SORBONNE

Disciplines : Sociologie et Linguistique

Présentée et soutenue par :

Aline VIVIAND

le 25 novembre 2014

La compréhension des gentilés *Polacy, Niemcy, Francuzi et Europejczycy* par la jeunesse polonaise contemporaine
Une étude ethnolinguistique

Sous la direction de :

M. Olivier GALLAND – Directeur de recherches au CNRS (GEMASS), Université Paris-Sorbonne

Mme Elżbieta BIARDZKA - Professeur en Sciences du langage, Uniwersytet Wrocławski

Membres du jury :

M. Jerzy BARTMIŃSKI, Professeur titulaire en Linguistique polonaise, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

Mme Katarzyna KWAPISZ-OSADNIK, Maître de conférences en Sciences du langage, Uniwersytet Śląski

Mme Patricia VON MÜNCHOW, Professeur en Linguistique générale et appliquée, Université Paris Descartes

Mme Greta KOMUR-THILLOY, Professeur en Sciences du langage, Université de Haute-Alsace

À mes parents Pierre et Sylvie Viviand

Je tiens à remercier les directeurs de cette thèse, Elżbieta Biardzka et Olivier Galland, pour leur travail et leur indéfectible soutien durant ces cinq années de doctorat. Un grand merci également à Vincenzo Cicchelli pour m'avoir encouragée et aiguillée aux prémices de ce projet de recherche. Je remercie de même très chaleureusement Jerzy Bartmiński, pour ses travaux exceptionnels, qui m'ont accompagnée durant ces cinq années, et pour sa rencontre à l'UMCS qui restera inoubliable. Mes remerciements vont aussi à Katarzyna Barylak, Emilie Viviand, Michał Esik, Amélie et Robert Burgess, et à nouveau à mes parents, pour les multiples relectures qu'ils ont eu la patience de faire en polonais, en français ou en anglais. Merci également à Xavier Chantry et à Barbara Kusiak pour leur précieuse aide à la traduction. Et enfin, last but not least, merci à Caroline Miara pour son formidable soutien culinaire para-doctoral.

PLAN DU TRAVAIL

Remerciements	9
INTRODUCTION	11

PARTIE THÉORIQUE

I. CADRE THÉORIQUE DE L'ÉTUDE	17
1. Ethnolinguistique de Lublin	17
1.1. Origines	17
1.2. Centres d'intérêt	18
1.3. Spécificités de l'approche	19
1.4. Contexte de recherche	20
1.5. Balisages en recherche ethnolinguistique.....	22
1.5.1. Langue et environnement	22
1.5.1.1. Langue et société.....	22
1.5.1.2. Langue et culture.....	22
1.5.1.3. Langue et identité nationale	24
1.5.1.4. Langue et valeurs	25
1.5.1.5. Langue et sujet parlant	28
1.5.2. Relativité linguistique	28
1.5.3. Représentation linguistique de la réalité	30
1.5.3.1. Origines, définitions et développement du concept	30
1.5.3.2. Dimension stéréotypique de la RLR	32
1.5.3.3. Reconstruction de la RLR par le biais du lexique	35
1.5.3.4. Limites de la notion	37
1.5.4. Composante sociologique en ethnolinguistique	37
II. MÉTHODE DE RECHERCHE	39
2.1. Choix terminologiques	39
2.2. Objectifs de l'étude	40
2.3. Concepts descriptifs de base	43
2.3.1. De la connotation de Mille à la définition cognitive	43
2.3.2. Approche de la signification et de ses analyses	46
2.4. Corpus	49
2.4.1. Caractéristiques de l'enquête	49
2.4.2. Modalités du questionnaire	53
2.4.3. Échantillon d'enquêtés	55
2.4.4. Traitement des données.....	58
2.4.5. Re transcription des résultats	66
III. ÉTAT DES RECHERCHES	70
3.1. Gentilés et stéréotypes.....	70
3.2. Compréhension du gentilé <i>Polacy</i> par les Polonais	74
3.3. Compréhension du gentilé <i>Niemcy</i> par les Polonais.....	87
3.4. Compréhension du gentilé <i>Francuzi</i> par les Polonais	102
3.5. Compréhension du gentilé <i>Europejczycy</i> par les Polonais	111

PARTIE ANALYTIQUE

Disposition des chapitres.....	123
I. ASPECT PSYCHIQUE.....	129
1.1. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Polacy</i>	132
1.2. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Niemcy</i>	160
1.3. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Francuzi</i>	181
1.4. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Europejczycy</i>	192
1.5. Influence des facteurs sociaux et environnementaux.....	196
II. ASPECT CULTUREL.....	205
2.1. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Polacy</i>	208
2.2. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Niemcy</i>	217
2.3. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Francuzi</i>	221
2.4. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Europejczycy</i>	239
2.5. Influence des facteurs sociaux et environnementaux.....	248
III. ASPECT LIÉ AU RAPPORT À L'ALTÉRITÉ.....	255
3.1. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Polacy</i>	258
3.2. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Niemcy</i>	268
3.3. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Francuzi</i>	278
3.4. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Europejczycy</i>	285
3.5. Influence des facteurs sociaux et environnementaux.....	292
IV. ASPECT SOCIAL.....	299
4.1. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Polacy</i>	302
4.2. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Niemcy</i>	314
4.3. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Francuzi</i>	318
4.4. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Europejczycy</i>	324
4.5. Influence des facteurs sociaux et environnementaux.....	329
V. ASPECT GÉOGRAPHIQUE ET ÉCONOMIQUE.....	335
6.1. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Polacy</i>	338
6.2. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Niemcy</i>	345
6.3. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Francuzi</i>	357
6.4. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Europejczycy</i>	364
6.5. Influence des facteurs sociaux et environnementaux.....	371
VI. ASPECT PSYCHOSOCIAL.....	377
5.1. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Polacy</i>	380
5.2. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Niemcy</i>	390
5.3. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Francuzi</i>	398
5.4. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Europejczycy</i>	405
5.5. Influence des facteurs sociaux et environnementaux.....	410
VII. ASPECT POLITIQUE.....	417
7.1. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Polacy</i>	420
7.2. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Niemcy</i>	428
7.3. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Francuzi</i>	433
7.4. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Europejczycy</i>	437
7.5. Influence des facteurs sociaux et environnementaux.....	445
VIII. ASPECT PHYSIQUE ET ESTHÉTIQUE.....	451
8.1. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Polacy</i>	454
8.2. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Niemcy</i>	458
8.3. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Francuzi</i>	465
8.4. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Europejczycy</i>	475
8.5. Influence des facteurs sociaux et environnementaux.....	476

IX. ASPECT HISTORIQUE	481
9.1. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Polacy</i>	483
9.2. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Niemcy</i>	489
9.3. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Francuzi</i>	495
9.4. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Europejczycy</i>	497
9.5. Influence des facteurs sociaux et environnementaux	500
X. ASPECT RELIGIEUX.....	505
10.1. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Polacy</i>	508
10.2. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Niemcy</i>	512
10.3. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Francuzi</i>	513
10.4. Caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé <i>Europejczycy</i>	516
10.5. Influence des facteurs sociaux et environnementaux	518
XI. SYNTHÈSE.....	523
11.1. Aspects et gentilés	523
11.2. Aspects et portraits	526
11.2.1. Aspect psychique.....	526
11.2.1.1. Portraits du Polonais	527
11.2.1.2. Portraits de l'Allemand	528
11.2.1.3. Portraits du Français.....	529
11.2.1.4. Portraits de l'Européen.....	530
11.2.1.5. Comparaison entre les portraits	530
11.2.2. Aspect culturel.....	532
11.2.2.1. Portraits du Polonais	533
11.2.2.2. Portraits de l'Allemand	534
11.2.2.3. Portraits du Français.....	534
11.2.2.4. Portraits de l'Européen.....	535
11.2.2.5. Comparaison entre les portraits	536
11.2.3. Aspect du rapport à l'altérité	537
11.2.3.1. Portraits du Polonais	538
11.2.3.2. Portraits de l'Allemand	538
11.2.3.3. Portraits du Français.....	539
11.2.3.4. Portraits de l'Européen.....	540
11.2.3.5. Comparaison entre les portraits	540
11.2.4. Aspect social	541
11.2.4.1. Portraits du Polonais	542
11.2.4.2. Portraits de l'Allemand	543
11.2.4.3. Portraits du Français.....	543
11.2.4.4. Portraits de l'Européen.....	544
11.2.4.5. Comparaison entre les portraits	544
11.2.5. Aspect géographique et économique	545
11.2.5.1. Portraits du Polonais	546
11.2.5.2. Portraits de l'Allemand	546
11.2.5.3. Portraits du Français.....	547
11.2.5.4. Portraits de l'Européen.....	548
11.2.5.5. Comparaison entre les portraits	549
11.2.6. Aspect psychosocial	549
11.2.6.1. Portraits du Polonais	550
11.2.6.2. Portraits de l'Allemand	551
11.2.6.3. Portraits du Français.....	552
11.2.6.4. Portraits de l'Européen.....	552
11.2.6.5. Comparaison entre les portraits	552
11.2.7. Aspect politique.....	553
11.2.7.1. Portraits du Polonais	554
11.2.7.2. Portraits de l'Allemand	554
11.2.7.3. Portraits du Français.....	555
11.2.7.4. Portraits de l'Européen.....	555
11.2.7.5. Comparaison entre les portraits	556
11.2.8. Aspect physique et esthétique	556
11.2.8.1. Portraits du Polonais	557
11.2.8.2. Portraits de l'Allemand	558

11.2.8.3. Portraits du Français.....	558
11.2.8.4. Portraits de l'Européen.....	559
11.2.8.5. Comparaison entre les portraits.....	559
11.2.9. Aspect historique.....	560
11.2.9.1. Portraits du Polonais.....	560
11.2.9.2. Portraits de l'Allemand.....	561
11.2.9.3. Portraits du Français.....	561
11.2.9.4. Portraits de l'Européen.....	561
11.2.9.5. Comparaison entre les portraits.....	562
11.2.10. Aspect religieux.....	562
11.2.10.1. Portraits du Polonais.....	563
11.2.10.2. Portraits du Français.....	563
11.2.10.3. Portraits de l'Européen.....	563
11.2.10.4. Comparaison entre les portraits.....	564
11.3. Influence des facteurs sociaux et environnementaux.....	564
11.4. Limites et perspectives de la recherche.....	567

CONCLUSION.....	568
Table des graphiques.....	574
Bibliographie.....	577
Résumé.....	589
Streszczenie.....	599
Abstract.....	609

INTRODUCTION

Cette étude prend pour objet la façon dont la jeunesse polonaise comprend aujourd'hui les gentilés européens tels que *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands) et *Francuzi* (les Français), ainsi que le gentilé *Europejczycy* (les Européens) lui-même, plusieurs années après l'adhésion de la Pologne à l'Union européenne, qui faisait suite à la chute du régime communiste. Ces deux événements historiques relativement récents sont en effet susceptibles d'avoir notablement affecté la perception du monde des Polonais.

En appréhendant la signification des gentilés précités par la vision d'une communauté de locuteurs - les jeunes locuteurs Polonais, cette étude s'inscrit dans le courant linguistique des recherches cognitives. Ces recherches mettent en avant, dans l'étude des structures sémantiques de la langue, le lien fondamental entre langue et pensée et prennent pour objectif de parvenir au sujet parlant (en tant que membre d'une communauté de locuteurs), à sa perception, à sa conceptualisation du monde (liée à son expérience) et à son système de valeurs, déterminé par sa culture. Notre étude adhère ainsi plus particulièrement au courant de l'ethnolinguistique de Lublin tel que l'a défini Jerzy Bartmiński et selon lequel nous ne saurions chercher le sens des gentilés *Polacy*, *Niemcy*, *Francuzi* et *Europejczycy* dans les dictionnaires, puisqu'il se trouve avant tout, pour ainsi dire, dans la tête des locuteurs.

Afin d'obtenir un aperçu des diverses manières dont les jeunes Polonais comprennent les quatre gentilés, nous avons réalisé une enquête ouverte. Cette démarche, inspirée des travaux de Bartmiński et du sociologue Andrzej P. Wejland, a permis d'établir une typologie des caractéristiques, positives et négatives, attribuées aux quatre noms. L'ensemble des descriptions, résultant d'un questionnaire, constitue selon nous une sorte de définition cognitive, de schéma interprétatif dont se servent les sujets parlants soumis à l'examen. La typologie établie permet également de déterminer un ordre hiérarchique d'attribution des caractéristiques et de comparer les manières de comprendre les différents gentilés. Les acceptions du gentilé hyperonyme *Europejczycy*, confrontées à celles des trois autres gentilés européens, retiennent en particulier notre attention. Le nom *Europejczycy* est-il compris par les jeunes Polonais comme un gentilé réunissant des traits attribués aux trois autres gentilés nationaux ? Ou bien est-il envisagé comme un gentilé détenant des caractéristiques distinctes, qui lui

sont propres ?

Puisque les noms des communautés traités dans cette étude ont déjà fait l'objet d'un nombre considérable de travaux, il sera possible de comparer certains de leurs résultats avec les nôtres.

Dans une perspective davantage sociologique, nous accordons également une place privilégiée au rôle que peuvent avoir les facteurs sociaux et environnementaux dans le choix des descriptions appartenant aux définitions cognitives respectives (tels que le sexe, l'âge, le niveau d'études, l'origine géographique, etc.), prenant ainsi en compte la diversité des jeunes enquêtés et de leurs manières d'appréhender les gentilés.

Pour rendre compte de l'ensemble de ces recherches, le présent travail se compose de deux parties, la première théorique, la deuxième analytique. Dans la partie théorique de la thèse, nous présentons le champ de recherche de l'école ethnolinguistique de Lublin, où la compréhension des gentilés européens par les jeunes Polonais tient une place importante (cf. partie I). Ce champ de recherche se concentre en particulier sur trois axes théoriques issus de la linguistique cognitive. Il s'agit de la langue et de son environnement, de la relativité linguistique ainsi que de la Représentation Linguistique de la Réalité. Ces assises théoriques permettent de situer et de justifier le choix de l'approche méthodologique retenue pour atteindre les objectifs de notre étude (cf. partie II). Une liste de travaux ethnolinguistiques et de travaux issus d'autres courants et domaines de recherche (sociologie, histoire, etc.) est ensuite exposée, afin de dresser un aperçu global des multiples approches de la compréhension des gentilés *Polacy*, *Niemcy*, *Francuzi* et *Europejczycy*, par les Polonais, au cours de ces dernières décennies (cf. partie III).

La partie analytique est organisée en onze sous-parties. Les dix premières correspondent aux dix types d'*aspect* de la compréhension des gentilés, présentés par ordre d'importance - d'après le nombre de réponses (de descriptions) qui s'y rapportent sur l'ensemble des questionnaires. Il s'agit de groupes-types : *l'aspect psychique*, *l'aspect culturel*, *l'aspect du rapport à l'altérité*, *l'aspect social*, *l'aspect psychosocial*, *l'aspect géographique et économique*, *l'aspect politique*, *l'aspect physique et esthétique*, *l'aspect historique* et enfin *l'aspect religieux*.

Ces dix parties sont encore divisées en quatre points, relatifs à chacun des gentilés *Polacy*, *Niemcy*, *Francuzi* et *Europejczycy*. Ils permettent de regrouper et d'énumérer avec clarté les multiples caractéristiques positives ou négatives, attribuées aux gentilés (dans un ordre de présentation toujours fidèle à leur ordre d'importance).

Pour chacun des aspects distingués, nous précisons dans une perspective davantage sociologique le type de jeunes les ayant principalement mis en avant (jeunes hommes ou jeunes femmes, ayant fait des études ou non, originaires de l'ouest ou de l'est de la Pologne, etc.).

De cette façon, dans la onzième et dernière partie, nous pouvons présenter la synthèse des acceptions des gentilés, au travers des portraits-types qui ressortent des résultats d'enquête, tout en considérant l'influence des différents facteurs sociaux et environnementaux qui entrent en jeu dans les

représentations.

Notre travail se termine par une conclusion, suivie d'une table des graphiques, de la liste des références bibliographiques, ainsi que du résumé de ces travaux en français, polonais et anglais.

PARTIE THÉORIQUE

I. CADRE THÉORIQUE DE L'ÉTUDE

1. ETHNOLINGUISTIQUE DE LUBLIN

1.1. ORIGINES

L'ethnolinguistique de Lublin (appelée également ethnolinguistique polonaise) trouve ses origines dans le courant de la linguistique cognitive, enraciné dans les sciences cognitives contemporaines qui se sont développées dans les années 60-70, notamment au travers d'études portant sur le processus de catégorisation, ou encore au travers de courants plus anciens tels que la psychologie de la forme (Evans 2007). De manière générale, la linguistique cognitive (tout comme le fera ensuite l'ethnolinguistique de Lublin) va s'intéresser aux liens entre la langue, la pensée et l'expérience psychosociale, considérées comme inséparables. Dans les années 80, originaires de la côte ouest des Etats-Unis, les premiers chercheurs à s'inscrire dans ce courant (appelé également 'grammaires cognitives') prirent pour objectif de dépasser les approches formelles de la langue qu'ils jugeaient décevantes (Fauconnier 1984, Lakoff 1987, Langacker 1987, Talmy 1988a et 1988b). Dans les années 80, la linguistique cognitive a aussi éveillé l'intérêt des chercheurs européens, essentiellement en Belgique, en Hollande et en Allemagne. Puis, au début des années 90, un développement massif de ces recherches s'est produit en Europe et aux Etats-Unis, menées par un nombre relativement considérable de chercheurs se désignant eux-mêmes comme des *linguistes cognitifs*. Dans les années 1989-1990 naquit l'Association Internationale de Linguistique Cognitive (the International Cognitive Linguistics Society), de même que le journal *Cognitive Linguistics*. Ce furent, d'après Ronald Langacker, les marqueurs de la naissance de la linguistique cognitive en tant que mouvement intellectuel conscient et largement établi. Aujourd'hui la linguistique cognitive est un courant de recherche particulièrement hétérogène et complexe, qui se développe de façon extrêmement dynamique et engendre des centaines de travaux publiés sur les différents continents, introduits dans des contextes de recherche variés, dans lesquels s'entremêlent des positions et des débats scientifiques très différents.

L'ethnolinguistique de Lublin met en avant trois axes théoriques fondamentaux du courant cognitiviste : le rôle de l'environnement (avec l'impact de la culture, du contexte social et la

place tenue par le sujet parlant), le caractère non autonome de la langue ainsi que la conceptualisation de la réalité au moyen de la langue :

Les linguistes cognitivistes mettent en avant la coexistence de langue avec la société, avec la culture et les sujets parlants qui la modèlent. Selon eux, cet environnement linguistique influence la langue de manière considérable. Ce postulat est également adopté par les ethnolinguistes, comme nous le verrons dans la partie 1.5.1.

Conditionnée par son environnement, la langue ne peut être envisagée par les cognitivistes comme un système autonome. La linguistique cognitive se base sur cette idée qu'une faculté linguistique autonome dans l'esprit est impossible, que la faculté linguistique trouve des liens directs avec nos facultés cognitives et notre connaissance du monde. En considérant que « le langage est une partie intégrante de la cognition humaine » (Langacker 1987 : 11), elle se place sous la dépendance d'une « science cognitive » (Rastier 1993 : 161). Il existerait des mécanismes cognitifs généraux communs au langage, à la perception et à l'action. La catégorisation linguistique est ainsi considérée comme parallèle à la catégorisation humaine dans d'autres domaines de la cognition et c'est pourquoi la linguistique doit se conformer aux découvertes de la psychologie cognitive expérimentale contemporaine (Vandeloise 1991 : 83). Le langage serait de cette façon à la fois un produit et un instrument de la pensée et de la connaissance (Rastier 1993 :162). Dirk Geeraerts affirme en ce sens qu'en tant qu'outil conceptuel de l'homme, le langage « doit être non pas étudié de façon autonome, mais considéré par rapport à sa fonction cognitive : interpréter, ordonner, fixer et exprimer l'expérience humaine » (Geeraerts 1991: 27). Cette idée d'autonomie de la langue également mise en avant en ethnolinguistique est développée au travers de la notion de relativité linguistique, comme nous le verrons dans la partie 1.5.2.

En considérant que la langue n'est pas autonome, la sémantique va donc prendre un rôle fondamental en linguistique cognitive, où le sens est identifié à des représentations, voire à des concepts (Rastier 1993 :162). Le langage est appréhendé comme un instrument de conceptualisation du monde, comprise comme un processus de construction du sens (Evans 2007: 38). Nous nous pencherons sur le traitement de cette idée de conceptualisation de la réalité au moyen de la langue en ethnolinguistique polonaise, appelée Représentation Linguistique de la Réalité, dans la partie 1.5.3.

1.2. CENTRES D'INTÉRÊT

L'école ethnolinguistique de Lublin, centre universitaire de Pologne orientale, est une école aux ambitions très larges. Ses chercheurs s'efforcent d'aller au plus proche des sujets parlants, afin de saisir la manière dont ils conceptualisent la réalité extralinguistique par le prisme de leur langue. Ainsi, les recherches de Jerzy Bartmiński sur les variantes de la langue populaire polonaise, motivées par une véritable passion pour la culture populaire contemporaine, sont à l'origine des travaux de cette école

(Bartmiński 1973, 1980, 1985, 1994, 1996, 2006, 2012a). Le linguiste a dès le début de ses recherches investi un nombre considérable de données : il s'est intéressé aux variantes de la langue polonaise dans les textes poétiques folkloriques, en associant des descriptions d'ordre dialectologique, stylistique, phonétique, morphologique, lexical ainsi que syntaxique (Bartmiński 1973). Il a ensuite investi un panel de supports empiriques tout aussi varié : des conversations, des narrations et des histoires au sujet de la vie et du travail, des interviews de locuteurs ruraux, des chansons, des contes, des proverbes et de la poésie populaire (Bartmiński 1989b, 1990b, 1990c, 2003b, 2012a, Bartmiński et Niebrzegowska 1994). Comme le formule Janusz Anusiewicz (1994), des linguistes polonais se sont plongés dans ce vaste terrain d'enquête et ont pris avec lui pour objectif de sortir des sentiers battus, d'explorer les relations qui existent entre la langue populaire et la culture populaire (le folklore), et non plus entre la langue littéraire et la culture générale (ainsi qu'en attestent les 25 numéros de la revue *Etnolingwistyka*, publiés à Lublin sous la direction de Bartmiński, entre 1988 et 2013).

1.3. SPÉCIFICITÉ DE L'APPROCHE

Par son approche, l'école ethnolinguistique de Lublin revendique son appartenance au courant cognitif (Dąbrowska et Anusiewicz 2000, Tokarski 1997/1998) : comme nous l'avons vu plus haut, elle trouve des liens étroits avec la grammaire cognitive développée aux Etats-Unis à la fin du XXe siècle (Lakoff 1980, 1987, Langacker 1987, Talmy 2000, Taylor 2002). Les deux courants de recherche partagent un même regard critique sur la pensée structuraliste qui s'imposait jusqu'alors en linguistique depuis Ferdinand de Saussure (1916) et qui, en considérant le langage comme une faculté autonome de l'esprit, l'isolait de son contexte psychologique, social et culturel. Bartmiński tout autant que Langacker a développé une approche holistique de la signification (qui ne peut être restreinte à des caractéristiques objectives, nécessaires et suffisantes) en s'intéressant à la conceptualisation de la réalité extralinguistique au travers de la langue. Selon la grammaire cognitive et l'ethnolinguistique polonaise, la signification n'est pas identifiée à des concepts statiques mais à la *conceptualisation*, c'est-à-dire à un processus cognitif dynamique, comprenant une dimension temporelle. Quoique les interactions sociales jouent un rôle prépondérant dans leur développement, la signification relève avant tout de l'individu, du sujet parlant qui conceptualise le monde. L'étude de la signification ne peut se limiter aux définitions figées que l'on trouve dans les dictionnaires. Aussi, Jörg Zinken utilise-t-il le terme *d'ethnolinguistique cognitive*¹ (2004), suivi en langue polonaise² par Lidia Nepochajdaczyć (2007), pour souligner cette similitude, voire cette convergence, entre l'entreprise de la linguistique cognitive et les recherches ethnolinguistiques de Lublin.

Cependant nous ne pouvons ignorer que l'école de Lublin a choisi de se développer d'une

¹ « cognitive ethnolinguistics »

² « etnolingwistyka kognitywna »

façon relativement indépendante du courant de la grammaire cognitive. Si la linguistique cognitive anglo-américaine se concentre sur le développement des théories et la reconstruction de processus sémantiques opérationnels et universels, l'école ethnolinguistique de Lublin est orientée vers la description du monde réel par les locuteurs d'une langue donnée. Comme l'explique Arkadiusz Koselak, la linguistique cognitive anglo-américaine et l'école ethnolinguistique de Lublin diffèrent en fait par leur objet d'investigation : « Tandis que la linguistique cognitive essaie d'établir les mécanismes et les schémas qui sous-tendent le fonctionnement linguistique et donc le fonctionnement mental, l'école ethnolinguistique polonaise cherche à établir les définitions cognitives telles qu'elles sont construites dans l'esprit des locuteurs » (Koselak 2007). Autrement dit, la linguistique cognitive privilégie, comme objet d'étude, le *comment* de la conceptualisation, alors que l'ethnolinguistique polonaise cherche à comprendre davantage le *quoi* - le produit même de la conceptualisation. Elle s'intéresse à l'objet statique de la conceptualisation, c'est-à-dire à la signification accordée à des unités lexicales à un moment donné, par une communauté de locuteurs donnée, et non aux processus de la conceptualisation (Maćkiewicz 1999: 23). En prenant pour objet d'étude cet objet statique de la conceptualisation, la manière dont les locuteurs d'une langue comprennent les mots, les ethnolinguistes de Lublin s'efforcent de découvrir certaines définitions et certains schémas cognitifs auxquels les locuteurs d'une langue ont recours. Ils sont en quête du sens des mots tacitement admis par une communauté linguistique donnée, à un moment de son histoire.

La démarche de l'école ethnolinguistique de Lublin est ainsi une démarche originale : elle associe aux postulats cognitivistes universalistes des postulats relativistes propres au courant ethnolinguistique, que nous allons développer dans la partie suivante.

1.4. CONTEXTE DE RECHERCHE

Une profonde réflexion scientifique sur les aspects sociaux et culturels de la langue est liée en Europe centrale à l'expérience d'un régime politique totalitaire. Les citoyens des pays communistes ont fait l'expérience d'un nouveau parler au service de la propagande, accompagné d'une réalité politique et sociale difficile. La langue utilisée dans la sphère politique et publique, contrôlée par la censure et ressentie comme *hypocrite*³ et *falsifiée*⁴, fut dissociée de la langue utilisée dans la sphère privée (Bartmiński 2010c: 13). Cette dissociation a entraîné par la suite, chez les Polonais comme chez leurs voisins, une baisse de confiance en la langue en tant que moyen de communication (Bartmiński 2010c: 14). Bartmiński remarque à ce propos que lors de l'effondrement des régimes communistes, on a pu

³ « zakłamany »

⁴ « zafałszowany »

observer en Pologne et en Russie des publications très similaires sur ce sujet⁵. Des projets de recherche ont débuté dans les années 80 avec l'intention de reconsidérer les problèmes des fonctions sociales du langage ainsi que les liens entre le langage, les gens et la réalité, mais aussi d'examiner la diversité des styles et des genres dans le discours public. Il s'agissait alors de découvrir la base linguistique d'une représentation du monde nourrie par une société ou des systèmes de valeur, qu'ils soient sincèrement professés ou bien simplement déclarés dans cette société (Bartmiński 2012a: 7). Après la chute de l'Union soviétique et du bloc de l'Est, quand les aspirations à la dépendance ont commencé à se matérialiser dans plusieurs des nations précédemment nommées, Bartmiński constate aussi un regain d'intérêt pour le rôle du langage dans la création et dans l'expression, ainsi que pour l'identité des nations et des différents groupes, qu'ils soient régionaux ou locaux.

Si l'ethnolinguistique slave trouve sa source dans l'ethnolinguistique initiée avec Humboldt en Europe occidentale puis développée aux Etats-Unis avec Boas, Sapir et Whorf, elle opte donc pour des problématiques nouvelles, qui lui sont propres. Elle réalise un programme de recherche fondé sur la description des liens que la langue possède avec l'histoire nationale et la vie sociale (Bartmiński 2005). Bartmiński note qu'« elle étudie les aspects culturels de la langue et se penche davantage sur *la culture dans la langue* que *la langue dans la culture* [...]». L'ethnolinguistique slave dérive directement de la dialectologie, de l'étude du folklore et de l'ethnographie, mais elle se réfère aussi à des courants de la linguistique contemporaine, comme la sociolinguistique, la psycholinguistique, le cognitivisme, tout en ne s'identifiant à aucun d'eux. Plus largement, elle utilise les apports de la sémantique et de la sémiotique. Elle prend un caractère de linguistique anthropologique et culturelle »⁶ (Bartmiński 2005: 9).

⁵ Bartmiński fait référence, pour rendre compte des différentes publications polonaises à ce sujet, à l'une de ses publications (1990). Quant aux publications russes, il mentionne l'ouvrage de Serebrennikov et al. (1988).

⁶ « Bada kulturowe aspekty języka, przy tym raczej *kulturę w języku* niż *język w kulturze*. [...] Etnolingwistyka słowiańska bezpośrednio wywodzi się z tradycji dialektologii, folklorystyki i etnografii, jednak nawiązuje też do takich nurtów współczesnego językoznawstwa, jak socjolingwistyka, psycholingwistyka, kongnitywizm, nie utożsamiając się z żadnym z nich. W szerokim zakresie wykorzystuje dorobek semantyki i semiotyki. Przyjmuje charakter lingwistyki antropologiczno-kulturowej. »

1.5. BALISAGES EN RECHERCHE ETHNOLINGUISTIQUE

Comme nous l'avons signalé plus haut, le développement théorique de l'école ethnolinguistique se concentre autour de trois axes primordiaux issus de la linguistique cognitive, c'est-à-dire la langue et son environnement, la relativité linguistique et la Représentation Linguistique de la Réalité. Ces thématiques sont développées dans les paragraphes suivants.

1.5.1. LANGUE ET ENVIRONNEMENT

1.5.1.1. LANGUE ET SOCIÉTÉ

Les ethnolinguistes de Lublin considèrent la langue comme la propriété de tous, un bien commun par lequel il est possible d'atteindre des buts individuels ou communautaires. Comme l'affirme Bartmiński (2010c: 14), la langue permet à l'homme d'intercepter chez ses proches (dans la famille, parmi les pairs ou dans les différents groupes sociaux, au sein d'une nation ou encore dans le monde) un ensemble de modèles de comportements ou de savoirs partagés. La langue nous accompagne dans notre développement individuel, elle nous soutient dans les exercices de la pensée, dans la mise à jour et l'expression de nos émotions et de nos positions. Avec le temps, la langue consolide nos expériences vitales et nous permet de les transmettre aux autres. Elle « construit des ponts entre les individus, en les soustrayant à l'isolement pour accéder à la vie en communauté. Elle nous lie aux autres et, en se mettant au service d'une communication mutuelle avec l'entourage, elle crée une communauté humaine, elle la modèle et la maintient. En constituant l'environnement dans lequel nous grandissons, nous évoluons, nous coopérons avec les autres, que nous modelons par notre action, - la langue, bien commun, exerce une fonction humanisante et socialisante. »⁷ (Bartmiński 2010c: 14).

1.5.1.2. LANGUE ET CULTURE

Dans l'approche ethnolinguistique, le lien entre langue et culture est considéré comme très étroit. L'étymologie du terme souligne elle-même ce lien : si le substantif *linguistique* signifie la « science qui a pour objet l'étude du langage, des langues envisagées comme systèmes sous leurs aspects phonologiques, syntaxiques, lexicaux et sémantiques » (TLFi, 2003), le préfixe *ethno-* (du grec ancien *ἔθνος*, *éthnos* : la nation, le pays, la tribu ou encore la famille) délimite cette étude aux langues des

⁷ « Język buduje mosty między jednostkami, wyprowadzając je z izolacji do życia wspólnotowego. Łącząc nas z innymi i służąc wzajemnej komunikacji z otoczeniem, tworzy ludzką wspólnotę, kształtuje ją i podtrzymuje. Będąc środowiskiem, w którym rośniemy, poruszamy się, współpracujemy z innymi, które naszym działaniem kształtujemy – język, dobro wspólne, pełni funkcję humanizującą i socjalizującą. »

différents peuples, des différents groupes ethniques. Comme l'affirme Bartmiński, le lien entre langue et culture est étroit, marqué par des interdépendances complexes, il est « emmêlé dans un paradoxe de dépendances réciproques »⁸ (2010c: 17). D'un côté, on peut dire que la langue fait partie de la culture, qu'elle est un système de signes, au même titre que la littérature, l'art, la religion, les coutumes, les mythes, etc. La langue peut même être envisagée comme un système sémiotique primant sur les autres. Dans un entretien avec Georges Charbonnier, Claude Lévi-Strauss définissait le langage comme « la plus parfaite de toutes les manifestations d'ordre culturel », puisque l'art, la religion, le droit, etc. doivent être conçus « comme des codes formés par l'articulation de signes, sur le modèle de la communication linguistique » (d'après Charbonnier 1969). D'un autre côté, la langue conditionne en partie la culture. C'est principalement par la langue que les individus assimilent la culture du groupe auquel ils appartiennent. Sans la maîtrise d'une langue, Bartmiński estime même qu'il n'est pas possible de prendre part à la vie socioculturelle, y compris dans ses formes les plus simples (2010c: 17). Edward Sapir disait également que la perfection formelle de la langue (du langage) est une condition primordiale au développement de la culture et qu'elle constitue un préalable à toute étude culturelle et anthropologique (1933: 155). Dans la langue, dans sa grammaire, dans son lexique et dans ses liens phraséologiques, dans son système de genres et de styles, et dans la signification de ses mots, les ethnolinguistes de Lublin recherchent les manifestations de la culture.

Ainsi, en dehors des fonctions humanisantes et socialisantes de la langue (*supra*), la langue en tant qu'outil de communication présente aussi des fonctions culturelles (Bartmiński 2010c: 20). C'est au moyen de la langue que s'exprime une philosophie, une religion, une science, une autorité ou que se fait la création littéraire. En tant que condition et produit de la culture, le langage va se pluraliser avec les individus, les contextes sociaux, économiques, régionaux ainsi que les rapports de pouvoir et les enjeux sociaux (Abdallah-Preteceille 1991: 307).

D'après Anna Wierzbicka la langue se présente même comme un monde culturel à part entière : « Chaque langue est une fenêtre sur le monde, mais les vitres de cette fenêtre ne sont ni transparentes, ni dépourvues de motifs. Au contraire, chaque fenêtre a sa propre couleur et sa propre forme. Nous regardons le monde principalement par la fenêtre de notre langue maternelle. La langue ajoute des couleurs à notre perception et à notre connaissance du monde. [...] Les langues se différencient entre elles non seulement en tant que systèmes linguistiques mais aussi en tant que mondes culturels, en tant que vecteurs de notre identité ethnique »⁹ (Wierzbicka 1990: 71). En appartenant à la sphère d'un ordre culturel spécifique, créée par une communauté d'homme, la langue est un classificateur du monde. Une certaine représentation du monde, un savoir populaire et naïf sur les objets, les phénomènes et les relations se trouvent dans la langue, dans son vocabulaire et dans sa

⁸ « uwikłana w paradoks wzajemnego uzależnienia »

⁹ « Każdy język jest oknem na świat, lecz szyby w tym oknie nie są ani przejrzyste, ani pozbawione wzorów. Przeciwnie, każde okno ma swój własny kolor i kształt. Patrzymy na świat głównie przez okno naszego języka ojczystego. Język przydaje kolorów naszej percepcji i poznaniu świata [...]. Języki różnią się między sobą nie tylko jako systemy językowe, ale również jako światy kulturowe, jako nośniki etnicznej tożsamości. »

grammaire. Le système lexical avec ses mots regroupés dans des champs sémantiques, le système grammatical avec ses catégories de temps, d'aspect (notamment en langue polonaise), de genre, de nombre, etc., « sont l'effet d'un découpage de la réalité, dans l'esprit de l'individu, en éléments composants, de leur catégorisation et de leur caractérisation, ainsi que de la détermination de liens entre eux »¹⁰. La langue permet d'interpréter la culture de la même manière qu'elle permet d'interpréter le monde (Bartmiński 2010c: 21).

Ce lien entre langue et culture n'est pas anodin : ces dernières partagent un ensemble de caractéristiques. Elles ne relèvent pas d'un héritage biologique mais elles sont transmises dans un environnement spécifique. Elles détiennent un caractère universel, sémiotique et hautement organisé : ce sont des systèmes (Bartmiński 2010c: 17, 2012a: 11). Leur structure est elle-même similaire, Nikita I. Tolstoy va d'ailleurs jusqu'à parler d'un *isomorphisme structurel*. Elles peuvent être examinées avec des méthodes semblables et décrites avec les mêmes concepts : en terme de système et de réalisation, de modèle et de variante, de relation paradigmatique et syntagmatique, d'opposition et d'équivalence, de texte, de convention de genre, de style (Bartmiński 2010c: 18, 2012a: 12).

1.5.1.3. LANGUE ET IDENTITÉ NATIONALE

Bartmiński perçoit aussi dans la langue polonaise, la base de l'identité nationale. On peut certainement y voir l'influence de la tradition romantique polonaise, qui considère que le cœur de la culture et de l'identité polonaises se trouvent dans la langue. Lorsque l'existence-même de la nation polonaise était menacée, la protection de la langue a pris une signification toute particulière. Bartmiński cite à ce propos Karol Libelt, philosophe et activiste pro-polonais, qui s'est engagé politiquement et socialement en faveur du maintien de l'esprit national de la minorité polonaise, dans le Royaume de Prusse. Dans *De l'amour de la patrie*¹¹, datant de 1844, Libelt écrit que « sans langue nationale, il n'y a pas de nation [parce que] la langue est le sang qui coule dans le corps patriotique de la nation [,] le saint sang de la mère patrie »¹² (Bartmiński 2010c: 15). D'après l'auteur, dans la Pologne libre, la langue maternelle est aussi considérée comme la plus signifiante, la plus intime partie de la culture nationale, elle permet de s'identifier au pays, elle demeure le signe même de l'identité nationale polonaise. Aussi, Bartmiński souligne que depuis des années, les philosophes, les écrivains, les hommes d'Église polonais¹³, accordent une place toute particulière à la langue, en tant que marqueur de nationalité (Bartmiński 2010c: 15).

¹⁰ « stanowią efekt dzielenia rzeczywistości przez umysł człowieka na elementy składowe, ich kategoryzacji i charakterystyki oraz ustalania powiązań między nimi »

¹¹ « O miłości ojczyzny »

¹² « bez języka narodowego nie ma narodu [...] język jest krwią, ojczyste ciało narodu opływającą [...] świętą krwią matki-ojczyzny. »

¹³ Il cite en ce sens le philosophe Kazimierz Twardowski, l'écrivain, poète et sénateur Erwin Kruk et le pape Jean-Paul II.

1.5.1.4. LANGUE ET VALEURS

Les valeurs sont comprises en ethnolinguistique polonaise comme « ce que, à la lumière de la langue et de la culture, les gens considèrent comme précieux »¹⁴ (Bartmiński 2012a: 39). Ouvertement ou secrètement assumées, elles guident la construction de la représentation de la réalité chez celui qui expérimente et conceptualise, qu'il s'agisse d'un individu ou d'une communauté de locuteurs.

Cette définition des valeurs rejoint aussi la définition admise en sociologie depuis Emile Durkheim (1911) et Max Weber (1904-1917), qui considèrent les valeurs partagées par une société comme des *idéaux collectifs* transmis aux individus, constituant la base de toute unité sociale. Selon Durkheim, les valeurs fournissent des références idéales aux individus et orientent de cette façon leur activité : elles sont un des fondements de l'action sociale. Pour Henri Mendras (2001), les valeurs prennent même la forme de normes : elles permettent de réguler la vie des individus et des groupes dans une société, d'imposer des règles de comportement. Mais dans quelle mesure les valeurs sont-elles exprimées par les unités du système linguistique ? Sur ce point, deux conceptions se distinguent au sein de la linguistique axiologique (Bartmiński 2012), associées en Pologne aux noms de Jadwiga Puzynina (1989, 1992, 2003) et de Tomasz P. Krzeszowski (1994, 1997, 1999).

Selon Puzynina (1985), les valeurs sont, dans un sens, distinctes de la langue : si elles peuvent être exprimées au niveau du code linguistique, les moyens permettant de les exprimer restent faibles, puisqu'ils sont conventionnels et purement linguistiques. Cependant, les moyens textuels, étant aidés par le contexte verbal et situationnel, sont plus riches (Puzynina 1992: 61)¹⁵. L'axiologie sémantique de Tomasz P. Krzeszowski (1999), basée sur le travail de linguistes cognitivistes américains tels que George Lakoff et Mark Johnson (1980), se fonde sur un lien plus étroit entre la langue et les valeurs. Les grammairiens cognitivistes ont en effet effacé la frontière traditionnelle entre la sémantique et la pragmatique : pour eux, la valeur axiologique d'un mot peut être une propriété sémantique. A la suite de Charles E. Osgood (1980) et de Jacek Suhecki (1983), Krzeszowski affirme que les valeurs constituent un composant indispensable à la description de la signification, comprise comme une conceptualisation de la réalité (Krzeszowski 1999: 18). Selon lui, le paramètre axiologique (l'opposition bien/mal) est de la plus haute importance, déjà présent dans le schéma de l'image pré-conceptuelle. Il rejette aussi la distinction entre connotation et dénotation, affirmant que toutes les

¹⁴ « that which in the light of language and culture people consider precious »

¹⁵ Puzynina utilise une typologie étendue de valeurs, en lien avec les travaux de Max Scheler (1913). Elle distingue les valeurs absolues (ou valeurs basiques, qui ne peuvent être envisagées comme des moyens pour parvenir à d'autres valeurs) des valeurs instrumentales (ou valeurs pragmatiques, qui figurent comme des étapes intermédiaires pour parvenir à d'autres valeurs et que l'on peut qualifier d'*utiles*). Parmi les valeurs absolues se trouvent les valeurs transcendantes (religieuses, métaphysiques) et non transcendantes : les valeurs traditionnelles (valeurs esthétiques, éthiques, morales, cognitives, vitales) et les valeurs non traditionnelles (valeurs ressenties sur le plan physique et/ou physiologique). Certaines valeurs peuvent aussi fonctionner soit comme des valeurs absolues, soit comme des valeurs instrumentales, par ex. la beauté peut être perçue comme une valeur absolue sur le plan ontologique et comme une valeur instrumentale sur le plan hédoniste. Puzynina considère ainsi que la connotation est un ensemble d'éléments de signification facultatifs d'ordre pragmatique.

propriétés caractérisant les aspects émotifs ou connotatifs de la signification du monde doivent être prises en compte pour saisir la signification d'un mot. Avant Krzeszowski, d'autres chercheurs avaient mis le doigt sur ce lien global et intrinsèque entre langue et valeurs. Michał Głowiński (1986: 180) présentait l'idée qu'un sujet parlant ne fait pas qu'exprimer des faits ou des opinions, il les inscrit dans des schémas évaluatifs, par inadvertance, de manière subconsciente. Il en est ainsi parce que la matière que le locuteur utilise pour produire des énoncés (les mots, les expressions figées) est imprégnée de valeurs, ou tout du moins n'est pas neutre.

Cela ne signifie pas pour autant que tout dans la langue est marqué axiologiquement de la même manière. Les évaluations contenues dans le lexique, portent en particulier sur les objets importants pour l'individu, qui lui sont nécessaires dans un sens physique ou spirituel (Arutjunowa 1988: 58). Les mots fortement imprégnés par ces valeurs apparaissent alors sous différentes appellations, comme des *mots clés* ('key-words', Wierzbicka 1992, 1997, 2006), des *mots phares* ('słowa sztandarowe', Pisarek 2002), des *symboles collectifs* ('Kollektivsymbole', 'symbole kolektywne', Fleischer 1995, 1998) ou tout simplement comme des *mots de valeur* ('nazwy wartości', Bartmiński 2006). Ils font l'objet d'études approfondies en linguistique mais aussi en sociologie, où est mise en question la hiérarchie des valeurs des différents groupes sociaux. Dans le cadre du programme ASA (Bartmiński 2006: 13), on retrouve aussi une liste de 100 *noms de valeurs*, comptant parmi les plus importants de la langue polonaise. Tous ces termes, fortement marqués sur le plan axiologique, sont porteurs d'une certaine vision du monde des Polonais. Cette liste fut établie en 1990, d'après une large enquête (sur la base d'un sondage de type linguistique réalisé en 1985, associé à un sondage de type sociologique réalisé auprès de 500 personnes en 1986-1987, interrogées sur ce qu'elles considèrent comme des valeurs¹⁶). On compte notamment parmi ces mots des noms d'habitants européens tels que *Polak* (le Polonais), *Niemiec* (l'Allemand), *Europejczyk* (l'Européen)¹⁷, des groupes d'habitants proches des Polonais pour des raisons géographiques, politiques et/ou historiques. Le nom *Francuz* (le Français), que nous avons également sélectionné pour notre étude, ne fait pas partie de ces mots de valeur, les Français étant plus éloignés des Polonais. Cependant, dans une réflexion sur la compréhension de gentilés européens par la jeunesse polonaise, il nous semblait important de sélectionner en plus du gentilé hyperonymique *Europejczycy* (les Européens), plusieurs gentilés désignant des habitants au cœur de l'Europe.

La conceptualisation de la réalité par la langue, en se faisant le reflet de valeurs partagées par une communauté linguistique donnée (ici la communauté polonaise), peut aussi être perçue à la base de l'identité de cette communauté : « Alors que l'usage emblématique (de représentation) de la langue conduit à un renforcement des contrastes, l'usage sémantique atténue ces contrastes, et l'identité est atteinte par l'acceptation de valeurs désirées (le mot *valeur* étant compris au sens large du terme) et

¹⁶ Les résultats de ces deux enquêtes sont présentés en détails dans Bartmiński 1989 et Mazurkiewicz 1989.

¹⁷ On trouve aussi dans cette étude les noms d'habitants *Ukraińiec* (Ukrainien), *Czech* (Tchèque), *Rosjanin* (Russe).

donc à travers des valeurs positives dans toute leur richesse difficile à saisir. La sémantique, la compréhension commune des mots clés et les règles communes d'organisation du monde jouent un rôle essentiel. Ici, nous sommes confrontés au problème de la représentation linguistique du monde comme base de l'identité nationale (ethnique) et nous en arrivons à la thèse fondamentale : l'identité communautaire polonaise a un caractère culturel, on peut la reconnaître par la langue comprise non pas tant *emblématiquement* que comme un répertoire de valeurs formées par et héritées de la tradition. »¹⁸ Aussi, la langue d'une communauté linguistique donnée, par les jugements de valeur dont les mots sont porteurs, nous révèle certains fondements de l'identité de ses locuteurs - une identité qui (comme la langue) est composée de données à la fois figées et constructibles. Rogers Brubaker (2001) a mis en évidence la distinction conceptuelle traditionnelle entre l'identité comme donnée figée et l'identité comme donnée constructible, source de débats en sciences sociales. Si le terme *identité* est envisagé dans ses usages scientifiques comme une construction, depuis l'émergence de la notion aux Etats-Unis dans les années 60, il est envisagé dans ses usages communs comme une donnée intangible sous l'influence de contextes politiques marqués par les revendications identitaires (notamment les revendications du mouvement noir américain des Black Panthers). Ces oppositions de sens entre usage commun et usage scientifique ont, d'après Martina Avanza et Gilles Laferté, conduit à une profonde ambiguïté du terme au sein même de la recherche en sciences sociales (Avanza et Laferté 2005: 135-136). Aussi les chercheurs prônent-ils un abandon du terme *identité* comme catégorie scientifique, préférant le substituer par ceux d'*identification*, d'*appartenance*, ou encore d'*image sociale*. Le concept d'image sociale, en tant qu'agrégation de discours stéréotypés sur un objet/sujet donné, fait écho à celui de Représentation Linguistique de la Réalité du monde, invoqué par les ethnolinguistes polonais : le sociologue qui s'intéresse à l'image sociale doit faire l'analyse de catégories discursives, une analyse ramenée à une sociologie du locuteur (Avanza et Laferté 2005: 142-143). La langue d'une communauté, tout comme son identité, est d'une part porteuse de valeurs communautaires actuelles, revendiquées par les locuteurs aux moyens des collocations choisies, mais elle est aussi porteuse de valeurs ancestrales, partagées par cette communauté linguistique dans le passé, et dont on trouve encore la trace dans le large panel des expressions figées. L'identité comme la langue s'inscrivent dans une dimension traditionnelle, historique, et dans une dimension plus individuelle, évolutive, relative à un contexte et à une époque donnée. Elles ont des composantes durables et résistantes au changement et des composantes à la fois constructibles et déconstructibles.

¹⁸ « O ile emblematyczne (prezentacyjne) użycie języka prowadzi do wyostrenia kontrastów, użycie semantyczne – kontrasty te tonuje, a tożsamość jest osiągnięta przez akceptację pożądanych wartości (w szerokim rozumieniu tego słowa), a więc poprzez cechy pozytywne w całym ich trudnym do ogarnięcia bogactwie. Istotną rolę odgrywa wtedy semantyka, odgrywa podobne rozumienie kluczowych pojęć i podobne zasady porządkowania świata. W tym momencie stajemy przed problemem językowego obrazu świata jako podstawy tożsamości narodowej (etnicznej) i przechodzimy do podstawowej tezy która brzmi : Polska tożsamość wspólnotowa ma charakter kulturowy, jest rozpoznawalna poprzez język pojmowany jednak nie tyle 'emblematycznie', co jako skarbnica wartości tworzonych i dziedziczonych z tradycji. » (Bartmiński 2007a : 24)

1.5.1.5. LANGUE ET SUJET PARLANT

Dans la relation étroite entre la langue et la culture intervient encore un troisième acteur : le locuteur, porteur de son vécu, de ses expériences et de ses valeurs. Le but ultime des ethnolinguistes polonais, en reconnaissant ce lien entre langue et culture, est de parvenir au sujet parlant (en tant que membre d'une communauté de locuteur), à sa perception, à sa conceptualisation du monde et à son système de valeurs. C'est un individu mais aussi un sujet collectif, membre d'une communauté, d'un *ethnos*. (Bartmiński 2012a: 12). Pour concevoir pleinement cette relation entre la langue, la culture et le sujet parlant, il faut alors considérer la manière dont la subjectivité se réalise dans la langue (Bartmiński et Pajdzińska 2008). La subjectivité a traditionnellement été liée au langage, à la production de textes par le locuteur et non au système de la langue, jusqu'alors conçu comme dénué de cette caractéristique, mais cette approche est désormais perçue comme inadéquate. Tout d'abord le contraste avec le système et le texte devient insuffisant à la lumière des aspects psychologiques, sociaux et culturels de la communication linguistique. Ensuite, les réflexions sur les fonctions de la langue et son rôle dans la découverte de la nature humaine ont conduit à l'identification du subjectivisme au-delà du domaine de l'expression individuelle et textuelle, comprise de manière traditionnelle (Bartmiński 2012a: 12). Des théories linguistiques structurales, issues notamment d'Eugenio Coşeriu (2001), de Louis Hjelmslev (1971) et développées par François Rastier (1987), complètent l'opposition traditionnelle signifié-signifiant mise à jour par Saussure avec le concept de *norme linguistique* : « la norme comprend tout ce qui, dans *la technique du discours*, n'est pas nécessairement fonctionnel (distinctif), mais qui est tout de même traditionnellement (socialement) fixé, qui est usage commun et courant de la communauté linguistique. » (Coşeriu 2001: 246). En d'autres mots, la norme linguistique, d'ordre social, n'est pas simplement grammaticale, mais elle relève aussi de la communication et de la culture. Une telle conception est importante dans la mesure où elle permet la reconnaissance de différents degrés de subjectivité (intersubjectivité) dans les unités linguistiques (Bartmiński 2012a: 12).

Ainsi, le modèle tripartite système-norme-parole/usage en sémantique lexicale, exposé par Hjelmslev (1971) et repris par Coşeriu (2001) puis Rastier (1987), permet d'inclure dans la reconstruction de la signification des mots, non seulement des caractéristiques de base ou de fortes connotations mais aussi des connotations faibles ou périphériques, présentes dans la norme sémantique périphérique (Bartmiński 2012a: 12).

1.5.2. RELATIVITÉ LINGUISTIQUE

Le courant ethnolinguistique s'appuie tout particulièrement sur la notion de relativité linguistique. La description de la variabilité des représentations du monde dans les langues trouve ses racines dans l'Europe du XIXe, plus particulièrement dans la pensée allemande, où se posait déjà la question de la

variabilité des représentations et des catégorisations du monde dans les langues. L'homme d'Etat et philologue prussien Guillaume de Humboldt envisage dès lors les liens entre la langue et la pensée comme très étroits (1836-1839/2011), selon lui « l'activité intellectuelle et la langue sont une et inséparables l'une de l'autre » (d'après Vandeloise 2003b: 40), il existe une véritable interaction entre la langue et la pensée. D'un côté Humboldt reconnaît, de la même façon que la grammaire de Port-Royal (Arnauld et Lancelot: 1660/1810), un noyau d'universaux grammaticaux représentant certaines lois de la pensée humaine. De l'autre, il voit deux facteurs à la diversité des langues. Le premier est que les langues représentent des visions différentes du monde, étant donné que leurs locuteurs eux-mêmes perçoivent le monde qui les entoure de manière différente. De cette façon, « tous les concepts d'une nation se retrouvent dans son vocabulaire » (d'après Vandeloise 2003b: 40). Le deuxième est que le caractère de la nation, qui est selon Humboldt la cause des coutumes et du tempérament d'un peuple, influence lui-même la langue. Chaque langue porte en elle une vision du monde irréductible. Pour connaître un peuple, sa culture, ses codes, la langue se présente comme un canal essentiel : elle est l'expression de l'esprit d'une nation, le véritable fondement de l'unité d'un peuple.

Par l'intermédiaire du philologue et philosophe Heymann Steinthal (1848/1985), élève de Humboldt à l'université de Berlin, ainsi que celui de Franz Boas (1876/1995), anthropologue américain d'origine allemande, les idées de Humboldt seront reprises au XXe siècle par la linguistique américaine. Boas va aussi être le précurseur des ethnologues, qui feront l'étude des cultures des Indiens d'Amérique du Nord et qui vont de cette façon élargir considérablement notre connaissance des langues humaines. D'après Boas, « une investigation en profondeur de la psychologie des peuples du monde doit inclure une analyse purement linguistique » (d'après Vandeloise 2003b: 42). Dans cette perspective, l'étude des langues va représenter une part majeure de l'ethnologie. Boas qui considère que la pensée est antérieure à la langue, ne signale cependant pas de lien de cause à effet entre la langue et la culture.

Benjamin Lee Whorf aurait par contre identifié dans la langue un élément déterminant la pensée des locuteurs et formulé les prémices de l'hypothèse nommée plus tard *Whorf-Sapir*. Cette hypothèse du *relativisme linguistique* a en fait été mise à jour par l'anthropologue Edward Sapir (Sapir 1949,1978), qui conçoit que « la *réalité* est, dans une grande mesure, inconsciemment construite à partir des habitudes langagières du groupe. Deux langues ne sont jamais suffisamment semblables pour être considérées comme représentant la même réalité sociale. Les mondes où vivent des sociétés différentes sont des mondes distincts, pas simplement le même monde avec d'autres étiquettes » (d'après la traduction d'Andresen 2000: 328). Les structures de la langue d'une communauté donnée affectent la manière dont ses locuteurs conceptualisent le monde, elles organisent l'expérience des locuteurs pour représenter leur réalité sociale. L'ethnolinguistique émerge alors en tant que telle aux Etats-Unis après la mort de Whorf, en se fondant sur cette hypothèse de la relativité culturelle du langage. Les ethnolinguistes doivent se pencher sur la variabilité linguistique à travers les différentes sociétés humaines afin de comprendre la manière dont la perception et la conceptualisation de la

réalité influence le langage des différentes sociétés et cultures.

Mais l'hypothèse Whorf-Sapir a alors très peu été testée empiriquement (Gumperz et Levinson 1996: 37-69), ce que Claude Vandeloise attribue à une relative ignorance de la diversité linguistique (2003b: 46), au fait que la dimension sémantique et cognitive des grammaires de langues non-européennes soient à cette époque fréquemment mise de côté. Le grand intérêt suscité par l'hypothèse de la relativité linguistique dans le monde de la recherche a aussi perdu de sa force environ dix ans plus tard, faisant place à un nouvel engouement pour la grammaire générative.

1.5.3. REPRÉSENTATION LINGUISTIQUE DE LA RÉALITÉ (RLR)

Comme nous l'avons mentionné ultérieurement, la Représentation Linguistique de la Réalité (RLR) est un des concepts descriptifs de base du courant ethnolinguistique. Nous allons voir dans les paragraphes suivants quelles sont les origines de ce concept, les différentes définitions qui en ont été proposées ainsi que son développement. Nous nous pencherons également sur sa dimension stéréotypique et sur les possibilités de reconstruction de la RLR dans le domaine lexical, mais aussi sur les limites de la notion.

1.5.3.1. ORIGINES, DÉFINITIONS ET DÉVELOPPEMENT DU CONCEPT

Le concept de Représentation Linguistique de la Réalité (désormais RLR), fondamental en ethnolinguistique, dérive des propositions méthodologiques précitées de Sapir et Whorf, mais il trouve également ses origines dans la pensée allemande du XIXe siècle. Avec le concept de *Weltansicht* (la vision du monde), formulé par Humboldt (Humboldt 1836/2001) et développé par Leo Weisgerber, autour de l'hypothèse du *Sprachliche Zwischenwelt* (un monde linguistique intermédiaire)¹⁹, il est avancé que notre langue, et plus précisément notre langue maternelle, structure notre appréhension de la réalité (Roth 2004). Dans la phrase prononcée par Martin Luther, « ittlliche sprag hatt ihren eigen art » (les différentes langues ont leurs caractéristiques spécifiques dans leur appréhension du monde), nous découvrons aussi l'esquisse de ce que l'on qualifiera plus tard de *Représentation Linguistique de la Réalité* (Anusiewicz, Dąbrowska, Fleischer 2000). Cette idée a refait surface pendant la période des Lumières européennes, principalement italiennes et françaises

¹⁹ Le *monde linguistique intermédiaire* est un monde conscient qui se situe entre les objets du monde extérieur et la communauté linguistique, entre le monde extérieur et le monde intérieur de l'homme (Weisgerber 1962). Les objets du monde extérieur ne faisant pas directement partie de notre réalité mentale, ne devenant pas immédiatement des objets intellectuels, transitent par ce monde linguistique intermédiaire qui possède la nature de la langue maternelle et qui est systématisé d'après les structures linguistiques. C'est « une mosaïque de champs sémantiques qui décident de façon autonome de la manière dont la réalité extérieure est perçue, ainsi que de l'évaluation de celle-ci. » (Cholewa 2008: 16)

(Christmann 1967, 452-463), mais d'après Philip Bock (1992), les origines profondes de la RLR se trouveraient encore plus loin, chez Aristote (Aristote, *La poétique* II: 21-22).

Depuis les années 70, le concept de Représentation Linguistique de la Réalité a été largement développé dans les pays slaves, en particulier en Pologne et en Russie, et plus récemment en Biélorussie, en Ukraine, et en République Tchèque (Bartmiński 2012a: 22, 2012b: 12). En Pologne, Walery Pisarek a proposé une première définition de la RLR dans l'ouvrage *Encyclopédie du savoir sur la langue polonaise*²⁰, publié en 1978 sous la direction de Stanisław Urbańczyk : « La RLR, c'est-à-dire la représentation du monde se reflétant dans une langue nationale donnée, ne correspond pas exactement à l'image réelle du monde, découverte par la science. Ainsi, il est possible qu'entre les images du monde reflétées dans chacune des langues nationales, des différences considérables se produisent, en raison notamment des différentes conditions de vie des peuples »²¹ (Pisarek 1978: 176). Pisarek note en ce sens que ce qui est pertinent pour les locuteurs d'une nation se caractérise par une certaine richesse lexicale et, inversement, les phénomènes moins importants pour ces locuteurs se caractérisent par une forme de pauvreté lexicale. La langue reflète la réalité extralinguistique mais dans une certaine mesure, elle en est aussi la créatrice.

Deux ans après cette première définition de Pisarek, Bartmiński reprend ce concept dans le *Dictionnaire des stéréotypes linguistiques populaires* (1980) qui, comme nous l'avons dit plus haut, présente les positions théoriques de l'ethnolinguistique de Lublin. Il place la RLR au cœur de l'entreprise ethnolinguistique de l'école et ouvre la voie à d'amples recherches linguistiques sur la représentation du monde et de l'homme, figées dans la langue populaire et dans le folklore (Bartmiński 2010b: 156), une image étroitement liée à la spécificité culturelle d'une communauté linguistique donnée. Dès lors, la Représentation Linguistique du Monde ou de la Réalité compte parmi les mots clés figurant le plus souvent dans les travaux linguistiques polonais²² (Borkowski, 2010: 90). La problématique de la RLR fut en effet étudiée par de nombreux chercheurs, dont Ryszard Tokarski (1990, 1993, 1997/1998, 1999) qui la définit comme « un ensemble de régularités »²³ qui apparaissent dans les catégories grammaticales et dans les structures sémantiques du lexique, ou bien Renata Grzegorzczkowska (1990) qui la conçoit comme « une structure conceptuelle figée (fossilisée) dans le système d'une langue donnée »²⁴, ou encore Janusz Anusiewicz (1994: 113, 2000) qui la perçoit comme « une manière définie d'appréhender la réalité par la langue »²⁵.

²⁰ « Encyklopedia wiedzy o języku polskim »

²¹ « JOS, czyli obraz świata odbity w danym języku narodowym, nie odpowiada ściśle rzeczywistości obrazowi świata, odkrywanemu przez naukę. W skutek tego możliwe jest, że między obrazami świata odbitymi w poszczególnych językach narodowych zachodzą znaczne różnice, spowodowane m.in. różnymi warunkami bytowania danych narodów. » (Pisarek 1978: 176)

²² « Gdyby wszakże przyszło nam odpowiedzieć na pytanie, jakie słowa kluczowe pojawiają się najczęściej na ostatnich miejscach szeregu w dzisiejszym polskim językoznawstwie, nie moglibyśmy w swojej odpowiedzi nie wymienić pojęcia językowy obraz świata. »

²³ « zbiór prawidłowości »

²⁴ « struktura pojęciowa utrwalona (zakrzepła) w systemie danego języka »

²⁵ « określony sposób ujmowania przez język rzeczywistości »

Bartmiński préfère définir la RLR comme « un ensemble de jugements »²⁶ (Bartmiński 2010b: 157), qui met en évidence sa nature cognitive (interprétative). Une telle définition ne limite pas la RLR à ce qu'elle a de *fossilisé*, de fermé en tant que structure, mais elle permet de prendre en considération son caractère dynamique, ouvert. D'un autre côté, Bartmiński ne va pas jusqu'à faire le choix de termes vagues ou abstraits pour rendre compte du caractère ouvert de la RLR - comme on peut le constater chez Pisarek avec l'expression « un recueil de *régularités* » ou chez Anusiewicz avec « *une manière définie* de saisir la réalité ». Pour Bartmiński, la RLR se distingue plus précisément comme : « [...] une interprétation de la réalité comprise dans la langue, qui se laisse codifier sous la forme d'un ensemble d'opinions sur le monde, sur les gens, les choses, les événements. C'est une interprétation et non pas un reflet de la réalité, c'est un portrait subjectif et non pas une photographie d'objets réels. Cette interprétation est le résultat de la perception subjective et de la conceptualisation de la réalité par les sujets parlants, elle a donc un caractère nettement subjectif, anthropocentrique, mais elle est en même temps intersubjective dans le sens où elle a un caractère social [...] »²⁷ (Bartmiński 2010b: 157). La RLR s'oppose à la représentation du monde réel, décrite par les sciences empiriques telles que la biologie ou la physique. Sa dimension subjective et intersubjective fait qu'elle unit les individus d'un environnement social donné, elle crée des communautés de pensée, de sentiments et de valeurs. Elle influence la perception et la compréhension de la situation sociale par un membre de la communauté.

1.5.3.2. DIMENSION STÉRÉOTYPIQUE DE LA RLR

La RLR, en raison de son caractère communautaire, est porteuse de notions collectives de gens, de choses et d'événements, détenant des caractéristiques considérées comme *normales* par le locuteur. Autrement dit, des représentations simplifiées (ou stéréotypes) partagées par une communauté de locuteurs font partie de la RLR et apparaissent dans les connotations des mots. Bartmiński, dans son article intitulé « Le stéréotype comme objet de la linguistique »²⁸ publié en 1985, insiste sur les observations du sociologue Józef Chałasiński (1935) quant à l'influence du social sur cet ensemble de représentations présentes dans la langue et il cite le passage suivant : « Ces stéréotypes, ce sont les définitions des gens, des objets, des rapports et des situations, que nous faisons continuellement et que la tradition sociale transmet. Elles ne sont pas le résultat d'un raisonnement logique mais le résultat de l'expérience, dans laquelle les processus instinctifs jouent un rôle dominant. Néanmoins, elles sont

²⁶ « zespół sądów »

²⁷ « zawartą w języku interpretacją rzeczywistości dającą się ująć w postaci zespołu sądów o świecie, o ludziach, rzeczach, zdarzeniach. Jest interpretacją, a nie odbiciem, jest subiektywnym portretem, a nie fotografią przedmiotów realnych. Interpretacja ta jest rezultatem subiektywnej percepcji i konceptualizacji rzeczywistości przez mówiących danym językiem, ma więc charakter wyrażnie podmiotowy, antropocentryczny, ale zarazem jest intersubiektywna w tym sensie, że podlega uspołecznieniu [...]. »

²⁸ « Stereotyp jako przedmiot lingwistyki »

justement pour nous le monde de significations le plus important, que nous appelons la réalité sociale. On ne trouve pas ces stéréotypes seulement dans les noms du type *bourgeois, prolétaire, intellectuel, Juif, « endek »* (politique ou membre de la « ND », le parti Démocratie Nationale), *sénateur*, etc., mais aussi dans des noms moins typés comme *noble, paysan, fonctionnaire, boucher, Professeur, prêtre, une bonne éducation, une personne de bonne famille*, etc. Les termes du type, *corridor de Dantzig, socialisme, cléricanisme*, etc. relèvent de la même catégorie de stéréotypes de pensée. Ce sont tous des images-raccourcis auxquels sont attachés des complexes émotionnels positifs ou négatifs. Ces images ne rendent jamais compte exactement de la réalité objective, parfois on ne sait pas du tout ce qu'elles signifient : elles expriment toujours une réalité vue par le biais des émotions. Ce ne sont pas des images strictement intellectuelles, mais ce sont des contenus à forte empreinte émotionnelle : sont projetés sur elles les désirs, aspirations et préjugés humains, les blessures et les haines réciproques. La réalité sociale se différencie justement en cela de la réalité naturelle qu'elle est telle que les hommes la voient : elle est ce qu'elle est pour eux, et elle n'existe pas indépendamment d'eux. La réalité sociale n'est pas *Ding an sich*, une chose en soi, mais une image dans notre conscience. Dans cette image, il n'est pas possible de séparer la fiction de la réalité [...]. La réalité sociale est donc un monde d'images au contenu conventionnel et variable, c'est un monde de stéréotypes et de mythes. »²⁹

Les ethnolinguistes polonais envisagent la notion de stéréotype sur le plan sémantique et non pas sur le plan formel de la langue (avec notamment l'étude des liens phraséologiques). La définition du stéréotype qu'ils adoptent correspond en ce sens à une définition relevant de la sociologie et de la psychologie sociale (Bartmiński 2007a: 65-66). Bartmiński présente encore les travaux d'autres sociologues polonais dont les définitions du stéréotype sont étroitement liées à celles des ethnolinguistes de l'école de Lublin (Nowakowski 1957, Kapiszewski 1978, Kłoskowska 1961). La théorie de Gordon Allport sur les préjugés, présentée dans son livre *The Nature of Prejudice* (1954), retient aussi l'attention du linguiste. Allport, qui se penche sur les relations intercommunautaires, établit et explore le lien entre les préjugés et la pensée catégorique. Reconnaisant d'une part la dimension émotive, sociale, économique et historique des préjugés, il y voit aussi conséquence de

²⁹ « Stereotypy te to są definicje ludzi, przedmiotów, stosunków i sytuacji, których dokonujemy na każdym kroku i które przekazuje tradycja społeczna. Nie są one wynikiem logicznego rozumowania, lecz wynikiem doświadczenia, w którym dominującą rolę odgrywają procesy instynktowne. Niemniej one to właśnie składają się na najważniejszy dla nas świat znaczeń, który nazywamy rzeczywistością społeczną. Takimi stereotypami są nie tylko nazwy tego rodzaju jak *burżuj, proletariusz, inteligent, Żyd, endek, senator*, itp., ale i mniej charakterystyczne, jak *szlachcic, chłop, urzędnik, rzeźnik, pan profesor, ksiądz proboszcz, dobre wychowanie, człowiek z dobrej rodziny* itp. Do tej samej kategorii stereotypów myślowych należą określenia tego rodzaju jak *korytarz polski, socjalizm, klerykalizm*, itp. Wszystko to są pewne obrazy-skróty, do których przywiązane są pozytywne lub negatywne kompleksy wzruszeniowe. Obrazy te nie oddają nigdy dokładnie rzeczywistości obiektywnej, czasem nie wiadomo w ogóle, co oznaczają : zawsze wyrażają one rzeczywistość widzianą uczuciowo. Nie są to obrazy czysto intelektualne, ale są to treści o silnym zabarwieniu uczuciowym : w nich rzutowane są ludzkie pragnienia, dążenia i uprzedzenia, wzajemne urazy i nienawiści. Rzeczywistość społeczna tem właśnie różni się od rzeczywistości przyrodniczej, że jest taka jaką widzą ją ludzie : jest tem, czym jest dla ludzi, a nie istnieje niezależnie od ludzi. Rzeczywistość społeczna nie jest *Ding an sich*, rzeczą samą w sobie, ale obrazem w naszej świadomości. W obrazie tym nie sposób oddzielić fikcji od rzeczywistości [...]. Rzeczywistość społeczna jest więc światem obrazów o konwencjonalnej, zmiennej treści ; to świat stereotypów i mitów. »

la nature même de l'esprit humain : « L'esprit humain doit penser à l'aide de catégories [...] une fois qu'elles sont formées, les catégories sont la base de jugements a priori normaux. Nous ne pouvons pas éviter ce processus. Il est nécessaire à une vie ordonnée »³⁰ (Allport 1954: 20). Les ethnolinguistes de Lublin perçoivent cette catégorisation irrépessible de la réalité chez l'être humain, qui se traduit dans la langue par une diversité de stéréotypes, dont le lexique est en particulier imprégné. D'après Bartmiński, les noms sont plus particulièrement porteurs de ces stéréotypes, puisque leur caractéristique principale est une généralisation subjective imprécise, l'assignation d'une propriété à tous les objets ou membres d'une catégorie (Bartmiński, Panasiuk 2001: 377). En ce sens Bartmiński insiste sur le fait que « le stéréotype est inhérent à la langue et au mot (ce qui ne signifie pas qu'il ne peut pas être communiqué de manière non verbale, par ex. à l'aide de dessins caricaturaux). Chaque message verbal, chaque expression utilisée influe à sa manière sur la communication de l'information [...]. Le nom active inévitablement un type spécifique d'expérience, un modèle cognitif et une évaluation, et par la suite un schéma de réception et d'interprétation »³¹ (Bartmiński 2001: 374).

Les gentilés *Polacy, Niemcy, Francuzi et Europejczycy* sont imprégnés d'une multitude de stéréotypes relatifs aux groupes de personnes qu'ils désignent. Ces stéréotypes nationaux sont incontournables et fonctionnent comme des représentations à la fois subjectives et généralisantes, qui se traduisent par l'attribution de caractéristiques à ces groupes de personnes et par la mise à jour des connotations des gentilés qui les désignent. Les stéréotypes portant sur des groupes de personnes furent abordés dans le domaine de la sémantique pour la première fois en Pologne par Pisarek, au travers d'une étude des *types régionaux* (1975: 73-78) et par Krystyna Pisarkowa dans une étude des *types nationaux* (1976: 5-26). Chez Pisarkowa, le stéréotype est alors envisagé comme un sens complémentaire qui apparaît dans les connotations des noms de nationalité. Par ex., dans le cas du nom propre *Tzigane*³², le sens complémentaire serait en polonais *une personne vagabondant, un vadrouilleur*³³, ajouté au sens fondamental *membre de la nation tzigane*³⁴. Les linguistes qui s'intéressent aux stéréotypes nationaux, inspirés par la théorie de Putnam (Grzegorzczkowska 1990, Bartmiński 1998, Kardela 1999), considèrent dès lors que « le stéréotype linguistique se réalise par des formes aptes à être relevées dans une langue soumise à une culture donnée » (Biardzka 2006: 175). Charlotte Schapira va même jusqu'à distinguer les stéréotypes mentaux des stéréotypes linguistiques (Schapira 1999). Pour elle, une expression du type « Les Écossais sont avarés » correspond uniquement à un stéréotype mental, puisqu'il ne s'agit pas d'une expression idiomatique. Au contraire

³⁰ « The human mind must think with the aid of categories [...] Once formed, categories are the basis for normal prejudgment. We cannot possibly avoid this process. Orderly living depends upon it. »

³¹ « Stereotyp jest nierozłącznie związany z językiem i słowem (co nie znaczy, że nie może być komunikowany pozawerbalnie, np. za pomocą karykatur obrazkowych). Każdy przekaz słowny, każde użyte wyrażenie zabarwia na swój sposób przekazywaną informację [...]. Nazwa nieuchronnie aktywizuje określony typ doświadczeń, model poznawczy i wartościowanie, a w kolejności - schemat odbioru i interpretacji. »

³² « Cygan »

³³ « człowiek wędrujący, włóczęga »

³⁴ « członek narodowości cygańskiej »

l'expression « avare comme un Ecossais », figée dans la langue française, relèverait des stéréotypes linguistiques. Les linguistes qui considèrent comme stéréotypes linguistiques uniquement les formes figées dans une langue demeurent nombreux (Grzegorzczkova 1990, Dyoniziak 2006). Svetlana Tolstaja déplore cette définition trop restrictive des stéréotypes linguistiques et présente l'idée que tous les stéréotypes sont de nature mentale (cf. Biardzka 2006). Ces stéréotypes peuvent ensuite se manifester par un comportement verbalisé - auquel cas ils deviennent des stéréotypes linguistiques, ou non verbalisé. L'étude des formes figées facilite néanmoins le travail du linguiste, puisqu'elles peuvent être repérées aisément par différents moyens. Elżbieta Biardzka fait ainsi mention des expressions idiomatiques (avec l'exemple de l'expression polonaise : 'Il boit comme un cordonnier'³⁵), ainsi que d'autres données linguistiques à valeur stéréotypique, telles que les métaphores ('un cœur de pierre'), les connecteurs logiques ('mais', 'pourtant', 'cependant'), qui permettent une analyse logico-syntaxique, ou encore l'emploi générique de l'article (comme dans l'exemple de Schapira, 'Les Ecossais sont avares'). Les énoncés ayant ainsi recours aux collocations variables demandent au chercheur une étude complémentaire, afin de vérifier dans quelle mesure les stéréotypes exprimés sont socialement partagés. Ces stéréotypes qui figurent dans la connotation des noms de groupes de personnes font partie intégrante de la signification des mots et ne peuvent être ignorés dans notre étude de la compréhension des quatre gentilés par les jeunes locuteurs polonais.

1.5.3.3. RECONSTRUCTION DE LA RLR PAR LE BIAIS DU LEXIQUE

Le lexique est une base d'investigation incontournable de la RLR. Ce dernier est, d'après Sapir, « un indicateur extrêmement sensible de la culture d'un peuple »³⁶ (1949: 27). Il représente un classificateur d'expériences sociales (Tokarski 1993), il contient un inventaire de concepts essentiels sur le plan existentiel, social et culturel (Bartmiński 2012b). Une vaste série de données est alors à prendre en considération pour reconstruire la RLR au niveau lexical du vocabulaire : les nouveaux noms et expressions³⁷ (Bartmiński 2010b, 2012a), l'étymologie³⁸ (Cholewa 2008, Bartmiński 2010b, 2012a), la

³⁵ « Pije jak szewc »

³⁶ « a very sensitive index of the culture of a people »

³⁷ Les recherches sur l'apparition de nouveaux mots ou expressions en langue polonaise ont mis ici en évidence deux facteurs primordiaux (Smólkowa 2001, d'après Bartmiński 2012a) : d'une part la nécessité objective de nommer les nouvelles inventions (*komputer*, 'un ordinateur' ; *gadżet*, 'un gadget' ; *teledysk*, 'un vidéoclip'), les nouvelles découvertes (*bakteria*, 'une bactérie' ; *genom*, 'un génome' ; *neutron*, 'un neutron'), les nouvelles institutions et situations (*monitoring*, 'le monitoring' ; *dekomunizacja*, 'la décommunisation' ; *robotyzacja*, 'la robotisation'), et d'autre part le désir d'exprimer de nouveaux modes de pensée, de nouvelles orientations (*znieczulica*, 'l'insensibilité'/'le manque de cœur' ; *katolewica*, 'un catholique de gauche' ; eurocentryzm, l'eurocentrisme, etc.).

³⁸ L'étymologie permet d'obtenir des informations conceptuelles anciennes relatives aux mots, des informations qui sont restées figées dans le mot. Par ex., le mot polonais *Niemiec* (un Allemand), dérive selon Szarora (1996) de la même racine slave que le terme *Niemy* (muet). L'origine étymologique du gentilé révèle l'incompréhension que les Slaves partageaient autrefois à l'écoute de la langue allemande (Bystroń 1935: 250).

valeur des mots³⁹ (Bartmiński 2010b, 2012a), les hyperonymes⁴⁰ (Bartmiński 2010b, 2012a), la polysémie⁴¹ (Cholewa 2008), les dérivés⁴² (Cholewa 2008), les synonymes⁴³ (Cholewa 2008) ou encore la catégorisation lexicale propre à chaque langue⁴⁴ (Cholewa 2008).

³⁹ Le contenu sémantique des mots et leur étendue dans une langue varient au fur et à mesure du temps, sous l'influence des conditions dans lesquelles se trouvent la civilisation et la culture. Bartmiński donne l'exemple en polonais des noms *równość* (l'égalité), *praca* (le travail), *wolność* (la liberté), *niepodległość* (l'indépendance), *pokój* (la paix), *szowinizm* (le chauvinisme), dont la valeur, la portée a clairement évolué.

⁴⁰ Comme point de départ pour définir un mot, l'hyperonyme permet de déterminer la catégorie générale dans laquelle se trouve ce mot. Dans le cas de notre recherche, les termes *Polacy*, *Niemcy* et *Francuzi* ont pour hyperonyme le terme *Europejczycy*, ils appartiennent bien à une même catégorie et peuvent être appréhendés comme tels.

⁴¹ La polysémie (Cholewa 2008), c'est-à-dire « le fait qu'un seul mot a plusieurs significations » (Delbecque 2006: 49). Étudier les différentes significations liées à un même mot revient à faire une analyse sémasiologique du lexique, à réfléchir à chaque entité particulière du monde vécu, renvoyée par chacune des significations (Delbecque 2006: 50-51).

⁴² Si un mot possède de nombreux dérivés, on peut en déduire, d'après Cholewa (2008), qu'il est bien ancré dans la langue. Les dérivés d'un mot peuvent aussi apporter des informations sémantiques complémentaires de par leurs différentes connotations. On peut ici considérer non seulement les dérivés morphologiques mais aussi les dérivés sémantiques (Picoche 1993). Par ex., on trouve très peu de dérivés du nom *Europa* (l'Europe) dans les dictionnaires polonais jusqu'à la Seconde Guerre mondiale (:24). Les différents dictionnaires de la langue polonaise publiés entre 1807 et 1929, sur lesquels Grzegorz Żuk (2010: 24) se penche, proposent chacun 2 à 5 dérivés du mot *Europa* : *Europejczyk* (un Européen), *Europejka* (une Européenne), *europański* (européen), *europaizm* (un européisme), *europaństwo* (un européanisme), *europaizować* (européiser), *europaizowanie* (l'européanisation) et *europaizowanie się* (s'européaniser). Żuk observe l'introduction progressive de nouveaux dérivés du terme à partir de la Seconde Guerre mondiale. Le *Dictionnaire pratique de la langue polonaise contemporaine*, publié en 1994 sous la direction de Halina Zgólkowa, fut le premier à enregistrer le préfixe *euro-* ainsi que 50 autres dérivés du terme (d'après Żuk 2010: 25). Aux dérivés indiqués ci-dessus s'ajoutent alors : *euroamerykański* (euro-américain), *euroatlantycki* (euro-atlantique), *euroazjatycki* (euro-asiatique), *eurocentryzm* (l'eurocentrisme), *EuroCity* (l'Eurocité), *eurowaluta* (le chèque européen), *eurowalutowy* (lié au chèque européen), Euro Disneyland (Euro Disneyland), *eurowaluta* (l'eurodollar), *eurowaluta* (l'Eurogroupe), *eurowalutowy* (l'eurocommuniste), *eurowalutowy* (l'eurocommunisme), *eurowalutowy* (un eurocompte), *eurowalutowy* (un eurocrate), *eurowalutowy* (une euro-cuisine, une cuisine de style européen), *eurowalutowy* (l'euromarché), *eurowalutowy* (une euro-obligation), *eurowalutowy* (l'europium), *eurowalutowy* (nom commun désignant une personne à la peau blanche), *eurowalutowy* (les études relatives à l'Union européenne), *eurowalutowy* (l'européisation), *eurowalutowy* (s'européaniser), *eurowalutowy* (ce qui est caractéristique de l'Europe ou qui provient de l'Europe), *eurowalutowy* (eurocentrique), *eurowalutowy* (l'eurocentrisme), *eurowalutowy* (la police européenne), *eurowalutowy* (un euromissile), *eurowalutowy* (l'eurorégion), *eurowalutowy* (le marché européen), *eurowalutowy* (un eurosceptique), *eurowalutowy* (l'eurostratégie), *eurowalutowy* (la monnaie européenne), *eurowalutowy* (lié à la monnaie européenne), *eurowalutowy* (de l'Eurovision), *eurowalutowy* (la péritelévision). Cette relativement récente profusion de dérivés du mot *Europa* dans la langue polonaise traduit non seulement un nouvel ancrage du terme mais aussi l'importance que prend l'Europe en tant que concept dans l'esprit des locuteurs polonais.

⁴³ Les synonymes (Cholewa 2008). La synonymie est, comme le définit Delbecque, « le fait que deux mots ont (presque) la même signification » (2006: 50). En étudiant la manière dont différents mots permettent de rendre compte d'une même expérience, d'un même concept, le chercheur réalise une analyse onomasiologique du lexique. Il voit comment différents mots s'organisent pour former un *champ lexical*, « un ensemble de mots qui désignent des entités appartenant à un même domaine conceptuel » (Delbecque 2006: 62). Par ex., dans l'enquête LAS-90 (citée par Bartmiński 2007a: 244-245), qui concernait les stéréotypes nationaux et familiaux chez les Polonais, Bartmiński a analysé les synonymes accordés par les 149 enquêtés au gentilé *Niemiec* (un Allemand). Il repère deux synonymes dominants : le nom *Szwab* (un Souabe), donné par environ 54% des répondants et le nom *Szkop* (un boche), par environ 18%. Les deux synonymes, qui ont tous deux, selon lui, une valeur négative, sont révélateurs des émotions négatives suscitées par la représentation même de l'Allemand.

⁴⁴ Cholewa (2008: 28) donne l'exemple du verbe *laver* en français, qui correspond à deux mots différents en polonais : *myć* pour les éléments rigides (par ex. la vaisselle) et *prać* pour les éléments non rigides (par ex. du linge). On pourrait dire ici que cette distinction catégorielle révèle l'existence d'un concept unique chez les locuteurs français, là où il en existe deux distincts chez les locuteurs polonais. Dans le cas de nos quatre gentils,

1.5.3.4. LIMITES DE LA NOTION

On peut se demander dans quelle mesure la RLR est enracinée dans la langue, acquise par la langue, imposée au locuteur, et dans quelle mesure elle est seulement suggérée. Wierzbicka insiste sur le fait que la version déterministe de l'hypothèse Sapir-Whorf ne peut pas entièrement être défendue, que chaque langue détient les moyens d'exprimer n'importe quel contenu, n'importe quelle expérience. Cependant les langues divergent pour les contenus dont elles suggèrent ou facilitent l'expression (Wierzbicka 1978: 22). Ainsi que l'affirmait Sapir : « le langage est un guide dans la réalité sociale »⁴⁵, les interprétations du locuteur sont tributaires d'un héritage socioculturel (Sapir 1929).

1.5.4. COMPOSANTE SOCIOLOGIQUE EN ETHNOLINGUISTIQUE

Comme nous l'avons indiqué précédemment, les recherches de Lublin, en prenant en considération le rôle individuel du sujet parlant, mettent en avant un sujet collectif, une communauté, un *ethnos*. (Bartmiński 2012a: 12). Dans notre étude l'ethnos central examiné sont les jeunes Polonais. S'intéresser aux jeunes d'une communauté, à leurs jugements et leurs valeurs tout comme à leurs attitudes et leurs comportements, permet d'appréhender les positions et les évolutions de cette communauté dans son ensemble. Comme le formule Bernard Roudet en reprenant les propos d'Annie Percheron (1993) dans l'introduction à l'ouvrage *Les jeunes Européens et leurs valeurs* (Galland, Roudet 2005), les attitudes des jeunes se présentent comme « un miroir grossissant des positions de la société tout entière », ils sont « un baromètre sensible de l'état de l'opinion et de la société ». D'après Norman Ryder (1965), cité par Olivier Galland (2001: 103-133), c'est chez les jeunes adultes que se concentre le potentiel de changement social : ils sont d'une part assez âgés pour prendre part au changement et d'autre part assez jeunes pour ne pas voir leur capacité de changement limitée par une profession, une résidence, une famille ou un mode de vie. Si le processus d'apprentissage et de changement se fait à tout âge, il correspond au moment où l'individu consolide son identité. A l'âge adulte la personnalité tend à se cristalliser (Roudet 2005: 14) et va ensuite relativement peu se modifier. « A un âge plus avancé, la réduction des interactions sociales, une certaine routinisation de la vie contribuent à réduire la capacité de changement et la propension à adopter des idées nouvelles. Les jeunes sont donc souvent les vecteurs du changement social, mais cette capacité s'érode à mesure qu'ils vieillissent » (Galland, 2000b: 202). L'arrivée de nouvelles générations participe à l'évolution des valeurs de toute une société. Ronald Inglehart (1993) considère que le renouvellement générationnel est au fondement même du changement social et culturel.

comme nous nous concentrons uniquement sur l'étude de leur compréhension chez des locuteurs polonais, nous ne nous penchons pas sur d'éventuelles distinctions catégorielles avec d'autres langues.

⁴⁵ « Language is a guide to social reality »

De cette façon, la jeunesse a un rôle prépondérant dans le changement social, dans l'évolution des valeurs sous-jacentes à la RLR. En nous intéressant à la RLR partagée par la jeunesse d'une communauté, la RLR qui est imprégnée par les valeurs de ses locuteurs, nous pouvons aussi accéder aux valeurs de toute cette communauté. Les linguistes faisant aujourd'hui l'étude d'une fraction de la RLR des Polonais ont d'ailleurs bien souvent ciblé les jeunes pour effectuer leurs enquêtes relatives aux définitions cognitives des mots de valeurs⁴⁶, afin d'appréhender la manière dont les Polonais voient ces valeurs évoluer dans un nouvel environnement postcommuniste.⁴⁷

⁴⁶ Il s'agissait ainsi d'enquêtes lycéens et étudiants (Skibińska 2005) ou uniquement étudiants (LAS-93, DYF-93, URB-93 : trois enquêtes menées à l'Université Marie Curie-Skłodowska de Lublin, citées dans Bartmiński 2007a et Długosz 2010)

⁴⁷ L'étude majeure ASA-90 et ASA 2000 mentionnée ultérieurement (portant sur l'évolution de la compréhension des 'noms de valeurs' comptant parmi les plus importants de la langue polonaise) a d'ailleurs été réalisée auprès d'étudiants polonais (Bartmiński 2006).

II. MÉTHODE DE TRAVAIL

2.1. CHOIX TERMINOLOGIQUES

Nous qualifions le champ dans lequel nous situons notre recherche d'*ethnolinguistique*, traduction du terme polonais *etnolingwistyka* choisi par Bartmiński en 1980 dans son cahier d'essai⁴⁸ intitulé *Dictionnaire des stéréotypes linguistiques populaires*⁴⁹ (qui se présente comme une sorte de manifeste de l'ethnolinguistique de Lublin). Cependant, ce champ connaît d'autres appellations, relatives à différentes approches des liens qui existent entre le locuteur, la langue et la culture. Bartmiński utilise fréquemment l'expression *linguistique anthropologique* (traduction de *lingwistyka antropologiczna*) (Bartmiński 2005: 9, 2007a :32) comme synonyme d'ethnolinguistique. Selon lui, ce champ linguistique appartient lui-même à un champ plus large, celui de la *linguo-culturologie* (traduction de *lingwokulturologia*) ou de la *linguistique de la culture* (traduction de *lingwistyka kulturowa*), dont la définition est proposée en polonais par Janusz Anusiewicz (1994). Quoique ces distinctions existent, tous ces termes contiennent la même idée fondamentale : l'étude du langage doit prendre en compte la communauté linguistique et sa culture. Le terme *ethnolinguistique* est aussi approprié dans nos recherches pour trois raisons. Tout d'abord, le mot a une longue tradition scientifique. Il est apparu en premier lieu dans la langue anglaise, avec le terme *ethnolinguistics* en référence aux recherches sur les langues amérindiennes, puis il fut largement repris dans d'autres langues : en français avec le substantif *ethnolinguistique*⁵⁰, en allemand avec *Ethnolinguistik*⁵¹, etc. Le terme a également fait carrière dans les langues slaves avec les équivalents en russe *etnolingvistika* (Этнологистика)⁵², en ukrainien *etnolingvistika* (Етнологістика)⁵³, en slovaque ou en tchèque *etnolingvistika*⁵⁴ ou encore

⁴⁸ Pour désigner cet ouvrage, l'auteur parle de « zeszyt próbny », que nous comprenons comme « cahier d'essai ».

⁴⁹ « Słownik ludowych stereotypów językowych »

⁵⁰ Bernard Pottier fut le premier à proposer dans la recherche linguistique française un programme de recherche *ethnolinguistique*, avec trois axes majeurs : la langue et la vision du monde, les réflexions sur le langage et les langues, ainsi que la langue et la communication, dans : B. Pottier, *L'ethnolinguistique* (numéro spécial de la revue *Langages*), Didier, 1970.

⁵¹ Nous pouvons citer par ex. l'ouvrage de Sture Ureland : Sture Ureland (dir.) (2010), *Kulturelle Und Sprachliche Minderheiten in Europa : Aspekte Der Europäischen Ethnolinguistik Und Ethnopolitik* (Les minorités culturelles et linguistiques en Europe : aspects de l'ethnolinguistique et l'ethnopolitique européennes) ; Akten Des 4. Symposions über Sprachkontakt, Max Niemeyer Verlag, Tübingen.

⁵² Nous mentionnons ici quelques travaux notables d'auteurs russes et biélorusses : И.И.Токарева (2003), *Этнологистика и этнография общения* (Ethnolinguistique et ethnographie de proximité), МГЛІУ, Минск ; Н. И. Толстой (1995), *Язык и народная культура : очерки по славянской мифологии и этнологистике* (Langue et culture populaire : essai sur la mythologie et l'ethnolinguistique slaves), Изд-во « Индрик », Москва ; А. Т. Хроленко (2000), *Этнологистика : понятия, проблемы, методы* (Ethnolinguistique : concepts, enjeux, méthodes), Славянск-на-Кубани.

⁵³ Nous pouvons citer l'ouvrage de Valentina Konobrodzka : В. Конобродська (2006), *Українська етнологістика на шляху пошуку (Замість передмови)* (L'ethnolinguistique ukrainienne sur le chemin de la recherche [tenant lieu de préface]), Етнологістичні студії 1, Житомир.

⁵⁴ Avec par ex. l'ouvrage de František Vhrel, ethnologue tchèque ibéroaméricaniste :

en lituanien *etnolingvistika*⁵⁵. Ensuite, le suffixe grec *ethno-* recouvre un vaste champ sémantique, qui permet une compréhension à la fois large et étroite. Il regroupe les notions de nation, de société, de groupe social, de personnes ou de tribu, de façon à ce qu'on puisse l'utiliser pour aborder non seulement les représentations de la jeunesse polonaise dans son ensemble, mais aussi les représentations des différents groupes sociaux qu'elle recouvre. De plus, il relie directement le langage à sa dimension collective, à une communauté de locuteurs, et indirectement, à ce qui lie cette communauté : sa culture.

2.2. OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Notre étude de la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Francuzi* (les Français), *Niemcy* (les Allemands) et *Europejczycy* (les Européens), inscrite dans le courant ethnolinguistique polonais, comporte ainsi plusieurs objectifs d'ordre linguistique et sociologique :

- **Déterminer les différents éléments de la définition cognitive des gentilés *Polacy*, *Niemcy*, *Francuzi* et *Europejczycy* chez les jeunes Polonais.** Cette étude vise à recueillir les éléments de description utilisés par les jeunes Polonais pour rendre compte de leurs manières de comprendre les gentilés *Polacy*, *Francuzi*, *Niemcy* et *Europejczycy*. Nous allons aussi chercher à répondre aux questions suivantes : au moyen de quelles expressions les jeunes Polonais évoquent-ils leurs appréciations positives et/ou négatives des quatre communautés ? Quels sont les variants et invariants intra-langues interindividuels des définitions cognitives des quatre gentilés ? Quels sont les termes et les collocations qui sont employés le plus fréquemment pour formuler leurs appréciations positives et/ou négatives ? Nous pourrons ainsi faire une liste des caractéristiques attribuées aux gentilés *Polacy*, *Francuzi*, *Niemcy* et *Europejczycy* par les jeunes Polonais, repérer l'ordre hiérarchique d'attribution des caractéristiques, ainsi que leur dimension axiologique pour les jeunes locuteurs polonais. De plus, il sera possible dans la synthèse de ces travaux de comparer les définitions cognitives établies avec les définitions formulées ultérieurement dans d'autres études, concernant l'ensemble des locuteurs polonais.
- **Repérer les liens entre les définitions cognitives des trois gentilés nationaux et la définition cognitive du gentilé *Europejczycy*.** D'après les éléments de description et les caractéristiques attribuées aux quatre gentilés, notre objectif est alors de savoir si les acceptions du gentilé

F. Vrhel (1980), *Základy etnolingvistiky* (Cours d'ethnolinguistiques), Univerzita Karlova, Praha.

⁵⁵ Nous notons ici à titre d'exemple les travaux du linguiste lituanien Aloyzas Gudavičius :

A. Gudavičius (2009), *Etnolingvistika : Tauta kalboje* (Ethnolinguistique : la nation dans la langue), Šiaulių Universitetas, Šiauliai.

Europejczycy, hyperonyme des trois autres, sont finalement une synthèse des acceptions des gentilés nationaux ou si elles s'en distinguent radicalement. En se référant à ce que Bartmiński considère comme le déterminant sémantique de base du mot *Europejczycy*, c'est-à-dire le fait que ce gentilé désigne les habitants du territoire européen, ce gentilé devrait tout autant évoquer des Polonais, que des Allemands ou des Français et son champ de compréhension par les jeunes Polonais devrait figurer une mosaïque des caractéristiques des gentilés *Polacy*, *Niemcy* et *Francuzi*. Pourtant, on ne peut négliger le fait que les Allemands et les Français sont des habitants de pays anciennement associés dans la pensée des Polonais à l'Europe (comme l'indique l'état des recherches sur le sujet qui sera présenté plus bas) et qu'ils restent reconnus par les Polonais comme les principaux acteurs du processus d'intégration de l'UE (Warchala 2001: 6). De surcroît, les Polonais sont entrés plus récemment dans l'Union européenne et n'associent pas nécessairement leur culture à celle des Européens (Prochorowa 1998: 240). Pour ces raisons, on peut avancer l'hypothèse que, pour la majorité de la jeunesse Polonaise, la définition cognitive du gentilé *Europejczycy* devrait être plus proche des gentilés d'ordre hétéro-stéréotypique *Francuzi* et *Niemcy* que du gentilé d'ordre auto-stéréotypique *Polacy*. Nous allons mettre à jour les caractéristiques générales qui se retrouvent ou qui s'opposent dans les définitions cognitives des jeunes Polonais relatives aux quatre gentilés. Si les caractéristiques attribuées au gentilé *Europejczycy* ne correspondent pas à une synthèse des caractéristiques des trois gentilés nationaux européens, se rapprochent-elles de celles d'un gentilé plus que d'un autre ? Est-il possible qu'il existe des traits attribués au gentilé *Europejczycy* qui ne se retrouvent chez aucun des trois autres gentilés ? Le degré d'appréciation des caractéristiques du gentilé *Europejczycy* est-il enfin similaire à celui des trois autres gentilés ?

- **Déceler l'influence des facteurs sociaux et environnementaux dans la formation de la définition cognitive des gentilés.** Comme nous le verrons plus en détail dans l'état des recherches, plutôt que de se pencher sur la compréhension des gentilés au sein de toute la communauté polonaise, les linguistes de Lublin se concentrent souvent sur la compréhension des jeunes Polonais, qui sont porteurs des évolutions des représentations de l'ensemble de la communauté de locuteurs polonaise. Cependant ces différentes recherches laissent de côté l'étude de toute éventuelle divergence entre les représentations des différents groupes sociaux qui composent la jeunesse polonaise. On peut noter en référence l'enquête ASA 1990/2000 menée par Bartmiński, une enquête de grande envergure qui a pris en compte la compréhension des noms *Polak* (le Polonais), *Niemiec* (l'Allemand) et *Europejczyk* (l'Européen) par les jeunes Polonais. Bien qu'elle ait sollicité plus de 2000 répondants, cette enquête s'est concentrée sur un échantillon d'étudiants appartenant à des établissements de la ville de Lublin (et donc des jeunes plus instruits que la moyenne, et résidant – au moins en semaine – dans une grande ville de l'est de la Pologne). On peut donc imaginer que leurs manières de comprendre les gentilés peuvent diverger, par ex., de celles de jeunes Polonais vivant dans des petites campagnes de l'ouest de la Pologne et n'ayant pas fait d'études supérieures. Pour appréhender la compréhension par les jeunes

Polonais des gentils choisis, il nous semble essentiel de questionner les différents groupes qui existent au sein de cette jeunesse (avec des différences d'âge, de sexe, d'origine ou encore de niveau d'études) et de cibler un échantillon d'enquêtés aux profils variés : leurs différentes origines et expériences influencent nécessairement leurs manières de comprendre les noms.

Par cette étude comparative des manières de comprendre les trois gentils européens et le gentil *Europejczyzy* lui-même, ces travaux proposent aussi une autre approche de l'identité européenne des Polonais. L'Histoire et le patrimoine culturels communs aux Européens ainsi que les valeurs que défendent les Institutions européennes (souvent mis en avant pour appréhender la question de l'identité européenne) semblent insuffisants pour susciter chez les citoyens de l'Europe une identification à l'Européen. Le terme d'identité culturelle de l'Europe, apparu peu à peu au Conseil de l'Europe dans les rencontres et conférences dans la fin des années 70 et utilisé fréquemment dès le début des années 80 (Obaton 1997: 11), pose encore problème. La proclamation continuelle de l'identité européenne laisse « toujours la définition de soi comme européen si fragile auprès des *Européens* eux-mêmes » (Avanza et Laferté 2005: 139). Pour réfléchir à cette identité culturelle, concept problématique de par sa dimension à la fois figée et évolutive, la piste de la représentation linguistique des Européens chez les jeunes Polonais est à envisager. Si le patrimoine commun et les valeurs communes à la source de l'identité européenne font toujours débat quant à leur caractère singulier et unificateur (les valeurs proclamées par les institutions sont aussi celles d'autres pays, l'histoire ne s'est pas limitée au continent etc.), les valeurs identitaires reconnues comme positives et promues par les institutions européennes ne sont peut-être pas non plus celles partagées par l'ensemble des citoyens européens, et notamment par les citoyens de l'est de l'Europe, membres de l'Union européenne depuis 2004. Est-il finalement possible d'envisager sous un autre angle ce qu'est l'identité, non pas en recherchant les caractéristiques et les valeurs qui sont à sa source, mais en s'intéressant aux valeurs vers lesquelles les jeunes s'orientent, en recherchant les éléments auxquels ils s'identifient ou souhaiteraient s'identifier ?

2.3. CONCEPTS DESCRIPTIFS DE BASE

Parmi les concepts descriptifs de base que nous employons dans ce travail se trouvent notamment deux concepts fondamentaux, que nous allons développer dans les paragraphes suivants. Il s'agit des concepts de *signification* et de *définition cognitive*, ce dernier découlant directement de l'approche de la *signification* adoptée.

2.3.1. DE LA CONNOTATION DE MILL À LA DÉFINITION COGNITIVE

John Stuart Mill (1843, cité par Grzegorzycykowa 1993) est le précurseur d'une approche philosophique de la signification selon laquelle le sens de chaque expression est constitué de deux composantes : la *connotation* et la *dénotation*⁵⁶. Le terme *connotation* désigne les caractéristiques communes aux éléments d'un ensemble et le terme *dénotation* l'ensemble de ces éléments. Cette pensée classique correspond à une approche objective de la signification selon laquelle le sens des mots ne peut être réduit à des entités subjectives, à des idées qui pourraient être personnelles et singulières. Un mot est envisagé comme ayant une signification propre et permanente, le reflet d'un objet à l'essence invariable (Rastier 2006). Pour Mill, le nom propre est en fait vide de sens, il réfère mais ne signifie rien : « Les seuls noms qui ne connotent rien sont les noms propres et ceux-ci n'ont, à strictement parler, aucune signification. » (Mill 1896, cité par Leroy 2004). Selon lui, les noms propres sont uniquement employés pour désigner, pour identifier des éléments du réel. Ils correspondent à des étiquettes et n'apportent aucune information sur ce qu'ils désignent (Leroy 2004). Gottlob Frege (1892), dans la lignée de Mill, fait la distinction entre la *dénotation/référence* (Bedeutung) d'une expression (par ex. l'objet ou le sujet que le locuteur cherche à désigner par cette expression) et le *sens* (Sinn), c'est-à-dire les descriptions de cet objet/sujet, objectives et admises par une communauté de locuteurs, qui permettent de retrouver la dénotation d'une expression. Deux expressions différentes peuvent être synonymiques à la condition d'avoir la même dénotation et le même sens. De plus, un concept renvoie à un objet, à un ensemble : l'extension. Frege distingue alors *l'extension* (l'ensemble des objets/sujets désignés par l'expression – la dénotation) de *l'intension* (les prédicats qui

⁵⁶ Aristote posait déjà la question de la définition des mots dans les Catégories, en réfléchissant aux manières dont l'être peut se dire, aux catégories correspondant aux différentes manières de désigner et signifier ce qui est. La définition d'une notion est construite au moyen de l'indication d'une notion supérieure, d'une catégorie (en grec *catégoriai*, c.-à-d. 'chefs d'accusation'), et des différences existantes dans cette même catégorie. Par ex. le verbe être peut être employé dans la catégorie substance s'il s'agit d'un homme, un cheval, etc. (avec l'exemple des phrases : « X est un homme », « X est un cheval »), mais il peut aussi être employé dans la catégorie qualité s'il s'agit de blanc ou encore grammairien, etc. (dans les phrases : « X est blanc », « X est grammairien »). Pour définir un terme il s'agit de faire appel au genre supérieur, à la catégorie à laquelle il appartient.

appartiennent à l'objet/sujet – la signification) (Grzegorzczkova 1993), avec l'idée que l'intension déterminerait l'extension.

Hilary Putnam, dans une perspective qui nous est proche, a remis en cause cette approche objective de la signification développée par la philosophie du langage au XIXe siècle : pour lui, les lois qui régissent la langue sont calquées sur celles qui régissent la psychologie humaine. Il identifie les dénотations (au sens d'intentions, d'ensemble de prédicats qui appartiennent à un concept), à des entités abstraites plutôt que mentales (Putnam 1975). Il met en avant le caractère abstrait et collectif du sens des mots, en insistant sur le rôle déterminant joué par la société et la réalité extralinguistique. La signification prend un caractère intersubjectif, une dimension sociale, le mot est considéré comme « un territoire commun entre les membres d'une communauté linguistique, un lieu où les points de vue se rencontrent, se censurent et se complètent. » (d'après Bruno 2009: 8) Pour rendre compte de la dimension sociale du sens des mots, Putnam propose de prendre « un exemple de science fiction », l'exemple d'une planète qui ressemblerait à la Terre et qu'il appelle *la Terre-Jumelle* (Putnam 1978/1985, d'après la traduction de Jean Khalifa). En prenant l'exemple du corps composé appelé sur notre terre *eau*, de structure atomique H₂O, il imagine qu'il existe également sur la terre jumelle un corps dénoté par le terme *eau*, aux propriétés stéréotypiques identiques (avec un caractère incolore, transparent, liquide, inodore, sans goût, etc.), dont la composition chimique serait cependant une longue formule abrégée par XYZ. Par cette expérience, Putnam présente l'idée que le contenu sémantique de l'*eau*, comme des mots en général, n'est pas déterminé uniquement par des données internes (l'état psychique ou la pensée du locuteur) mais aussi par des données externes (l'histoire causale qui a conduit au choix et à l'emploi des mots) que l'on ne peut occulter. Les locuteurs d'une langue peuvent tout à fait utiliser un mot sans connaître son extension (ici H₂O ou XYZ), même si celle-ci existe et peut être distinguée par le spécialiste. La signification ne se trouve donc pas figée au niveau de l'individu mais de l'ensemble d'une communauté linguistique donnée, elle n'est pas seulement une intension (au sens classique de Frege) - qui n'est pas elle-même un mode de donation de l'extension : la signification ne correspond pas à une description permettant d'identifier un objet du monde. Ainsi, elle relève du stéréotype, c'est-à-dire d'un ensemble de propriétés conventionnalisées accordées aux mots dans l'usage commun de la langue, qui constitue le sens minimum des termes et permet la communication entre les membres d'une communauté linguistique (Putnam 1975).

L'idée de la dimension sociale du lexique est aussi développée dans les travaux d'Anna Wierzbicka. La linguiste propose une théorie « atomiste » de la signification, propre à l'ethnolinguistique. Cette théorie repose sur une division en trois groupes des *notions élémentaires* (en polonais : 'pojęcia elementarne') qui permettent de définir les mots selon des critères culturels (Wierzbicka 1993, Cholewa 2008). On trouve ainsi :

- Les notions universelles : il s'agit des unités de base de la signification qui existent dans toutes les langues. Elles se présentent comme des éléments de signification basiques, qui n'ont pas besoin d'être expliqués. Ces notions universelles sont compréhensibles de manière intuitive, elles ne peuvent pas

être définies et elles se présentent comme des composantes primordiales dans la mise à jour des deux autres types de notions. On peut donner comme exemple de notions universelles les pronoms personnels *je* ou *tu*, les verbes *penser* ou *vouloir*, etc.

- Les notions d'extension limitée : ce sont des notions présentes uniquement dans certaines cultures et langues. Par ex. *le malheur* (en polonais 'nieszczęście'), ne trouve pas d'équivalent direct en langue anglaise.
- Les notions spécifiques : il s'agit de notions caractéristiques pour une communauté de locuteurs, pour une culture en particulier. Par ex. le terme polonais *kuroniówka* (substantif désignant un repas donné gratuitement aux personnes dans le besoin) ne peut être traduit dans d'autres langues.

De cette façon, la définition d'un mot contient des traits essentiels (c'est-à-dire des traits sémantiques nécessaires, incontournables pour permettre à un locuteur de reconnaître l'objet/sujet décrit comme appartenant à la catégorie invoquée) et des traits caractéristiques (c'est-à-dire des traits facultatifs). Selon Wierzbicka, il y a également une hiérarchisation des traits sémantiques de manière intuitive par les locuteurs, du plus au moins important. Nous nous attacherons aussi dans la partie analytique de nos recherches à faire ressortir une certaine hiérarchisation des traits sémantiques accordés aux gentils par les jeunes Polonais : en effet tous les traits sémantiques (ou caractéristiques) attribués à un objet ou sujet, au travers du terme qui le désigne, n'ont pas la même importance, le même degré de nécessité pour les locuteurs. Si les dictionnaires détiennent les traits essentiels des gentils du type « habitant de... », ils sont dépourvus de traits facultatifs (proches de la notion de *connotation* en linguistique structurale). Pour les ethnolinguistes la totalité de ses traits participent à la définition des mots. Aussi dans le dictionnaire SSSL (1996-1999) la définition des termes ne se limite pas aux caractéristiques nécessaires et suffisantes, qu'on trouve dans les définitions taxinomiques. Elle répond à un objectif primordial de reconstruction, comprenant la ou les manières dont les locuteurs comprennent un objet/sujet. La définition doit avoir pour but « non seulement de distinguer la classe de signifiés liés à un nom, mais surtout de rendre compte de tous les aspects possibles d'interprétation de la réalité par les usagers de la langue, sans se borner aux traits suffisants et nécessaires. Elle doit montrer la façon de percevoir le monde par la langue » (Cholewa 2008, d'après Bartmiński 1993b). Dans cette optique, Bartmiński emploie le terme de *définition cognitive*⁵⁷(1988). La définition cognitive correspond à la manière socialement déterminée de comprendre, d'appréhender un sujet par les locuteurs d'une langue donnée (Bartmiński 2012b). Il s'agit d'une définition relevant de la conscience collective courante, qui se fonde sur un savoir populaire concernant le monde (Bartmiński 1990). Le modèle de cette définition se base sur le principe de *reconstruction subjective*, c'est-à-dire que la description de la signification est relativisée par rapport au locuteur ou à la communauté linguistique (Cholewa 2008: 51). Pour motiver l'emploi de l'adjectif *cognitif*, la définition cognitive doit répondre à deux conditions. D'une

⁵⁷ « definicja kognitywna »

part, elle doit comprendre l'ensemble des caractéristiques attribuées à un objet/sujet de manière permanente, caractéristiques qui sont inscrites dans la structure même de la langue. D'autre part, la définition cognitive doit reconstituer l'ordre interne de ces caractéristiques, relativement à la conscience des locuteurs et à leur représentation simplifiée du monde présente dans la langue. Ainsi, elle admet une organisation hiérarchique de la signification, en raison du caractère ouvert de la sémantique (Bartmiński 1993c) et elle tient compte de l'ensemble des connotations, bien qu'elles puissent être faiblement figées dans la langue. Dans cette même optique, notre étude de la compréhension des gentils s'efforcera de retranscrire le champ de signification des gentils le plus large possible admis par les jeunes Polonais. Dans la lignée de Bartmiński et de Wierzbicka, il sera question de reconstituer l'ordre hiérarchique des caractéristiques attribuées, en allant des caractéristiques les plus nécessaires aux plus facultatives.

2.3.2. APPROCHE DE LA SIGNIFICATION ET DE SES ANALYSES

A l'instar de l'ethnolinguistique, nous mettons en avant, dans la description de la signification, le terme de *connotation* (en polonais : 'konotacja') que nous comprenons dans un sens très large. La connotation est en fait pour nous synonyme de contenu sémantique, d'intension, en opposition à la dénotation ou à l'extension (Bartmiński 2013b: 43). Nous associons ainsi aux connotations aussi bien les traits « critériels » ('kryterialne') et caractéristiques (qui correspondent chez Putnam aux stéréotypes), que les traits de type individuel, occasionnel et fortuit (dans le cas de traits attestés par l'analyse de textes concrets) (Bartmiński 2013b: 43). Pour mieux expliquer le rôle de ces traits qui ont été longtemps considérés comme secondaires, ne faisant pas partie de l'intension, Bartmiński prend l'exemple du nom commun *osioł* (un âne), auquel un ensemble de caractéristiques objectivées sont attribuées, comme par ex. : « domestique, élevé comme animal de bât ou d'attelage »⁵⁸, « gris »⁵⁹, « avec de longues oreilles »⁶⁰, « avec une queue mince »⁶¹, etc. (Bartmiński 2010b). Certes, l'ensemble de ces traits permet peut-être de distinguer dans la réalité cet animal des autres. Cependant le nom *osioł* s'associe à l'ensemble des caractéristiques subjectives supplémentaires qui lui sont attribuées, des caractéristiques présentes dans l'esprit des locuteurs polonais, telles que « animal têtue et stupide »⁶² d'où la métaphore en langue polonaise « une personne têtue et bête »⁶³. Cette caractéristique permet en fait aux Polonais de comprendre ou de produire des textes du type « Janek est têtue comme un âne » (en polonais : 'Janek jest uparty jak osioł'), elle n'a donc pas un caractère uniquement

⁵⁸ « domowe, hodowane jako juczne lub zaprzęgowe »

⁵⁹ « szare »

⁶⁰ « z długimi uszami »

⁶¹ « z cienkim ogonem »

⁶² « zwierzę uparte, głupie »

⁶³ « głupi i uparty człowiek »

secondaire ou complémentaire. Pour appréhender les manières dont les jeunes Polonais comprennent aujourd'hui les termes *Polacy, Niemcy, Francuzi et Europejczycy*, les définitions de type critériel sont ainsi insuffisantes, incomplètes. Elles ne nous apportent pas de renseignements quant aux représentations associées aux gentilés par les jeunes. Ce sont bien les caractéristiques (inter)subjectives de ces gentilés, appelés aussi les connotations lexicales et/ou sémantiques, qui peuvent nous éclairer de la manière la plus complète sur les représentations dont ces termes polonais sont imprégnés.

L'approche adoptée de la signification détermine les outils d'analyse appliqués dans notre travail. Pour accéder aux connotations telles que définies ci-dessus, le linguiste peut appréhender le lexique par le truchement des idiomes (liens phraséologiques) et proverbes (Cholewa 2008, Bartmiński 2010b, 2012). Mais ces expressions figées apportent peu de renseignements sur les représentations contemporaines des locuteurs, en raison de leur lente évolution dans la langue. Les idiomes et les proverbes, parfois d'origine très ancienne, apportent des informations sur les mots et les représentations qui y sont associées par la communauté linguistique au moment de leur formation. D'après Bartmiński, la phraséologie n'est pour cette raison pas appropriée à l'étude des représentations contemporaines d'une communauté de locuteurs, elle est d'après lui « généralement basée sur une connaissance historique, souvent *fossilisée*, à laquelle seules les études étymologiques donnent accès » (Bartmiński 2010b). On peut donner des exemples d'idiomes contenant le mot *Polak* (un Polonais) en langue polonaise (cités par Bartmiński 2010b: 99) : « Chaque Polonais est un chevalier », « La vertu polonaise ouvre les portes à chacun », « Ivre comme un Polonais » ou encore « Un Polonais qui a faim est un Polonais de mauvaise humeur ». L'étude des liens phraséologiques, facilement repérables, semble particulièrement séduisante pour le chercheur qui s'intéresse aux stéréotypes en linguistique (Bartmiński 2010a), comme en attestent de nombreux travaux (Bartmiński et Panasiuk 2010, Bartmiński 2007a, Dyoniziak 2006, Skibińska 2001, Martin 1991). Pourtant au-delà même des informations parfois anciennes sur les représentations des locuteurs, les motivations de ces liens idiomatiques sont souvent imprécises et opaques. Bartmiński s'appuie sur l'exemple d'une étude idiomatique stérile, d'après Andrzej Lewicki et Anna Maria Pajdzińska (2001: 329) : si pour exprimer une situation de fuite les Français utilisent l'expression : *prendre ses jambes à son cou*, les Polonais : *wziąć nogi za pas* (littéralement : 'prendre ses jambes à sa ceinture'), les Allemands : *die Beine in die Hand nehmen* ('prendre ses jambes en main'), les Anglais : *to take to one's heels* ('montrer ses talons'), les Slovaques : *vziat' nohy naplecia* ('prendre ses jambes sur le dos'), quelles conclusions tirer de leur comparaison ? Qu'est-ce que cela nous indique sur la spécificité des représentations de chacune de ces nations ?

Nous partageons aussi l'opinion de Bartmiński, qu'en opposition à ces collocations invariables, les *collocations variables* (en polonais : 'żywe kolokacje' – littéralement les 'collocations

vivantes’), définies comme « des relations verbales faisant intervenir des concepts pertinents »⁶⁴ apportent selon Bartmiński davantage d’informations sur une interprétation contemporaine du monde (2010b), sur les connotations des mots évoquées précédemment. C’est pourquoi de récents travaux ethnolinguistiques polonais privilégient l’étude des collocations variables plutôt que des liens phraséologiques et proverbes (Bartmiński 2010b). Si le rapprochement de termes que constitue la collocation autorise la variation et donc un choix des locuteurs dans ce rapprochement de deux voire de plusieurs unités lexicales, il est alors révélateur d’une interprétation contemporaine du monde, une interprétation qui est naturellement en perpétuel changement. « Les collocations variables – c’est-à-dire les relations verbales faisant intervenir des concepts pertinents, bien qu’étant moins pittoresques, sont plus proches du sens linguistique moderne et en disent davantage sur l’interprétation actuelle du monde »⁶⁵ (Bartmiński 2010b).

Pour recueillir toutes ces informations relatives à la signification des mots, comprise en tant que sens intégral des mots, une place toute particulière est ainsi accordée à la réalisation de questionnaires. Nous développerons ultérieurement cet outil méthodologique largement exploité en ethnolinguistique, dans la partie 2.4.1, ci-dessous. A ce propos, nous partageons l’avis de Cholewa qui rappelle l’importance du choix individuel du type d’analyse de la RLR. Ce choix dépend à la fois de la spécificité du fragment de la réalité étudié et des objectifs de la description (2008: 28). Notre étude, qui porte sur le fragment de la RLR qu’est la compréhension des gentilés *Polacy, Niemcy, Francuzi et Europejczycy* par la jeunesse polonaise contemporaine, nous incite à ne pas nous focaliser sur des données linguistiques qui évoluent lentement dans le système de la langue et qui sont imprégnées de représentations anciennes de la réalité. Le caractère contemporain (nous nous intéressons à la jeunesse d’aujourd’hui) et étendu (nous voulons obtenir une vue d’ensemble de leurs représentations) de notre recherche nous invite à nous concentrer sur des collocations librement formulées par les jeunes pour décrire les gentilés, des collocations qui sont en mesure de révéler le plus large panel de leurs représentations contemporaines.

⁶⁴ « połączenia słowne z udziałem odnośnych pojęć »

⁶⁵ « Bliższe współczesnemu poczuciu językowemu, więcej mówiące o aktualnej interpretacji świata - choć mniej barwne - są żywe kolokacje, tj. połączenia słowne z udziałem odnośnych pojęć. »

2.4. CORPUS

2.4.1. CARACTÉRISTIQUES DE L'ENQUÊTE

Ce travail est fondé sur des données d'enquête de type qualitatif⁶⁶. Nous avons choisi cette approche puisque, comme nous l'avons vu plus haut, pour reconstruire un fragment de la RLR révélant les représentations contemporaines d'une communauté, une étude en profondeur de collocations librement formulées s'avère pertinente. Une place particulière est pour cette raison accordée en ethnolinguistique polonaise aux enquêtes qualitatives et à la mise au point de questionnaires contenant des questions ouvertes (dont les réponses sont formulées librement) plutôt que fermées (dont les réponses sont à choisir parmi celles proposées par l'enquêteur). Les enquêtes ouvertes qui portent sur la signification de mots permettent de recueillir tout un panel de collocations variables nous renseignant sur les connotations des mots (Bartmiński 2012a : 35). D'après Bartmiński, « [ces méthodes d'enquête ouverte] peuvent faciliter l'accès à la conceptualisation populaire du monde, à une connaissance consolidée socialement, pertinente pour la communication linguistique. Dans les réponses des enquêtés, qui sont une sorte de *sources déclenchées*, se révèlent des caractéristiques systémiques et individuelles, tout comme des caractéristiques se trouvant en quelque sorte au milieu, entre deux, relevant de la *norme sociale* (au sens de Hjelmslev et Coşeriu) »⁶⁷ (Bartmiński 2010a: 124). Bartmiński, en notant que les méthodes d'enquête ouverte sont considérées à contrecœur et avec suspicion par les linguistes liés au paradigme structuraliste, fait la distinction suivante : « les résultats obtenus par le recours aux enquêtes ouvertes plutôt que fermées sont plus fiables. Les premières ne contiennent pas de suggestions de la part du chercheur et permettent un nombre illimité de réponses, les deuxièmes constituent un danger en faisant des suggestions et en exerçant même une certaine pression sur le répondant (et en conséquence elles font émerger ce que l'on nomme 'l'effet de sponsor'⁶⁸), parce que les versions les plus fréquemment utilisées contiennent une liste de réponses toutes faites, données au choix au répondant [- d'où le risque de créer des artefacts]. Les enquêtes ouvertes sont les plus difficiles à traiter, mais elles comportent des résultats beaucoup plus fiables, les enquêtes fermées sont plus facile à totaliser, mais leur valeur est considérablement plus limitée ».⁶⁹

⁶⁶ En sciences sociales, les données qualitatives (au contraire des données quantitatives) sont des données non quantifiables, que l'on peut uniquement décrire et qui permettent au chercheur d'aborder un sujet en profondeur. Elles sont recueillies notamment lors d'entretiens (en particulier en sociologie) ou dans des questionnaires comportant des questions ouvertes (spécialement en linguistique).

⁶⁷ « [badania ankietowe] mogą ułatwić dostęp do potocznej konceptualizacji świata, do wiedzy społecznie utrwalonej, relewantnej dla komunikacji językowej. W odpowiedziach respondentów, które są rodzajem 'źródeł wywołanych', ujawnią się zarówno cechy systemowe, jak indywidualne, a także cechy stojące niejako pośrodku między nimi, przynależne do 'normy społecznej' (w rozumieniu Hjelmsleva i Coşeriu) »

⁶⁸ « effet de sponsor » (efekt sponsora) : traduction de l'anglais *sponsor effect*. Il s'agit ici de l'influence du chercheur exercée sur les réponses des répondants et sur le traitement même des réponses obtenues.

⁶⁹ « bardziej wiarygodne są wyniki otrzymywane przez stosowanie ankiet otwartych niż zamkniętych. Pierwsze nie zawierają sugestii ze strony badacza i dopuszczają nieograniczoną liczbę odpowiedzi, drugie niosą niebezpieczeństwo wywierania sugestii i nawet pewnej presji na respondenta (i w efekcie powstania tzw. *efektu*

(Bartmiński 2010a: 124). L'auteur pour démontrer le problème de fiabilité des enquêtes fermées, en regard des enquêtes ouvertes, fait mention des travaux de Julia Świdarska datant de 2010, présentant une étude des stéréotypes des Polonais sur les Ukrainiens ainsi que des Ukrainiens sur les Polonais. Świdarska utilise deux types de question, ouvertes et fermées. Dans l'enquête ouverte, il s'agit de répondre à la question suivante : « À quoi associes-tu un Ukrainien/un Polonais typique ? »⁷⁰ (Bartmiński 2010a: 124-125). A cette question, près de 1% des réponses des enquêtés polonais font mention de la religiosité des Ukrainiens, tandis que 17% des réponses des Ukrainiens font mention de la religiosité des Polonais. On peut donc en déduire que les Polonais n'associent quasiment pas les Ukrainiens à la religion, au contraire des Ukrainiens qui assez fréquemment y associent les Polonais. Pourtant, à la question fermée : « Est-ce que l'Ukrainien/le Polonais est religieux ? »⁷¹ 84% des Polonais reconnaissent les Ukrainiens comme religieux, tandis que 78% des Ukrainiens attribuent ce qualificatif aux Polonais. Les résultats conduisent donc à des conclusions bien différentes : les Polonais associent ici fortement les Ukrainiens à la religion, plus que les Ukrainiens n'y associent même les Polonais. La validité de ces derniers résultats, qui proviennent de réponses « assistées », est alors fortement à remettre en question.

Il est évident que les enquêtes ouvertes demandent un travail d'analyse considérable en aval de leur réalisation puisque les réponses aux questionnaires peuvent prendre des directions différentes, parfois inattendues, et que chaque réponse requière une analyse et une réflexion particulière avant de pouvoir être répertoriée. Mais c'est parce que l'enquête ouverte garantit une grande liberté d'expression aux répondants qu'elle donne un accès optimal à leurs représentations contemporaines. Les réponses inhabituelles, singulières, présentent également de l'intérêt en ce qu'elles peuvent signaler des tendances linguistiques émergentes et nouvelles (Bartmiński 2012a: 35).

Avec un traitement statistique de ces informations, il est aussi possible d'obtenir des résultats d'enquête à la fois clairs et hautement significatifs. Bartmiński insiste sur l'utilité d'études quantitatives (dont les résultats peuvent être quantifiés) complémentaires permettant de déterminer le contenu sémantique des stéréotypes décelés dans les enquêtes qualitatives relatives aux stéréotypes en linguistique (Bartmiński 2007a: 72-94). Pour obtenir une lecture globale des résultats d'enquête obtenus, nous avons dans un premier temps réalisé une étude statistique d'ordre sémantique, en envisageant les proportions d'occurrences de caractéristiques renseignées en fonction des différents groupes d'aspect et gentilés, ainsi que les proportions de caractéristiques de type positif et négatif par groupe d'aspect et gentilé. Cette approche est à nouveau inspirée du traitement des données de l'enquête ASA, où était calculée la proportion des occurrences de chaque caractéristique (répétée au moins deux fois) attribuée aux mots.

sponsora), bo w najczęściej stosowanych wersjach zawierają listy gotowych odpowiedzi przedstawianych respondentowi do wyboru. Ankiety otwarte są trudniejsze do opracowania, ale przynoszą wyniki bardziej wiarygodne, ankiety zamknięte podsumować łatwiej, ale ich wartość jest znacznie bardziej ograniczona. »

⁷⁰ « Z czym kojarzy ci się typowy Ukrainiec/Polak ? »

⁷¹ « Czy Ukrainiec/Polak jest religijny ? »

Afin d'observer le type de profil des répondants qui accordent les différentes caractéristiques relatives aux gentils, nous avons également réalisé une étude statistique d'ordre sociologique à partir de ces données linguistiques. Nous avons observé la proportion des différents types de répondants à avoir attribué chacune des caractéristiques aux gentils, en fonction de facteurs sociaux et environnementaux tels que le sexe, l'âge, le niveau d'études, l'origine géographique (taille des villes/ région occidentale ou orientale de la Pologne) et le niveau de connaissance des pays et de leurs habitants dans le cas des descriptions des Allemands et des Français.

Dans les descriptions des portraits du Polonais, de l'Allemand, du Français et de l'Européen typiques, nous constatons fréquemment dans les différents travaux consultés la volonté de distinguer les caractéristiques de type positif des caractéristiques de type négatif, une fois ces traits repérés (Roguska 2011, Bartmiński 2006, Warchala 2001, etc.). Cependant cette distinction qui se fait au moyen du bon sens du chercheur peut être remise en question. Warchala considère par exemple que la religion, caractéristique que les Polonais attribuent le plus fréquemment à leur autostéréotype dans son enquête, est une caractéristique positive. Une telle position fait sens en raison du lien traditionnel que la nation polonaise entretient avec la religion (Warchala 2001). On peut pourtant douter du fait que l'ensemble des Polonais interrogés considèrent que la religion est une caractéristique positive, sans les avoir questionnés sur ce point. Les valeurs des personnes enquêtées ont nécessairement une influence sur la dimension positive ou négative des caractéristiques qu'ils attribuent aux Polonais, Allemands, Français ou Européens. Il nous semble d'autant plus important de nous pencher sur cet aspect complexe des valeurs qui se profile derrière les caractéristiques attribuées, que les valeurs d'une communauté sont fluctuantes et que leur forte évolution a en particulier été observée chez les Polonais depuis la chute du régime communiste. En 1989, la réalité économique, politique et sociale de la Pologne a été bouleversée. Les jeunes qui ont été élevés après 1989 n'ont pas fait l'expérience du communisme comme leurs aînés. Ils ont grandi dans un système nouveau, marqué par le libéralisme économique, social et médiatique ainsi que l'ouverture des frontières. Ewa Szafraniec, lorsqu'elle traite en 2011 de la question des jeunes Polonais dans un rapport intitulé *Youth 2011. Poland*, un diagnostic de la jeunesse polonaise aboutissant à un ensemble de recommandations d'ordre politique, fait la distinction entre deux jeunesses polonaises, qu'elle désigne au moyen de deux expressions différentes : d'un côté elle envisage les 15-24 ans, qu'elle nomme *les jeunes* (en anglais : 'the youth') et de l'autre les 25-34 ans, les *jeunes adultes* ('young adults') (Szafraniec 2011: 37). D'après Szafraniec, le capitalisme moderne a introduit pendant la période de transformation politique l'idéologie et la culture du consumérisme (: 20) absentes jusqu'alors, promouvant une obligation morale toute nouvelle : celle de mener une vie riche et agréable. Cependant la société polonaise au moment de sa transformation économique est une société pauvre, qui peine à sortir du système passé. Elle passe au stade du capitalisme postindustriel avec retard et s'adapte à un nouveau style de vie de façon accélérée. Dès les années 1990, la jeunesse polonaise est attirée par l'offre culturelle de la

consommation. Alors que l'avenir devient de plus en plus incertain, cette vie colorée, riche et agréable devient un vrai but. Un rapide développement de l'offre éducative et universitaire, en réponse au *boom démographique* (Szafraniec:30) qui a marqué cette période de transition, permet aux jeunes de suivre leurs aspirations au succès et à la réussite personnelle.⁷² Les enfants observent aussi chez eux leurs parents, qui se concentrent sur l'augmentation de leur richesse et de leur biens, ainsi que le développement de leur carrière professionnelle : « La possession de biens matériels est devenue le symbole d'un nouveau statut pour les parents, et – en dehors de la satisfaction personnelle – le moyen de mesurer sa capacité à fonctionner dans le nouveau monde - le moyen de mesurer la valeur d'une personne » (: 31).⁷³ Szafraniec, en mentionnant les nombreuses analyses portant sur la jeunesse polonaise contemporaine, atteste que la nouvelle génération n'a pas l'ambition de changer le monde de manière significative, mais qu'elle tend plutôt à s'adapter aux règles existantes (Szafraniec 2011: 39). Les jeunes ne sont plus touchés par les différents types d'idéologie qui ont pu mobiliser leurs aînés et préfèrent viser leur réussite personnelle dans cette récente société de consommation : « [L'imagination et la sensibilité] ont été remplacées par des messages personnalisés plus terre-à-terre. Le plus séduisant de tous – le consumérisme – a déplacé l'accent de ce qui relève du commun et du public à ce qui relève de l'individuel et du privé, en identifiant la liberté à la liberté de consommation »⁷⁴ (Szafraniec 2011 :39).

Les rapides changements en Pologne, provoqués depuis 1989 par les transformations et les nouvelles libertés économiques et politiques, puis renforcés en 2004 (avec l'ouverture du marché européen de la main-d'œuvre), ont aussi eu des répercussions sur l'ensemble des valeurs des jeunes. Si les valeurs traditionnelles, comme la vie de famille, restent particulièrement importantes, les jeunes Polonais se sont ouverts aux valeurs individualistes occidentales telles que la réalisation de soi, une carrière professionnelle satisfaisante et la consommation. Ils sont plus exigeants et croient possible de combiner une vie de famille heureuse, mais aussi pleine d'aventures et de risques, ainsi que du temps pour leurs amis. Ils veulent un emploi bien payé et excitant, mais aussi beaucoup de temps libre (cf. graphique n°1 ci-dessous).

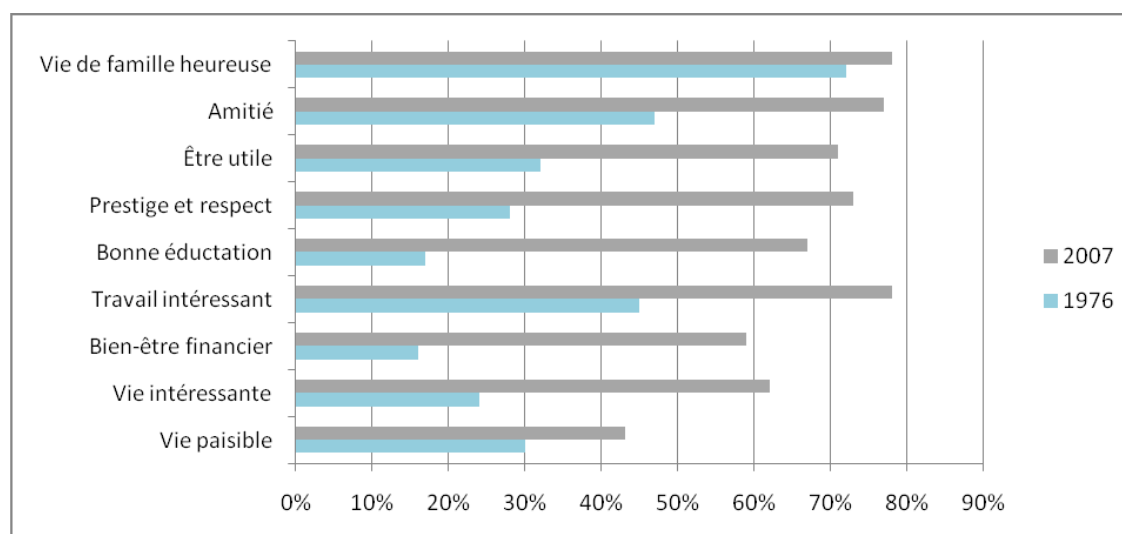
Aussi, selon nous, la distinction entre les caractéristiques de type positif ou négatif que les jeunes Polonais attribuent aux Polonais, aux Allemands, aux Français et aux Européens, ne doit pas être préétablie par le chercheur mais par les répondants eux-mêmes, afin de ne pas prendre le risque d'une distinction erronée.

⁷² Quoique, d'après Szafraniec, les universités prennent souvent le rôle de salles d'attente pour la jeunesse et que les difficultés posées par l'entrée sur le marché du travail retardent l'accès à la stabilisation de la vie - marquée par le départ de la maison familiale et le fait de fonder sa propre famille.

⁷³ « Owning things became a symbol of new status for the parents, and – apart from personal satisfaction – became the means of measuring the capability to function in the new world – a means of measuring one's worth. »

⁷⁴ « They have been replaced with more down-to-earth personalised messages. The most alluring of them all – consumptionism – shifts emphasis from the common and public to the individual and private by identifying freedom with freedom of consumption. »

Graphique n°1. Qu'est-ce qui est important dans la vie ? Réponses des jeunes de 19 ans obtenues en 1979 et 2008⁷⁵ (graphique tiré de Szafraniec 2011 et traduit en français⁷⁶)



Source: recherches menées à Varsovie et à Kielce par S. Nowak et par S. Szafraniec (N = 1096).

2. 4. 2. MODALITÉS DU QUESTIONNAIRE

Pour percevoir le caractère évaluatif des gentils, la dimension positive et/ou négatives des caractéristiques attribuées par les jeunes Polonais aux quatre groupes, autrement que par notre bon sens (comme dans Warchala 2001, Bartmiński 2006 ou Roguska 2011), nous avons choisi d'employer les expressions « *podoba mi się, że* » ('j'apprécie que')⁷⁷ et « *nie podoba mi się, że* » ('je n'apprécie pas que') dans les questionnaires, pour introduire les réponses des enquêtés.

De cette façon, relativement à l'objet et au but de notre étude, nous avons demandé aux répondants de compléter librement chacune des phrases suivantes, à la suite des tirets indiqués :

« *Podoba mi się, że Polacy (Niemcy, Francuzi, Europejczycy)* :

[En français : « J'apprécie que les *Polonais (Allemands, Français, Européens)* :]

- ...
- ...
- ...

⁷⁵ Les réponses où les jeunes qualifiaient d'« important » ou de « très important » les différentes valeurs choisies ont été ici prises en compte pour réaliser ce graphique, à partir de l'enquête de Szafraniec (qui recourait au différentiel sémantique).

⁷⁶ Les valeurs indiquées en anglais étaient : « Happy family life », « Friendship », « Being useful », « Prestige and respect », « Good education », « Interesting job », « Financial wellbeing », « Interesting life », et « Peaceful life »

⁷⁷ La proposition principale *podoba mi się, (że)* peut être plus littéralement traduite en français par *il me plaît (que)* ou *ça me plaît (que)*. Cependant, la première formulation étant peu usitée dans le langage courant et la deuxième étant relativement familière en raison de l'emploi du pronom « ça », nous choisissons de traduire la proposition par *j'apprécie que*, qui est d'usage et de signification relativement similaires.

- ...
-

Nie podoba mi się, że *Polacy* (*Niemcy, Francuzi, Europejczycy*) :

[En français : « Je n'apprécie pas que les *Polonais* (*Allemands, Français, Européens*) :]

- ...
- ...
- ...
- ...
- »

Ces débuts de phrases étaient également ceux d'une enquête réalisée par Jolanta Urban⁷⁸ sous la direction de Bartmiński, où il était question des stéréotypes nationaux (du Tchèque, de l'Allemand, du Polonais, du Russe, de l'Ukrainien et du Juif) en langue polonaise contemporaine⁷⁹. En plus de percevoir de quelles façons les jeunes comprennent les noms au travers de leurs propres mots, ce type de phrase permettait de saisir l'émotion positive ou négative liée à chacune des caractéristiques attribuées.

Lorsque Bartmiński présente les résultats de l'enquête ASA et les caractéristiques attribuées aux noms de valeur, il distingue au moyen du bon sens les caractéristiques positives des caractéristiques négatives. De même, lorsqu'il commente l'expression *mangeur de grenouille*⁸⁰ pour désigner le Français, il mentionne la sympathie des Polonais vis-à-vis des Français que le terme évoque (Bartmiński 2007a: 100). Mais comment être sûr de la dimension axiologique des différentes caractéristiques et descriptions sans questionner les locuteurs ? Une même caractéristique peut en effet être positive pour certains et négative pour d'autres. L'utilisation des propositions principales *j'apprécie* et *je n'apprécie pas* permet de saisir les émotions positives ou négatives relatives aux prédicats, qui font partie intégrante de la signification.

Le nombre de mots et de caractéristiques à inscrire dans les réponses de notre questionnaire n'était pas imposé, pour permettre une libre expression du répondant. Si ce dernier souhaitait exprimer de nombreuses caractéristiques positives et/ou négatives concernant un gentilé, il pouvait indiquer un nombre non limité de caractéristiques. S'il n'avait au contraire aucune caractéristique positive ou négative à renseigner, le champ correspondant restait simplement vide. Sous cette condition, la

⁷⁸ Enquête menée par Jolanta Urban (1993) dans : *Wybrane stereotypy narodowościowe we współczesnym języku polskim*. Mémoire de Master sous la direction de J. Bartmiński, Zakład Tekstologii i Gramatyki Współczesnego Języka Polskiego, UMCS, Lublin.

⁷⁹ Ayant pour objet les stéréotypes nationaux, l'emploi du singulier est chez Urban justifié : le singulier renforce l'image d'un individu typique, sans nuance (voire selon nous un individu presque caricatural). Pour notre part, ayant pour objet les représentations de groupes d'habitants dans leur réelle diversité, l'emploi du singulier est exclu. Le choix des gentilés (noms pluriels) pour les désigner nous semble par contre tout indiqué.

⁸⁰ « żabojad »

typologie et la hiérarchie de caractéristiques réalisées au moment de leur retranscription peuvent prendre toute leur valeur - l'ensemble de ces descriptions et de ces caractéristiques répertoriées n'étant pas « forcé » ou « orienté ». Les écarts de nombres et de types de caractéristiques attribuées entre les gentilés sont de plus révélateurs des différents modes de compréhension des jeunes.

Les répondants devaient enfin compléter le questionnaire sans la présence de l'enquêteur. Afin d'accéder au large panel d'enquêtés présenté ci-dessus, le questionnaire de l'enquête a été diffusé de deux façons différentes. Dans le premier cas (pour environ 70% des questionnaires), il a été transmis par le biais de courriers électroniques, transférés au moyen d'un large réseau intra- et extra-universitaire de contacts, dans différentes régions de la Pologne. Dans le deuxième cas (pour les 30 % restants), les questionnaires ont été renseignés par le biais de contacts privés, directs ou indirects, sous forme papier. Au fur et à mesure de la réalisation de l'enquête, le panel de répondants s'est avéré déséquilibré. Pour obtenir un panel représentatif, il a fallu dans un dernier temps cibler directement les groupes de jeunes les moins enclins à remplir ce questionnaire (il s'agissait en particulier de jeunes de sexe masculin, sans études supérieures et/ou issus de petites villes ou villages).

2.4.3. ÉCHANTILLON D'ENQUÊTES

Notre enquête a été menée d'octobre 2010 à avril 2011 auprès de jeunes Polonais de 18 à 25 ans, résidant en Pologne. Le choix de cette tranche d'âge n'a pas relevé de l'évidence. A quelle tranche d'âge peut bien correspondre la jeunesse polonaise ? Comment la définir et la délimiter pour tenter de l'appréhender ? Bernard Roudet (Roudet 2005) reconnaît la jeunesse comme une catégorie d'âge se situant entre l'adolescence et l'âge adulte, entre scolarité et entrée dans la vie professionnelle et familiale. Si l'âge de la majorité légale constitue généralement la limite d'âge inférieure pour les enquêtes portant sur ses valeurs (18 ans en France comme en Pologne), la limite supérieure fait davantage débat. Galland et Roudet considèrent la borne des 29 ans dans leur étude des valeurs des jeunes Européens, en raison d'un accès toujours plus tardif aux statuts qui définissent l'âge adulte : les jeunes jouissent de plus en plus tard de l'autonomie résidentielle (par le départ de la famille d'origine), de l'autonomie financière (par l'entrée dans la vie professionnelle) et de l'autonomie affective (par la formation d'un couple). Nous avons fait le choix de nous arrêter cependant à la limite supérieure de 25 ans pour notre étude, en raison de cette différence qui existe, comme nous l'avons vu plus haut, entre les jeunes élevés dans une société postcommuniste aux valeurs toutes nouvelles - que Szafraniec appelle *les jeunes* (2011: 37), et les jeunes encore élevés sous le régime communiste - *les jeunes adultes* (2011: 37).

Les jeunes Polonais, qui ont répondu à notre enquête, sont au nombre de 137⁸¹. Les résultats,

⁸¹ Bien que des enquêtes de plus grande ampleur puissent porter sur des échantillons bien plus larges, ce

s'ils ne peuvent être assurément représentatifs de la totalité de la jeunesse polonaise, constituent un aperçu certain de la manière dont les jeunes Polonais comprennent les gentilés européens retenus. Nous nous sommes pour cela efforcés d'équilibrer cet échantillon, en regard du sexe, de l'âge, de l'origine géographique et du niveau d'études des répondants.

Profil des 137 répondants

- **SEXE**

Hommes : 63 pers.

Femmes : 67 pers.

Non renseigné : 7 pers.

- **ÂGE**

De 18 à 21 : 62 pers.⁸²

De 22 à 25 : 70 pers.⁸³

Non renseigné : 5 pers.

- **NIVEAU D'ÉTUDES**

Jeunes sans études supérieures : 45 pers.⁸⁴

Jeunes en cours de licence et diplômés d'une licence : 47 pers.

Jeunes en cours de master et diplômés d'un master : 39 pers.

Non renseigné : 6 pers.

- **SITUATION SCOLAIRE ET PROFESSIONNELLE**

Lycéens : 19 pers.

Étudiants : 75 pers.⁸⁵

Jeunes travailleurs après un master : 8 pers.⁸⁶

nombre est proche de celui de nombreuses enquêtes relatives aux représentations partagées par un groupe national. Par ex. 146 répondants dans l'enquête LAS-90 citée par Bartmiński (2007a: 270), 138 chez Skibińska (2005), 115 chez Kokot (2009), 73 chez Długosz (2010).

⁸² 18 ans : 18, 19 ans : 18, 20 ans : 14, 21 ans : 12

⁸³ 22 ans : 23, 23 ans : 18, 24 ans : 13, 25 ans : 16

⁸⁴ Il s'agit de lycéens, de jeunes travailleurs ou de jeunes en recherche d'emploi.

⁸⁵ On compte parmi ces jeunes des étudiants de : philologie romane : 25, philologie allemande : 11, économie : 8, finances : 3, psychologie : 3, philosophie : 3, biologie : 2, philologie polonaise : 2, journalisme : 2, histoire : 2, relations internationales : 2, géologie : 1, droit et administration : 1, sciences humaines inter-faculté : 1, dentaire : 1, pédagogie : 1, ethnologie et histoire de l'art : 1, informatique : 1, téléinformatique : 1, entreprise et gestion : 1, gestion et marketing : 1, tourisme et loisirs : 1, art dramatique : 1.

⁸⁶ On compte parmi ces jeunes un/une/des : éducatrices spécialisées : 2, informaticien : 1, ingénieur minier : 1, conseiller clientèle : 1, enseignante maternelle : 1, rédactrice : 1, juriste : 1.

Jeunes travailleurs sans études supérieures : 23 pers.⁸⁷

En recherche d'emploi après un master : 3 pers.

En recherche d'emploi sans études supérieures : 3 pers.

Non renseigné : 6 pers.

- **TAILLE DES VILLES**

Villages et villes jusqu'à 20 000 habitants : 32 pers.⁸⁸

Villes de plus de 20 000 à 100 000 habitants : 29 pers.⁸⁹

Villes de plus de 100 000 à 500 000 habitants : 26 pers.⁹⁰

Villes de plus de 500 000 habitants : 44 pers.⁹¹

Non renseigné : 6 pers.

- **RÉGION**

Pologne occidentale: 84 pers.⁹²

Pologne orientale: 47 pers.⁹³

Non renseigné: 6 pers.

- **CONTACT AVEC LES ALLEMANDS ET LES FRANÇAIS**

Ont été en Allemagne : 56 pers.

N'ont pas été en Allemagne : 57 pers.

Ont fait la connaissance d'un Allemand : 46 pers.

N'ont pas fait la connaissance d'un Allemand : 67 pers.

Ont été en France : 24 pers.

N'ont pas été en France : 89 pers.

⁸⁷ On compte parmi ces jeunes un/une/des : travailleurs physiques : 3, serveurs/-ses : 3, sauveteur nautique : 1, agriculteur : 1, routier : 1, secrétaire : 1, caissière : 1, travailleur en bâtiment : 1, travailleur en production : 1, magasinier : 1, chauffeur de bus : 1, conseiller financier : 1, aide cuisinier : 1, électricien : 1, chauffeur d'ambulance : 1, vendeuse : 1, ouvrier : 1, mannequin : 1, coiffeuse : 1.

⁸⁸ On compte parmi ces villes et villages : Kietrz (Opole) : 7, Suchowola (Podlachie) : 6, Dąbrowa Białostocka (Podlachie) : 4, Ząbkowice Śl. (Basse-Silésie) : 3, Jeleniewo (Podlachie) : 2, Chodorówka stara (Podlachie) : 2, Pułtusk (Mazovie) : 1, Milicz (Basse-Silésie) : 1, Czarnowąsy (Opole) : 1, Srebrna Góra (Basse-Silésie) : 1, Braszewice (Lodzkie) : 1, Bukówko (Poméranie occidentale) : 1, Jełowa (Opole) : 1, Szypliszki (Podlachie) : 1, Osinki (Mazovie) : 1, Stary Skazdub (Podlachie) : 1, Mikicin (Podlachie) : 1.

⁸⁹ On compte parmi ces villes : Grajewo (Podlachie) : 9, Suwałki (Podlachie) : 7, Łęczna (Lublin) : 2, Jastrzębie Zdrój (Silésie) : 1, Racibórz (Silésie) : 1, Rumia (Poméranie) : 1, Żary (Lubusz) : 1, Wołomin (Mazovie) : 1, Cieszyn (Silésie) : 1, Żagań (Basse-Silésie) : 1.

⁹⁰ On compte parmi ces villes : Lublin (Lublin) : 8, Toruń (Cujavie-Poméranie) : 5, Rzeszów (Basses-Carpates) : 4, Opole (Opole) : 4, Katowice (Silésie) : 2, Gdańsk (Poméranie) : 1, Szczecin (Poméranie occidentale) : 1, Białystok (Podlachie) : 1, Częstochowa (Silésie) : 1.

⁹¹ On compte parmi ces villes : Wrocław (Basse-Silésie) : 27, Łódź (Lodzkie) : 8, Cracovie (Petite Pologne) : 5, Varsovie (Mazovie) : 4.

⁹² On compte ici les voïvodies de : Basse-Silésie : 33, Opole : 13, Łódź : 9, Mazovie : 7, Silésie : 6, Petite Pologne : 5, Couïavie-Poméranie : 5, Poméranie : 2, Poméranie occidentale : 2, Lubusz : 1.

⁹³ On compte ici les voïvodies de : Podlachie : 34, Lublin : 10, Basses-Carpates : 4.

Ont fait la connaissance d'un Français : 28 pers.

N'ont pas fait la connaissance d'un Français : 85 pers.

Non renseigné : 24

2.4.4. TRAITEMENT DES DONNÉES

Les données tirées de l'enquête sont classées dans des groupes d'aspect au moyen d'une typologie utilisée par Bartmiński. Nous recourons en effet à une typologie de caractéristiques attribuées par les jeunes Polonais aux Polonais, Allemands, Français et Européens, ou plus précisément d'une typologie d'acceptations des gentilés qui les désignent. Cette approche relève d'une distinction de catégories sémantiques, correspondant à ce que Koper (1993) appelle *sous-catégories* (en polonais : 'podkategorie'), Wierzbicka (1985) *facettes* ('fasety') ou encore Bartmiński (1996) *aspects* ('aspekty'). Pour reprendre la terminologie de Bartmiński, ces *aspects* correspondent aux différents champs d'acceptation des mots, permettant de catégoriser les multiples caractéristiques qui leur sont associées : la typologie des aspects permet d'organiser et de comparer l'ensemble des acceptations retenues par une communauté de locuteurs (par ex. la distinction de l'aspect culturel, psychique, politique etc. de la compréhension des mots permet d'appréhender leurs différentes acceptations). Ces groupes d'aspect comportent une part de subjectivité inéluctable dans leur délimitation et interprétation. De plus, une caractéristique peut parfois avoir des liens avec plusieurs groupes d'aspect et le choix du chercheur de l'inscrire dans un groupe unique (qui lui semble être le plus proche) peut mener à débat. Ces limites de la démarche sont cependant largement compensées par les opportunités qu'offre une telle typologie. Les groupes d'aspect permettent en effet de retranscrire et de répertorier les différentes occurrences, afin de mettre en valeur les éléments récurrents qui ressortent de l'enquête. Ils offrent une grille de comparaison uniforme entre les quatre gentilés, par laquelle il est possible de faire une analyse rigoureuse et précise, ainsi qu'une lecture claire des données.

Bartmiński, qui s'intéressait non seulement aux acceptations de gentilés mais aussi de noms relatifs à des territoires ou à des éléments naturels, a retenu dans l'enquête ASA (Bartmiński 2006: 40-41) 17 groupes d'aspect, inspirés par les travaux du sociologue Andrzej P. Wejland (1991), pour classer la multitude de caractéristiques apparaissant dans les réponses. Il s'agit de : *l'aspect physique*⁹⁴, *biologique*⁹⁵, *l'aspect des conditions matérielles et sociales de l'existence*⁹⁶, *l'aspect*

⁹⁴ En polonais : *aspekt fizyczny*. Il contient les caractéristiques physiques des personnes, sujets, espaces : forme, apparence, équipement, durabilité, corps et ses parties, physiologie, santé, maladie, handicap physique, aménagement de l'espace.

⁹⁵ En polonais : *aspekt biologiczny*. Il comprend les expressions relatives à la biologie, la nature, les éléments naturels, les noms d'espèces des animaux et des plantes, la procréation.

⁹⁶ En polonais : *aspekt bytowy*. Il comprend les expressions liées à la situation de vie, les attitudes face à la

*locatif*⁹⁷, *psychique*⁹⁸, *social*⁹⁹, *psychosocial*¹⁰⁰, *politique*¹⁰¹, *idéologique*¹⁰², *nationaliste*¹⁰³, *culturel*¹⁰⁴, *religieux*¹⁰⁵, *militaire*¹⁰⁶, *historique*¹⁰⁷, *esthétique*¹⁰⁸, *moral*¹⁰⁹ et *l'aspect N*¹¹⁰ (Bartmiński 2006: 40-41).

Notre typologie des caractéristiques est fortement inspirée de cette liste d'aspects délimitée pour le traitement des données empiriques de l'enquête ASA. La liste retenue par Bartmiński pour cette enquête est cependant plus large puisqu'elle a été élaborée pour permettre la classification de données relatives non seulement à des noms de communautés mais aussi d'objets, de lieux, d'états et autres noms de valeurs importantes pour la culture polonaise. Comme les noms que nous avons sélectionnés pour cette enquête étaient uniquement des gentilés, les caractéristiques attribuées sont

vie, la possession de biens matériels, la prospérité, la pauvreté, l'ordre, le travail, l'industrie, la répartition de biens matériels, la ponctualité, l'écologie, le développement, les addictions, la nourriture.

⁹⁷ En polonais : *aspekt lokatywny*. Il contient les expressions qui indiquent la localisation des objets.

⁹⁸ En polonais : *aspekt psychiczny*. Il comprend les expressions désignant la dimension spirituelle, les caractéristiques de la mentalité et du caractère, comme la sagesse/l'intelligence et le courage. Il comprend aussi les émotions et l'intellect, les compétences, les connaissances, les inclinations, les talents et les passions, les sensations et sentiments tels que la sécurité, l'anxiété, le bonheur, la tranquillité d'esprit. Il contient aussi des expressions relatives aux décisions et aux actions ayant des dimensions individuelles ou individualistes.

⁹⁹ En polonais : *aspekt społeczny*. Ce groupe comprend les expressions désignant le rapport aux gens, les comportements sociaux, la solidarité, la coopération et l'entraide. On y trouve aussi les tensions et les conflits sociaux, la hiérarchie sociale, la fraternité, la justice, la tolérance, les compromis, la capacité à communiquer, le respect des droits des autres personnes, les modèles familiaux, la discrimination (sexisme, arrangements injustes, corruption, favoritisme), le sentiment d'unité.

¹⁰⁰ En polonais : *aspekt psychospołeczny*. Il comprend les expressions désignant toutes les attitudes envers les gens, les rapports aux gens (la bonté, l'altruisme), les comportements sociaux qui exigent certaines dispositions psychiques et mentales, comme l'amour, l'amitié, l'affection, le respect, la compassion, la miséricorde, l'objectivité, la volonté d'aider, la responsabilité, la bienveillance.

¹⁰¹ En polonais : *aspekt polityczny*. Il comprend les expressions désignant la politique et l'appareil étatique : le pouvoir, le gouvernement, la constitution, les frontières, la souveraineté et l'indépendance, le droit, la primauté du droit, les tribunaux, la justice, les opinions politiques, le système étatique, la coopération internationale, l'activité des organisations internationales, l'entente internationale, l'administration étatique.

¹⁰² En polonais : *aspekt ideologiczny*. Il contient les expressions désignant et caractérisant l'idéologie (en tant qu'ensemble d'idées), c'est-à-dire l'attitude face au monde, à son propre pays, à la patrie, les visions du monde et les symboles idéologiques.

¹⁰³ En polonais : *aspekt narodowościowy*. Il comprend les expressions désignant et concernant la nation et la nationalité, comprises comme une communauté socioculturelle.

¹⁰⁴ En polonais : *aspekt kulturowy*. Il comprend les expressions désignant les valeurs de la culture, les monuments, l'instruction, l'éducation, les mœurs, la langue, la musique, les danses, le jeu, le divertissement, l'apprentissage, la civilisation, les activités artistiques (et les objets qui leur sont liés).

¹⁰⁵ En polonais : *aspekt religijny*. Il contient les expressions désignant et caractérisant la religion et Dieu, les symboles et les valeurs chrétiennes, ainsi que la religiosité comme attitude.

¹⁰⁶ En polonais : *aspekt militarny*. Il comprend les expressions désignant la guerre, la violence armée, les actions armées, le terrorisme, les armes (l'armement et le désarmement), la politique militaire et tout ce qui relève du militaire.

¹⁰⁷ En polonais : *aspekt historyczny*. Ce groupe comprend les expressions désignant les événements historiques et la conscience historique.

¹⁰⁸ En polonais : *aspekt estetyczny*. On trouve dans ce groupe les expressions désignant l'évaluation du point de vue de la beauté.

¹⁰⁹ En polonais : *aspekt etyczny*. Il comprend seulement les expressions explicites qui rendent compte d'une évaluation basée sur le bien et le mal, la beauté et la laideur, le positif et le négatif.

¹¹⁰ En polonais : *aspekt N*. Il comprend les expressions dites supérieures au nom analysé d'un point de vue sémantique. Par ex. dans le cas de la compréhension du nom *Polak* (le Polonais) dans l'enquête ASA de l'année 2000, cinq réponses du questionnaire exprimaient que le Polonais était une personne avant même d'être un Polonais – Bartmiński avait classé ces réponses dans le groupe de l'aspect N.

moins diversifiées. Nous avons donc modifié, regroupé ou retiré des groupes d'aspect. Tout d'abord, nous avons supprimé l'aspect éthique, dans la mesure où les notions de bien et de mal, de positif et de négatif évoquées dans les questionnaires ne se rapportaient pas directement aux gentils mais toujours à une caractéristique relevant d'un autre aspect (par ex. la phrase 'Les Allemands ont de bonnes voitures', qui évoque la notion du bien par l'emploi de l'adjectif *bonnes* (en polonais : 'dobre'), exprime la possession d'un bien matériel – relatif à l'aspect d'état selon Bartmiński ou à l'aspect du territoire et de l'économie selon notre définition plus bas)¹¹¹. Nous avons également supprimé l'aspect N puisque nous n'avons pas relevé d'expression de ce type dans notre questionnaire. Certaines modifications des définitions des groupes d'aspect par rapport à celles de Bartmiński sont encore justifiées dans les notes de bas de page, associées aux noms des aspects retenus ci-dessous.

Dans la partie analytique, relativement à chacun de ces aspects, nous rapportons les caractéristiques que les jeunes Polonais apprécient ou n'apprécient pas chez les différents habitants de l'Europe. Nous nous efforçons aussi d'établir un ordre hiérarchique quant à la fréquence de ces caractéristiques évoquées par les jeunes Polonais.

- **Aspect psychique**

Les descriptions des Polonais, des Allemands, des Français et des Européens appartenant au groupe d'aspect *psychique* désignent leur caractère, leur mentalité et leur sensibilité, leurs émotions et leurs sentiments, mais aussi leurs capacités (intelligence, savoir-faire, débrouillardise, créativité, sens de l'humour), leurs talents, leurs passions et leurs intérêts (leur sens du divertissement), ainsi que l'avait défini Bartmiński (avec l'expression : 'aspekt psychiczny') (Bartmiński 2006: 40-41). Nous reconnaissons également les compétences sportives comme relevant avant tout du domaine psychique en raison de la technique et de la préparation psychologique requises.

Nous ajoutons dans le groupe d'aspect *psychique* d'autres éléments (que Bartmiński avait inscrit dans 'l'aspect des conditions matérielles et sociales de l'existence' - en polonais : 'aspekt bytowy'), puisqu'ils relèvent aussi du psychisme, de l'esprit, de la pensée¹¹² : il s'agit des expressions liées au travail (diligence, paresse, application, esprit d'entreprise, qualité du travail fourni), à l'ambition, à la résolution (courage, vaillance, entêtement, lâcheté), au rapport à l'ordre (organisation, précision, ponctualité, spontanéité), aux addictions (à l'alcool en particulier) et aux approches de la vie (optimisme, pessimisme, joie de vivre, détente, nervosité). En effet ces éléments nous semblent relever du psychisme, d'après sa définition : « ensemble, conscient ou inconscient, considéré dans sa totalité ou partiellement, des phénomènes, des processus relevant de l'esprit, de l'intelligence et de l'affectivité et constituant la vie psychique » (TLFi 2003).

¹¹¹ En Polonais : « Niemcy mają dobre samochody »

¹¹² Nous nous référons ici à la définition du terme *psychique* du TLFi (2003) : « Qui appartient au psychisme, qui concerne l'esprit, la pensée. »

- **Aspect culturel**

Comme Bartmiński, nous inscrivons dans le groupe d'*aspect culturel* (en polonais : 'aspekt kulturowy') les expressions désignant la culture, au sens de « fructification des dons naturels permettant à l'homme de s'élever au-dessus de sa condition initiale et d'accéder individuellement ou collectivement à un état supérieur » (TLFi 2003). Nous y indiquons donc tout ce qui désigne les richesses culturelles des Polonais, des Allemands, des Français et des Européens : l'art (la musique, la danse, le cinéma, le théâtre), la littérature et la science, la civilisation (et les objets ou symboles qui leur sont liés) ainsi que l'attachement à la culture. Ce qui se rapporte à l'éducation et au niveau de formation, à la connaissance des langues, au savoir-vivre (ou à la vulgarité), se trouve aussi dans ce groupe, en accord avec une acception complémentaire de la culture comme « bien moral, progrès intellectuel, savoir à la possession desquels peuvent accéder les individus et les sociétés grâce à l'éducation, aux divers organes de diffusion des idées, des œuvres, etc. » (TLFi 2003). Nous y inscrivons également les expressions relatives à la tradition, puisque nous considérons que « la tradition est l'ensemble de la culture et de la civilisation en tant que conservé et transmis par les moyens et les modes de socialisation dont dispose le groupe » (Thinès-Lemp.1975, d'après le TLFi 2003). Contrairement à Bartmiński, nous n'y inscrivons pas les caractéristiques liées aux langues maternelles des habitants décrits, dans la mesure où les réponses que nous avons obtenues envisagent uniquement ces langues sous l'angle de leur sonorité et de leur beauté. Ces réponses relèvent donc d'après nous du groupe d'*aspect physique et esthétique*, ainsi que nous l'avons défini plus bas.

- **Aspect du rapport à l'altérité**

Pour la plupart, les caractéristiques inscrites dans le groupe du rapport à l'altérité relèvent chez Bartmiński de l'*aspect social* (en polonais : 'aspekt społeczny'). Si nous reconnaissons que le rapport à l'altérité relève bel et bien de la sphère sociale, il nous a paru intéressant de distinguer les caractéristiques associées au rapport à l'entourage direct des quatre communautés (un entourage qui peut être considéré comme endogroupe par les différentes communautés décrites), des caractéristiques associées au rapport à la différence (relatives cette fois aux exogroupes des communautés en question), puisque ces attitudes sociales impliquent deux positions, deux enjeux différents. En effet les caractéristiques associées à l'endogroupe relèvent ici du rapport aux gens en général (qui peuvent être des personnes d'une même nation, d'un même groupe d'appartenance - nous les classons alors dans le groupe d'*'aspect social'*) alors que les caractéristiques associées à des exogroupes (par ex. le rapport aux minorités nationales, religieuses, sexuelles, etc.) relèvent du rapport à l'autre en tant que personne différente de soi (nous les classons alors dans le groupe d'*'aspect du rapport à l'altérité'*).

Ainsi, le groupe d'*aspect du rapport à l'altérité* comprend les expressions liées à l'ouverture ou à la fermeture d'esprit, à la tolérance et l'intolérance (racisme, homophobie, xénophobie, attitudes discriminatoires), au rapport aux étrangers, aux immigrants, aux autres nations et cultures, mais aussi aux voyages, au cosmopolitisme et à la curiosité du monde. Autrement dit, ces expressions désignent

d'une part des relations sociales qui peuvent être établies par les membres du groupe polonais, allemand, français ou européen décrit, avec ceux qu'ils peuvent considérer comme appartenant à des exogroupes (les membres d'autres cultures nationales, religieuses, sexuelles, etc.), et d'autre part les attitudes et comportements suscités par ces différences culturelles.

- **Aspect social**

D'après la définition du terme *social*, « relatif à la vie des hommes en société » (TLFi 2003), le groupe d'*aspect social* comprend, comme chez Bartmiński (en polonais : 'aspekt społeczny'), les expressions désignant le rapport aux gens et le comportement social des Polonais, des Allemands, des Français et des Européens, c'est-à-dire tous les termes désignant les qualités sociales (amitié, bonté, sociabilité, sympathie, gentillesse, honnêteté, volonté d'aider, bienveillance), l'union sociale (solidarité, coopération et entraide, entente entre les membres du groupe national), la hiérarchie sociale, la fraternité, la capacité de communiquer, le rapport à la famille, les rapports homme/femme, le sens de l'accueil. Ce groupe inclut aussi ce qui a trait à l'amour, l'amitié, les attirances et le respect. L'ensemble de ces expressions désigne des relations sociales établies avec des personnes que les habitants décrits peuvent considérer comme faisant partie de leur entourage, de leur endogroupe. Contrairement à Bartmiński, nous avons limité le groupe d'*aspect social* à ces expressions, en indiquant les caractéristiques sociales relatives à d'autres personnes (comprises comme des membres d'exogroupes) dans le groupe d'*aspect du rapport à l'altérité* (ainsi que nous l'avons justifié dans le paragraphe précédent).

- **Aspect géographique et économique**

Le groupe d'*aspect géographique*¹¹³ et *économique*¹¹⁴ comprend des expressions liées à la Pologne, l'Allemagne, la France ou l'Europe (atouts et contraintes du territoire, rapport des habitants avec leur territoire, beauté et paysages), à leurs ressources et à leurs richesses, leurs industries, leurs infrastructures, au mode de vie qu'ils offrent à leurs habitants. Il comprend également les occurrences se rapportant au développement, au système social, au système de santé, au rapport à l'environnement, à la propreté mais aussi aux niveaux de vie (salaires, possession de biens matériels, prospérité/pauvreté), à l'économie (rapport à l'économie, commerce, épargne) ainsi que le rapport à l'argent et à la consommation (matérialisme, consumérisme, générosité, avarice). Les biens matériels possédés par les habitants d'un pays donnés relèvent aussi de ce groupe, puisqu'ils trouvent des liens

¹¹³ En référence à une définition de la *géographie* comme « ensemble des réalités physiques, humaines, biologiques qui constituent l'objet de la géographie » (TLFi 2003). Dans l'article *géographie* du TLFi est aussi citée une phrase d'Eric Dardel relative à cette acception : « Le paysage est la géographie comprise comme ce qui est autour de l'homme, comme environnement terrestre » (E. Dardel (1952), *L'Homme et la terre*, PUF, Paris : 41).

¹¹⁴ En référence à une définition de l'*économie* comme « ensemble de ce qui concerne la production, la répartition et la consommation des richesses et de l'activité que les hommes vivant en société déploient à cet effet » (TLFi 2003).

directs avec les ressources du pays, ses productions et le niveau de vie des habitants.

Le groupe d'*aspect géographique et économique*, inexistant chez Bartmiński, correspond dans ses travaux au groupe d'*aspect des conditions matérielles et sociales de l'existence* ('*aspekt bytowy*') (Bartmiński 2006: 40) qui contient des expressions désignant la possession de biens matériels, la prospérité, la pauvreté, l'industrie, la répartition de biens matériels, l'écologie et le développement. Bartmiński ajoute aussi dans le groupe d'état des expressions désignant la ponctualité, l'ordre, le travail, les addictions, que nous avons indiquées dans le groupe de l'aspect psychique, comme nous l'avons vu plus haut. Il ajoute aussi dans ce groupe les expressions désignant la nourriture, que nous avons classées dans le groupe d'*aspect culturel* (également justifié plus haut). Le groupe d'*aspect des conditions matérielles et sociales de l'existence* de Bartmiński étant ainsi redéfini, nous avons choisi de le qualifier de groupe d'*aspect géographique et économique*.

- **Aspect psychosocial**

Nous comprenons le terme *psychosocial*, comme ce qui est « relatif à l'interaction entre les faits psychologiques et les faits sociaux » (TLFi 2003), entre le développement psychologique et l'environnement social. En se référant à cette définition, nous avons inscrit dans le groupe d'*aspect psychosocial* les expressions désignant le rapport des habitants décrits vis-à-vis d'eux-mêmes et de leur groupe (national ou européen), tous les éléments liés à l'auto-perception ainsi que la perception des autres groupes par les habitants décrits : la fierté et la honte, l'estime de soi et de son groupe national/européen, l'identité et le sentiment identitaire, le rapport à la nation/la communauté, le rapport aux symboles nationaux et communautaires, le sentiment de supériorité ou d'infériorité, l'admiration, l'imitation ou la volonté de se démarquer des autres groupes, la prétention et l'arrogance, l'humilité, mais aussi les jugements portés par d'autres nations/pays sur les groupes d'habitants en question (perception positive ou négative, niveau de connaissance du groupe d'habitants par les autres) ou encore les jugements que les habitants croient attribués à leur groupe par les autres. Contrairement à *l'aspect du rapport à l'altérité* où il est question du rapport à l'autre, du regard porté sur l'Autre, dans le groupe d'*aspect psychosocial* il est avant tout question du regard porté sur soi-même et sur les siens par rapport aux autres.

Bartmiński avait compris dans le groupe d'*aspect psychosocial* (en polonais : '*aspekt psychospołeczny*') les comportements sociaux qui exigent certaines dispositions psychiques et mentales (type bonté, altruisme, amour, amitié, compassion, etc, que nous avons tout simplement inclus dans le groupe d'*aspect social* : ils sont pour nous avant tout la marque du rapport aux autres personnes, à l'entourage).

- **Aspect politique**

Proche du groupe d'aspect défini par Bartmiński (en polonais : '*aspekt polityczny*'), le groupe d'*aspect politique*, d'après l'acception du terme *politique* : « relatif à l'Etat » (TLFi 2003), comprend

les expressions désignant les affaires de l'État/des États, l'idéologie politique (adhésion à des courants, systèmes ou partis politiques, patriotisme, nationalisme), l'appareil étatique, l'administration, la citoyenneté (engagement, participation, rapport à l'état et au gouvernement), la protection de l'environnement ou encore les personnalités politiques. On y trouve aussi les mentions du pouvoir, du gouvernement, du droit et de l'autorité, de l'armée, des frontières (expansions géographiques), de l'indépendance ainsi que de la coopération européenne ou internationale.

Nous avons inclus dans ce groupe certaines expressions que Bartmiński aurait indiquées dans le groupe d'*aspect militaire* tel qu'il l'avait défini (voir plus haut dans le texte). En effet les quelques expressions relatives à *l'aspect militaire* étaient dans notre enquête soit associées à l'histoire soit à la politique. Nous les avons donc insérées dans ces deux groupes et nous avons supprimé celui de *l'aspect militaire*.

Dans ce groupe d'aspect les expressions liées au nationalisme ont également été incluses alors qu'elles sont indiquées chez Bartmiński dans le groupe d'*aspect nationaliste* (en polonais : 'aspekt narodowościowy'). Du fait que, contrairement à Bartmiński, nous ayons uniquement analysé des gentilés, les quelques expressions de ce type relevées avaient une dimension politique. L'acception du terme *nationalisme* que nous prenons ici en compte est : « doctrine qui fonde son principe d'action sur ce courant de pensée [courant de pensée qui exalte les caractères propres, les valeurs traditionnelles d'une nation considérée comme supérieure aux autres et qui s'accompagne de xénophobie et/ou de racisme et d'une volonté d'isolement économique et culturel], et qui subordonne tous les problèmes de politique intérieure et extérieure au développement, à la domination hégémonique de la nation » (TLFi 2003). Idem pour les expressions liées à *l'aspect idéologique*, les expressions de type idéologique que nous avons relevées étaient soit associées à une idéologie politique, soit à une idéologie religieuse. Nous les avons donc associées au groupe d'*aspect politique* ou *religieux*, et nous avons écarté le groupe d'*aspect idéologique* de nos recherches.

- **Aspect physique et esthétique**

Le groupe d'*aspect physique et esthétique* porte sur les caractéristiques physiques et esthétiques attribuées aux Polonais, Allemands, Français et Européens, d'après les acceptions des termes *physique* : « qui a trait à la matière, à la nature, aux corps en général, à la réalité matérielle perceptible par les sens ou qui peut être observé objectivement » et *esthétique* : « qui est motivé par la perception et la sensation du beau » (TLFi 2003). Il s'agit ainsi de toutes les expressions concernant l'apparence physique (beauté, laideur, poids, taille, charme, soin de l'apparence), ainsi que le vêtement, le style, la mode, le bon ou le mauvais goût ou encore les odeurs et les parfums, mais aussi la sonorité des langues (beauté ou laideur, musicalité, impressions qu'elles donnent). Quoiqu'il en soit la langue puisse être comprise comme relevant avant tout de la culture, nous avons choisi de l'intégrer à ce groupe d'aspect. La raison en est qu'elle fut toujours envisagée dans les réponses de l'enquête sous l'angle de sa sonorité, un angle esthétique, et non pas comme un système propre à une culture donnée.

Nous avons défini l'*aspect physique et esthétique* d'une manière similaire à celle dont Bartmiński a défini le groupe d'*aspect physique* (en polonais : 'aspekt fizyczny'). Nous y avons aussi inscrit quelques rares expressions que le linguiste aurait indiquées dans le groupe d'*aspect biologique* ('aspekt biologiczny'), tel qu'il l'avait établi (pertinent pour décrire des objets, des plantes, etc. mais peu pertinent pour décrire les membres d'une communauté – c'est pourquoi nous l'avons supprimé). Par ex., l'expression : « Les Européens sont blancs », trouvée dans les réponses, était une des rares à pouvoir correspondre au groupe d'aspect biologique (groupe comprenant chez Bartmiński les expressions relevant de la biologie, de la nature et de la procréation) : cette expression citée en exemple correspond pour nous à l'*aspect physique et esthétique*, dans la mesure où nous comprenons l'adjectif *physique* comme désignant aussi ce « qui a trait à la matière, à la nature, aux corps en général, à la réalité matérielle perceptible par les sens » (TLFi 2003).

- **Aspect historique**

Ce groupe contient toutes les expressions désignant les événements historiques et la conscience historique (rapport à l'histoire, connaissance de l'histoire) des Polonais, des Allemands, des Français et des Européens, d'après l'acception du nom *histoire* : « recherche, connaissance, reconstruction du passé de l'humanité sous son aspect général ou sous des aspects particuliers, selon le lieu, l'époque, le point de vue choisi ; ensemble des faits, déroulement de ce passé » (TLFi 2003).

Notre définition de l'*aspect historique* est similaire à celle proposée par Bartmiński (en polonais : 'aspekt historyczny'). Nous y avons ajouté certaines expressions qu'il aurait indiquées dans l'*aspect militaire* ('aspekt militarny', voir plus haut dans le texte). Nous n'avons en effet pas retenu dans ces travaux le groupe d'*aspect militaire*, puisque les rares expressions relevées dans l'enquête relativement à cet aspect, d'après la définition de Bartmiński, étaient associées soit à l'histoire soit à la politique. Nous avons donc regroupé ces quelques expressions dans les groupes d'*aspect historique* ou *politique*.

- **Aspect religieux**

Ce groupe envisage les expressions caractérisant la religion ou Dieu, les symboles et valeurs religieuses, les traditions religieuses et les croyances des différents habitants, d'après l'acception du nom *religion* : « rapport de l'homme à l'ordre du divin ou d'une réalité supérieure, tendant à se concrétiser sous la forme de systèmes de dogmes ou de croyances, de pratiques rituelles et morales » (TLFi 2003).

Notre définition du groupe d'*aspect religieux* est ainsi similaire à celle proposée par Bartmiński (en polonais : 'aspekt religijny'). Nous avons cependant inscrit également dans ce groupe certaines expressions que Bartmiński aurait inscrites dans le groupe d'*aspect idéologique* ('aspekt ideologiczny'). En effet, les expressions de type idéologique que nous avons relevées dans notre enquête étaient soit associées à une idéologie politique, soit à une idéologie religieuse. Nous les avons

donc associées au groupe d'*aspect politique ou religieux*, et nous avons écarté de notre étude le groupe d'*aspect idéologique*.

2.4.5. RETRANSCRIPTION DES RÉSULTATS

- **Signes conventionnels adoptés pour la retranscription des données d'enquête**

Abréviations :

- P. pour « les Polonais » ou pour son équivalent en langue polonaise « Polacy »
- A. pour « les Allemands »
- N. pour « Niemcy » (équivalent en langue polonaise de 'les Allemands')
- F. pour « les Français » ou pour son équivalent en langue polonaise « Francuzi »
- E. pour « les Européens » ou pour son équivalent en langue polonaise « Europejczycy »

Autres signes conventionnels :

- + Le signe plus remplace le début de la phrase :
« J'apprécie que ... » (traduction du polonais : 'Podoba mi się, że...')
- Le signe moins remplace le début de la phrase :
« Je n'apprécie pas que ... » (traduction du polonais : 'Nie podoba mi się, że...')
- La flèche indique une traduction du polonais vers le français.
- x 1 Le signe de la multiplication suivi d'un nombre indique le nombre de fois où une même réponse a été formulée sur l'ensemble des questionnaires
- * L'astérisque signale qu'une même réponse comprend deux voire plusieurs caractéristiques.

Par ex., nous considérons que la phrase suivante présente deux caractéristiques distinctes des Allemands (cette phrase compte aussi pour deux réponses). Nous l'indiquons par un astérisque :

x 1 : + N. sq konkretni i praktyczni.*→ + A. sont concrets et pratiques.

Le soulignement indique que dans le paragraphe où est citée cette phrase (paragraphe se référant à la caractéristique de l'esprit concret attribué aux Allemands), nous prenons en compte les termes *sq konkretni* (sont concrets) comme élément de réponse. L'adjectif non souligné *praktyczni* (pratiques) est envisagé comme un élément de réponse distinct, il exprime une autre caractéristique.

Nous citons donc aussi cette phrase dans le paragraphe se référant au caractère pratique conféré aux Allemands, avec cette fois l'adjectif *konkretni* (concrets) non souligné :

x 1 : + N. sa konkretni i praktyczni. * → + A. sont concrets et pratiques.

Il est important de souligner que nous comptons deux réponses pour cette même phrase, ce choix influant sur le décompte du nombre total de réponses par caractéristique.

Dans certains cas, le signalement de deux caractéristiques dans une même phrase peut apparaître moins évident pour le lecteur. Par ex., la phrase suivante exprime deux caractéristiques distinctes que les Polonais attribuent aux Allemands : une attitude négative des Allemands envers les Polonais (ce à quoi d'autres réponses font écho) et le fait que les Allemands sont généralement guidés par les stéréotypes (ce à quoi d'autres réponses font également échos) :

x 1 : - N. *pielegnujq negatywny stereotyp Polaka*. * → - A. cultivent un stéréotype négatif du Polonais.

x 1 : - N. *pielegnujq negatywny stereotyp Polaka*. * → - A. cultivent un stéréotype négatif du Polonais.

Le soulignement dans le premier cas permet de mettre en avant comme caractéristique l'attitude négative des Allemands envers les Polonais et dans le deuxième cas, le fait qu'ils se laissent guider par les stéréotypes. Le soulignement est uniquement là pour préciser quelle est la collocation prise en compte dans l'analyse des descriptions relatives à chacune des caractéristiques et non pour isoler les groupes de mots.

- **Fonctions des couleurs**

Pour la retranscription des phrases comme pour les graphiques :

- la couleur verte se réfère aux réponses de type positif (c'est-à-dire aux réponses qui complètent la phrase suivante, ici traduite en français : « J'apprécie que les *Polonais, Allemand, Français* ou *Européens ...* ») ;

- la couleur rouge se réfère aux réponses de type négatif (c'est-à-dire aux réponses qui complètent la phrase suivante, ici traduite en français : « Je n'apprécie pas que les *Polonais, Allemand, Français* ou *Européens ...* »).

- **Modifications concernant la retranscription des résultats**

Le subjonctif n'est pas conservé dans la version abrégée de la traduction en français, afin d'en faciliter la lecture. Par ex. :

x 2 : + P. *umiejq się bawić*. → + P. savent s'amuser.

Il s'agit de la retranscription abrégée de la réponse « J'apprécie que les Polonais *sachent* s'amuser » (en polonais : 'Podoba mi się, że Polacy umieją się bawić') qui est apparue dans deux questionnaires différents. De même ci-dessous :

x 7 : - P. *są pesymistami*. → - P. sont des pessimistes.

Il s'agit de la retranscription abrégée de la réponse : « Je n'apprécie pas que les Polonais *soient* pessimistes » (en polonais : 'Nie podoba mi się, że Polacy są pesymistami'), qui est apparue dans sept questionnaires différents.

- **Choix d'un groupe d'aspect pour les termes polysémiques**

Certains termes et caractéristiques évoqués par les répondants, s'ils ne sont pas précisés, peuvent être compris de différentes manières et poser problème dans le cadre de leur classification. Par souci de clarté et de systématisme, nous ne présentons jamais une même caractéristique dans deux groupes d'aspect distincts. Nous faisons le choix de prendre en considération le sens le plus courant du terme. Ainsi, l'adjectif *otwarty* (ouvert), employé seul comme attribut du sujet, peut exprimer une ouverture d'esprit face à la nouveauté, à la différence (aspect du rapport à l'altérité) mais aussi une attitude face à l'entourage (aspect social). Comme le substantif *otwartość* ('l'ouverture d'esprit') relève principalement du rapport à l'altérité selon sa définition polonaise, nous avons choisi de classer systématiquement la réponse « X są otwarci » (X sont ouverts) comme relevant du rapport à l'altérité. Il en fut de même pour la solidarité. La solidarité est certes une qualité sociale, mais elle peut être dans certains cas une qualité d'ordre politique (Les membres d'un pays peuvent par ex. être solidaires d'autres pays sur le plan économique). A nouveau, la solidarité étant primordialement un trait social, nous avons choisi de classer l'expression de la solidarité systématiquement dans le groupe de l'aspect social.

- **Corrections de certaines données**

Les fautes d'orthographe et de grammaire qui n'apportent pas de nuance de sens ont été corrigées.

- **Choix de retranscription et de non retranscription**

Tous les autres éléments sémantiques, syntaxiques, typographiques incorrects ou inusuels des réponses ont été conservés, dans la mesure où ils apportent des nuances de sens, où ils sont liés à une interprétation particulière du répondant. Ainsi ont été retranscrits : les expressions et mots familiers, les tournures de phrases inhabituelles voire incorrectes ou encore les émoticônes qui indiquent une émotion du répondant en regard de ses écrits. On relève sur l'ensemble des questionnaires les émoticônes suivantes : :) ;) ;D :/

Les trois premières émoticônes indiquent selon nous une émotion positive : la parenthèse s'apparente au sourire du répondant et la lettre D au rire du répondant. La deuxième et la troisième émoticônes présentent d'après nous une distance ironique vis-à-vis de la caractéristique mentionnée (le point-virgule symbolisant un clin d'œil), comme dans l'exemple suivant :

x 1 : + N. *są tolerancyjni (tzn. teraz, bo kiedyś mieli z tym problem. ;)* → + A. sont tolérants (c.-à-d. maintenant car avant ils avaient des problèmes avec ça. ;)

Le symbole :/ exprimerait par contre une émotion négative face à une caractéristique évoquée :

x 1 : - N. *myślą to samo o Polakach co Polacy o Niemcach. :/* → - A. pensent la même chose des Polonais que les Polonais des Allemands. :/

Ont également été retranscrits les phrases ou mots des répondants qui ne respectaient pas la structure du début des phrases du questionnaire - qui se trouvaient, nous le rappelons, ainsi construites : « J'apprécie que les *Polonais/Français/Allemands/Européens ...* ». Ces débuts de phrases étaient parfois complétés sans verbe conjugué ou étaient associés à d'autres sujets, avec par exemple :

x 1 : + P. - *honor* → + P. - *l'honneur*

x 1 : + F. - *Francuski są ładne.* → + F. - *Les Françaises sont jolies.*

- **Traduction du polonais au français**

Nous proposons en français une traduction des données d'enquête. Ces traductions ont été réalisées à l'aide du dictionnaire *Wiedza Powszechna* (Dobrzyński et al. 2005). Ce recours à la traduction du polonais au français pour appréhender la compréhension des gentilés par les jeunes Polonais nous impose certaines limites. Nous nous intéressons aux acceptions de gentilés en langue polonaise, par le truchement de traductions, de descriptions et d'analyses en langue française. Or, comme nous l'avons dit précédemment, suivant les postulats ethno-linguistiques que nous retenons dans notre étude, nous considérons pourtant que les représentations des locuteurs sont bel et bien contenues dans leur langue (Sapir 1949, 1978). Comme l'avance l'hypothèse Sapir-Whorf, la langue que nous parlons détermine notre perception de la réalité. Aussi, on ne peut complètement appréhender le vocabulaire d'une langue ainsi que les représentations de ses locuteurs en recourant à une langue tierce. Ce problème est ici insolvable et les ethno-linguistes eux-mêmes n'ont trouvé d'autres alternatives que de décrire les langues par le biais d'autres langues, contenant elles-mêmes leur propre système de représentations. De cette façon notre étude présente certaines limites, puisqu'il est incontournable que dans les descriptions des acceptions polonaises vont interférer d'autres représentations, véhiculées par la langue française.

III. ÉTAT DES RECHERCHES

Les représentations partagées par les Polonais au sujet d'autres groupes nationaux ou du groupe supranational européen ont été largement étudiées depuis plusieurs années, dans le cadre de la linguistique mais aussi de l'ethnographie, de l'histoire et de la sociologie, dans une approche souvent interdisciplinaire. Les travaux ci-dessous, qui relèvent de la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens) et des représentations des quatre groupes partagées par les Polonais, dans le courant du XXe et du début du XXIe, sont aussi issus de différents domaines de recherche et présentent différentes approches méthodologiques. Ces travaux étant devenus particulièrement nombreux depuis la fin du XXe siècle, leur présentation est loin d'être exhaustive. Nous avons choisi de présenter chronologiquement ceux qui ont eu un retentissement notable dans le milieu scientifique polonais et/ou qui ont présenté des résultats d'enquête nouveaux au moment de leur parution, mais aussi ceux qui nous semblent les plus importants par rapport à notre étude.

3.1. GENTILÉS ET STÉRÉOTYPES

A la différence de notre étude, les travaux que nous allons présenter n'envisagent jamais une étude comparative des représentations des quatre groupes réunis. Par souci de clarté, nous exposerons une brève présentation des différentes recherches dans quatre parties succinctes relatives à chacun des groupes. Nous tenons à rappeler, en introduction à cette présentation, l'influence que peuvent avoir les différents niveaux d'identification et d'appréciation de ces groupes par les Polonais sur leurs représentations.

Si l'on se concentre sur les représentations linguistiques et/ou mentales de différents gentilés, il est nécessaire de distinguer les gentilés dits auto-stéréotypiques des gentilés dits hétéro-stéréotypiques : les Polonais ne sauraient appréhender de manière égale le nom *Polacy* (qui relève de leur auto-stéréotype, c'est-à-dire de la représentation simplifiée qu'ils ont de leur propre groupe culturel) et les noms *Francuzi* ou *Niemcy* (qui relèvent de leurs hétéro-stéréotypes : la représentation simplifiée qu'ils ont d'autres groupes culturels). Gerardo Marin et Jose M. Salazar (1985: 403-422), par une étude comparative portant sur sept nationalités, ont observé que l'auto-stéréotype est de manière générale plus positif que l'hétéro-stéréotype : l'individu a tendance à valoriser les membres de l'endogroupe par rapport à ceux de l'exogroupe et à s'octroyer de cette façon un certain nombre de qualités. On pourrait donc supposer que les Polonais devraient attribuer au gentilé *Polacy* des caractéristiques plus positives que celles qu'ils attribuent aux gentilés *Niemcy* et *Francuzi*. Cependant les chercheurs constatent que des hétéro-stéréotypes favorables ont tendance à être suscités lorsque la

nation évaluée a atteint un niveau de développement économique supérieur à celui de la nation qui exprime le stéréotype (Gerardo Marin et Jose M. Salazar 1985: 414). Le niveau de développement économique de la France mais surtout de l'Allemagne étant actuellement nettement supérieur à celui de la Pologne, un regard plus favorable sur les Français et les Allemands devrait alors être induit.

Cependant, d'après Marin et Salazar, le degré d'appréciation de l'hétéro-stéréotype français par les Polonais devrait être supérieur à l'hétéro-stéréotype allemand pour deux raisons. Tout d'abord les relations politiques entretenues entre l'endogroupe et l'exogroupe¹¹⁵ influencent l'appréciation des stéréotypes. Une situation de conflit a en effet tendance à augmenter l'évaluation positive de l'auto-stéréotype et l'évaluation négative de l'hétéro-stéréotype (: 413). Les relations officielles de la Pologne avec la France et la RFA n'ont de manière générale pas été chaleureuses pendant la période de la guerre froide, les républiques appartenant aux côtés opposés du conflit. Mais les relations politiques germano-polonaises n'ont pas évolué de la même manière que les relations franco-polonaises, après la réunification de l'Allemagne suivie de la chute du communisme en Pologne. D'un côté, si la France est rapidement devenue un des principaux partenaires de la Pologne sur le plan économique (elle est le plus grand investisseur étranger¹¹⁶ en Pologne mais aussi un partenaire industriel, technologique et scientifique¹¹⁷), il faut noter qu'en 2004, les différentes prises de parti quant au conflit irakien ainsi que les négociations de la constitution européenne (auxquelles a succédé en France l'année suivante la polémique de la venue du *plombier polonais*) ont mis à mal l'entente franco-polonaise. Cependant depuis l'entrée la même année de la Pologne dans l'Union européenne, les chefs d'État français et polonais se rencontrent plusieurs fois par an, rappelant l'importance des relations bilatérales. Les liens historiques forts entre les deux nations sont régulièrement évoqués, tels que l'alliance entre les deux pays pendant le règne de Napoléon, la forte immigration polonaise du XIXe siècle ou encore l'alliance des deux pays pendant l'entre-deux-guerres.

Côté allemand, le conflit de la Seconde Guerre mondiale continue d'enflammer la scène politique polonaise, en particulier avec la question des millions d'Allemands expulsés du territoire polonais après la guerre, suite au redécoupage territorial. Le parti social-conservateur, nationaliste et eurosceptique *Prawo i Sprawiedliwość* (Droit et Justice - PiS), au pouvoir de 2005 à 2007 puis dans l'opposition, continue d'ailleurs de jouer *la carte anti-germanique* (Smolar 2012). Jarosław Kaczyński, à la tête du parti, a publié en 2011 le livre *La Pologne de nos rêves* (en polonais : 'Polska naszych marzeń') dans lequel il prétend que l'Allemagne pourrait annexer les régions polonaises occidentales anciennement allemandes ou encore que la chancelière Angela Merkel est arrivée au pouvoir avec

¹¹⁵ Individus qu'une personne envisage ou n'envisage pas comme les membres de son propre groupe d'appartenance

¹¹⁶ On constate aussi qu'au total la France compte 8 des 25 plus grands investisseurs recensés dans le pays. On y trouve en effet France Télécom, Vivendi, Bouygues, Carrefour, Crédit Agricole, Société Générale, Saint Gobain, Lafarge, Auchan, EDF, Dalkia, ACCOR et Canal + (cf. site internet du Ministère des Affaires Etrangères, www.diplomatie.gouv.fr, consulté le 4.02.2013).

¹¹⁷ La France a une importante base industrielle en Pologne : chantiers navals de la Baltique, sidérurgie, optique, industrie de l'armement (Ministère des Affaires Etrangères 2013).

l'aide des *forces obscures* - autrement dit la Stasi, police politique est-allemande (Smolar 2012). Cependant, durant les cinq dernières années, les relations germano-polonaises se sont améliorées et intensifiées (notamment autour des questions relatives au gazoduc Nord Stream ou encore de la reconnaissance des déplacés allemands après la guerre). Le parti de centre-droit pro-européen *Platforma Obywatelska* (Plateforme Civique – PO), au pouvoir à la suite de PiS, est en effet favorable au rapprochement de la Pologne avec l'Allemagne - contrairement à son prédécesseur. Lors de sa première visite à Berlin et de sa rencontre avec Frank-Walter Steinmeier, le ministre des affaires étrangères Radosław Sikorski avait aussi exprimé sa volonté d'ouvrir un *nouveau chapitre* dans les relations bilatérales.

Au delà de l'influence que peuvent exercer les conflits politiques sur la dimension axiologique des hétéro-stéréotypes français et l'allemand, qui se répercute sur leur compréhension des gentils respectifs, Bartmiński met en avant les différences d'appréciations des hétéro-stéréotypes formés par les Polonais, en fonction de la proximité géographique des nations : « Les stéréotypes de nationalité – de manière générale – sont fortement marqués émotionnellement par une prédominance pour l'aversion envers les voisins les plus proches (l'Allemand, le Russe, l'Ukrainien, le Tchèque – avec comme exception le Lituanien, tout du moins en langue polonaise, et le Slovaque, mais de la sympathie pour les plus éloignés (le Hongrois, l'Italien, le Français, l'Américain) »¹¹⁸ (Bartmiński 2001: 389). De ces derniers points de vue politique et géographique, le gentilé hétéro-stéréotypique *Francuzi* devrait être appréhendé de manière plus positive que le gentilé hétéro-stéréotypique *Niemcy*.

Quant au nom *Europejczycy*, sa dimension stéréotypique est complexe. Bien que les Polonais soient par définition des Européens, des habitants de l'Europe, et qu'ils soient de surcroît des ressortissants de l'Union européenne depuis 2004, les jeunes Polonais ne s'identifient pas nécessairement aux Européens. Les manières dont ils comprennent le gentilé *Europejczycy* semblent aussi parfois en complète opposition avec celles dont ils comprennent le gentilé *Polacy*. D'après l'enquête PATRIA, menée auprès de cent étudiants de Lublin en 1991 et 1992, la majorité des jeunes Polonais se considèrent comme Européens - 84 répondants de l'enquête l'affirment, 11 le nient, 5 ont dit ne pas avoir d'avis sur la question ou n'ont pas répondu (Kłoskowska 1993: 55). Les raisons de cette identification sont principalement géographiques : à la question : « Est-ce que tu te sens Européen ? »¹¹⁹, dans 50% des réponses affirmatives, on trouvait une justification du type : « Parce que la Pologne se trouve en Europe »¹²⁰ (: 55). Les autres motifs évoqués étaient ensuite : les liens culturels (25%), la naissance (10%), le lien émotionnel (7%), le christianisme (6%), la possibilité de voyager (3%) et la connaissance des langues (2%) (: 55-54). Pourtant, l'enquête intitulée « Problèmes et événements actuels » (en polonais : 'Aktualne problemy i wydarzenia') réalisée en février 2011

¹¹⁸ « Stereotypy narodowościowe – ogólnie biorąc – są silnie nacechowane emocjonalnie z przewagą niechęci do najbliższych sąsiadów (Niemiec, Rosjanin, Ukraińiec, Czech – wyjątkami są Litwin, przynajmniej w języku ogólnopolskim i Słowak), a sympatii do dalszych (Węgień, Włoch, Francuz, Amerykanin). »

¹¹⁹ « Czy czujesz się Europejczykiem ? »

¹²⁰ « bo Polska leży w Europie »

auprès de 1002 Polonais (Roguska 2011) montre toujours des différences considérables entre le portrait du Polonais typique et celui de l'Européen typique, dressés par les Polonais. Ces différences concernent des éléments aussi variés que les conditions de vie, le rapport à la religion, à la famille, au travail, de même que la confiance en soi, le niveau de civilisation, le succès, la bienveillance ou encore l'ouverture aux autres. La plus grande différence relève du rapport à la religion : le Polonais typique est reconnu comme *religieux*¹²¹ par 83 % des répondants, tandis que l'Européen typique l'est pour seulement 23 %. Les conditions de vie les opposent ensuite : 85% des répondants affirment que l'Européen *vit dans de bonnes conditions*¹²², ce que n'affirment que 40% des répondants au sujet du Polonais (on peut cependant relever que ce pourcentage est en constante croissance depuis l'adhésion des Polonais à l'UE). Le patriotisme n'est pas non plus accordé à un même niveau : 76 % attribuent l'adjectif *patriotique*¹²³ au Polonais et 55% seulement à l'Européen. Le Polonais serait aussi davantage attaché à la famille qu'au travail par rapport à l'Européen : 63% des répondants présentent le Polonais comme *plus attaché à la famille*¹²⁴ qu'au travail, ce que n'affirment que 33% au sujet de l'Européen. Quelques différences se retrouvent encore pour ce qui est d'aider les autres – 57% pensent que le Polonais *aide les autres*¹²⁵ contre 40 % pour l'Européen. Quant au fait de *s'unir dans les situations difficiles et [de] fonctionner avec les autres*¹²⁶, 83% estiment que c'est le cas du Polonais et 62 % le cas de l'Européen. Pour les Polonais, l'Européen est aussi plus *sûr de lui*¹²⁷ que leur compatriote-type (80% contre 54%), plus « *civilisé* »¹²⁸ (75% contre 59%), qu'il *cherche [davantage] le succès dans la vie*¹²⁹ (67% contre 56%), qu'il est davantage *bienveillant*¹³⁰ (74% contre 59%), et plus *ouvert aux autres*¹³¹ (66% contre 55%).

Avant de comparer les manières dont les jeunes Polonais comprennent les gentils *Polacy*, *Niemcy*, *Francuzi* et *Europejczycy*, nous devons être conscients de ces différences préalables de perception et d'appréciation qui existent entre les communautés désignées par les gentils. Le caractère auto-stéréotypique et/ou hétéro-stéréotypique propre à chacun des gentils influence nécessairement l'attribution et la valorisation de caractéristiques.

121

« religijny »

122

« żyje w dobrych warunkach »

123

« patriotyczny »

124

« ważniejsza jest dla niego rodzina »

125

« pomaga innym »

126

« w trudnych sytuacjach jednoczy się i działa razem z innymi »

127

« pewny siebie »

128

« kulturalny »

129

« dąży do osiągnięcia sukcesu w życiu »

130

« życzliwy »

131

« otwarty na innych »

3.2. COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *POLACY* PAR LES POLONAIS

Différentes études ont été menées relativement aux caractéristiques attribuées par les Polonais au Polonais typique, désigné par le nom *Polak* ('le Polonais') ou encore l'expression *prawdziwy Polak* ('le vrai Polonais'). Les récents travaux de Bartmiński sur l'évolution de la compréhension des noms de valeur et notamment du nom *Polak* entre 1990 et 2000 (Bartmiński 2006) présentent ici des résultats très riches. Cette étude fait partie de *l'Enquête pour un Dictionnaire Axiologique* (traduction du polonais : 'Ankieta Słownika Aksjologicznego' ou ASA), dont le rapport fut rédigé sous la direction de Bartmiński et publié en 2006 sous le titre de *Langue. Valeurs. Politique. Changements de compréhension des noms de valeur pendant la période de transformation du régime en Pologne*.¹³² Cette enquête ouverte a été menée dans un premier temps auprès d'un millier d'étudiants issus de différents établissements supérieurs de la ville de Lublin, en Pologne orientale, durant l'année 1990, puis dans les mêmes conditions en 2000. Les jeunes Polonais, en répondant à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Polonais ? »¹³³ (Bartmiński 2006: 14), ont énuméré de nombreuses caractéristiques qui ont permis de définir les portraits-types du Polonais invoqués. L'ordre hiérarchique d'attribution de ces caractéristiques a été établi, permettant de voir leur évolution, ainsi que celle des portraits-types de 1990 à 2000.

Nous rendrons également compte dans cette partie d'enquêtes de type sociologique relatives aux auto-stéréotypes des Polonais. La première, intitulée « Problèmes et événements actuels »¹³⁴, dont un rapport a été présenté par Beata Roguska en 2011, a été menée auprès de 1002 Polonais et présente les évolutions des différents auto-stéréotypes polonais. Elle a été réalisée au moyen de sondages effectués chaque mois depuis 1992 jusqu'à l'année 2011 par le Centre de Recherche de l'Opinion Publique ('Centrum Badania Opinii Społecznej'). Les Polonais étaient interrogés notamment sur leur possible attribution au *Polonais*¹³⁵ d'une liste de caractéristiques retenues. Les répondants devaient alors indiquer pour ces différents traits s'ils correspondaient ou non au Polonais (ou bien si cette question était difficile à renseigner pour eux). La deuxième enquête, dont le rapport a été publié sous le nom de *Pologne-France. Image réciproque pendant la période d'élargissement de l'Union-Européenne*¹³⁶ en 2001 par Michał Warchala, a été réalisée dans le cadre d'un projet d'étude de l'Institut Polonais des Affaires Publiques. Dans ce rapport d'enquête, il est question des représentations des citoyens français et polonais sur les différents aspects de leurs perceptions mutuelles, au moment de la présidence

¹³² « Język. Wartości. Polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych »

¹³³ « Co według ciebie stanowi o istocie prawdziwego Polaka ? »

¹³⁴ « Aktualne problemy i wydarzenia »

¹³⁵ « Polak »

¹³⁶ « Polska-Francja. Wzajemny wizerunek w okresie rozszerzania Unii Europejskiej ». Cette étude représente une partie d'un projet de recherche plus large, qui s'intitule *Image réciproque des Polonais et des habitants de l'Union Européenne* ('Wzajemny wizerunek Polaków i mieszkańców Unii Europejskiej') et qui a aussi été conduit au moment de la publication du rapport Pologne-France, en Suisse, en Autriche, en Allemagne et Espagne.

française de l'Union européenne, au second semestre de l'année 2000. Sont présentées les images que les Français ont de la Pologne et des Polonais, les Polonais de la France et des Français, ainsi que les auto-stéréotypes respectifs, avec un recours au différentiel sémantique¹³⁷.

Des séances d'observation que nous avons réalisées lors de quatre rencontres de jeunes Français, Allemands et Polonais, entre 2008 et 2012, ont également permis de retrouver différents auto-stéréotypes déjà observés chez les Polonais, mais aussi d'en repérer d'autres qui entrent en jeu dans une communication interculturelle naturelle¹³⁸. Une activité, organisée lors de chaque rencontre par des animateurs interculturels, a particulièrement favorisé l'expression des stéréotypes nationaux et européens. Il s'agissait d'une réflexion puis d'une présentation des jeunes autour de la question suivante : « Comment te représentes-tu : un Polonais typique, un Allemand typique, un Français typique et enfin un Européen typique ? ». Le but de cette démarche était de favoriser la confrontation et le dépassement de certains stéréotypes chez les jeunes des trois pays. Répartis par groupes nationaux, ils devaient décrire (voire dessiner) ce qu'étaient pour eux ces personnages stéréotypiques, sur des pancartes mises à leur disposition. Nous avons pour notre part retranscrit et répertorié les divers stéréotypes exprimés par les différents groupes de jeunes Polonais, lors des quatre séjours. Le nombre de ces jeunes étant relativement limité (une dizaine de jeunes Polonais pour chacune des 4 rencontres, soit une quarantaine de jeunes au total) nous avons conscience de la faible représentativité de cet échantillon. Cependant, ce travail d'observation a constitué une première phase d'orientation à l'enquête que nous avons menée pour aborder la compréhension des quatre gentilés (Viviand 2011a) et il s'avère que les caractéristiques stéréotypiques repérées font fortement écho aux résultats des travaux que nous venons de lister.

Avec ces observations et les différentes données d'enquête des travaux précités, nous avons pu dresser différents portraits-types du Polonais dans la pensée des Polonais, qui font ou ont pu faire partie de la

¹³⁷ Cette méthode, mise à jour par le psychologue Charles E. Osgood, permet de recueillir l'opinion des enquêtés au moyen d'une échelle bipolaire. Les enquêtés indiquent leur position par rapport à leur degré d'attribution d'expressions antinomiques à un objet/sujet. Par ex., imaginons qu'un chercheur s'intéresse aux représentations du Français par les Polonais : le répondant polonais peut avoir à indiquer si *le Français est très ouvert/ouvert/ni ouvert ni fermé/fermé/très fermé*. Et ainsi de suite avec d'autres paires d'expressions antinomiques. On peut au final obtenir avec les données d'enquête une représentation graphique des différentes connotations que les locuteurs polonais associent au mot *Français* et plus largement de l'opinion que les Polonais ont des Français.

¹³⁸ Chacune de ces quatre rencontres franco-germano-polonaises s'est déroulée pendant deux semaines, en France, en Allemagne et/ou en Pologne. Elles étaient organisées par des associations actant pour une meilleure compréhension des peuples d'Europe, telles que AZS-MCSM (Wrocław, Pologne), Interkulturelles Netzwerk e.V. (Berlin, Allemagne), Gwennili (Quimper, France) et le Passe Muraille (Montpellier, France), que nous remercions ici pour l'accès qu'elles nous ont donné à leurs ressources documentaires et à leurs rapports de rencontres interculturelles. Ces associations organisent des projets interculturels, soutenus ici principalement par la Commission européenne (Programme Européen Jeunesse en Action) ou des organismes tels que l'OFAJ (Office Franco-Allemand pour la Jeunesse) ou l'OGPJ (Office Germano-Polonais pour la Jeunesse). Les animateurs interculturels y invitent les participants à reconnaître l'autre dans sa spécificité, à mieux comprendre les différentes appartenances culturelles et à questionner les représentations qu'ils en ont, au travers de programmes très diversifiés. Il s'agissait, dans le cas de nos quatre séjours d'observation, de rencontres sportives ou de chantiers qui réunissaient des jeunes Polonais, Allemands et Français de profils très différents et dont la situation sociale, financière ou encore géographique ne favorisait pas la connaissance d'autres cultures européennes.

compréhension du gentilé *Polacy* durant ces quarante dernières années.

- **Le Polonais-patriote.**

L'expression de l'attachement à la patrie dans les descriptions que font les Polonais du Polonais typique (Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2009, 2010, Roguska 2011) nous permet de dresser le portrait du *Polonais-patriote*. D'après Bartmiński, les jeunes Polonais décrivent en 1990 le *vrai* Polonais comme un patriote, avant tout autre caractéristique (le portrait du *Polonais-patriote* est évoqué dans un total de 18,47% des réponses à la question suivante : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Polonais ? »¹³⁹) (Bartmiński 2006: 14, 360). Les jeunes accentuent principalement le *patriotisme*¹⁴⁰ (dans 10,55% des réponses) ainsi que *l'amour et l'attachement pour la patrie*¹⁴¹ (4,62%) (Bartmiński 2006: 360). Ces caractéristiques, associées à l'attachement au *pays*¹⁴² (2,20%) et à *l'engagement*¹⁴³ citoyen (1,10%) (Bartmiński 2006: 360-362), forment d'après Bartmiński ce portrait du *Polonais-patriote*¹⁴⁴, figé dans la tradition polonaise (Bartmiński 2006: 365). En 2000, les jeunes Polonais attribuent encore plus souvent au *vrai* Polonais les qualités du *Polonais-patriote* (portrait évoqué cette fois dans un total de 30,37% des réponses). Il est associé au *patriotisme*¹⁴⁵ (16,81%), à *l'appartenance au pays*¹⁴⁶ (1,47%), à *l'amour/l'attachement à la patrie*¹⁴⁷ (4,13%) ainsi qu'à l'attachement à *l'État*¹⁴⁸ (1,18%) ce à quoi nous ajoutons encore l'attachement au *pays*¹⁴⁹ (6,78%) (Bartmiński 2006: 362-364). Roguska a également analysé les réponses de Polonais interrogés de 1992 à 2011 sur leur attribution ou non du patriotisme à leurs compatriotes. D'après l'enquête, le Polonais typique conserverait de manière assez stable dans l'opinion publique le patriotisme, que Roguska considère comme constitutive de l'identité nationale polonaise (les répondants admettent que le Polonais est *patriote*¹⁵⁰ pour 73% d'entre eux en 1992 et pour 76% en 2011) (Roguska 2011: 3). La figure de ce *Polonais-patriote* est apparue aussi lors de deux rencontres interculturelles auxquelles nous avons assisté en 2009 et 2010. Les jeunes Polonais ont inscrit les deux fois sur la pancarte de leur stéréotype du Polonais : *c'est un patriote*¹⁵¹ (AZS-MCSM 2009, 2010).

¹³⁹ « Co według ciebie stanowi o istocie prawdziwego Polaka ? »

¹⁴⁰ « patriotyzm »

¹⁴¹ « umiłowanie/przywiązanie do ojczyzny »

¹⁴² « kraj »

¹⁴³ « zaangażowanie »

¹⁴⁴ « Polak-patriota »

¹⁴⁵ « patriotyzm »

¹⁴⁶ « przynależność do kraju »

¹⁴⁷ « umiłowanie/przywiązanie do ojczyzny »

¹⁴⁸ « państwo »

¹⁴⁹ « kraj ». L'auteur avait associé l'attachement au pays à la figure du *Polonais-patriote* pour les résultats de 1990 mais il l'a associé au *Polonais-traditionaliste* en 2000.

¹⁵⁰ « patriotyczny »

¹⁵¹ « patriota »

- **Le Polonais-accueillant**

Les Polonais attribuent de manière récurrente le sens de l'accueil au Polonais typique (Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008b, AZS-MCSM 2009), ce qui évoque un portrait du *Polonais-accueillant*. En 1990, ce portrait est évoqué par l'attribution au *vrai* Polonais du *sens de l'accueil*¹⁵² (dans 3,08% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Polonais ? »¹⁵³) (Bartmiński 2006: 14, 360), de même qu'en 2000 (dans 2,36% des réponses) (Bartmiński 2006: 14, 363). La figure du *Polonais-accueillant* est aussi revenue dans les descriptions des jeunes Polonais, lors de deux rencontres interculturelles en 2008 et 2009 auxquelles nous avons assisté. D'après eux, le Polonais typique a *le sens de l'accueil*¹⁵⁴ (AZS-MCSM 2009), c'est quelqu'un d'*accueillant*¹⁵⁵ (Interkulturelles Netzwerk 2008b).

- **Le Polonais-héros**

D'après Bartmiński, un autre ensemble de traits typiques est repéré en 1990 dans l'enquête ASA, permettant de dresser cette fois le portrait du *Polonais-héros*¹⁵⁶ (Bartmiński 2006: 365). Les jeunes lui attribuent des caractéristiques telles que *le romantisme*¹⁵⁷ (dans 1,98% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Polonais ? »¹⁵⁸) (Bartmiński 2006: 14, 360), *la fierté nationale*¹⁵⁹ (1,98%) et *le courage*¹⁶⁰ (1,54%), qui sont souvent mentionnées (Bartmiński 2006: 360-361). La figure du héros polonais est aussi renforcée par l'attribution de *la fidélité*¹⁶¹ envers les idéaux (1,32%), *l'honneur*¹⁶² (1,32%), *la foi*¹⁶³ (1,10%), *la sincérité*¹⁶⁴ (1,10%), *l'héroïsme*¹⁶⁵ (1,10%), *la bravoure*¹⁶⁶ (0,88%), l'attachement à *la liberté*¹⁶⁷ (0,88%), caractéristiques auxquelles nous pouvons aussi ajouter *la disposition au sacrifice*¹⁶⁸ (1,54%) (Bartmiński 2006: 361-362). Selon l'auteur, le portrait du *Polonais-héros* diminue fortement en 2000, avec une baisse voire une disparition de ces caractéristiques dans les réponses. En rendant compte de l'attribution de ces caractéristiques non plus en pourcentage de réponses mais en nombre d'occurrences, *le romantisme* passe de 9 à 2 occurrences, *la fierté nationale* de 9 à 3, *la fidélité* aux idéaux de 6 à 1, *l'honneur* de 6 à 5, *la foi* de 5 à 4, *la sincérité* de 5 à 2, *l'héroïsme* de 4 à 1, *le courage* de 7 à 0 et *la bravoure* de 4 à 0 (Bartmiński 2006:

152 « gościnnosc »
153 « Co według ciebie stanowi o istocie prawdziwego Polaka ? »
154 « gościnnosc »
155 « gościnnie »
156 « Polak-bohater »
157 « romantyzm »
158 « Co według ciebie stanowi o istocie prawdziwego Polaka ? »
159 « duma narodowa »
160 « odwaga »
161 « wierność »
162 « honor »
163 « wiara »
164 « uczciwość »
165 « bohaterstwo »
166 « waleczność »
167 « wolność »
168 « gotowość do poświęceń »

366). Roguska repère aussi la sincérité comme caractéristique relativement constante attribuée par les Polonais, tout âge confondu, au Polonais typique : il est *sincère*¹⁶⁹ pour 47% des répondants en 1992 et pour 51% en 2011 (Roguska 2011: 11-12). Nous avons également retrouvé la figure du *Polonais-héros* en 2008 et 2010 lors de deux rencontres interculturelles auxquelles nous avons assisté. Les jeunes Polonais ont décrit le Polonais typique comme appartenant à une *nation élue et torturée*¹⁷⁰ (Interkulturelles Netzwerk 2008a). Il *a le sens de l'honneur*¹⁷¹ (Interkulturelles Netzwerk 2008b) et *la capacité de s'unir*¹⁷² (AZS-MCSM 2010).

• **Le Polonais-travailleur**

Les multiples associations du Polonais au travail (Warchala 2001, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2009, Roguska 2011) nous permettent aussi de dresser le portrait du *Polonais-travailleur*. Le rapport au travail du *vrai* Polonais est cependant décrit par les jeunes Polonais, d'après Bartmiński, de manière très contrastée en 1990 (Bartmiński 2006: 365). Le Polonais est présenté autant comme une personne manifestant de *la diligence*¹⁷³ (d'après 0,88% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Polonais ? »¹⁷⁴) (Bartmiński 2006: 14, 362), et effectuant *un bon travail*¹⁷⁵ (d'après 2,86% des réponses), que comme une personne faisant preuve de *paresse*¹⁷⁶ (1,76%) et d'*une faible diligence*¹⁷⁷ (1,10%) (Bartmiński 2006: 360-361). Bartmiński émet l'hypothèse que l'attitude positive du Polonais par rapport au travail relèverait peut-être davantage du postulat et que son manque de diligence ferait au contraire plutôt l'objet d'un constat (Bartmiński 2006: 365). Roguska affirme comme Bartmiński qu'au début des années 1990 les Polonais ne perçoivent pas le Polonais typique comme une personne particulièrement diligente, d'après l'enquête intitulée « Problèmes et événements actuels » puisque la qualité de son travail est appréciée assez moyennement en 1992 : *il travaille bien*¹⁷⁸ pour 47% des répondants (Roguska 2011: 9). Mais cette appréciation a beaucoup évolué durant les années postcommunistes et ils sont très nombreux à reconnaître le Polonais comme un bon travailleur en 2011 : *il travaille bien* pour 81% des répondants en 2011 (Roguska 2011: 9). Il en est de même pour la perception du travail qu'aurait le Polonais typique. Pour les Polonais, il *a du respect pour le travail*¹⁷⁹ selon 50% en 1992 puis selon 79% en 2011 (Roguska 2011: 9). Wachala repère également une forte emprunte de la diligence dans l'auto-stéréotype polonais, toute classe d'âge

169

« uczciwy »

170

« Naród wybrany i umęczony »

171

« honorowy »

172

« umiejętność jednoczenia się »

173

« pracowitość »

174

« Co według ciebie stanowi o istocie prawdziwego Polaka ? »

175

« dobra praca »

176

« lenistwo »

177

« mała pracowitość »

178

« dobrze pracuje »

179

« szanuje pracę »

confondue, dans l'enquête qu'il a publiée en 2001 : le Polonais est *travailleur*¹⁸⁰ d'après 45% des répondants¹⁸¹ (Warchala 2001: 27). Ces évolutions positives d'une représentation du Polonais travailleur vont de paire avec un succès croissant que rencontrerait le Polonais, puisqu'*il connaît le succès dans la vie*¹⁸² pour 42% des répondants en 1992 et pour 56% en 2011 (Roguska 2011:8). La figure du *Polonais-travailleur* a de même trouvé des échos lors d'une rencontre interculturelle de 2009 à laquelle nous avons assisté. Le Polonais typique est qualifié par les jeunes Polonais de *travailleur*¹⁸³ (AZS-MCSM 2009). Sur aucune des rencontres n'est apparu le portrait du *Polonais-paresseux*, qui contrastait précédemment avec l'expression de sa diligence.

• Le Polonais-insouciant

D'après nous, un autre ensemble de traits typiques tels que l'abus de l'alcool, les combines et le sens du divertissement (Warchala 2001, Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, 2008b, AZS-MCSM 2009, 2010, Roguska 2011) permet de dresser le portrait du *Polonais-insouciant*. En 1990, d'après Bartmiński, les jeunes Polonais mettent en avant *l'alcool*¹⁸⁴ comme caractéristique du *vrai* Polonais (dans 1,54% des réponses à la question suivante : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Polonais ? »¹⁸⁵) (Bartmiński 2006: 14, 361). En 2001, Warchala constate que cette caractéristique est même la deuxième la plus souvent attribuée au Polonais par les Polonais (après la religiosité) avec 65% des répondants reconnaissant qu'*il abuse de l'alcool*¹⁸⁶ (Warchala 2001: 27)¹⁸⁷. Lors de deux rencontres interculturelles auxquelles nous avons assisté en 2008 et 2010, l'alcool tient aussi une place importante dans la vie du Polonais typique d'après les jeunes Polonais : *il boit beaucoup*¹⁸⁸ (AZS-MCSM 2009), c'est *un buveur*¹⁸⁹ (AZS-MCSM 2010), voire *un alcoolique*¹⁹⁰ (Interkulturelles Netzwerk 2008b) qui *tient bien l'alcool*¹⁹¹ (AZS-MCSM 2010).

Et le Polonais typique semble aimer non seulement l'alcool mais aussi les combines. D'après Bartmiński, les jeunes Polonais mettent en avant en 1990 *la débrouillardise*¹⁹² comme caractéristique du *vrai* Polonais (dans 0,88% des réponses) (Bartmiński 2006: 362). Les réalités de la vie polonaise des années 80 ont aussi, d'après le linguiste, contribué à l'attribution de l'inclination au *commerce*¹⁹³

¹⁸⁰ « pracowity »

¹⁸¹ Sur une échelle commençant à 1 avec l'expression *travailleur* et terminant à 5 avec l'expression *paresseux* : 1=21 % ; 2= 24% ; 3= 33% ; 4=14% et 5=8%.

¹⁸² « dąży do osiągnięcia sukcesu w życiu »

¹⁸³ « pracowity »

¹⁸⁴ « alkohol »

¹⁸⁵ « Co według ciebie stanowi o istocie prawdziwego Polaka ? »

¹⁸⁶ « nadużywają alkoholu »

¹⁸⁷ Sur une échelle commençant à 1 avec l'expression *il n'abuse pas de l'alcool* et terminant à 5 avec l'expression *il abuse de l'alcool* : 1=5% ; 2=8% ; 3=22% ; 4=32% et 5=33 %.

¹⁸⁸ « dużo pije »

¹⁸⁹ « pijak »

¹⁹⁰ « alkoholik »

¹⁹¹ « mocna głowa », expression figée qui se traduit littéralement par : « la tête dure »

¹⁹² « zaradność »

¹⁹³ « handel »

(1,10%) (Bartmiński 2006: 361), en particulier au commerce illégal avec l'étranger et à l'étranger, comme l'indique notamment la réponse : « Le Polonais d'aujourd'hui : il est identifié à une personne marchandant des produits en tout genre en dehors des frontières du pays »¹⁹⁴ (Bartmiński 2006: 365). Dans les réponses de l'enquête, l'auteur note également des occurrences uniques de caractéristiques telles que *la combine*, *l'inclination pour les solutions faciles*, *l'insouciance*, *le manque de professionnalisme*, *la désorganisation*¹⁹⁵ (Bartmiński 2006: 365). Cet ensemble de traits participent aussi, d'après Bartmiński, à ce qu'on appelle familièrement en Pologne le *Polonais-combinard*¹⁹⁶ (Bartmiński 2006: 365). Le portrait du *Polonais-combinard* ne s'est pourtant plus manifesté dans les résultats de l'enquête menée en 2000, ce que Bartmiński explique par l'obtention d'une pleine liberté d'action des Polonais sur le plan économique ainsi que « la suppression d'une illégalité ou d'une semi-légalité stigmatisante »¹⁹⁷, que connoteraient les mots polonais *kombinować* ('magouiller') et *kombinator* ('un combinard') (Bartmiński 2006: 366). Pourtant la débrouillardise et les combines reviennent comme caractéristiques attribuées par les Polonais à leur auto-stéréotype, dans d'autres enquêtes réalisées dans les années 2000. Roguska affirme que la perception de cet esprit débrouillard aurait même augmenté avec les années d'après ces derniers, tout âge confondu : il est *débrouillard*¹⁹⁸ pour 64% des répondants en 1992 et pour 79% en 2011 (Roguska 2011: 10). La débrouillardise est aussi très présente dans l'esprit des jeunes que nous avons rencontrés lors de rencontres interculturelles en 2008, 2009 et 2010. Le Polonais est pour eux une personne débrouillarde : *le Polonais sait faire* !¹⁹⁹ (AZS-MCSM 2009) ; on retrouve aussi une expression figée équivalente en langue polonaise : *des mains en or*²⁰⁰ (Interkulturelles Netzwerk 2008b), qui revient lors d'une autre rencontre : *des mains en or – le Polonais sait faire*²⁰¹ (AZS-MCSM 2010). Le Polonais *sait se débrouiller dans la vie et il se tire de chaque situation difficile*²⁰² (AZS-MCSM 2010). Il peut même être *combinard et voleur*²⁰³ (AZS-MCSM 2009). Selon nous, cette insouciance du Polonais se retrouve encore dans les descriptions de son sens du divertissement : *il aime s'amuser*²⁰⁴ (Interkulturelles Netzwerk 2008a), *il sait s'amuser*²⁰⁵ (AZS-MCSM 2010).

¹⁹⁴ « dzisiejszy Polak – utożsamiany jest z człowiekiem handlującym różnorakim towarem poza granicami kraju »

¹⁹⁵ « kombinatorstwo, skłonność do ławizny, brawur[a], brak profesjonalizmu, niezorganizowanie »

¹⁹⁶ « Polak-kombinator »

¹⁹⁷ « zdjęci[e] [...] piętna nielegalności czy półlegalności »

¹⁹⁸ « zaradny »

¹⁹⁹ « Polak potrafi ! »

²⁰⁰ « złota rączka » (la traduction littérale est « une main en or »)

²⁰¹ « złota rączka – Polak potrafi »

²⁰² « umie się ustawić w życiu », « wyjdzie z każdej sytuacji »

²⁰³ « kombinator », « złodziej »

²⁰⁴ « lubi się bawić »

²⁰⁵ « umie się bawić »

- **Le Polonais-traditionaliste**

L'attachement à la tradition et à l'histoire, attribué de manière récurrente au Polonais (Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2009) nous conduit au portrait du *Polonais-traditionaliste*. Bartmiński remarque en 1990 l'importance de la tradition dans la description du *vrai* Polonais par les jeunes. *La religiosité*²⁰⁶ (dans 0,88% des réponses) et *la foi*²⁰⁷ (1,10%) sont moins souvent mentionnées par les jeunes Polonais que *l'attachement à la tradition*²⁰⁸ (2,64%) et l'intérêt pour *l'histoire*²⁰⁹ (1,76%), comme caractéristique du *vrai* Polonais (Bartmiński 2006: 360-366). Un tel constat peut en effet étonner, puisque les Polonais ont toujours mis en avant l'attachement au catholicisme de leur nation. La Pologne, qui s'est formée sous l'influence de l'Église, avec le baptême romain de 963, a toujours lié jusqu'à aujourd'hui son identité à sa religion. Les figures nationales qui ont marqué l'histoire contemporaine par leur lutte contre le régime communiste sont elles-mêmes liées étroitement au catholicisme (Jean Paul II, Lech Walesa, etc.). En 2000, l'auteur regroupe l'attachement au *pays*²¹⁰ (6,78%) avec l'attachement à *l'histoire*²¹¹ (6,49%), le respect pour *la tradition*²¹² (3,83%), des caractéristiques qui relèvent selon lui également du *portrait du traditionaliste*²¹³ (Bartmiński 2006: 362-366). De cette façon, la dimension traditionaliste de l'auto-stéréotype polonais apparaît nettement plus marquée en 2000 (avec un total de 17,10%), qu'en 1990 (6,60%) (Bartmiński 2006: 360-366). Lors de rencontres interculturelles auxquelles nous avons assisté en 2008 et en 2009, les jeunes Polonais associent aussi l'attachement à la tradition au Polonais typique. C'est d'après eux *un traditionaliste*²¹⁴ (Interkulturelles Netzwerk 2008a), il a *un pays avec des traditions*²¹⁵ (AZS-MCSM 2009).

- **Le Polonais lié à sa culture et à sa nation**

Le Polonais typique est aussi associé à sa culture et à sa nation (Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2010). Bartmiński observe d'ailleurs entre 1990 et 2000 un accroissement de cette association. En 2000 la dimension culturelle caractérisée par *la langue et la culture*²¹⁶ est accentuée dans la description du *vrai* Polonais (ces deux traits apparaissent dans un total de 2,42% des réponses en 1990 et de 5,30% en 2000) (Bartmiński 2006: 361, 363). Lors des rencontres interculturelles auxquelles nous avons assisté, la dimension culturelle du Polonais est apparue sous l'angle de la culture alimentaire que les jeunes ont évoquée. D'après eux, le Polonais a

206 « religijność »
207 « wiara »
208 « przywiązanie do tradycji »
209 « historia »
210 « kraj »
211 « historia »
212 « tradycja »
213 « syndrom tradycjonalisty »
214 « tradycjonalista »
215 « kraj z tradycjami »
216 « język », « kultura »

une remarquable cuisine traditionnelle, campagnarde – bigos, porc, żurek (type de soupe), pierogi (sorte de raviolis)²¹⁷ (AZS-MCSM 2010), des plats qui sont encore mis en avant lors d'une autre rencontre avec pierogi, bigos, barszcz²¹⁸ (Interkulturelles Netzwerk 2008a). En comparant les résultats de l'enquête ASA de 1990 et de 2000, Bartmiński affirme que la dimension culturelle du Polonais typique prévaut toujours sur sa dimension nationale d'après les jeunes (Bartmiński 2006: 365). La dimension nationale a cependant pris de l'ampleur, comme la dimension culturelle dans les réponses de 2000, avec l'accentuation de caractéristiques attribuées au vrai Polonais, telles que la fierté nationale²¹⁹ en 1990, puis l'attachement à la nationalité²²⁰ et le maintien de l'identité nationale²²¹ en 2000 (dans un total de 1,98% des réponses en 1990 et de 3,83% en 2000) (Bartmiński 2006: 360, 363-364).

• Le Polonais aux valeurs religieuses et familiales

L'attachement à la famille et surtout à la religion reviennent dans les descriptions que font les Polonais de leur auto-stéréotype (Warchala 2001, Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, 2008b, AZS-MCSM 2009, Roguska 2011). Bartmiński rend compte de la dimension religieuse du stéréotype polonais en 1990, une dimension qui a pris de l'importance chez les jeunes Polonais, d'après lui, en 2000 : la religion²²² et la foi²²³ sont accentuées dans les descriptions que font les jeunes du vrai Polonais (ces caractéristiques sont évoquées dans 1,98% des réponses en 1990 et dans 2,95% des réponses en 2000) (Bartmiński 2006: 361-364). Selon le rapport d'enquête de 2001 publié par Warchala, les Polonais (toute tranche d'âge comprise) perçoivent même avant tout le Polonais typique comme religieux²²⁴ (d'après 71% des répondants)²²⁵ (Warchala 2001: 27). Roguska observe aussi que durant les 20 années de changements ayant fait suite à la chute du régime communiste, le Polonais typique maintient dans l'opinion publique comme caractéristique la religiosité (qui est aussi reconnue par la chercheuse comme l'une des caractéristiques constitutives de l'identité nationale polonaise). Cependant, elle constate au contraire de Bartmiński que l'attribution de cette caractéristique est en légère baisse : le Polonais est religieux²²⁶ pour 89% des répondants en 1992 et pour 83% en 2011 (Roguska 2011: 3). La religion est aussi mise en avant lors de rencontres interculturelles en 2008 et 2009 auxquelles nous avons assisté : d'après les jeunes Polonais, l'Eglise²²⁷ (AZS-MCSM 2009) et la

²¹⁷ « staropolska, wiejska, znakomita kuchnia – bigos, schabowy, żurek, pierogi »

²¹⁸ « pierogi, bigos, barszcz » : noms de plats polonais, R2008a

²¹⁹ « дума narodowa »

²²⁰ « narodowość »

²²¹ « tożsamość narodowa »

²²² « religijność »

²²³ « wiara »

²²⁴ « religijny »

²²⁵ Sur une échelle commençant à 1 avec l'expression *religieux* et terminant à 5 avec l'expression *irreligieux* : 1=37% ; 2=34% ; 3=22% ; 4=6% et 5=1 %.

²²⁶ « religijny »

²²⁷ « Kościół »

*religiosité*²²⁸ (Interkulturelles Netzwerk 2008b) sont essentielles pour le Polonais typique, qui est *croyant*²²⁹ (Interkulturelles Netzwerk 2008a).

L'attachement à la famille est, ainsi que l'attachement à la religion, reconnu par Roguska comme l'une des caractéristiques constitutives de l'identité nationale polonaise. Selon elle, les valeurs familiales sont pourtant comme les valeurs religieuses en légère baisse depuis la chute du régime communiste : *la famille est plus importante pour [le Polonais]*²³⁰ que le travail selon 70% des répondant en 1992 et selon 63% en 2011 (Roguska 2011: 4). Malgré cette baisse, la famille reste cependant bien présente dans les représentations du Polonais typique partagées par les jeunes, comme le confirment ses descriptions lors d'une rencontre interculturelle de 2009 à laquelle nous avons assisté, où il est présenté comme *attaché à la famille*²³¹ (AZS-MCSM 2009).

- **Le Polonais vivant dans de meilleures conditions qu'avant**

Roguska observe dans l'enquête « Problèmes et événements actuels » un changement de tendance majeur en 2011 dans l'appréciation des caractéristiques associées à l'auto-stéréotype polonais : pour la première fois depuis que l'enquête est réalisée (1992), les Polonais estiment que le représentant typique de leur pays *vit [davantage] dans de bonnes conditions*²³² que dans de *mauvaises*²³³ (40% contre 36% – le reste des répondants 'ne se prononçant pas'²³⁴) (Roguska 2011: 2). Le changement est considérable par rapport à l'année 1992, où selon seulement 75%, un Polonais typique vivait, d'après les répondants, dans de mauvaises conditions (et 13% dans de bonnes) (Roguska 2011: 2). Parallèlement à ces évolutions des représentations, le Polonais vivrait tout de même toujours *de manière modeste*²³⁵ (selon 67% en 1992 comme en 2011) mais il sait mieux économiser son argent (il est *économe*²³⁶ selon 41% en 1992 et 56% en 2011) (Roguska 2011: 2, 10). Lors d'une rencontre interculturelle de 2009 à laquelle nous avons assisté, les jeunes Polonais indiquent aussi que le Polonais typique perçoit *un bas salaire*²³⁷ (AZS-MCSM 2009).

- **Le Polonais-au-bon-cœur**

D'autres caractéristiques de type social (Warchala 2001, Roguska 2011) nous permettent de dresser le portrait du *Polonais-au-bon-cœur*. Le Polonais typique porte un regard relativement constant de 1992 à 2011 pour ce qui est de son rapport à l'autre, d'après Roguska (2011 : 5, 11-12). Peu de changements

228 « religijność »
229 « wierzący »
230 « ważniejsza jest dla [Polaka] rodzina »
231 « rodzinny »
232 « żyje w dobrych warunkach »
233 « żyje w złych warunkach »
234 « trudno powiedzieć »
235 « żyje skromnie »
236 « oszczędny »
237 « małe zarobki »

sont envisagés en ce qui concerne la vision de sa bienveillance - il est *bienveillant*²³⁸ (pour 61% en 1992 et 59% en 2011), et la vision de son ouverture à l'autre - il est *ouvert aux autres*²³⁹ (pour 55% en 1992 comme en 2011). On observe aussi des évolutions positives dans la perception de ses qualités sociales. Il aiderait davantage les autres : *il aide les autres*²⁴⁰ selon 50% en 1992 et 57% en 2011, et s'associerait davantage aux autres : *il s'unit et fonctionne avec les autres*²⁴¹ selon 62% en 1992 et 83% en 2011 (Roguska 2011: 5). Wachala, dans l'enquête qu'il a publiée en 2001, note aussi l'attribution de la gentillesse à l'auto-stéréotype polonais : il est *gentil*²⁴² d'après 44% des répondants (Warchala 2001: 27)²⁴³.

- **Le Polonais nouvellement instruit, civilisé et sûr de lui**

Un certain niveau d'instruction et de civilisation, ainsi que la confiance en soi, sont attribués de manière assez récente au Polonais typique (Warchala 2001, Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2009, Roguska 2011). D'après Roguska, une évolution positive de l'auto-stéréotype polonais est notable quant à son rapport à lui-même de 1992 à 2000 : il serait plus *sûr de lui*²⁴⁴ (le Polonais est 'sûr de lui' selon seulement 31% des répondants en 1992 et selon 54% en 2011) (Roguska 2011: 6). Sur le plan de l'instruction, l'auto-stéréotype polonais s'améliore également : le Polonais est perçu comme plus *instruit*²⁴⁵ (il est 'instruit' selon 58% des répondants en 1992 et selon 72% en 2011). L'instruction revient aussi comme caractéristique attribuée au Polonais typique par les Polonais, tout âge confondu, d'après l'enquête publiée en 2001 par Wachala (le Polonais est 'instruit'²⁴⁶ selon 41% des répondants)²⁴⁷ (Warchala 2001: 27). Lors d'une rencontre interculturelle de 2009 à laquelle nous avons assisté, le contraste entre le niveau d'instruction des jeunes Polonais et des Polonais plus âgés est aussi mis en avant. Les Polonais sont décrits par les jeunes comme *peu instruits* mais avec la précision suivante (précédée d'un tiret) : *les plus âgés*²⁴⁸ (AZS-MCSM 2009). Les connaissances des Polonais sont aussi soulignées lors d'une rencontre interculturelle de 2008 avec l'expression : *une personne qui sait tout sur tout*²⁴⁹ (Interkulturelles Netzwerk 2008a).

Roguska remarque en parallèle une évolution positive du savoir-vivre/savoir-être du Polonais typique d'après les Polonais, tout âge confondu. C'est une personne selon eux plus *civilisé[e]* ('ayant plus de

²³⁸ « życzliwy »

²³⁹ « otwarty na innych »

²⁴⁰ « pomaga innym »

²⁴¹ « w trudnych sytuacjach jednoczy się i działa razem z innymi »

²⁴² « życzliwy »

²⁴³ Sur une échelle commençant à 1 avec l'expression *gentil* et terminant à 5 avec l'expression *méchant* : 1=19% ; 2=25% ; 3=31% ; 4=18% et 5=7 %.

²⁴⁴ « pewny siebie »

²⁴⁵ « wykształcony »

²⁴⁶ « wykształcony »

²⁴⁷ Sur une échelle commençant à 1 avec l'expression *instruit* et terminant à 5 avec l'expression *sans instruction* : 1=12% ; 2=29% ; 3=45% ; 4=12% et 5=2%.

²⁴⁸ « słabo wykształceni – starsi »

²⁴⁹ « wszystkowiedzący »

savoir-vivre')²⁵⁰ en 2011 qu'en 1992 : il est *civilisé* selon 47% en 1992 et selon 59% en 2011 (Roguska 2011: 7). Pourtant les jeunes que nous avons rencontrés lors d'une rencontre interculturelle en 2009 ont rendu compte d'un manque de savoir-vivre du Polonais typique à l'étranger : d'après eux, c'est une personne *peu civilisé[e]* ('ayant peu de savoir vivre') *à l'étranger*²⁵¹ (AZS-MCSM 2009).

- **Le Polonais oscillant entre tolérance et intolérance**

Le Polonais apparaît dans l'enquête publiée par Wachala en 2001 comme ayant un rapport assez ambivalent à l'altérité (pour les Polonais, tout âge confondu) : le Polonais est qualifié de *tolérant*²⁵² par 35% des répondants et d'*intolérant*²⁵³ par 33% (Warchala 2001: 27)²⁵⁴. Les jeunes que nous avons rencontrés lors d'une rencontre interculturelle de 2008 dépeignent aussi le rapport à l'altérité du Polonais typique comme contrasté, insistant lors d'une rencontre sur le fait qu'il fait preuve d'*ouverture d'esprit*²⁵⁵ (Interkulturelles Netzwerk 2008a) et lors d'autres rencontres sur le fait qu'il est *méfiant vis-à-vis des étrangers*²⁵⁶ (AZS-MCSM 2009) et qu'il fait preuve d'*un manque de tolérance*²⁵⁷ (Interkulturelles Netzwerk 2008b).

- **La belle Polonaise**

Un autre portrait du Polonais typique ressort nettement des descriptions des jeunes Polonais lors des rencontres interculturelles : celui de *la belle Polonaise* (Viviand 2011a). On observe des descriptions d'ordre physique, qui se rapportent uniquement à la Polonaise typique : les jeunes Polonais, avec ici des porte-paroles essentiellement de sexe masculin, font une présentation très élogieuse de la femme polonaise. Elle est qualifiée de *jolie*²⁵⁸, *belle*²⁵⁹, voire *la plus belle femme d'Europe*²⁶⁰ - ce qu'ils ne manquent pas de mettre en avant devant leurs collègues français et allemands.

En plus de ces caractéristiques repérées et analysées, les chercheurs s'efforcent de rendre compte de la dimension positive ou négative des différentes caractéristiques attribuées au(x) Polonais, voire de l'évolution de la dimension positive ou négative de ces représentations (Warchala 2001, Bartmiński 2006 et Roguska 2011). D'après Bartmiński, l'ensemble des caractéristiques auto-stéréotypiques évoquées par les jeunes Polonais en 1990 est principalement positif (67,25% des réponses désignent

²⁵⁰ « kulturalny »

²⁵¹ « mało kulturalny poza granicami kraju »

²⁵² « tolerancyjny »

²⁵³ « nietolerancyjny »

²⁵⁴ Sur une échelle commençant à 1 avec l'expression *tolérant* et terminant à 5 avec l'expression *intolérant* : 1=13% ; 2=22% ; 3=32% ; 4=21% et 5=12%.

²⁵⁵ « otwartość »

²⁵⁶ « nieufny wobec obcych »

²⁵⁷ « brak tolerancji »

²⁵⁸ « ładna »

²⁵⁹ « piękna »

²⁶⁰ « najpiękniejsza kobieta w Europie »

selon lui des traits favorables)²⁶¹. Parmi les caractéristiques positives, il classe tout ce qui relève de la sphère idéologique, c'est-à-dire : *le patriotisme, l'attachement à la Pologne, « la lutte pour votre liberté et la nôtre »*²⁶² – slogan polonais du Soulèvement de novembre 1831 contre le tsar russe, ainsi que *la haine du totalitarisme et l'idéalisme*²⁶³. Il considère aussi comme positifs les traits qui se rapportent à la sphère sociale : *le sens de l'accueil, la sociabilité, la tolérance, l'indépendance, la bienveillance, la socialisation, le fait de vivre en amitié avec les autres, l'aide des autres*²⁶⁴ et à la sphère éthique : *l'honneur*²⁶⁵. Les caractéristiques que Bartmiński présente comme négatives sont moins souvent évoquées (elles représenteraient 18,45% des réponses) mais elles sont plus diversifiées proportionnellement au nombre de réponses positives. Il s'agit de caractéristiques relatives aux conditions matérielles et sociales de l'existence : *la combine, la paresse, l'ivresse, le commerce illégal, le vol, les excès, l'insouciance, le souhait d'une vie facile, l'inclinaison vers les solutions faciles, la désorganisation, le manque de professionnalisme*²⁶⁶, de caractéristiques psychologiques : *l'impulsivité, un caractère querelleur, la vanité, la vantardise, l'insolence, la fierté, un caractère 'feu de paille', un caractère lunatique, l'insouciance*²⁶⁷, de caractéristiques sociales : *l'individualisme grandissant, l'indiscipline et le manque d'esprit pratique, une attitude dirigiste*²⁶⁸ mais aussi *la corruption, l'exagération de sa propre souffrance, l'attente d'un miracle et la loquacité*²⁶⁹.

L'évaluation du *vrai* Polonais, d'après Bartmiński, est plus positive en 2000 qu'en 1990 (avec, d'après le linguiste, 80% de réponses de type positif en 2000 pour 67,25% en 1990) : les jeunes Polonais semblent avoir une meilleure estime d'eux-mêmes et de leurs compatriotes. Parmi les caractéristiques de type négatif (4,72% d'après Bartmiński) que l'on retrouve encore en 2000, l'auteur compte principalement : *un romantisme malsain, une inclination pour l'alcool, le fait de se laisser diriger par les émotions*²⁷⁰ (les caractéristiques de type *neutre* représentaient aussi d'après lui un peu plus de 15% des réponses). Bien que Bartmiński observe chez les Polonais au tout début de ces années 2000 une amélioration de l'estime de soi et de ses compatriotes, Warchala nuance, dans le rapport d'enquête qu'il publie en 2001, la dimension positive du regard que les Polonais portent sur eux-mêmes et sur les leurs. Comme nous l'avons vu plus haut, d'après Warchala, les Polonais perçoivent le

²⁶¹ Bartmiński compte également parmi ces caractéristiques positives des occurrences plus rares - avec deux ou trois mentions seulement - que nous n'avons pas citées ci-dessus.

²⁶² « patriotyzm, więź z Polską, walka za wolność naszą i waszą »

²⁶³ « nienawiść do totalitaryzmu, idealizm » (Bartmiński 2006: 365)

²⁶⁴ « gościnność, towarzyskość, tolerancja, niezależność, życzliwość, uspołecznienie, życie w przyjaźni z ludźmi, pomoc innym » (Bartmiński 2006: 365)

²⁶⁵ « honor » (Bartmiński 2006: 365)

²⁶⁶ « kombinatorstwo, lenistwo, pijaństwo, pokątny handel, złodziejstwo, ekscesy, brawura, chęć do łatwego życia, pójście na łatwiznę, niezorganizowanie, brak profesjonalizmu » (Bartmiński 2006: 365)

²⁶⁷ « porywczność, kłótniowość, zazdrość, zarozumialstwo, chełpliwość, buta, pycha, słomiany zapał, uleganie nastrojom, lekkoduchostwo » (Bartmiński 2006: 365-366)

²⁶⁸ « wybujały indywidualizm, niezdiscyplinowanie i brak zmysłu praktycznego, zapędy wodzowskie » (Bartmiński 2006: 366)

²⁶⁹ « przekupstwo, wyolbrzymianie własnych cierpień, czekanie na cud, gadulstwo » (Bartmiński 2006: 366)

²⁷⁰ « niezdrowy romantyzm, skłonność do alkoholu, kierowanie się emocjami » (: 366)

Polonais typique comme travailleur et gentil – ce que Warchala considère comme une caractéristique positive, mais aussi comme abusant de l'alcool – caractéristique qu'il juge cette fois négative (Warchala 2001: 26). Warchala attire l'attention sur le fait que les Polonais se mésestiment à différents niveaux, en comparaison des Français (ces derniers formulent un auto-stéréotype bien plus positif) (Warchala 2001: 40-41). Les résultats de cette enquête mettraient même en évidence un « complexe d'infériorité identitaire » polonais, que les chercheuses Astrid Kufer et Isabelle Guinaudeau pointent du doigt lors d'une communication intitulée « Stéréotypes et sentiments de proximité. Les Anglais, les Allemands, les Français, les Polonais et leur perception des autres » (2007). L'auto-stéréotype relativement dévalorisé des Polonais contraste avec l'auto-stéréotype fortement valorisé des Français. Chez ces derniers, il ressort clairement d'après Kufer et Guinaudeau cinq caractéristiques dites stéréotypiques (c'est-à-dire cinq caractéristiques accordées par plus de 50% des répondants), et ces caractéristiques sont toutes positives. Comme le formulait Henri Tajfel, la valorisation de son groupe social est chez les individus une attitude classique, qui répond à des facteurs d'ordre cognitif et motivationnel (:1981) - quel que soit le groupe d'appartenance, l'endogroupe doit être perçu comme positivement différencié par rapport aux exogroupes pertinents. Dans l'auto-stéréotype du Polonais, d'après Kufer et Guinaudeau, le mécanisme de valorisation du groupe social n'y est que très partiel. Roguska (2011) observe tout de même, comme Bartmiński (2006), une évolution positive de l'auto-stéréotype polonais dans le courant des années 1990 (Roguska 2011 : 12). Elle constate que depuis la chute du régime communiste les Polonais ont été de plus en plus satisfaits d'eux et que leur estime de soi s'est renforcée. Cependant après cette période, les Polonais sont devenus plus critiques vis-à-vis d'eux-mêmes. Roguska émet l'hypothèse que ces changements négatifs de l'auto-stéréotype polonais (une baisse de l'ouverture d'esprit, de la gentillesse, de la culture) n'indiquent pas nécessairement un processus négatif réel qui se serait produit dans les attitudes des gens, mais le fait que les Polonais ont pris davantage conscience de leurs imperfections et de leurs éventuels manques (Roguska 2011 : 13).

3.3. COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *NIEMCY* PAR LES POLONAIS

Pour introduire notre état des recherches autour de la compréhension du gentilé *Niemcy* par les Polonais, il nous semble important de présenter un bref aperçu historique de l'évolution tourmentée des représentations des Allemands durant ces derniers siècles. Les liens historiques de l'Allemagne et de la Pologne ont certainement aujourd'hui encore un impact sur les manières dont les Polonais perçoivent leurs voisins. Aussi allons-nous présenter brièvement les représentations-types que les Polonais ont pu avoir des Allemands durant ces derniers siècles, d'après des travaux de type historique ou sociologique.

Selon l'ethnologue et sociologue Jan Stanisław Bystron (1935), il s'est tout d'abord formé dans la pensée polonaise au cours des siècles une image des Allemands comme individus d'origine, de culture,

de religion et de langue étrangères. Le nom *Niemiec* (l'Allemand) pouvait d'ailleurs autrefois désigner de manière très générale des individus provenant du nord ouest de l'Europe : il était parfois employé pour faire référence à un Hollandais, à un Suédois, à un Danois ou parfois même à un Anglais ou un Français (: 245). Le nom *Niemiec* trouve également son origine dans l'incompréhension de la langue allemande par les Slaves (: 250) - étymologiquement il signifie : « quelqu'un avec qui on ne peut pas se comprendre ». A partir de la période humaniste, on retrouve cependant un portrait de l'Allemand aux contours plus définis, derrière le nom qui le désigne.

• **L'Allemand évoquant réticence et mépris**

L'image de l'Allemand est, d'après Bystroń, depuis le XVIe-XVIIIe siècle, marquée par la réticence et le mépris, voire dans le meilleur des cas par une attitude neutre ou satirique. Ce portrait peu flatteur a été formé par la noblesse, la bourgeoisie et la paysannerie polonaises qui observent « avec haine [...] le succès de l'Allemand travailleur et économe »²⁷¹ (: 246). L'apparence physique des Allemands est présentée de manière satirique (verbale ou plastique), par la représentation corpulente d'un personnage aux gestes lents (: 247). Les Polonais ne manquent pas de faire des plaisanteries sur leurs vêtements étriqués, notamment sur leurs chausses, leurs chapeaux et leurs tresses. Leur mode étrangère aux Polonais ainsi que leur langue incompréhensible pour ces derniers contribuent, d'après l'auteur, à susciter un sentiment d'étrangeté. La période humaniste ne favorise pas non plus la popularité de la langue allemande, considérée alors comme « appropriée à la menace et l'insulte »²⁷² (: 251). Le mépris et la haine proviennent, selon Bystroń, d'une nette différenciation entre le mode de vie des Polonais et le mode de vie des Allemands, caractérisé par les économies, l'épargne et le calcul - d'où les proverbes: « Chez le Polonais l'Allemand aussi se nourrit, et chez l'Allemand pas même un chien »²⁷³ (: 250), ou encore : « Chez les Allemands, pas une mouche ne se nourrit »²⁷⁴ (: 250). Dans la littérature et les chansons populaires, la cuisine allemande est aussi raillée : on nomme les Allemands *Kartoflarze* (les mangeurs de patates) suite à la propagation de la pomme de terre dès le XVIIIème siècle par les colons allemands (: 257-258). Le mépris vient aussi d'après l'auteur de l'amplification de l'hérésie, le développement de croyances jugées moins bonnes que la croyance polonaise, catholique - d'où le proverbe : « Chaque allemand est un hérétique »²⁷⁵ (: 259). Les Polonais imaginent les Allemands mécréants, déformés, suscitant l'aversion - d'où le proverbe : « Mi-Allemand, mi-chèvre, mécréant de Dieu »²⁷⁶ (: 258). Bystroń constate que ces convictions sont à l'origine des représentations du diable en costume allemand, dès la fin du XVIIIe siècle, avec un frac étriqué le plus souvent rouge ou noir, ainsi qu'un chapeau triangulaire (: 263). Cette image est perpétuée dans le discours populaire

²⁷¹ « z nienawiścią [...] na sukcesy pracowitego i oszczędnego Niemca »

²⁷² « nadającym się do groźby czy wymyślań »

²⁷³ « Przy Polaku i Niemiec się pożywi, a przy Niemcu ani pies. »

²⁷⁴ « U Niemców ani mucha się nie pożywi. »

²⁷⁵ « Co Niemiec to heretyk. »

²⁷⁶ « Pół Niemca, pół kozy, niedowiarek Boży »

et littéraire, comme en atteste la ballade d'Adam Mickiewicz « Pani Twardowska »²⁷⁷, ainsi que le drame *Le cercle enchanté*²⁷⁸ du poète Lucjan Rydel. Bystrzeń, pour insister sur cette antipathie polonaise envers les Allemands, antipathie à la fois historique et contemporaine, cite pour terminer le proverbe polonais suivant : « Tant que le monde sera monde, l'Allemand ne sera pas le frère du Polonais »²⁷⁹ (Bystrzeń 1935: 268).

- **L'Allemand ambivalent, à la fois ennemi et représentant d'une culture élevée**

Un stéréotype de l'Allemand ambivalent se forme cependant au XIXe siècle, avec l'image à la fois d'« ennemi et [de] représentant d'une culture élevée »²⁸⁰ (Bartmiński 1994). Zofia Mitosek (1974), citée par Bartmiński, remarque que « l'animosité des Polonais envers les Allemands augmente parallèlement au processus de conquête hégémonique de la Prusse »²⁸¹ (Mitosek 1974: 73). Une identification au prussianisme dans la conscience polonaise apparaît progressivement, tout comme un croisement avec la germanité. De cette façon, la représentation de l'Allemand gagne un bon nombre de qualités (Bartmiński 1994). En se référant aux travaux de l'historien wroclawien Wojciech Wrzesiński, Bartmiński mentionne les caractéristiques positives suivantes, attribuées à l'Allemand : *le respect/culte de la force, et la pugnacité*. Les caractéristiques négatives dominent cependant avec : *un caractère impitoyable, le manque de compréhension et de respect pour les autres*²⁸², *la brutalité, la cruauté, la violence et la sauvagerie*²⁸³ ; *la fausseté, la trahison, le pillage et l'usurpation, l'esprit de vengeance* ainsi que *l'égoïsme, l'orgueil, la mégalomanie, le dédain et le matérialisme*²⁸⁴ (Bartmiński 1990a). Cependant Wrzesiński observe qu'indépendamment de ces convictions essentiellement négatives, les Polonais ont quasiment toujours perçu les Allemands comme une « société représentant les grandes valeurs de la civilisation et de la culture »²⁸⁵ (Wrzesiński 1992: 73) et cela même aux instants les plus menaçants pour l'existence de leur nation. Les défauts attribués aux Allemands, liés directement ou indirectement à la sphère politique, sont contrebalancés par un grand nombre de qualités liées à leur civilisation et à leur culture, perçues principalement à cette époque par la classe éduquée de la société polonaise. Bartmiński cite alors les caractéristiques suivantes, repérées ultérieurement par Wrzesiński : *le dynamisme et la diligence, le sens de l'économie, le pragmatisme et le rationalisme*²⁸⁶ (Bartmiński 1990a). Il énumère encore *la docilité, l'obéissance, la discipline,*

²⁷⁷ Adam Mickiewicz (1998), *Pani Twardowska i inne bajki*, Siedmioróg, Wrocław.

²⁷⁸ Rydel Lucjan (1990), *Zaczarowane koło*, Nakład Gebethnera i Wolffa, Warszawa.

²⁷⁹ « Póki świat światem, nie będzie Niemiec Polakowi bratem. »

²⁸⁰ « wróg i równocześnie reprezentant wysokiej kultury »

²⁸¹ « postawy wrogości Polaków wobec Niemców narastały paralelnie do procesu zdobywania hegemonii przez Prusy »

²⁸² « bezwzględność », « brak zrozumienia i szacunku dla innych »

²⁸³ « kult/szacunek dla siły », « wojowniczność », « brutalność », « okrucieństwo », « przemoc », « zdziczenie »

²⁸⁴ « obluda », « zdradzieckość », « grabieżczość », « zaborczość », « odwetowość », « egoizm », « pycha », « megalomania », « pogardliwość », « materializacja »

²⁸⁵ « społeczność reprezentująca wysokie wartości cywilizacyjne i kulturowe »

²⁸⁶ « dynamiczność », « pracowitość », « gospodarność », « pragmatyzm », « racjonalność »

*l'ordre/des capacités d'organisation ainsi que l'unification et le traditionalisme*²⁸⁷ (Bartmiński 1990a).

- **L'Allemand ennemi éternel, déshumanisé et impitoyable**

Tomasz Szarota, historien, affirme que s'il existe, avant 1939, un grand nombre de caractéristiques positives dans le stéréotype de l'Allemand, manifestant le respect et la reconnaissance pour la nation allemande, leur crédibilité s'effondre bel et bien pendant la période de la Seconde Guerre mondiale (Szarota 1977: 11). Les qualités qui leur sont reconnues ultérieurement, telles que l'ordre, la discipline, l'obéissance, l'épargne et l'exactitude, sont redéfinies en regard de l'idéologie hitlérienne et elles révèlent pour les Polonais un revers menaçant (: 12). Szarota cite le scientifique et microbiologiste Ludwik Hirszfald qui, dans son autobiographie intitulée *L'Histoire d'une vie*²⁸⁸ (1946), affirme : « Ce en quoi les Allemands sont vraiment dignes d'être imités, c'est : le systématisme, l'organisation et l'économie. Ces trois de leurs plus grandes vertus mises au service du plus grand mal. Est-ce que vous pigez, l'impitoyabilité écrasante, la flexibilité monstrueuse de cette sombre machine ? Et voilà le camp d'extermination de Majdanek »²⁸⁹ (: 12). L'Allemand apparaît dès lors comme un ennemi, déshumanisé, ce qui se manifeste par une animalisation et une réification de son image (: 15-18), que l'on trouve en particulier dans les récits des anciens prisonniers des camps de concentration. Szarota remarque une certaine ambivalence de la représentation de l'Allemand chez les Polonais : « D'un côté le bourreau commence à être associé à une image sauvage, soumise au désir du massacre bestial, mais de l'autre, au contraire, il évoque une part passive monstrueuse, fonctionnant habilement comme une machine à crime »²⁹⁰ (Szarota 1978: 150). Au travers d'une réévaluation de caractéristiques perçues autrefois positivement, des convictions traditionnelles et associations négatives sont mises à jour. La Seconde Guerre mondiale confirmerait le proverbe cité par Bystroń, mentionné plus haut : « Tant que le monde sera monde, l'Allemand ne sera pas le frère du Polonais »²⁹¹ (Szarota 1977: 14). La guerre consolide le stéréotype de l'Allemand comme ennemi éternel. L'auteur souligne que la question de la responsabilité du crime hitlérien, attribuée ou non à l'ensemble de la nation allemande, préoccupe non seulement les Polonais pendant la guerre et l'occupation mais encore après 1945. La question de cette responsabilité nationale allemande est déjà lancée en 1940, au travers du titre d'un article du journal souterrain « Bulletin d'information »,²⁹² paru le 28 novembre, faisant une distinction entre *le mauvais hitlérien*²⁹³ et *le bon Allemand*²⁹⁴ (Szarota

²⁸⁷ « posłuszeństwo », « uległość », « dyscyplina », « umiejętności organizacyjne », « ujednolicenie », « tradycjonalizm »

²⁸⁸ « Historia jednego życia » (cf. Ludwik Hirszfald (1946), *Historia jednego życia*, Czytelnik, Warszawa.)

²⁸⁹ « To, co Niemcy mają naprawdę godnego naśladowania – to systematyczność, organizacja i oszczędność. Te trzy ich największe cnoty oddano w służby największego zła. Ogarniacie miazdzącą bezlitosność, potworną sprężystość tej ponurej maszyny ? I to jest Majdanek. »

²⁹⁰ « Z jednej strony oprawca zaczął się kojarzyć z wizerunkiem dzikiej, opanowanej żądzą mordy bestii, a drugiej zaś przypominał bezwolną cząstkę potwornej, sprawnie funkcjonującej maszyny zbrodni ».

²⁹¹ « Póki świat światem nie będzie Niemiec Polakowi bratem »

²⁹² « Biuletyn Informacyjny »

²⁹³ « zły hitlerowiec »

1977).

- **Distinctions entre l'Allemand de RFA et de RDA**

Le sociologue Andrzej Kwilecki, sur la base de recherches sociologiques datant des années 70, met cependant en avant la thèse de la dissociation du stéréotype de l'Allemand de la RDA et de la RFA, suite à la division de l'Allemagne en deux états. Ces deux stéréotypes se différencient en Pologne tant pour leur contenu cognitif que pour leur contenu émotionnel (Kwilecki 1978: 207). Comme le résume Bartmiński (1994), l'image de l'Allemand de RDA est marquée par une forme de reconnaissance - il aime la paix et les Polonais – tandis que l'Allemand de RFA inspire avant tout une image négative – il est dans les esprits vengeur et fasciste, bien que ses réalisations économiques et techniques soient reconnues. Cette tendance à la dissociation du stéréotype de l'Allemand de RDA et de RFA provient en particulier des habitants de l'ouest de la Pologne, influencés par la propagande socialiste de l'époque. Dans le milieu populaire, un changement inattendu se produit pourtant progressivement : l'Allemand de l'ouest est peu à peu vu comme *respectable, européenisé et courtois*²⁹⁵ alors que l'Allemand de l'est apparaît *paresseux, buveur et nationaliste*²⁹⁶.

Les liens historiques chargés entre l'Allemagne et la Pologne et notamment les différentes étapes de l'Histoire que nous venons de mentionner ont eu un impact fort sur les représentations des Allemands partagées par les Polonais et peuvent nous éclairer sur les résultats d'enquêtes plus récentes, concernant les caractéristiques attribuées par les Polonais aux Allemands dans leur ensemble (désigné par le gentilé 'Niemcy' : 'les Allemands') ou à l'Allemand typique (désigné par le nom 'Niemiec' : 'l'Allemand' ou encore l'expression 'prawdziwy Niemiec' : 'le vrai Allemand'). Ces études plus récentes nous ont permis de lister les différents portraits de l'Allemand, formés dans l'esprit des Polonais à la fin du XXe.

Nous allons rendre compte ici des résultats d'étude de Krystyna Pisarkowa sur le stéréotype de l'Allemand dans les années 70. La linguiste se base sur une étude des proverbes comprenant le nom *Niemiec* (l'Allemand), sur une analyse de ses synonymes ou dérivés de synonymes, ainsi que sur une enquête ouverte réalisée auprès d'étudiants de philologie polonaise de quatrième et de cinquième année à l'Université Silésienne, entre 1970 et 1971.

Les récents travaux de Bartmiński sur l'évolution de la compréhension des noms *Niemiec* (l'Allemand) entre 1990 et 2000 (Bartmiński 2006) présentent à nouveau des résultats très riches quant aux représentations que les jeunes Polonais ont de l'Allemand, au travers du nom qui le désigne. Cette étude fait partie de l'*Enquête pour un Dictionnaire Axiologique* (en polonais : 'Ankieta Słownika Aksjologicznego' ou ASA), dont le rapport fut rédigé sous la direction de Bartmiński et publié en

²⁹⁴ « dobry Niemiec »

²⁹⁵ « porządny », « zeuropeizowany », « kulturalny ».

²⁹⁶ « leniwy », « pijacy », « nacjonalistyczny ».

2006 sous le titre de *Langue. Valeurs. Politique. Changements de compréhension des noms de valeur pendant la période de transformation du régime en Pologne*²⁹⁷. Comme nous l'avons vu, cette enquête ouverte a été menée dans un premier temps auprès d'un millier d'étudiants issus de différents établissements supérieurs de la ville de Lublin, en Pologne orientale durant l'année 1990, puis dans les mêmes conditions en 2000. Les jeunes Polonais en répondant à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? »²⁹⁸ (Bartmiński 2006: 14) ont énuméré de nombreuses caractéristiques, ce qui a permis à Bartmiński d'examiner leur importance dans la pensée des jeunes (l'ordre hiérarchique d'attribution de ces caractéristiques et leur évolution de 1990 à 2000) et de définir des portraits-types de l'Allemand invoqués par les jeunes.

Les séances d'observation que nous avons réalisées lors de quatre rencontres de jeunes Français, Allemands et Polonais, entre 2008 et 2012, ont également permis de retrouver différents stéréotypes de l'Allemand déjà observés chez les Polonais, mais aussi d'en repérer d'autres qui entrent en jeu dans une communication interculturelle naturelle (voir le détail de la présentation de ces séances d'observation plus haut dans le texte).

Avec ces observations et les différentes données d'enquête des travaux cités, nous avons pu dresser différents portraits-types de l'Allemand dans la pensée des Polonais, qui font ou ont pu faire partie de la compréhension du gentilé *Niemcy* durant ces quarante dernières années.

- **L'Allemand-nazi**

Depuis la Deuxième Guerre mondiale, les descriptions que font les Polonais des Allemands restent marquées par le nazisme (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2009) ce qui nous permet de dresser le portrait de ce que nous appelons *l'Allemand-nazi*. C'est l'image du *mauvais hitlérien* qui s'enracine après la guerre dans la conscience polonaise, comme en attestent les résultats de l'enquête de Pisarkowa sur le stéréotype de l'Allemand dans les années 70. Pisarkowa, linguiste, reconnaît le nom *Niemiec* (l'Allemand), comme le nom de nation ayant traditionnellement la connotation la plus riche en langue polonaise, en raison des nombreux proverbes et dérivés de synonymes tels que *Souabe* ou *Boche/Prussien*²⁹⁹ (Pisarkowa 1976: 14-15), qui fonctionnent dans la langue polonaise comme des surnoms méprisants (Urban 1993: 30). L'enquête réalisée par Pisarkowa auprès d'étudiants de philologie polonaise de quatrième et cinquième année à l'Université Silésienne en 1970-1971, révèle l'impact de la Seconde Guerre mondiale sur le stéréotype de l'Allemand au début des années 70 : il est qualifié, entre autres, de *criminel*, d'*occupant*, d'*hitlérien* ou de *surhomme*³⁰⁰ (Pisarkowa 1976: 15). La Seconde Guerre mondiale est toujours associée aujourd'hui à l'Allemand, comme en atteste les résultats de l'enquête ASA (Bartmiński 2006). En

²⁹⁷ « Język. Wartości. Polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych »

²⁹⁸ « Co według ciebie stanowi o istocie prawdziwego Niemca ? »

²⁹⁹ « Szwab » ou « Prusak »

³⁰⁰ « zbrodniarz », « okupant », « hitlerowiec », « Übermensch »

2000, le *vrai* Allemand est caractérisé selon les jeunes Polonais entre autres par *la guerre*³⁰¹ dans 1,31% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? » (Bartmiński 2006: 14, 389). Les expressions répertoriées par Bartmiński sont ici : *le souvenir de la guerre, il m'évoque parfois la guerre, il m'évoque les guerres, souvenir de la tragédie de la Seconde Guerre mondiale*³⁰² (Bartmiński 2006: 389). Le souvenir de la guerre n'est par ailleurs jamais très loin dans les esprits polonais quand on parle des stéréotypes de l'Allemand en contexte de rencontre interculturelle. Lors de rencontres en 2008 et 2009 auxquelles nous avons assisté, nous avons pu relever sur les pancartes figurant pour eux l'Allemand typique les termes *Deuxième Guerre mondiale*³⁰³ (AZS-MCSM 2009), *nazi*³⁰⁴ (Interkulturelles Netzwerk 2008a) ou encore le dessin d'une croix gammée barrée (AZS-MCSM 2009). Cependant l'image de l'Allemand comme ennemi éternel qui s'est renforcée suite à la Seconde Guerre mondiale d'après Szarota (1977) n'est pas apparue dans les descriptions des jeunes lors des rencontres interculturelles de 2008 à 2010, certainement pour la raison que les jeunes Polonais, Allemands et Français étaient a priori réunis dans un objectif d'entente et d'échange entre groupes nationaux.

• L'Allemand-rigide

Le caractère des Allemands est aussi très largement décrit par les Polonais par rapport à l'ordre, la discipline, la ponctualité et la précision qu'il évoque (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, 2008b, AZS-MCSM 2010). Ce portrait stéréotypé, que nous appelons le portrait de *l'Allemand-rigide*, n'est pas nouveau puisque, comme nous l'avons vu, Wrzesiński le décelait déjà dans la pensée des Polonais au XIXe siècle (Wrzesiński 1992). Szarota (1977: 12) a mis aussi en avant le fait que la discipline, l'obéissance, l'exactitude étaient des traits que les Polonais avaient perçus dans toute leur atrocité chez les Allemands lors de la Seconde Guerre mondiale. Ces traits, restés constants dans la représentation de l'Allemand qu'ont partagée les Polonais à travers ces derniers siècles, sont aussi observés plus récemment. Pisarkowa 1976 a retrouvé les adjectifs *précis/exact, scrupuleux, obéissant, discipliné, précis/ponctuel*³⁰⁵ employés par les étudiants de philologie polonaise pour qualifier l'Allemand en 1970-1971 (Pisarkowa 1976). Ce portrait apparaît aussi dans l'enquête ASA de 1990 (Bartmiński 2006). Le *vrai* Allemand se caractérise selon les jeunes par la *précision*³⁰⁶, qui est évoquée dans 4,63% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? » (Bartmiński 2006: 14, 386), mais aussi par *l'ordre*³⁰⁷ (4,11%), *la discipline*³⁰⁸ (3,86%), *la maniaquerie*³⁰⁹ (2,06%), *l'obéissance*³¹⁰ (2,06%), *la*

³⁰¹ « wojna »

³⁰² « pamięć o wojnie », « kojarzy mi się z czasami wojny », « kojarzy mi się z wojnami », « pamięć o tragedii II wojny światowej »

³⁰³ « II wojna światowa »

³⁰⁴ « nazi » (mot emprunté à la langue allemande, qui en polonais devrait être « naziści »)

³⁰⁵ « dokładny », « skrupulatny », « posłuszny », « zdyscyplinowany », « akuratywny »,

³⁰⁶ « dokładność »

³⁰⁷ « porządek »

*ponctualité*³¹¹ (1,03%) et *le systématisme*³¹² (1,03%) (Bartmiński 2006: 386-388). En 2000, le véritable Allemand est décrit de manière similaire. Les jeunes lui attribuent comme caractéristiques *la précision*³¹³ (4,90%), *l'ordre*³¹⁴ (2,29%), *la maniaquerie*³¹⁵ (1,31%) et *la ponctualité*³¹⁶ (1,31%) (Bartmiński 2006: 388-389).

Lors de rencontres interculturelles en 2008 et 2010 auxquelles nous avons assisté, nous relevons aussi des groupes nominaux et adjectifs qui évoquent ce portrait de l'Allemand ordonné et discipliné : *l'ordre*³¹⁷ (Interkulturelles Netzwerk 2008a, 2008b), *la discipline, le respect des règles/du droit, la sévérité/rigueur*³¹⁸ (Interkulturelles Netzwerk 2008b), *la raideur*³¹⁹ (Interkulturelles Netzwerk 2008a), *assidu/appliqué, rangé/ordonné, la précision allemande*³²⁰ (AZS-MCSM 2010) ou encore *la ponctualité*³²¹ (Interkulturelles Netzwerk 2008a, 2008b).

• L'Allemand-privilegié

Bystron évoquait déjà en 1935 le succès des Allemands qui suscitait l'animosité des Polonais du XVIIe au XVIIIe siècle. Leur force et leur richesse sont aussi mises en avant à la fin du XXe et au début du XXIe siècle par les jeunes Polonais (Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2009, 2010) et elles nous permettent de dresser le portrait de *l'Allemand-privilegié*. En 1990, le vrai Allemand est décrit par les jeunes Polonais comme *fort*³²², dans 1,03% des réponses à la question suivante : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? », et en 2000 il est caractérisé par *la richesse*³²³ (dans 1,31% des réponses) et la possession de *voitures*³²⁴ (dans 1,31% des réponses également) (Bartmiński 2006: 14, 388-389). Ce portrait de *l'Allemand privilegié* revient lors des rencontres interculturelles auxquelles nous avons assisté en 2008, 2009 et 2010. D'après les jeunes, l'Allemand vit dans *un pays développé*³²⁵ (AZS-MCSM 2009), parcouru par *des routes en bon état* sur lesquelles roulent *des voitures formidables*³²⁶ (AZS-MCSM 2010). Pour eux, *le retraité*

308 « dyscyplina »
 309 « pedanteria »
 310 « posłuszeństwo »
 311 « punktualność »
 312 « systematyczność »
 313 « dokładność »
 314 « porządek »
 315 « pedanteria »
 316 « punktualność »
 317 « porządek »
 318 « dyscyplina », « szacunek dla prawa », « surowość »
 319 « sztywność »
 320 « pilny », « porządny », « niemiecka precyzja »
 321 « punktualność »
 322 « silny »
 323 « bogactwo »
 324 « samochody »
 325 « rozwinięty kraj »
 326 « dobre drogi », « świetne samochody »

allemand [a le privilège d'être] *un touriste*³²⁷ (AZS-MCSM 2010). L'Allemand détient même, d'après les jeunes, un certain *pouvoir*³²⁸ (Interkulturelles Netzwerk 2008a).

- **L'Allemand buveur de bière et mangeur de saucisses**

La bière et les saucisses sont associées à l'Allemand de manière récurrente (Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, 2008b, AZS-MCSM 2010). Dans l'enquête ASA, *la bière*³²⁹ revient en 1990 et en 2000 comme caractéristique attribuée au *vrai Allemand* (Bartmiński 2006: 14, 387-388). Les jeunes la mentionnent en 1990, dans 1,03% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? », et encore davantage en 2000, dans 3,27% des réponses (Bartmiński 2006: 14, 387-388). Ceux que nous avons rencontrés lors de rencontres interculturelles en 2008 et 2010 ont exprimé leur association de l'Allemand avec la bière mais aussi bien souvent avec les saucisses. Le fait qu'il en consomme revient sur plusieurs rencontres : *il boit de la bière et mange des saucisses*³³⁰ (AZS-MCSM 2010). On retrouve la bière avec les termes *bière*³³¹ (Interkulturelles Netzwerk 2008a), *Bière !*³³² (Interkulturelles Netzwerk 2008b) ou encore *des bières pas fortes*³³³ (AZS-MCSM 2010) et la saucisse avec le substantif *saucisse*³³⁴ (Interkulturelles Netzwerk 2008a).

- **L'Allemande-repoussante, qui parle une langue repoussante**

Un nombre considérable de caractéristiques physiques stéréotypiques, attribuées aux femmes allemandes, ont été exprimées de manière très négative par les Polonais, pendant les rencontres interculturelles auxquelles nous avons assisté, et nous évoquent le très sévère portrait de l'*Allemande-repoussante* (Viviand 2011a). Pour les jeunes Polonais, l'Allemande est souvent une *blonde à la peau claire*³³⁵ mais en dehors de ces attributs, ils expriment résolument un stéréotype physique de la femme allemande négatif et ils ne manquent pas de qualificatifs péjoratifs (Viviand 2011a: 111-112). L'Allemande typique correspond selon eux à une femme *peu charmante*³³⁶, *pas très belle*³³⁷, voire *laide*³³⁸. Ils lui attribuent parfois *des formes généreuses*³³⁹, mais le plus souvent elle est qualifiée sans détour de *grosse*³⁴⁰. De surcroît, l'Allemande est une femme *qui ne prend pas soin d'elle*³⁴¹, *ne se*

327 « niemiecki emeryt : turysta »

328 « władza »

329 « piwo »

330 « pije piwo i je kiełbasę »

331 « piwo »

332 « piwo! »

333 « słabe piwo »

334 « kiełbasa »

335 « blondynka o jasnej karnacji »

336 « nieurokliwa »

337 « niezbyt urodziwa »

338 « brzydka »

339 « o obfitych kształtach »

340 « gruba »

341 « nie dbająca o siebie »

*maquille pas*³⁴² ou au contraire qui est *très maquillée*³⁴³. Elle *n'est pas délicate*³⁴⁴, *pas gracieuse*³⁴⁵. On a pu relever également ce type de commentaire railleur sur une pancarte de l'Allemand typique : « L'Allemagne c'est le seul pays où les hommes sont plus beaux que les femmes : les Allemandes sont laides ! »³⁴⁶. S'ajoutent à cela d'autres commentaires négatifs : l'Allemande *ne montre pas ses émotions*³⁴⁷ ou *elle ne montre pas ses sentiments*³⁴⁸, elle est *froide*³⁴⁹ et a *un visage de pierre, figé*³⁵⁰. Si l'image d'une Allemande repoussante chez les Polonais n'est pas particulièrement ressortie des études sur les représentations des Allemands dans le passé, on retrouve dans ces descriptions une forme de mépris et de raillerie concernant la corpulence et les tenues vestimentaires des Allemands, présents au XVIII-XIXe siècle (Szarota 1977).

On remarque aussi en parallèle de la description de la femme allemande repoussante, une description faite en des termes similaires, en ce qui concerne la langue allemande. Ces descriptions sont aussi marquées par un jugement négatif, du point de vue de la sonorité, de la beauté : les Allemands auraient *une langue pas jolie, une langue dure*³⁵¹ (Interkulturelles Netzwerk 2008a) - ce qui nous rappelle les propos de Bystroń en 1935, indiquant que les Polonais perçoivent déjà au XVI-XVIIIe siècle la langue allemande comme « appropriée à la menace et à l'insulte ». Ce caractère dur et repoussant que les jeunes perçoivent dans la langue allemande est déjà repéré dans l'enquête ASA en 1990 puis en 2000 (Bartmiński 2006). En 1990, Bartmiński relève quelques expressions employées par les jeunes Polonais pour décrire le *vrai* Allemand. Les jeunes qualifient alors sa langue de *langue dure* ou de *langue qui ne [leur] plaît pas*³⁵² (Bartmiński 2006: 386). En 2000, Bartmiński note encore une expression similaire : *leur langue est dure*³⁵³ (Bartmiński 2006: 388).

- **L'Allemand travailleur et fiable**

Comme nous l'avons vu, d'après Bystroń l'Allemand est déjà vu du XVIe au XVIIIe siècle comme un individu *travailleur* (Bystroń 1935: 246). Un portrait de *l'Allemand travailleur et fiable* revient dans des descriptions de l'Allemand plus contemporaines (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2006). Pisarkowa (1976) constate que l'adjectif *travailleur* lui est encore attribué dans l'enquête ouverte qu'elle mène au début des années 70, auprès des étudiants de l'Université Silésienne. En 1990, Bartmiński remarque l'importance du travail dans la description du *vrai* Allemand par les jeunes. La *diligence*³⁵⁴ est

³⁴² « nie używa kosmetyków »

³⁴³ « mocno pomalowana »

³⁴⁴ « niedelikatna »

³⁴⁵ « niezgrabna »

³⁴⁶ « Niemcy to jedyny kraj gdzie mężczyźni są ładniejsi od kobiet : Niemki są brzydkie ! »

³⁴⁷ « nie pokazuje emocji »

³⁴⁸ « nie pokazuje uczuć »

³⁴⁹ « zimna »

³⁵⁰ « kamienna twarz »

³⁵¹ « nie ładny język, twardy język »

³⁵² « twardy język », « język, który mi się nie podoba »

³⁵³ « ich język jest twardy »

³⁵⁴ « pracowitość »

accordée à l'Allemand typique, dans 8,23% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? » (Bartmiński 2006: 14, 386). C'est ainsi la caractéristique accordée le plus fréquemment par les jeunes Polonais à l'Allemand. En 2000, ils rendent toujours compte de cette caractéristique, bien qu'elle soit attribuée un peu moins souvent (dans 5,23% des réponses) (Bartmiński 2006: 388). La diligence est à nouveau attribuée à l'Allemand typique par les jeunes Polonais lors d'une rencontre interculturelle de 2010, à laquelle nous avons assisté. Il est qualifié de *travailleur*³⁵⁵ (AZS-MCSM 2010).

La perception de cette diligence est aussi accompagnée au début des années 70 par celle de la solidité, de la fiabilité : d'après l'enquête de Pisarkowa (1976), les étudiants qualifient l'Allemand de *pratique* et de *solide/fiable*³⁵⁶. Il est aussi décrit comme *honnête/solide* et *tenant parole*³⁵⁷ (Pisarkowa 1976). En 1990, Bartmiński relève aussi dans la description du *vrai* Allemand par les jeunes l'attribution d'*un caractère consciencieux*³⁵⁸, dans 2,06% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? » (Bartmiński 2006: 14, 386), et en 2000 de *la solidité*³⁵⁹ (dans 1,31% des réponses) (Bartmiński 2006: 389).

- **L'Allemand-civilisé**

Une image de *l'Allemand-civilisé* ressort des descriptions de l'Allemand typique faites par les jeunes Polonais lors d'une rencontre interculturelle en 2010 : ils associent à l'Allemand typique *une culture de la conduite/une manière de conduire civilisée*³⁶⁰ (AZS-MCSM 2010). Quoique nous ne relevions qu'une seule occurrence récente de cette caractéristique, nous avons choisi de la mentionner : cette attitude civilisée au volant, dont les jeunes font mention, rappelle l'image de l'Allemand civilisé que partagent les Polonais au XIXe siècle, d'après Wrzesiński (1992).

- **L'Allemand propre et attaché à l'environnement**

L'Allemand est présenté par les Polonais comme un individu propre et attaché à l'environnement (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2009, 2010). Pisarkowa (1976) fait mention de la propreté, comme caractéristique attribuée à l'Allemand par les étudiants de l'Université Silésienne en 1970-1971 : il est qualifié de *propre*³⁶¹. Ce portrait de l'Allemand apparaît aussi dans l'enquête ASA de 1990 (Bartmiński 2006). Le *vrai* Allemand se caractérise selon les jeunes par la *propreté*³⁶², d'après 3,34% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? » (Bartmiński 2006: 14, 386). Cette même caractéristique lui est attribuée en 2000 (dans 1,63% des

³⁵⁵

« pracowity »

³⁵⁶

« praktyczny », « solidny »

³⁵⁷

« rzetelny », « słowny ».

³⁵⁸

« sumienność »

³⁵⁹

« solidność »

³⁶⁰

« kultura jazdy samochodem »,

³⁶¹

« czysty »

³⁶²

« czystość »

réponses) (Bartmiński 2006: 389).

L'attachement de l'Allemand typique à la propreté et à l'environnement est aussi mis en avant par les jeunes Polonais lors de rencontres interculturelles en 2009 et 2010, auxquelles nous avons participé : d'après eux, *il fait attention à l'environnement*³⁶³ (AZS-MCSM 2009), *il fait attention à la propreté*³⁶⁴ (AZS-MCSM 2010).

- **L'Allemand économe et avare**

Bystroń (1935) évoquait déjà le caractère économe de l'Allemand que la noblesse, la bourgeoisie et la paysannerie polonaises observaient avec haine entre le XVIe et le XVIIIe siècle. Ce sens de l'épargne de l'Allemand était aussi, comme nous l'avons vu, présent dans la pensée des Polonais lors de la Seconde Guerre mondiale (Szarota 1977). Plus récemment, nous relevons toujours des descriptions de l'Allemand (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2009) qui nous permettent de dresser le portrait de *l'Allemand économe et avare*. Pisarkowa (1976) remarque que les étudiants interrogés en 1970-1971 sur leur description de l'Allemand indiquent aussi que c'est une personne *qui a le sens de l'économie*, une personne *économe*³⁶⁵. Il en est de même pour Bartmiński (2006) qui relève dans l'enquête ASA de 1990 *l'économie*³⁶⁶ (*l'épargne*) comme caractéristique attribuée par les jeunes Polonais au *vrai Allemand*, dans 1,80% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? » (Bartmiński 2006: 14, 386).

Lors d'une rencontre interculturelle à laquelle nous avons assisté en 2009, les jeunes Polonais ont qualifié de manière plus péjorative l'Allemand typique de *radin*³⁶⁷ (AZS-MCSM 2009).

- **L'Allemand-orgueilleux**

Des caractéristiques variées, attribuées par les Polonais à l'Allemand typique (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2010), nous évoquent le portrait de *l'Allemand-orgueilleux*. D'après l'historien Wrzesiński (cité par Bartmiński 1990a), nous avons vu que *l'orgueil*, *la mégalomanie* et *le dédain* étaient déjà perçus par les Polonais chez les Allemands au XIXe siècle. Pisarkowa (1976) note aussi que les étudiants décrivent l'Allemand au début des années 70 comme un individu *fier*³⁶⁸. Dans l'enquête ASA (Bartmiński 2006), Bartmiński repère des caractéristiques qui relèvent aussi de ce que nous appelons le portrait de *l'Allemand orgueilleux*. Le *vrai Allemand* est alors caractérisé par *la fierté*³⁶⁹ dans 1,29% des réponses à la question suivante : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? » (Bartmiński 2006: 14, 387), par *un sentiment de supériorité*³⁷⁰ (1,80%) et même par *la*

³⁶³ « dba o środowisko »

³⁶⁴ « dba o czystość »

³⁶⁵ « gospodarny », « oszczędny »

³⁶⁶ « oszczędność »

³⁶⁷ « skąpy »

³⁶⁸ « dumny »,

³⁶⁹ « duma »

³⁷⁰ « poczucie wyższości »

*fatuité*³⁷¹ (1,29%) (Bartmiński 2006: 387). En 2000, l'expression de cet orgueil est moins présente dans les résultats de l'enquête ASA. Bartmiński repère uniquement l'expression d'*un sentiment de supériorité* (1,63%) (Bartmiński 2006: 389).

Nous retrouvons, lors d'une rencontre interculturelle de 2010, l'expression de cet orgueil dont ferait preuve l'Allemand selon les jeunes Polonais avec les termes *plein de lui-même*³⁷² (AZS-MCSM 2010).

- **L'Allemand entre tolérance et intolérance**

Lors des rencontres interculturelles de jeunes auxquelles nous avons assisté en 2009 et 2010, nous observons que le rapport à l'autre de l'Allemand est assez ambivalent d'après les jeunes Polonais : en 2009, l'Allemand est présenté comme *tolérant*³⁷³ (AZS-MCSM 2009) et les jeunes soulignent la *Techno Parade de l'amour*³⁷⁴ (AZS-MCSM 2009), en référence à la Love Parade organisée chaque année en Allemagne depuis 1989. Pourtant en 2010, il est présenté par le groupe polonais comme *fermé*³⁷⁵ (AZS-MCSM 2010), ce qui contraste avec l'idée de tolérance et d'ouverture d'esprit mise en avant l'année précédente.

- **L'Allemand suscitant le dédain**

Plusieurs traits repérés dans les descriptions de l'Allemand (Pisarkowa 1976, Bartmiński 1994, Interkulturelles Netzwerk 2008a) nous évoquent le portrait de *l'Allemand suscitant le dédain*. D'après Bartmiński (1994) qui analyse l'enquête menée par Pisarkowa (1976), les étudiants de philologie polonaise ont décrit en 1970-1971 l'Allemand comme un personnage suscitant un certain mépris, au travers des expressions *sans goût, sans drôlerie*³⁷⁶. Nous trouvons aussi un écho à cette image lors d'une rencontre interculturelle de 2008, à laquelle nous avons assisté. Les jeunes Polonais lui attribuent alors *la stérilité*³⁷⁷ (Interkulturelles Netzwerk 2008a).

- **L'Allemand-effrayant**

Un ensemble de caractéristiques évoquées par les Polonais nous permettent de dresser le portrait de *l'Allemand-effrayant*. D'après Bartmiński (1994) qui analyse l'enquête menée par Pisarkowa (1976), les étudiants de philologie polonaise perçoivent l'Allemand comme un personnage suscitant la réserve, d'après l'emploi de l'adjectif *traître/sournois*³⁷⁸, et même la peur d'après les termes *cruel, sévère et impitoyable*³⁷⁹ employés. Nous ajoutons encore à ce portrait les adjectifs *sombre et rude*³⁸⁰

371 « zrozumiałstwo »

372 « zadufany w sobie »

373 « tolerancyjny »

374 « Techno Parade Miłości »

375 « zamknięty »

376 « bez gustu », « bez dowcipu »

377 « sterylność »

378 « podstępny »

379 « okrutny », « surowy », « bezwzględny »

relevés par Pisarkowa (1976) pour qualifier l'Allemand.

Bartmiński dans l'enquête ASA (2006) repère d'autres caractéristiques évoquant d'après nous la réserve voire la peur : en 1990, le *vrai* Allemand se caractérise selon les jeunes par *la brutalité*³⁸¹ (dans 1,54% des réponses), *le bruit*³⁸² (1,03%) et *une aversion pour les Polonais*³⁸³ (1,03%) (Bartmiński 2006: 387).

- **L'Allemand-décidé**

Différentes caractéristiques attribuées à l'Allemand typique (Pisarkowa 1976, Bartmiński 1994, Bartmiński 2006) nous permettent de dresser le portrait de *l'Allemand-décidé*. D'après l'analyse qu'a faite Bartmiński (1994) de l'enquête menée par Pisarkowa (1976), les étudiants envisagent l'Allemand au début des années 70 comme un personnage suscitant le respect, en particulier pour son caractère décidé et nous retenons chez Pisarkowa les adjectifs *décidé, téméraire, sérieux*³⁸⁴. La fermeté de l'Allemand apparaît aussi dans les descriptions du *vrai* Allemand en 1990 : il fait preuve de *fermeté/décision*³⁸⁵, d'après 1,54% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? », et d'*entêtement*³⁸⁶ (d'après 1,03% de ces réponses) (Bartmiński 2006: 14, 387-388).

- **L'Allemand-envahisseur**

Ce que nous appelons le portrait de *l'Allemand-envahisseur* revient régulièrement dans les descriptions des Polonais (Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2010). Bartmiński remarque en 1990 un *caractère envahissant*³⁸⁷ dans la description du *vrai* Allemand par les jeunes. Il est accordé à l'Allemand typique dans 2,31% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? » (Bartmiński 2006: 14, 386). Ce caractère envahissant s'exprime à travers des expressions telles que : *la rapacité, la 'faim' de la terre polonaise, il veut apporter les règles de sa propre vie sociale dans d'autres pays, souvent au moyen de la force*³⁸⁸, etc. (Bartmiński 2006: 386) Une autre caractéristique similaire lui est aussi accordée : *la volonté de domination*³⁸⁹ (1,54%), avec des expressions telles que : *la volonté de domination à différents égards en Europe, personne qui en dérivant des terrains à l'ouest de la Pologne cherche à dominer le monde*³⁹⁰ (Bartmiński 2006: 387).

380 « ponury », « ciężki »

381 « brutalność »

382 « głośność »

383 « niechęć do Polaków »

384 « stanowczy », « śmiały », « poważny »

385 « stanowczość »

386 « upór »

387 « ekspansywność »

388 « zaborczość », « łaknie polskiej ziemi », « reguły własnego życia społecznego chce przenieść na inne kraje, często z pomocą przymusu »

389 « chęć dominacji »

390 « chęć dominacji pod różnymi względami w Europie », « człowiek wywodzący się z terenów na zachód od Polski, dążący do dominacji nad światem »

Ce type de représentation est évoqué à la fin des années 80 par l'homme politique Piotr Gruszczyński, aujourd'hui membre du parti *Platforma Obywatelska* (en français : 'la Plateforme Civique', parti de centre-droit, pro-européen), qui s'est intéressé aux représentations de l'Allemand chez les jeunes de Pologne occidentale : les Allemands représentent une menace pour la Pologne en raison de leur richesse, de leurs revendications territoriales en Silésie mais aussi de leur récente unification qui les rendrait plus puissants (Gruszczyński 1988: 12). Nous retrouvons 20 ans plus tard l'expression de cette rapacité des Allemands lors d'une rencontre interculturelle à laquelle nous avons assisté en 2010. Les jeunes Polonais disent alors des Allemands qu' : « ils piquent les footballeurs étrangers pour leur équipe »³⁹¹ (AZS-MCSM 2010) (il s'agit ici d'une allusion aux footballeurs d'origine polonaise³⁹² naturalisés Allemands, qui jouent pour la représentation allemande et contribuent à son succès).

- **L'Allemand attaché à sa patrie et à sa nation**

Bartmiński relève l'expression d'un attachement à la patrie et à la nation dans les descriptions que font les Polonais de l'Allemand (Bartmiński 2006). Il constate que cet attachement est présent en 1990 comme en 2000 dans la description du *vrai* Allemand par les jeunes. Le *patriotisme*³⁹³ est accordé à l'Allemand typique en 1990, dans 1,80% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Allemand ? » (Bartmiński 2006: 14, 387), ainsi que *le sentiment national*³⁹⁴ (1,54%) et *le chauvinisme*³⁹⁵ (1,03%) (Bartmiński 2006: 387-388). En 2000, on retrouve l'attribution du *patriotisme* (dans 1,96% des réponses), du *sentiment national* (1,31%) mais aussi du *nationalisme*³⁹⁶ (1,31%) (Bartmiński 2006: 14, 389).

La dimension positive ou négative des caractéristiques attribuées aux Allemands au travers de leurs portraits-types est assez contrastée, comme nous venons de le voir dans ces descriptions. L'homme politique Piotr Gruszczyński a mené une enquête auprès de jeunes Polonais du cycle secondaire dans l'ouest de la Pologne (dans les villes de Wrocław, Opole et Wodzisław Śląski). En réponse à la question : « À ton avis, qu'est-ce que les Polonais pensent des Allemands ? »³⁹⁷, les jeunes répondants évoquent des attitudes négatives, voire très négatives, vis-à-vis des Allemands, relevant de l'intolérance, du mépris ou de la xénophobie (Gruszczyński 1988: 11). Les réponses à la question plus personnelle : « Toi-même, que penses-tu de l'Allemagne et des Allemands ? »³⁹⁸, étaient quant à elles beaucoup plus diversifiées, allant de l'admiration au mépris ou à la haine, en passant par l'indifférence

³⁹¹ « ściągają zagranicznych zawodników do swojej reprezentacji »
³⁹² On peut penser aux joueurs Łukasz Sienkiewicz et Łukasz Podolski.
³⁹³ « patriotyzm »
³⁹⁴ « poczucie narodowości »
³⁹⁵ « szowinizm »
³⁹⁶ « nacjonalizm »
³⁹⁷ « Co, twoim zdaniem, Polacy sądzą o Niemcach ? »
³⁹⁸ « Co ty sam myślisz o Niemcach i o Niemcach ? »

(Gruszczyński: 13). Gruszczyński explique que « les Polonais ne peuvent s'empêcher de regarder par le prisme de l'histoire, une histoire du reste paradoxalement déformée »³⁹⁹ (Gruszczyński 1992: 17).

Malgré une image de l'Allemand qui reste très fortement emprunte de la tragédie de la Seconde Guerre mondiale, malgré le dédain et la peur que son stéréotype peut susciter encore chez les jeunes d'aujourd'hui, Bartmiński observe à la fin du XXème siècle une valorisation des nombreux traits qui lui sont traditionnellement attribués. D'après Bartmiński, les jeunes Polonais voient au premier plan chez l'Allemand ses aspects *civilisateurs*, liés au travail, à l'économie et à la discipline sociale, des traits qui sont d'après le linguiste particulièrement estimés dans la *nouvelle réalité polonaise* (Bartmiński 2001). Si traditionnellement les Polonais considèrent l'Allemand comme le prototype de l'étranger, voire de l'ennemi, il cesse d'être traité à la fin du XXe siècle de manière unilatérale : « À côté du stéréotype négatif renforcé par les expériences de la Seconde Guerre mondiale, il se forme un stéréotype positif, accentuant des caractéristiques telles que : la diligence, l'exactitude, l'ordre et la propreté »⁴⁰⁰ (Bartmiński 1994), ce qu'atteste également l'enquête ouverte ASA de 2000 menée auprès d'étudiants polonais de Lublin. Jolanta Urban, dans une enquête réalisée en 1993 recourant à la méthode du différentiel sémantique, obtient aussi une liste où dominent les caractéristiques positives (avec notamment les adjectifs *travailleur, économe, entreprenant, fortuné*⁴⁰¹). D'après Bartmiński, ces caractéristiques de l'Allemand récemment valorisées par les jeunes participent même à la formation d'un tout nouveau stéréotype : celui de l'Allemand européen. La jeune génération polonaise verrait l'Allemand comme « un Européen, riche et éduqué, et possédant donc des caractéristiques particulièrement valorisées dans la nouvelle réalité polonaise »⁴⁰² (Bartmiński 2003a).

3.4. COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *FRANCUZI* PAR LES POLONAIS

Les représentations des Français partagées par les Polonais ont fait l'objet de bien moins d'études historiques, sociologiques ou linguistiques que les représentations que les Polonais se font des Allemands, des Européens ou des Polonais eux-mêmes. Ce constat n'est pas surprenant, les Français étant aujourd'hui, comme dans le passé, relativement éloignés des Polonais sur le plan géographique et politique. L'historien Krzysztof Pomian (2004) s'est cependant intéressé à l'évolution de l'image de la

³⁹⁹ « Polacy nie potrafią uwolnić się od patrzenia przez pryzmat historii, z resztą paradoksalnie wykoślawionej »

⁴⁰⁰ « Niemiec traktowany tradycyjnie przez Polaków jako prototyp obcego (etymologicznie nazwa oznacza 'kogoś, z kim nie można się porozumieć') wręcz wroga (przysłowie 'Jak świat światem Niemiec nie był Polakowi bratem' jest obficie dokumentowane od XVIII po wiek XX), współcześnie przestaje być postrzegany tak jednoznacznie. Obok stereotypu negatywnego, wzmocnionego doświadczeniami ostatniej wojny, formuje się pozytywny, akcentujący cechy takie, jak : pracowitość, dokładność, porządek, czystość. »

⁴⁰¹ « pracowity », « oszczędny », « przedsiębiorczy », « zamożny »

⁴⁰² « Europejczyk, bogaty i wykształcony, a więc mający cechy szczególnie cenione w nowej rzeczywistości w Polsce. »

France et des Français que peuvent avoir les Polonais, depuis le début de la Seconde Guerre mondiale à la fin du XXe siècle et nous en mentionnerons ces principales observations. Nous rendrons compte aussi des résultats de l'enquête de Krystyna Pisarkowa sur le stéréotype du Français dans les années 70, citée plus haut. Pisarkowa se base sur une étude des proverbes comprenant le nom *Francuz* (le Français), sur ses synonymes ou dérivés de synonymes, ainsi que sur une enquête ouverte réalisée auprès d'une quarantaine d'étudiants de philologie polonaise de quatrième et cinquième année à l'Université Silésienne en 1970-1971 (sur le même modèle que pour le nom *Polak* et *Niemiec*, comme nous l'avons vu précédemment). Il ressort de cette étude un aperçu des différentes manières dont les jeunes Polonais perçoivent les Français au travers de la compréhension du nom *Francuz*. Trente ans plus tard, dans le rapport d'enquête de type sociologique intitulé « Pologne-France. Image réciproque pendant la période d'élargissement de l'Union européenne »⁴⁰³, publié en 2001, Warchala s'est pour sa part intéressé à l'image du citoyen français et de la France, partagée par les Polonais au second semestre de l'année 2000 (au moment de la présidence française de l'Union européenne). En recourant à la méthode du différentiel sémantique, Warchala apporte des informations complémentaires sur les manières dont les Polonais perçoivent les Français pendant la période de préadhésion à l'Union européenne. Quelques années après l'entrée de la Pologne dans l'UE, Anna Kokot (2009: 52) a fait une étude des associations et des liens phraséologiques comprenant les noms propres *Français*⁴⁰⁴ et *Française*⁴⁰⁵ dans les dictionnaires polonais (SJP Dor, WS Fraz, USJP), puis elle s'est intéressée à la manière dont le Français typique est perçu aujourd'hui par les Polonais, en réalisant une enquête auprès de 115 répondants polonais (dont une majorité d'étudiants). Dans cette enquête, inspirée des méthodes de l'enquête ASA (Bartmiński 2006), elle leur a posé les questions suivantes : « Comment est un vrai Français ? »⁴⁰⁶, et : « Comment est une vraie Française ? »⁴⁰⁷.

Les séances d'observation que nous avons réalisées lors de quatre rencontres de jeunes Français, Allemands et Polonais, entre 2008 et 2012, ont également permis de retrouver différents stéréotypes du Français déjà observés chez les jeunes Polonais, mais aussi d'en repérer d'autres qui entrent en jeu dans une communication interculturelle naturelle (voir le détail de la présentation de ces séances d'observation plus haut dans le texte).

Avec ces observations et les diverses données d'enquête des travaux cités, nous avons pu dresser différents portraits-types du Français dans la pensée des Polonais, qui font ou ont pu faire partie de la compréhension du gentilé *Francuzi* durant ces quarante dernières années.

⁴⁰³ « Polska-Francja. Wzajemny wizerunek w okresie rozszerzania Unii Europejskiej »

⁴⁰⁴ « Francuz »

⁴⁰⁵ « Francuzka »

⁴⁰⁶ « Jaki jest prawdziwy Francuz ? »

⁴⁰⁷ « Jaka jest prawdziwa Francuzka ? »

- **Le Français habitant d'un pays vieillot**

D'après l'historien Krzysztof Pomian (2004), la défaite française de mai/juin 1940 a commencé à mettre à mal l'image du Français et de son pays en Pologne. Peu à peu la France a été perçue par les Polonais comme faible mais aussi surannée. De plus, après la guerre, l'image d'une France communiste a été véhiculée au sein de la société polonaise, s'écartant des évolutions que la société et le régime polonais connaissait. Ainsi Pomian affirme-t-il que : « Dans le domaine intellectuel [...] la France qu'on voyait de la Pologne stalinisée était celle de *La Nouvelle Critique* et non pas celle des *Preuves*, celle de Sartre et non pas celle d'Aron, celle des intellectuels communistes et non pas celle du Congrès pour la liberté de la culture. L'évolution idéologique du milieu intellectuel polonais amorcée aux alentours de 1956, accentuée après 1968 et parachevée dans les années 1980, l'a détourné de la première de ces France sans l'orienter vers la seconde. Ce faisant, elle a figé une image de la France, déjà surannée au demeurant, et l'a transformée de la sorte en un stéréotype qui vit depuis lors sa propre vie » (Pomian 2004: 22).

- **Le Français-élégant**

Et c'est peut-être bien en raison de cette image vieillotte de le France et du Français que ce dernier est qualifié au début des années 70 de *petit-maitre* et de *dandy*⁴⁰⁸ (Pisarkowa 1976: 18). Cependant, ces noms rendent aussi compte de ce que nous appelons le portrait du *Français-élégant*, qui est confirmé par l'emploi d'autres expressions variées (Pisarkowa 1976, Interkulturelles Netzwerk 2008b, Kokot 2009, AZS-MCSM 2009). Dans l'enquête de Pisarkowa, le Français évoque également *charme, goût, élégance, mode* et *chic*⁴⁰⁹ (Pisarkowa 1976: 18). La Française est elle-même qualifiée de *belle, jolie, raffinée, élégante, coquette, passionnée, pleine de charme, mince*⁴¹⁰ (Pisarkowa 1976: 18). Anna Kokot (2009: 52), par sa récente étude des associations et des liens phraséologiques avec les noms propres *Français* et *Française* dans les dictionnaires polonais (SJP Dor, WS Fraz, USJP), a repéré un stéréotype du français comme précurseur de la mode, d'après les expressions : *la mode française*⁴¹¹, *le style français*⁴¹², *la coupe vestimentaire française*⁴¹³, *le talon français*⁴¹⁴ (talon de chaussures pour dame, haut et fin). Kokot relève aussi l'expression *France élégance*⁴¹⁵, qui définit en polonais quelque chose d'élégant, de voyant, qui suscite l'admiration. Les Polonais, en décrivant aussi le *vrai Français* et la *vraie Française*, ont mis en évidence l'élégance comme caractéristique : le *vrai Français* est qualifié d'*élégant*⁴¹⁶, et la *vraie Française* d'*élégante, de femme à la mode, [qui] s'y connaît en mode/*

⁴⁰⁸ « *fircyk* », « *dandys* »

⁴⁰⁹ « *wdzięk, gust, smak, elegancja, moda, szyk* »

⁴¹⁰ « *piękna, ładna, wytworna, elegancka, zalotna/kokietka, namiętna, pełna wdzięku, szczupła* »

⁴¹¹ « *moda francuska* »

⁴¹² « *styl francuski* »

⁴¹³ « *krój francuski* »

⁴¹⁴ « *obcas francuski* »

⁴¹⁵ « *Francja elegancja* »

⁴¹⁶ « *elegancki* »

[qui] s'intéresse à la mode⁴¹⁷ (Kokot 2009 : 52). Nous retrouvons également ce portrait du *Français-élégant* dans les stéréotypes du Français formulés par de jeunes Polonais en contexte de rencontre interculturelle franco-germano-polonaise, entre 2008 et 2010. Le style du Français est examiné par les jeunes : c'est une personne à la mode⁴¹⁸ (Interkulturelles Netzwerk 2008b), qui vit dans *le pays de la mode*⁴¹⁹ (AZS-MCSM 2009). Les jeunes indiquent aussi que la Française s'habille à la dernière mode⁴²⁰, qu'elle est *habillée avec style*⁴²¹ et *bon goût*⁴²². Elle se trouve aussi associée aux produits cosmétiques et aux parfums coûteux, comme le montrent les découpages/collages des jeunes pendant les activités des stéréotypes (présentées plus haut). L'élégance des Français est par contre aussi évoquée de manière négative dans l'expression : *un sérieux et une élégance artificielle*⁴²³ (AZS-MCSM 2009).

• Le Français doué en amour

Différentes caractéristiques associées au Français par les Polonais (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2007a, Kokot 2009, AZS-MCSM 2010) nous permettent de dresser le portrait du *Français doué en amour*. D'après Pisarkowa, certaines aptitudes amoureuses ressortent des descriptions des jeunes. Selon elle, ces aptitudes sont parfois évaluées avec une indulgence ou une condescendance perceptibles, d'après les termes *passionné, un amant idéal – amant/greluchon, finaud, flirteur, dragueur*⁴²⁴ (Pisarkowa 1976: 19). Kokot (2009), quarante ans plus tard, relève dans les dictionnaires polonais des expressions aux connotations plus sexuelles, telles que : *l'amour français*⁴²⁵, expression qui signifie le sexe oral ; *la maladie française*⁴²⁶, la syphilis ; ou encore *les romances françaises*⁴²⁷. Bartmiński mentionne aussi le lien phraséologique *aimer à la française*⁴²⁸ qui évoquerait une personne raffinée en amour, tombant facilement amoureuse (Bartmiński 2007a: 100). Dans l'enquête de Kokot (2009) sur les représentations contemporaines qu'ont les Polonais du *vrai Français* et de la *vraie Française*, il ressort que les femmes voient l'un et l'autre *romantique[s]*⁴²⁹. Les hommes décrivent également un Français *romantique*⁴³⁰, mais aussi *coureur de jupons* et *homme à femmes*⁴³¹. En contexte de rencontres interculturelles de jeunes, nous relevons de même qu'il est associé à l'amour et aux relations

417 « elegancka », « modna », « zna się na modzie/interesująca się modą »

418 « modny »

419 « kraj mody »

420 « po ostatnie mode »

421 « stylowo ubrana »

422 « dobry gust »

423 « sztuczna powaga i elegancja »

424 « namiętny, idealny kochanek – amant, filut, flirciarz, podrywacz »

425 « miłość francuska »

426 « choroba francuska »

427 « romanse francuskie »

428 « kochać po francusku »

429 « romantyczna/y »

430 « romantyczny »

431 « tchórzliwy, babiarcz, kobieciarz »

amoureuses, comme le laissent entendre les commentaires *Paris ville de l'amour et il embrasse bien*⁴³² (AZS-MCSM 2010).

- **Le Français amateur de cuisine et de vin**

Le Français, dans les descriptions des Polonais (Warchala 2001, Bartmiński 2007a, Interkulturelles Netzwerk 2008a, Kokot 2009, AZS-MCSM 2009, 2010) apparaît comme un fin amateur de cuisine et de vin. D'après les associations et les liens phraséologiques comprenant les adjectifs *français* et *française*⁴³³ dans les dictionnaires polonais (SJP Dor, WS Fraz, USJP), le Français est aussi perçu comme un amateur de cuisine (Kokot 2009: 52). Kokot relève les expressions : *la pâte française*⁴³⁴, qui correspond en polonais à la pâte feuilletée ; *les pâtes françaises*⁴³⁵, un type de pâtes épaisses ; *le vin français*⁴³⁶, un vin produit en France. Le vin comme caractéristique du Français, revient dans l'enquête de Kokot (2009), lors de laquelle les hommes polonais décrivent le *vrai* Français comme *un connaisseur de vin/[quelqu'un qui] aime le vin*⁴³⁷ (AZS-MCSM 2009). Un lien entre la France et la bonne nourriture/le bon vin est aussi présenté par Warchala : comme associations avec la France, les enquêtés polonais sont 67% à exprimer *les cuisses de grenouilles, les escargots et autres spécialités françaises, le vin français*⁴³⁸ (Warchala 2001: 12). D'après Bartmiński, le Français est même surnommé *un mangeur de grenouilles*⁴³⁹ (Bartmiński 2007a: 100). Les habitudes alimentaires du Français typique tiennent aussi une grande place dans les représentations des jeunes en contexte de rencontre interculturelle. Les baguettes qu'il mange sont mentionnées lors de deux rencontres avec les expressions *les baguettes*⁴⁴⁰ (Interkulturelles Netzwerk 2008a) et *il mange des baguettes trempées dans le café*⁴⁴¹ (AZS-MCSM 2010), tout comme revient le fromage avec les expressions *fromage*⁴⁴² (AZS-MCSM 2009) et *fromages*⁴⁴³ (Interkulturelles Netzwerk 2008a), ainsi que les croissants avec *les croissants*⁴⁴⁴ (Interkulturelles Netzwerk 2008a) ou encore la phrase suivante : *ils se sont appropriés nos croissants*⁴⁴⁵ (AZS-MCSM 2010). Le fait qu'il mange des grenouilles – c'est *un mangeur de grenouilles*⁴⁴⁶ (AZS-MCSM 2010) et des escargots – c'est *un dévoreur d'escargots*⁴⁴⁷ (AZS-MCSM 2009), n'est pas non plus en reste sur les pancartes. Enfin, si la vodka est la boisson typique du

⁴³² « Paryż miasto miłości », « dobrze całuje »

⁴³³ « francuski », « francuska »

⁴³⁴ Il s'agit de la traduction littérale de l'expression « ciasto francuskie ».

⁴³⁵ Il s'agit de la traduction que nous proposons de l'expression « kluseczki francuskie ».

⁴³⁶ « wino francuskie »

⁴³⁷ « koneser win/lubi wino »

⁴³⁸ « żabie udka, ślimaki i inne specjały francuskiej kuchni, francuskie wino »

⁴³⁹ « żabojad »

⁴⁴⁰ « bagietki »

⁴⁴¹ « je bagietki maczane w kawie »

⁴⁴² « ser »

⁴⁴³ « sery »

⁴⁴⁴ « rogaliki »

⁴⁴⁵ « przywłaszczyli sobie nasze croissants » – cette attribution de l'origine des croissants aux Polonais nous semble ici surprenante.

⁴⁴⁶ « żabojad »

⁴⁴⁷ « pożeracz ślimaków »

Polonais et la bière celle de l'Allemand, le vin est bel et bien pour eux la boisson du Français, comme l'indiquent les expressions *le vin*⁴⁴⁸ (Interkulturelles Netzwerk 2008a) et *le meilleur vin et la meilleure nourriture*⁴⁴⁹ (AZS-MCSM 2010). Une autre remarque est faite concernant sa consommation d'alcool : *il ne tient pas l'alcool*⁴⁵⁰ (AZS-MCSM 2010).

- **Le Français-éclairé**

L'intelligence, l'instruction et l'éloquence sont des caractéristiques que l'on retrouve dans les descriptions du Français (Pisarkowa 1976, Warchala 2001, Kokot 2009, AZS-MCSM 2010) et qui évoquent d'après nous le portrait du *Français-éclairé*. L'intelligence qui lui est attribuée se manifeste d'après Pisarkowa principalement dans la vie sociale : il est *intelligent et spirituel* mais aussi *éloquent* (Pisarkowa 1976: 19). Le Français est vu comme *une personne adroite et habile, ingénieuse*⁴⁵¹, image renvoyée par le proverbe : « Ce que le Français invente, le Polonais l'aime »⁴⁵² (Pisarkowa 1976: 18). Le niveau d'instruction du Français typique est fortement mis en avant par Warchala : le Français est *instruit*⁴⁵³ pour 64 % des enquêtés Polonais (plus que le Polonais typique, qui est instruit pour 41%) et il est *sans instruction*⁴⁵⁴ pour seulement 2% (contre 14% pour le Polonais typique) - le reste ne se prononçant pas⁴⁵⁵ (Warchala 2001: 23, 27). Kokot (2009) retrouve quarante ans plus tard ces caractéristiques dans la description des Polonais du *vrai* Français et de la *vraie* Française. Les femmes polonaises disent du *vrai* Français qu'il est *intelligent, éloquent*⁴⁵⁶, et les hommes disent de lui qu'*il fait preuve de savoir vivre*⁴⁵⁷. Quant à la *vraie* Française, les hommes Polonais la décrivent comme une personne *intelligente*⁴⁵⁸ (cependant Kokot relève aussi l'expression contraire : elle est *peu intelligente*⁴⁵⁹). Enfin, l'éloquence des Français ressort encore en contexte de rencontre interculturelle en 2010. Le groupe des Polonais avait alors écrit : [*le Français*] *sait se promouvoir/se mettre en avant*⁴⁶⁰ (AZS-MCSM 2010).

- **Le Français qui aime profiter de la vie**

Un portrait du *Français qui aime profiter de la vie* se dessine selon nous dans les descriptions des Polonais (Pisarkowa 1976, Interkulturelles Netzwerk 2008a, Kokot 2009, AZS-MCSM 2010). D'après

448 « wino »
 449 « najlepsze wino i jedzenie »
 450 « ma słabą głowę »
 451 « człowiek zwinny i zręczny, pomysłowy »
 452 « Co Francuz wymyśli, to Polak polubi. »
 453 « wykształcony »
 454 « niewykształcony »
 455 Sur une échelle commençant à 1 avec l'expression *instruit* et terminant à 5 avec l'expression *sans éducation* : 1=28% ; 2=36% ; 3=34% ; 4=2% et 5=0%.
 456 « inteligentny », « elokwentny »
 457 « kulturalny/wysoka kultura osobista »
 458 « inteligentna »
 459 « mało inteligentna »
 460 « umie się wypromować »

Pisarkowa, le Français est perçu par les jeunes comme une personne *aimant profiter de la vie*⁴⁶¹, un *galopin*⁴⁶², il est *gai, léger* mais aussi *suffisant, superficiel*⁴⁶³ (Pisarkowa 1976: 18-19). Ce trait de caractère est aussi renvoyé par l'expression : *il vit comme Dieu en France « avec plaisir, il profite du monde »*⁴⁶⁴ (Pisarkowa 1976: 18). Kokot (2009) confirme cette représentation du Français : d'après les Polonaises, le *vrai Français* et la *vraie Française* sont *gai[s]*⁴⁶⁵. Les hommes polonais indiquent quant à eux que le *vrai Français profite de la vie, [qu'il a] la capacité à profiter de la vie*⁴⁶⁶. En contexte de rencontre interculturelle, un groupe des jeunes Polonais avance aussi que le Français *fait preuve d'une attitude positive*⁴⁶⁷ (Interkulturelles Netzwerk 2008a). Cette capacité à profiter de la vie du Français va cependant de paire avec un manque de diligence, puisque pour un autre groupe *il ne sait pas travailler*⁴⁶⁸ (AZS-MCSM 2010).

- **Le Français délicat et peureux**

Un caractère délicat et craintif est attribué au Français par les Polonais (Pisarkowa 1976, Kokot 2009). Le Français, d'après l'expression figée *un petit chien Français*⁴⁶⁹ évoque cette représentation d'individu *difficile et délicat*⁴⁷⁰, que se font les Polonais des Français (Pisarkowa 1976: 18). L'expression signifie aussi une personne gâtée, habituée au confort, capricieuse et exagérément sensible (Kokot 2009: 52). Ce caractère apparaît dans la représentation que les femmes polonaises ont du *vrai Français* et de la *vraie Française*. Ils sont tous deux qualifiés de *sensible[s]*⁴⁷¹. Ce trait de caractère est certainement à associer à la vision de Français peureux que partagent les hommes Polonais. Ils qualifient le *vrai Français* de *lâche*⁴⁷² et la *vraie Française* de *peureuse*⁴⁷³. Cette délicatesse et ce caractère pusillanime attribués aux Français conduit même les hommes polonais à juger le *vrai Français efféminé*⁴⁷⁴.

- **Le Français lié à la culture et à l'art**

Les Polonais confèrent au Français typique un certain attachement à la culture et à l'art (Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2009, Kokot 2009). Kokot note dans les dictionnaires polonais une multitude d'expressions qui évoquent ce lien avec la culture et l'art : *la littérature française, l'art français, le cinéma français, un film français, le théâtre français, la musique française,*

461 « człowiek umiejący używać życia »
 462 « gagatek »
 463 « inteligentny i dowcipny, wymowny, wesoły, lekki, zadufany, powierchowny »
 464 « Żyje jak Pan Bóg we Francji 'rozkosznie, używa świata'. »
 465 « wesoły/a »
 466 « cieszy się życiem/umiejętność korzystania z życia »
 467 « pozytywne nastawienie »
 468 « nie umie pracować »
 469 « francuski piesek »
 470 « wybredny i delikatny »
 471 « wrażliwy/a »
 472 « tchórzliwy »
 473 « tchórzliwa »
 474 « zniewieściały »

*une ouverture française, un jardin français, les dentelles françaises*⁴⁷⁵ (Kokot 2009: 52). Concernant la représentation contemporaine qu'ont les femmes Polonaises du *vrai Français*, c'est aussi celle d'un homme *lettré*⁴⁷⁶ (Kokot 2009). En contexte de rencontre interculturelle, les jeunes indiquent que *l'art [est] développé*⁴⁷⁷ (AZS-MCSM 2009) dans l'Hexagone, ce qui contribue sans doute à ce que le Français *tourne de bons films à propos de rien*⁴⁷⁸ (Interkulturelles Netzwerk 2008a).

- **Le Français et la Française aux physiques agréables**

Le physique des Français et de la Française est plutôt dépeint par les Polonais comme agréable (Kokot 2009, AZS-MCSM 2009, Viviand 2011a). D'après l'enquête de Kokot sur la manière dont les Polonais se représentent un *vrai Français* et une *vraie Française* (Kokot 2009), il ressort que les femmes polonaises voient le Français *beau*⁴⁷⁹ et *charmant*⁴⁸⁰. La Française, elle, est qualifiée de *belle*⁴⁸¹ et de *mince*⁴⁸² par les femmes, ainsi que de *jolie*⁴⁸³ par les hommes, et encore de *soignée*⁴⁸⁴ par les hommes et les femmes. En contexte de rencontre interculturelle, les jeunes mettent aussi en avant le physique de la femme française (Viviand 2011a: 110). Elle est décrite par les jeunes comme *une femme mince*⁴⁸⁵, avec *des cheveux foncés*⁴⁸⁶ - et la langue française semble, tout comme l'apparence du Français typique, avoir quelque chose d'attrayant : c'est une *langue difficile mais belle*⁴⁸⁷ (AZS-MCSM 2009).

- **Le Français imbu de lui-même**

Différentes caractéristiques attribuées par les Polonais au Français (ou à la Française) typique nous permettent de dresser le portrait du *Français imbu de lui-même* (Interkulturelles Netzwerk 2008a, Kokot 2009, AZS-MCSM 2010). Kokot (2009) rend compte de cette représentation des Français et des Françaises pleins d'eux-mêmes que partagent les Polonais – une représentation absente des liens phraséologiques ou encore de l'enquête de Pisarkowa (1976) quarante ans plus tôt. Les femmes polonaises décrivent le *vrai Français* comme *ayant une estime de soi excessive, obnubilé par soi, égoïste, imbu de lui-même, vaniteux et sûr de lui*⁴⁸⁸. Elles perçoivent aussi la *vraie Française* comme

⁴⁷⁵ « literatura francuska, sztuka francuska, francuskie kino, francuski film, teatr francuski, muzyka francuska, uwertura francuska, ogród francuski, koronki francuskie »

⁴⁷⁶ « odcytany »

⁴⁷⁷ « rozwinięta sztuka »

⁴⁷⁸ « kręci dobre filmy o niczym »

⁴⁷⁹ « przystojny »

⁴⁸⁰ « szarmancki »

⁴⁸¹ « piękna »

⁴⁸² « szczupła »

⁴⁸³ « ładna »

⁴⁸⁴ « zadbana »

⁴⁸⁵ « szczupła »

⁴⁸⁶ « ciemne włosy »

⁴⁸⁷ « trudny ale ładny język »

⁴⁸⁸ « wygórowane poczucie własnej wartości, zapatrzony w siebie, egoistyczny, zadufany w sobie, zarozumiały », « pewny siebie »

*vaniteuse et sûre d'elle*⁴⁸⁹. En contexte de rencontre interculturelle, les jeunes Polonais écrivent aussi que le Français est *plein de lui-même*⁴⁹⁰ (AZS-MCSM 2010). Il est *amoureux de sa culture*⁴⁹¹ (Interkulturelles Netzwerk 2008a), et à tel point amoureux de sa propre culture qu'*il ne connaît pas les langues étrangères*⁴⁹² (AZS-MCSM 2010).

- **Le Français gentil et sociable**

Un caractère gentil et sociable est souligné chez le Français typique, et plus généralement chez les Français, par les Polonais (Warchala 2001, Kokot 2009). D'après Kokot (2009) les femmes polonaises voient le *vrai Français sociable*⁴⁹³, *gentil*⁴⁹⁴. Elles voient aussi la *vraie Française sociable*⁴⁹⁵, ce à quoi les hommes polonais rajouteront *sincère, ouverte, sympathique et gentille*⁴⁹⁶. Cette gentillesse attribuée par les Polonais aux Français est également observée en 2000 par Warchala (2001 :23) : le Français typique est *gentil*⁴⁹⁷ pour 54% des répondants⁴⁹⁸ (d'après eux, davantage même que le Polonais typique pour lequel nous avons relevé 44%).

Le Français apparaît au travers de ces différents portraits avec une image plutôt favorable, bien plus favorable en tout cas que son voisin allemand (Pisarkowa 1976, Warchala 2001, Bartmiński 2007a). Pisarkowa considère déjà dans les années 70 le stéréotype du Français comme positif, mais elle nuance cette appréciation. La chercheuse affirme, d'après l'enquête réalisée en 1970-1971 auprès d'étudiants, que ce sont ses similitudes avec l'auto-stéréotype polonais qui déterminent le caractère positif du stéréotype français dans son ensemble et non une positivité objective des caractéristiques attribuées aux Français (1976: 18). Trente ans plus tard, Warchala (2001) observe aussi que l'image du Français typique est principalement marquée chez les Polonais par des caractéristiques positives (bien plus d'ailleurs que l'image du Polonais typique chez les Français). Cette dimension positive provient, d'après lui, en particulier de caractéristiques telles que la modernité, l'éducation, la propreté, la tolérance et la gentillesse (Warchala 2001: 23). Seule la religion apparaît comme une caractéristique ambivalente, puisque la majorité des répondants n'ont pas tranché entre les adjectifs *religieux/non religieux*⁴⁹⁹ (Warchala 2001: 23). En plus de cette vision générale positive du Français, Warchala souligne aussi que les Français sont une nation pour laquelle les Polonais éprouvent de la sympathie,

⁴⁸⁹ « zrozumiała », « pewna siebie »

⁴⁹⁰ « zadufany w sobie »

⁴⁹¹ « zakochany w swojej kulturze »

⁴⁹² « nie zna języków obcych »

⁴⁹³ « towarzyski »

⁴⁹⁴ « miły »

⁴⁹⁵ « towarzyska »

⁴⁹⁶ « szczerza, otwarta, sympatyczna, miła »

⁴⁹⁷ « życzliwy »

⁴⁹⁸ Sur une échelle commençant à 1 avec l'expression *gentil* et terminant à 5 avec l'expression *méchant* : 1=23% ; 2=31% ; 3=30% ; 4=4% et 5=2 %.

⁴⁹⁹ « religijny/niereligijny »

puisque 55% des enquêtés polonais disent ressentir de la sympathie, voire une très grande sympathie pour les Français (contre seulement 38% qui éprouveraient de la sympathie pour la nation allemande) (Warchala 2001: 18). Bartmiński suppose également la sympathie et l'indulgence que le stéréotype du Français évoque aux Polonais, d'après les liens phraséologiques du gentilé *Francuzi*, et en particulier son sobriquet *mangeur de grenouille*⁵⁰⁰ (2007a : 100). D'après Warchala (2001), la France jouit comme ses habitants d'une image positive chez les Polonais. Ces derniers l'associent à un pays attractif sur la plan culturel et touristique, elle est pour eux un lieu rempli de monuments et d'endroits intéressants, un territoire riche et calme, avec Paris pour capitale, qui évoque l'élégance, la bonne cuisine et le bon vin (Warchala 2001: 12). Kokot (2009) a cependant repéré différents niveaux d'appréciation du *vrai* Français et de la *vraie* Française, en fonction du sexe des répondants. Il ressort que les descriptions du *vrai* Français sont chez les femmes polonaises davantage positives et diversifiées que chez les hommes, chez qui se manifeste plus particulièrement une certaine forme de réticence et de mépris. La *vraie* Française est aussi décrite de manière plus négative par les hommes que par les femmes, tout du moins en ce qui concerne son caractère.

3.5. COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *EUROPEJCZYCY* PAR LES POLONAIS

Beaucoup de travaux ont été réalisés en Pologne dans les années 90 autour de la question de la compréhension du vocabulaire relatif à l'Europe par les Polonais. En raison de la chute du régime communiste et du rapprochement de la Pologne de l'Union européenne, les chercheurs s'interrogent sur les nouveaux usages de ces termes, sur la signification qu'ils peuvent désormais avoir pour les locuteurs polonais. Des études ont ainsi été menées sur la compréhension des mots *Europa* (en français : 'Europe', par Fleischer 1998, Batko 2005, Maliszewski 2005, Chlebda 2010), *Unia Europejska* ('Union européenne', Maliszewski 2005), *europaeski* ('européen', Batko 2005), etc. Relativement à notre étude, nous nous concentrons ici exclusivement à la compréhension du nom *Europejczyk* (l'Européen) et de sa forme plurielle *Europejczycy* (les Européens).

Tout d'abord, deux études sur la signification contemporaine du mot *Europejczyk* (l'Européen) retiennent notre attention. Dans un article publié en 1998, la linguiste Swietłana M. Prochorowa se penche sur les résultats d'une enquête menée dans plusieurs pays d'Europe occidentale et orientale, dont la Pologne, pendant la période de la chute des régimes communistes en Europe (d'après Bartmiński 1993a). Cette étude, conçue à Lublin, porte sur la signification que prend le mot *Europejczyk* pour les différentes nations et notamment pour les Polonais, au travers des définitions des dictionnaires et des définitions proposées par les enquêtés. Une autre linguiste, Barbara Batko, s'est aussi intéressée à la signification du nom *Europejczyk*, mais cette fois dans le discours public polonais,

⁵⁰⁰ « żabojad »

pendant la période de pré-adhésion à l'Union européenne (Batko 2005). Nous citerons également ici les récents travaux de Bartmiński sur l'évolution de la compréhension du nom *Europejczyk* entre 1990 et 2000 (Bartmiński 2006), qui présentent des résultats très riches quant aux manières dont les jeunes Polonais se représentent l'Européen au travers du nom qui le désigne. Comme nous l'avons vu plus haut, cette étude fait partie de l'*Enquête pour un Dictionnaire Axiologique* (en polonais : 'Ankieta Słownika Aksjologicznego' ou ASA), dont le rapport fut rédigé sous la direction de Bartmiński et publié en 2006 sous le titre de *Langue. Valeurs. Politique. Changements de compréhension des noms de valeur pendant la période de transformation du régime en Pologne*⁵⁰¹. Cette enquête ouverte a été menée dans un premier temps auprès d'un millier d'étudiants issus de différents établissements supérieurs de la ville de Lublin (en Pologne orientale) durant l'année 1990, puis dans les mêmes conditions en 2000. Les jeunes Polonais, en répondant à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Européen ? »⁵⁰² (Bartmiński 2006: 14), ont énuméré de nombreuses caractéristiques, ce qui a permis à Bartmiński d'examiner leur importance dans la pensée des jeunes (c'est-à-dire l'ordre hiérarchique d'attribution de ces caractéristiques et leur évolution de 1990 à 2000) et de définir les portraits-types de l'Européen invoqués par les jeunes.

Nous présenterons aussi les résultats de l'enquête de type sociologique intitulée « Problèmes et événements actuels »⁵⁰³ portant sur le stéréotype de l'Européen, dont un rapport a été publié par Beata Roguska en 2011. Cette enquête menée auprès de 1002 Polonais présente les évolutions des différents stéréotypes de l'Européen depuis 1992 jusqu'à l'année 2011. Les Polonais étaient interrogés sur leur possible attribution à l'Européen (ainsi qu'au Polonais, comme nous l'avons vu précédemment) d'une liste de caractéristiques retenues. Les répondants devaient alors indiquer pour ces différentes caractéristiques si elles correspondaient ou non à l'Européen (ou bien si cette question était difficile à renseigner pour eux).

Les séances d'observation que nous avons réalisées lors de quatre rencontres de jeunes Français, Allemands et Polonais, entre 2008 et 2012, ont aussi permis de retrouver différents stéréotypes de l'Européen déjà relevés dans des enquêtes antérieures chez les jeunes Polonais, mais aussi d'en repérer d'autres qui entrent en jeu dans une communication interculturelle naturelle (voir le détail de la présentation de ces séances d'observation plus haut dans le texte). Avec ces observations et les différentes données d'enquête des travaux cités, nous avons pu dresser différents portraits-types de l'Européen dans la pensée des Polonais, qui font ou ont pu faire partie de la compréhension du gentilé *Europejczyk* durant ces vingt dernières années.

⁵⁰¹ « Język. Wartości. Polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych »

⁵⁰² « Co według ciebie stanowi o istocie prawdziwego Europejczyka ? »

⁵⁰³ « Aktualne problemy i wydarzenia »

- **L'Européen habitant de l'Europe**

Plusieurs caractéristiques répertoriées dans les différentes enquêtes nous permettent de dresser dans un premier temps le portrait de *l'Européen habitant de l'Europe* (Prochorowa 1998, Bartmiński 2006). En 1990, la caractéristique attribuée le plus souvent au *vrai* Européen par les étudiants polonais de Lublin est, d'après Bartmiński (2006: 417), *le fait d'habiter en Europe*⁵⁰⁴, dans 10,63% des réponses à la question « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Européen ? » (Bartmiński 2006: 14, 417). En 2000, les jeunes mettent un peu moins souvent cette caractéristique en avant (dans 7,63% des réponses) (Bartmiński 2006: 418). Bartmiński souligne que le fait d'habiter un territoire donné est le déterminant sémantique de base de toute la catégorie des noms d'habitants et qu'elle est de ce fait peu révélatrice de la représentation de l'Européen chez les Polonais. Prochorowa (d'après Bartmiński 1993a), qui se penche sur la définition du mot *Europejczyk* (l'Européen) donnée par les Polonais et par d'autres nations d'Europe orientale, observe que les Polonais plus que les autres répondants slaves (Slovaques, Biélorusses, Ukrainiens) se comptent parmi les Européens, en accord aux premières définitions que l'on trouve dans les dictionnaires, du type : « personne née et habitant en Europe ou habitant, né en Europe »⁵⁰⁵ (Prochorowa 1998: 240) : seulement 11% d'entre eux répondent qu'ils ne sont pas Européens.

- **L'Européen habitant de l'UE**

L'Européen est aussi décrit comme un habitant de l'Union européenne (Batko 2005). D'après Batko le nom commun *Europejczyk* (un Européen) signifie plus qu'un habitant de l'Europe pendant la période de préadhésion à l'Union européenne. Dans les textes des euro-enthousiastes, *Europejczyk* fonctionne comme synonyme d'« habitant de l'UE⁵⁰⁶ » mais aussi d'« une personne représentant l'UE dans le cadre de forums politiques⁵⁰⁷ » (Batko 2005: 229). Une définition proposée en 1996 dans le *Dictionnaire pratique du polonais contemporain*⁵⁰⁸ lui est d'ailleurs similaire : « habitant d'un État appartenant à l'Union européenne »⁵⁰⁹ (Zgółkowa 1996: 101, citée dans Batko 2005: 229). Le nom *Europejczyk* aurait aussi une connotation nettement positive dans les textes des partisans de l'Union, puisque le fait d'être Européen serait une valeur vers laquelle on tend et qui ne peut être réalisée qu'à partir de l'adhésion de la Pologne à l'Union européenne. Batko s'appuie sur l'extrait d'un discours portant sur l'adhésion de la Pologne à l'UE : « Dans les prochains mois, tu seras peut-être un véritable Européen »⁵¹⁰ (Batko 2005: 230).

⁵⁰⁴ « zamieszkiwanie w Europie »

⁵⁰⁵ « człowiek urodzony i mieszkający w Europie », « mieszkaniec, urodzony w Europie »,

⁵⁰⁶ « mieszkani[iec] UE »

⁵⁰⁷ « osob[a] reprezentując[a] [UE] na forum politycznym »

⁵⁰⁸ « Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny »

⁵⁰⁹ « obywatel państwa należącego do Unii Europejskiej »

⁵¹⁰ « Za kolejne parę miesięcy będziesz być może prawdziwym Europejczykiem. » (*Dziennik Polski*, 27 décembre 2002: 21)

- **L'Européen porteur d'une culture spécifique**

Une culture spécifique est attribuée par les Polonais à l'Européen typique (Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2009, 2010). En 1990, la caractéristique attribuée le plus souvent au *vrai* Européen par les étudiants polonais de Lublin, après le fait d'être un habitant de l'Europe, est d'être imprégné par cette *culture*⁵¹¹ spécifique. C'est ce qu'indiquent ces jeunes dans 7,9% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Européen ? » (Bartmiński 2006: 14, 417). En 2000, l'attribution de cette caractéristique reste constante (elle est attribuée dans 7,63% des réponses) (Bartmiński 2006: 418). Cette culture qui leur est propre est décrite comme *méditerranéenne, européenne, formée sur la base de la culture grecque et romaine, l'éthique chrétienne, l'époque des Lumières*⁵¹² (Bartmiński 2006: 417-418). L'*histoire*⁵¹³ (dans 2,12% des réponses) est aussi évoquée en 2000 (Bartmiński 2006: 419). Le stéréotype de l'Européen décrit en contexte de rencontre interculturelle va aussi de paire avec un patrimoine historique et culturel qu'il partage avec les autres Européens, comme le démontrent les termes inscrits sur les pancartes *une histoire commune*⁵¹⁴ (AZS-MCSM 2009) et *une histoire, une culture, des monuments, un patrimoine architectural*⁵¹⁵ (AZS-MCSM 2010).

- **L'Européen intelligent, instruit et civilisé**

L'intelligence, l'instruction, la civilisation sont présentes aujourd'hui dans les descriptions de l'Européen par les Polonais (Prochorowa 1998, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2010, Roguska 2011). En 1990, *l'instruction*⁵¹⁶ (qui apparaît dans 1,57% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un véritable Européen ? ») et *l'intelligence*⁵¹⁷ (dans 2,36% des réponses) sont attribuées au *véritable* Européen par les étudiants polonais de Lublin (Bartmiński 2006: 418). En 2000, *l'instruction* (avec 4,66%) lui revient plus fréquemment (Bartmiński 2006: 418).

L'enquête intitulée « Problèmes et événements actuels »⁵¹⁸, réalisée entre 1992 et 2011 auprès de 1002 Polonais et dont les résultats sont analysés par Roguska (2011), présente aussi les évolutions des différents stéréotypes européens depuis la fin de l'ère communiste. Roguska constate que le stéréotype de l'Européen *instruit*⁵¹⁹ et *civilisé/qui fait preuve de savoir-vivre*⁵²⁰ est relativement constant de 1992 à 2011 (83% des répondants pensent qu'il est *instruit* en 1992 pour 80% en 2011, et 78% des répondants pensent qu'il est *civilisé* en 1992 pour 75% en 2011) (Roguska 2011 : 7). Une partie des Polonais estiment pourtant en ce sens, d'après Prochorowa, que leur propre culture ne correspond pas

⁵¹¹ « kultura »

⁵¹² « śródziemnomorska, europejska, ukształtowana na bazie kultur Grecji i Rzymu, etyki chrześcijańskiej, epoki Oświecenia »

⁵¹³ « historia »

⁵¹⁴ « wspólna historia »

⁵¹⁵ « historia, kultura, zabytki, dziedzictwo architektoniczne »

⁵¹⁶ « wykształcenie »

⁵¹⁷ « inteligencja », 2,36%

⁵¹⁸ « Aktualne problemy i wydarzenia »

⁵¹⁹ « wykształcony »

⁵²⁰ « kulturalny »

au stéréotype ou au prototype de l'Européen. Elle a ainsi relevé la phrase : « Je suis Européen mais je me conduis comme une personne venant de la jungle »⁵²¹ (Prochorowa 1998: 240). Selon les jeunes Polonais en contexte de rencontre interculturelle, l'Européen typique est aussi un homme éclairé, *il possède beaucoup de connaissances*⁵²² (AZS-MCSM 2010), il est *raisonnable/réfléchi*⁵²³ (AZS-MCSM 2010), c'est un homme *instruit*⁵²⁴ (AZS-MCSM 2010), *élégant*⁵²⁵ (AZS-MCSM 2010), *un homme du monde/une personne sachant se comporter dans le beau monde*⁵²⁶ (AZS-MCSM 2010) et qui a de surcroît *une conscience écologique*⁵²⁷ (AZS-MCSM 2010). Toutes ces qualités qui le distinguent contribuent certainement à une perception de l'Européen fier et sûr de lui : en 1990, *la fierté*⁵²⁸ est attribuée au *vrai* Européen par les étudiants polonais de Lublin, dans 2,36% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Européen ? », d'après Bartmiński (2006: 417). Roguska constate aussi que le stéréotype de l'Européen *sûr de lui* reste relativement constant de 1992 à 2011 (81% des répondants pensent qu'il est 'sûr de lui' en 1992, pour 80% en 2011) (Roguska 2011: 6).

- **L'Européen-chrétien**

Un autre portrait qui se dessine dans les représentations des Polonais (d'après Prochorowa 1998, Bartmiński 2006, Roguska 2011) est celui que nous appelons *l'Européen-chrétien*. Les Polonais, à la fin des années 90, attribuent à l'Européen *la chrétienté*⁵²⁹ (Prochorowa 1998: 240). Cependant cette chrétienté n'est présente en 1990 dans les descriptions des jeunes Polonais que dans les rares mentions de *l'éthique chrétienne* ou du *développement dans la culture chrétienne*⁵³⁰ du *vrai* Européen (Bartmiński 2006: 417). Aucune mention ne concerne même la religion dans l'enquête de 2000 (Bartmiński 2006: 418-419). L'auteur exprime son étonnement de voir dans les deux enquêtes aussi peu de réponses présentant un lien entre le *vrai* Européen et la chrétienté. Roguska constate d'après son enquête sur l'évolution du stéréotype de l'Européen de 1992 à 2011, que la perception qu'ont les Polonais de l'attachement à la religion de l'Européen s'est bien affaiblie (l'Européen est vu comme *religieux*⁵³¹ par 36% des répondants en 1992 et seulement par 23% en 2011) (Roguska 2011: 3).

- **L'Européen-cosmopolite**

L'ouverture sur le monde et la connaissance des langues qui sont attribuées à l'Européen par les

⁵²¹ « Jestem Europejczykiem, ale zachowuję się jak człowiek z dżungli. »

⁵²² « posiada wiele umiejętności »

⁵²³ « rozsądny »

⁵²⁴ « wykształcony »

⁵²⁵ « elegancki »

⁵²⁶ « człowiek światowy »

⁵²⁷ « świadomość ekologiczna »

⁵²⁸ « duma »

⁵²⁹ « chrześcijaństwo »

⁵³⁰ « etyka chrześcijańska », « rozwój w kulturze chrześcijańskiej »

⁵³¹ « religijny »

Polonais (Prochorowa 1998, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2009) nous permettent de dresser le portrait de *l'Européen-cosmopolite*. *La curiosité du monde*⁵³² dans 2,36% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Européen ? », et *les voyages*⁵³³ dans 2,36% des réponses, sont attribués en 1990 au *vrai Européen* par les étudiants polonais de Lublin (Bartmiński 2006: 417-418). Ils attribuent encore à l'Européen des caractéristiques comme *le goût des voyages* et *la possibilité de voyager*⁵³⁴ d'après Prochorowa (1998: 240). En contexte de rencontre interculturelle de jeunes, l'Européen est aussi décrit comme un homme tourné vers le monde, qui voyage - c'est *un voyageur*⁵³⁵ (AZS-MCSM 2009) qui a *la possibilité de travailler à l'étranger*⁵³⁶ (AZS-MCSM 2009) et qui vit sur un territoire aux *frontières ouvertes*⁵³⁷ (AZS-MCSM 2009). L'expression de la maîtrise des langues revient aussi dans les descriptions de l'Européen par les Polonais. En 1990, une des caractéristiques attribuées au *vrai Européen* par les étudiants polonais de Lublin est en effet *la connaissance des langues*⁵³⁸ (dans 2,76% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Européen ? ») (Bartmiński 2006: 417). Cette connaissance des langues lui est également attribuée en 2000 (dans 3,39% des réponses) (Bartmiński 2006 : 419). Prochorowa observe de même *la maîtrise de plusieurs langues*⁵³⁹ comme caractéristique attribuée par la nation polonaise à l'Européen (Prochorowa 1998: 240).

- **L'Européen-privilegié**

Différentes caractéristiques relevées chez Bartmiński (2006), chez Roguska (2011) et lors des rencontres interculturelles auxquelles nous avons assisté en 2009 et 2010, nous permettent de dresser le portrait de *l'Européen-privilegié*. La perception du niveau de vie de l'Européen typique, très positive dans l'opinion publique polonaise, est tout d'abord relativement stable selon Roguska depuis vingt ans : plus de 80% des répondants en 1992 comme en 2011 considèrent que l'Européen *vit dans de bonnes conditions*⁵⁴⁰ (Roguska 2011: 2). La crise économique de ces dernières années influe pourtant sur le fait que les répondants en 2011 estiment moins qu'en 2007 que l'Européen *vit fastueusement*⁵⁴¹ (49% des répondants en 2007, pour 38% en 2011) (Roguska 2011: 2). L'Européen *rencontre le succès dans la vie*⁵⁴² d'après les Polonais, même si ce stéréotype a diminué ces vingt dernières années (il rencontre le succès selon 77% des répondants en 1992 et selon 67% en 2011)

532 « ciekawość świata »
 533 « podróże »
 534 « zamiłowanie do podróży », « możliwość podróżowania »
 535 « podróżnik »
 536 « możliwość pracy za granicą »
 537 « otwarte granice »
 538 « znajomość języków »
 539 « władanie kilkoma językami »
 540 « żyje w dobrych warunkach »
 541 « żyje wystawnie »
 542 « dąży do osiągnięcia sukcesu w życiu »

(Roguska 2011: 8). La *richesse*⁵⁴³ (dans 1,69% des réponses à la question : « Qu'est-ce qui caractérise pour toi un véritable Européen ? ») est aussi attribuée au *vrai* Européen par les étudiants polonais de Lublin en 2000 (Bartmiński 2006: 419). En contexte de rencontre interculturelle, l'Européen typique est aussi décrit par les jeunes Polonais comme un homme *riche*⁵⁴⁴ (AZS-MCSM 2010), il est associé à *une monnaie commune*, expression à laquelle le groupe polonais a ajouté la précision : *dans pas longtemps*⁵⁴⁵ (AZS-MCSM 2009) (une allusion au zloty toujours utilisé en Pologne) et à *des subventions pour les agriculteurs*⁵⁴⁶ (AZS-MCSM 2009).

- **L'Européen avec des qualités sociales croissantes**

Un ensemble de qualités sociales est observé chez l'Européen typique par les Polonais, d'après Bartmiński (2006) et Roguska (2011). En 1990, *la tolérance*⁵⁴⁷ (dans 1,97% des réponses) est attribuée au *vrai* Européen par les étudiants polonais de Lublin (Bartmiński 2006: 418). On observe qu'elle est davantage évoquée en 2000 (4,66%), ce à quoi les jeunes ajoutent *l'ouverture d'esprit*⁵⁴⁸ (2,54%) (Bartmiński 2006: 419). D'après Roguska (2011), sur le plan social les Polonais attribuent en effet à l'Européen différentes qualités, davantage qu'il y a vingt ans. Il est décrit davantage comme *ouvert aux autres*⁵⁴⁹ (par 48% des répondants en 1992 et par 66% en 2011) (Roguska 2011: 11), il s'unirait de plus en plus aux autres dans les moments difficiles (en 1992, 54% des répondants pensent que 'dans les situations difficiles il s'unit et fonctionne avec les autres'⁵⁵⁰, pour 62% en 2011) (Roguska 2011: 5) et il ferait davantage preuve de bienveillance (il est 'gentil'⁵⁵¹ selon 68% en 1992 et 74% en 2011) (Roguska 2011: 11).

- **L'Européen débrouillard et travailleur**

D'après Roguska (2011), l'Européen typique fait preuve, dans l'esprit des Polonais, de débrouillardise et de dilligence. L'Européen est largement vu comme *débrouillard*⁵⁵² ces vingt dernières années (81% des répondants interrogés le voit 'débrouillard' en 1992 et 80% en 2011) (Roguska 2011: 10). Il est aussi perçu comme bon travailleur – même si ce stéréotype est en baisse : *il travaille bien*⁵⁵³ pour 88% des répondants en 1992 et pour 75% en 2011, et *il a du respect pour le travail*⁵⁵⁴ pour 84% des répondants en 1992 et 80% en 2011 (Roguska 2011: 9). Cependant le travail prend une telle importance dans sa vie qu'il en néglige la famille. Pour une bonne partie des Polonais, l'Européen

543 « bogactwo »

544 « bogaty »

545 « wspólna waluta – niedługo »

546 « dopłaty dla rolników »

547 « tolerancja »

548 « otwartość »

549 « otwarty na innych »

550 « w trudnych sytuacjach jednoczy się i działa razem z innymi »

551 « życzliwy »

552 « zaradny »

553 « dobrze pracuje »

554 « szanuje pracę »

considère que *le travail est plus important pour lui*⁵⁵⁵ que la famille – quoi que ce stéréotype soit aussi en baisse (c'est le cas pour 49% des répondants en 1992 et pour 41% en 2011, alors que c'est *la famille qui est plus importante pour lui*⁵⁵⁶ que le travail pour 25% en 1992 et pour 33 % en 2011 - le reste ne se prononçant pas) (Roguska 2011: 4).

- **L'Européen traditionaliste**

L'attribution de la tradition à l'Européen, que l'on relève en 1990 et en 2000 dans l'enquête ASA (Bartmiński 2006) nous évoque le portrait du *Polonais-traditionaliste*. En 1990, l'attachement à *la tradition*⁵⁵⁷ est attribué au *vrai* Européen par les étudiants polonais de Lublin (dans 1,97% des réponses à la question « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Européen ? ») (Bartmiński 2006: 418). En 2000, on trouve seulement une occurrence de *la connaissance [...] de la tradition de l'Europe*⁵⁵⁸ (Bartmiński 2006: 419).

- **L'Européen avec sa propre manière d'être**

Bartmiński (2006) repère chez les jeunes Polonais, en 1990 comme en 2000, l'attribution d'une manière d'être caractéristique, d'un mode de vie propre à l'Européen. En 1990, une certaine *manière d'être*⁵⁵⁹ est attribuée au *vrai* Européen par les étudiants polonais de Lublin (dans 2,76% des réponses à la question « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Européen ? ») (Bartmiński 2006: 417). En 2000 un certain *style de vie*⁵⁶⁰ leur revient aussi avec des expressions similaires (dans 2,12% des réponses) (Bartmiński 2006: 419).

- **L'Européen-blanc**

D'après Bartmiński (2006), certaines spécificités d'ordre biologique sont mises en avant par les Polonais pour décrire l'Européen typique. En 1990, la couleur blanche de la peau (dans 2,76% des réponses) (avec l'expression 'la race blanche'⁵⁶¹) est attribuée au *vrai* Européen par les étudiants polonais de Lublin (Bartmiński 2006: 417). Il est aussi question de la *race* européenne dans une des descriptions des enquêtés, en 2000 (2,12%) (Bartmiński 2006: 419). Aucune mention relative au physique de l'Européen n'a été repérée dans les autres enquêtes.

- **L'Européen-patriote**

L'expression du patriotisme, attribué par les Polonais à l'Européen d'après Bartmiński (2006) et

⁵⁵⁵ « ważniejsza jest dla niego praca »
⁵⁵⁶ « ważniejsza jest dla niego rodzina »
⁵⁵⁷ « tradycja »
⁵⁵⁸ « znajomość [...] tradycji Europy »
⁵⁵⁹ « sposób bycia »
⁵⁶⁰ « styl życia »
⁵⁶¹ « biała rasa »

Roguska (2011), nous permet de dresser le portrait de *l'Européen-patriote*. Le stéréotype de l'Européen *patriote*⁵⁶² est relativement stable selon Roguska dans la pensée des Polonais de 1992 à 2011 (73% des répondants pensent qu'il est patriote en 1992 pour 76% en 2011) (Roguska 2011: 3) En 2000, ce *patriotisme européen*⁵⁶³ (dans 3,39% des réponses à la question « Qu'est-ce qui caractérise selon toi un vrai Européen ? »), le sentiment d'être Européen et d'appartenir à l'Europe, est aussi attribué au *vrai* Européen par les étudiants polonais de Lublin (Bartmiński 2006: 419).

L'ensemble de ces portraits de l'Européen semble résolument positif. Dans l'enquête ASA, Bartmiński (2006) souligne qu'environ la moitié des descriptions du véritable Européen faites par les étudiants polonais de Lublin en 1990 sont de type neutre et 44% sont de type positif. Il observe seulement 4% de réponses de type négatif. En 2000, les caractéristiques sont aussi d'après lui fortement positives, et il estime près de 10 fois plus de caractéristiques positives que négatives. Ces descriptions très positives de l'Européen ne sont pas surprenantes. Les entretiens de l'étude Optem ainsi que l'analyse de la presse Polonaise par Frybes (2004, cités par Kufer et Guinaudeau 2008: 133) rendent compte de l'admiration que les Polonais ont pour les voisins occidentaux, et plus largement encore, pour l'Ouest, qui sont présentés comme le *berceau de la civilisation [et de la tradition] chrétienne[s]*, dont les Polonais seraient le bouclier dans les affrontements avec les orthodoxes et les musulmans (cette admiration est aussi associée à un rejet des voisins de l'Est). Comme le formulent Kufer et Guinaudeau (2008: 133) : « Le succès économique des pays occidentaux a suscité en Pologne à la fois admiration et inquiétudes quant à la propre situation économique. L'Europe et les Européens apparaissent d'autant plus exemplaires en termes de civilisation, de développement et de démocratie, ce que la relation compliquée avec l'Allemagne ne suffit pas à contrebalancer ».

⁵⁶² 52% le voit *patriote* et seulement 28% *non patriote* en 1992, pour 55% *patriote* et seulement 24% *non patriote* en 2011

⁵⁶³ « patriotyzm europejski »

PARTIE ANALYTIQUE

DISPOSITION DES CHAPITRES

Comme indiqué dans la partie théorique de ces travaux, pour rendre compte des caractéristiques positives et négatives que les jeunes Polonais attribuent aux groupes désignés par les gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens), nous avons déterminé une typologie de caractéristiques, inspirée des travaux de Bartmiński (Bartmiński 2006 : 40-41). De cette façon, toutes les descriptions relevées dans les questionnaires ont pu être répertoriées, selon l'aspect de la compréhension des gentilés envisagé par les répondants. Ces groupes d'aspect, qui sont au nombre de dix, permettent de retranscrire, de classer et d'analyser les différentes descriptions faites des quatre groupes. Il est aussi possible par leur truchement de distinguer les occurrences les plus récurrentes des occurrences les plus rares, d'envisager l'influence des facteurs sociaux sur l'attribution des caractéristiques et enfin d'obtenir une vue d'ensemble des différentes manières dont les jeunes Polonais comprennent les quatre gentilés. Chacun de ces dix groupes d'aspect est traité dans un chapitre distinct, dans lequel sont indiquées et classées l'ensemble des descriptions faites par les répondants. La longueur de ces chapitres est donc variable : plus nous avons relevé de descriptions relatives à un aspect donné, plus la partie qui lui est consacrée est longue.

- **Chapitre/Groupe d'aspect**

Les groupes d'aspect, exposés dans des chapitres distincts, sont présentés dans un ordre hiérarchique relatif à la fréquence des réponses qui s'y rapportent. Le premier chapitre correspond ainsi au groupe d'aspect psychique, la majorité des réponses de l'enquête portant sur des caractéristiques d'ordre psychique. Le deuxième chapitre porte sur le groupe d'aspect culturel, ce groupe d'aspect étant le deuxième comprenant le plus de réponses dans l'enquête, et ainsi de suite.

- **Partie/Gentilé**

Chaque chapitre est divisé en quatre parties (une partie pour chaque gentilé). Le premier chapitre, relatif à l'aspect psychique, comprend une première partie portant sur l'aspect psychique de la compréhension du gentilé *Polacy*, une deuxième partie du gentilé *Niemcy*, une troisième du gentilé *Francuzi* et une quatrième du gentilé *Europejczycy*. Les neuf chapitres suivants sont structurés de la même façon.

- **Sous-partie/Caractéristique**

Les réponses de l'enquête, regroupées par groupe d'aspect, puis par gentilé, sont encore classées dans des sous-parties, en fonction des caractéristiques dont elles rendent compte. Chacune de ses sous-parties est consacrée à l'une des multiples caractéristiques attribuées par les jeunes Polonais à un gentilé donné, selon un groupe d'aspect donné.

Divers prédicats peuvent être regroupés sous l'étiquette d'une même caractéristique, puisque la

signification est composée, comme le démontre Wierzbicka (1987) : différents prédicats peuvent indiquer une même caractéristique. Par ex., bien que la signification du verbe polonais *narzekać* (se plaindre) ne soit pas totalement la même que celle du verbe *marudzić* (râler), ces verbes détiennent des composantes sémantiques communes : il s'agit de l'action de parler, de présenter une opinion négative, d'exprimer un mécontentement. Nous pouvons les regrouper sous l'étiquette d'une seule et même caractéristique : l'expression du mécontentement.

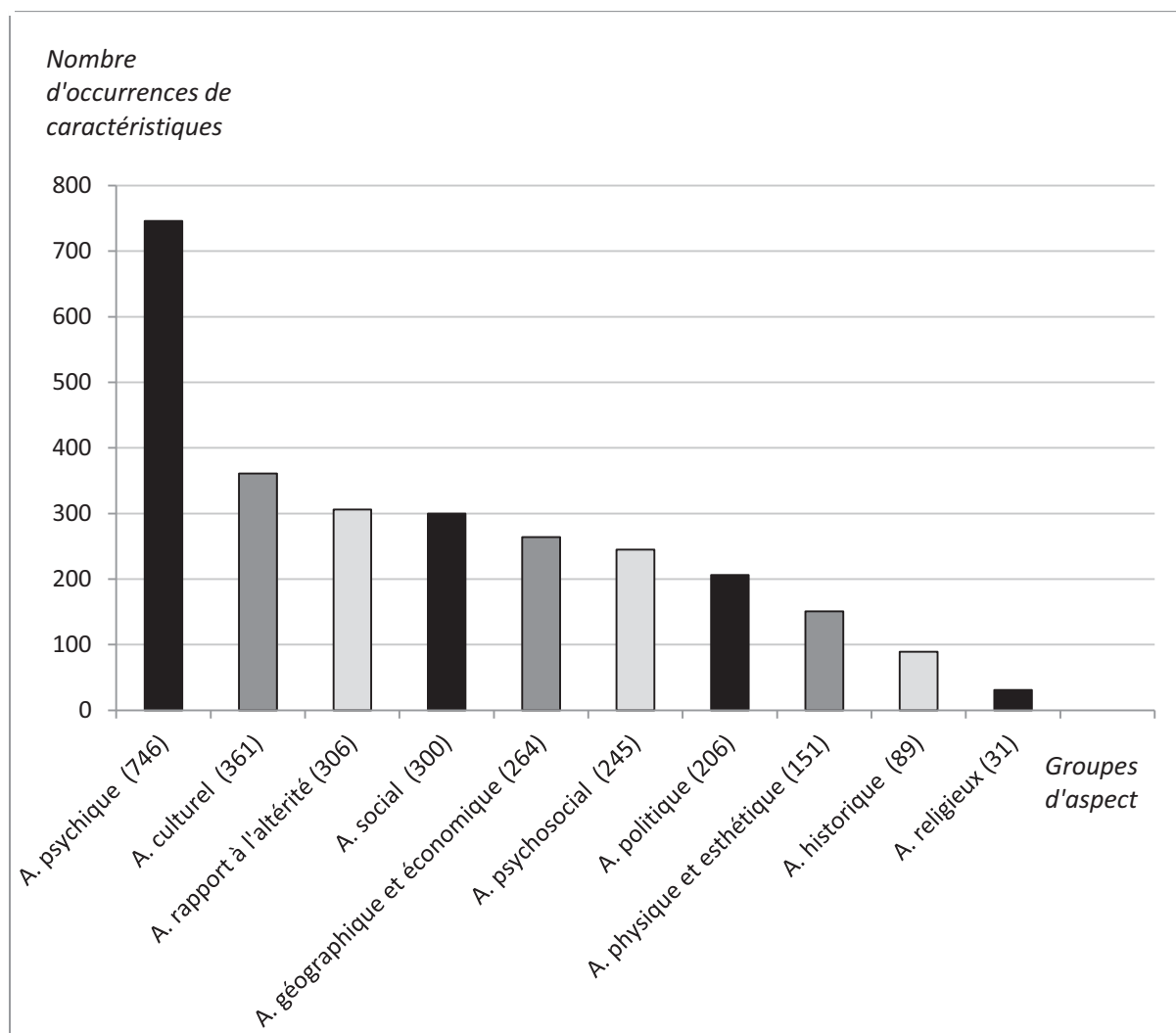
Le titre de la sous-partie que nous choisissons est alors soit la citation d'une réponse d'un ou de plusieurs enquêtés (la réponse qui nous semble la plus représentative - le titre est alors indiqué entre guillemets), soit une phrase que nous proposons pour décrire la caractéristique exprimée par les enquêtés (le titre est alors indiqué sans guillemets). Les titres correspondent donc à des expressions citées (entre guillemets) ou à des expressions descriptives (sans guillemets).

RÉPARTITION DES DONNÉES PAR CHAPITRE

Les chapitres permettant le classement des données d'enquête sont disposés dans l'ordre suivant (cf. graphique n°2) :

- CH.I. Aspect psychique - comprenant environ 28% des occurrences de caractéristiques (746)
- CH.II. Aspect culturel - comprenant environ 13% des occurrences (361)
- CH.III. Aspect du rapport à l'altérité - comprenant environ 11% des occurrences (306)
- CH.IV. Aspect social - comprenant environ 11% des occurrences (300)
- CH.V. Aspect géographique et économique - comprenant environ 10% des occurrences (264)
- CH.VI. Aspect psychosocial - comprenant environ 9% des occurrences de caractéristiques (245)
- CH.VII. Aspect politique - comprenant environ 8% des occurrences de caractéristiques (206)
- CH.VIII. Aspect physique et esthétique - comprenant environ 6% des occurrences (151)
- CH.IX. Aspect historique - comprenant environ 3% des occurrences (89)
- CH.X. Aspect religieux - comprenant environ 1% des occurrences (31)

Graphique n°2. Nombre d'occurrences de caractéristiques attribuées aux 4 gentils par groupe d'aspect



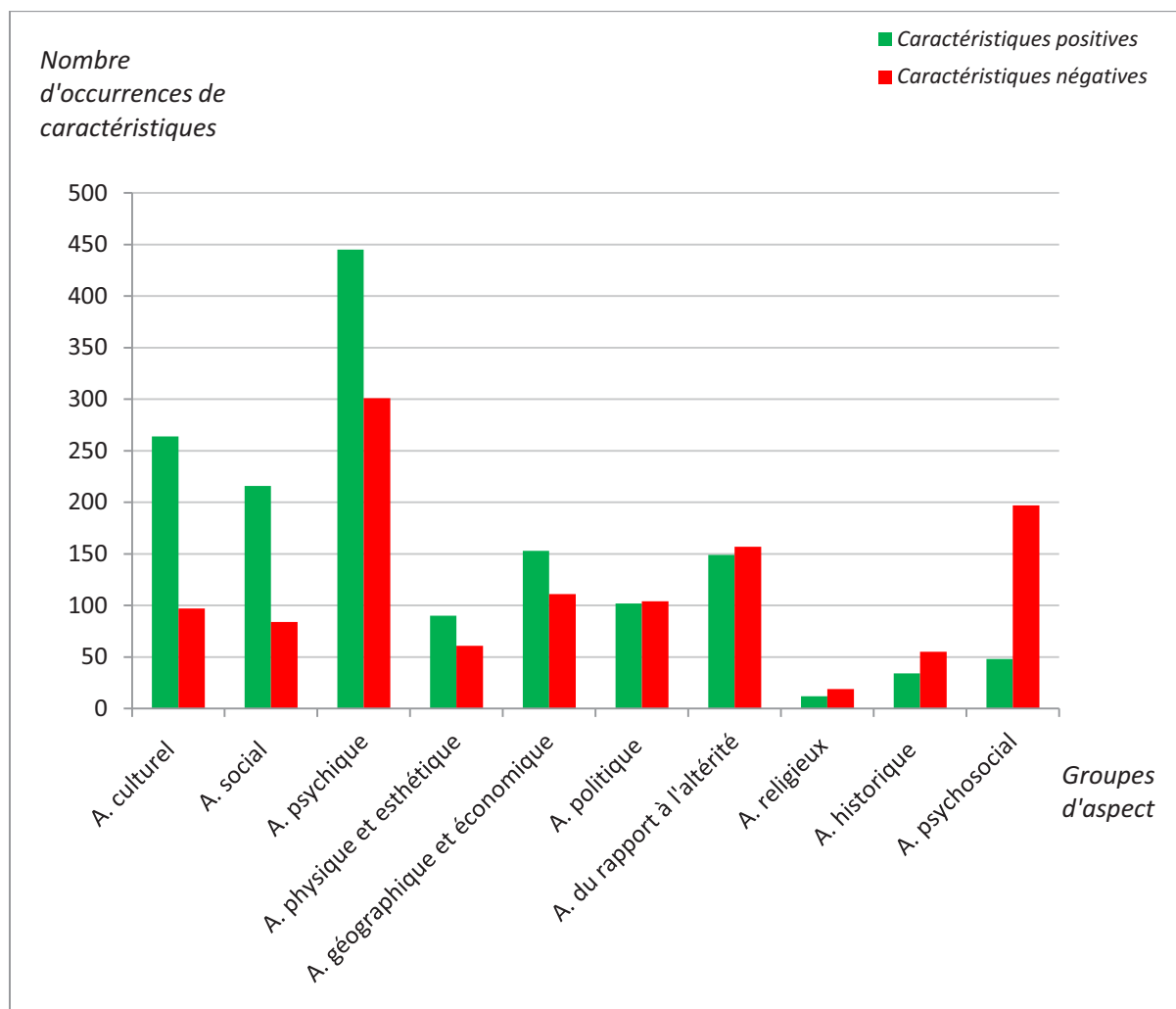
- **Répartition des données suivant leur dimension axiologique**

Les caractéristiques positives sont aussi distinguées des caractéristiques négatives (cf. graphique n°3). Nous comprenons par l'expression *caractéristique positive* ou *caractéristique de type positif*, une caractéristique indiquée par les répondants à la suite du début de la phrase suivante (ici traduite en français) : « J'apprécie que les *Polonais, Allemand, Français* ou *Européens ...* ». De même, nous désignons par l'expression *caractéristique négative* ou *caractéristique de type négatif*, une caractéristique indiquée par les répondants à la suite du début de la phrase suivante (ici traduite en français) : « Je n'apprécie pas que les *Polonais, Allemand, Français* ou *Européens ...* ».

Il apparaît dans l'enquête que certains des aspects des gentilés sont compris plus favorablement que d'autres par les jeunes Polonais. Dans l'ordre, les aspects selon lesquels les gentilés sont le plus favorablement appréhendés sont :

1. l'aspect culturel : environ 73% d'occurrences de caractéristiques de type positif
(264 occurrences de caractéristiques positives pour 97 négatives)
2. l'aspect social : environ 72% d'occurrences de type positif
(216 occurrences de caractéristiques positives pour 84 négatives)
3. l'aspect psychique : environ 60% d'occurrences de type positif
(445 occurrences de caractéristiques positives pour 301 négatives)
4. l'aspect physique et esthétique : environ 60% d'occurrences de type positif
(90 occurrences de caractéristiques positives pour 61 négatives)
5. l'aspect géographique et économique : environ 58% d'occurrences de type positif
(153 occurrences de caractéristiques positives pour 111 négatives)
6. l'aspect politique : environ 50% d'occurrences de type positif
(102 occurrences de caractéristiques positives pour 104 négatives)
7. l'aspect du rapport à l'altérité : environ 49 % d'occurrences de type positif
(149 occurrences de caractéristiques positives pour 157 négatives)
8. l'aspect religieux : environ 39% d'occurrences de type positif
(12 occurrences de caractéristiques positives pour 19 négatives)
9. l'aspect historique : environ 38% d'occurrences de type positif
(34 occurrences de caractéristiques positives pour 55 négatives)
10. l'aspect psychosocial : environ 20% d'occurrences de type positif
(48 occurrences de caractéristiques positives pour 197 négatives)

Graphique n°3. Nombre d'occurrences de caractéristiques positives et négatives attribuées aux 4 gentilés par groupe d'aspect



I. ASPECT PSYCHIQUE

Le groupe d'aspect psychique comprend les descriptions des Polonais, des Allemands, des Français et des Européens qui désignent leur caractère, leur mentalité et leur sensibilité, leurs émotions et leurs sentiments, mais aussi leurs capacités (intelligence, savoir-faire, débrouillardise, créativité, sens de l'humour), leurs talents, leurs passions et leurs intérêts. Sont aussi indiquées dans ce groupe d'aspect les expressions liées au travail (diligence, paresse, application, esprit d'entreprise, qualité du travail fourni), à l'ambition, à la résolution (courage, vaillance, entêtement, lâcheté), au rapport à l'ordre (organisation, précision, ponctualité, spontanéité), aux addictions (à l'alcool en particulier) et aux approches de la vie (optimisme, pessimisme, joie de vivre, détente, nervosité). Les expressions portant sur les compétences sportives sont aussi incluses en raison de la technique et de la préparation psychologique requises par ce type de compétence. En effet tous ces éléments relèvent du psychisme, d'après sa définition : « ensemble, conscient ou inconscient, considéré dans sa totalité ou partiellement, des phénomènes, des processus relevant de l'esprit, de l'intelligence et de l'affectivité et constituant la vie psychique » (TLFi 2003).

Sur l'ensemble des 2699 occurrences de caractéristiques formulées par les 137 jeunes Polonais de notre échantillon, 746 relèvent de l'aspect psychique dans la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens). Les descriptions d'ordre psychique représentent donc 28% de l'ensemble des occurrences attribuées aux 4 gentilés par les jeunes Polonais : l'aspect psychique est ainsi l'aspect de la compréhension des gentilés le plus invoqué. Les écarts d'attribution sont cependant considérables entre les gentilés : 346 des occurrences d'ordre psychique concernent le gentilé *Polacy* (soit 46%), 243 le gentilé *Niemcy* (33%), 114 le gentilé *Francuzi* (15%) et enfin 43 le gentilé *Europejczycy* (6%) (cf. graphique n°4).

Sur l'ensemble des occurrences d'ordre psychique, on observe 445 occurrences de caractéristiques de type positif pour 301 de type négatif : environ 60% des occurrences d'ordre psychique présentent des caractéristiques positives et 40% des caractéristiques négatives. En considérant la proportion d'occurrences positives relative à chaque aspect, l'aspect psychique arrive donc en 3^{ème} position parmi les mieux appréhendés par les jeunes. Les jeunes Polonais ont pour leur propre groupe national l'appréciation la plus sévère concernant ce type de caractéristiques (52%

seulement des occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect psychique sont jugées positivement)¹. Viennent ensuite les Français (65%)² et les Européens (65%)³, puis les Allemands (67%)⁴ (cf. graphique n°5). On ne trouve donc pas, dans l'aspect psychique de la compréhension du gentilé *Polacy*, de marques de valorisation de la part des jeunes Polonais de leur groupe d'appartenance, par rapport aux autres groupes décrits. Au contraire, les jeunes Polonais dévalorisent leurs compatriotes sur le plan psychique par rapport aux Allemands, Français et Européens.

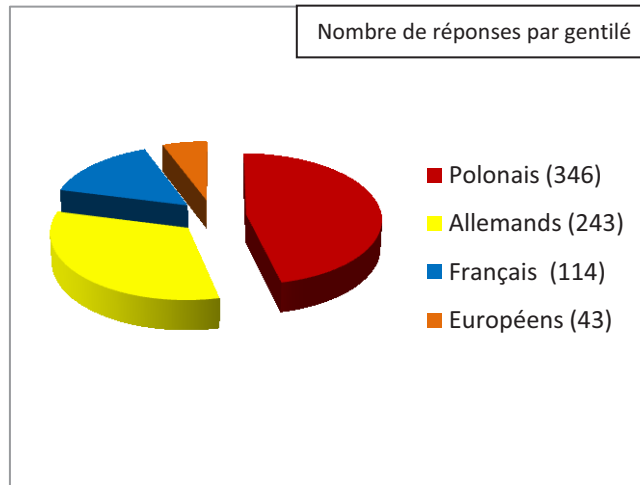
¹ 180 occurrences de type positif (dont 164 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 166 occurrences de type négatif (dont 144 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

² 74 occurrences de type positif (dont 54 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 40 occurrences de type négatif (dont 18 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

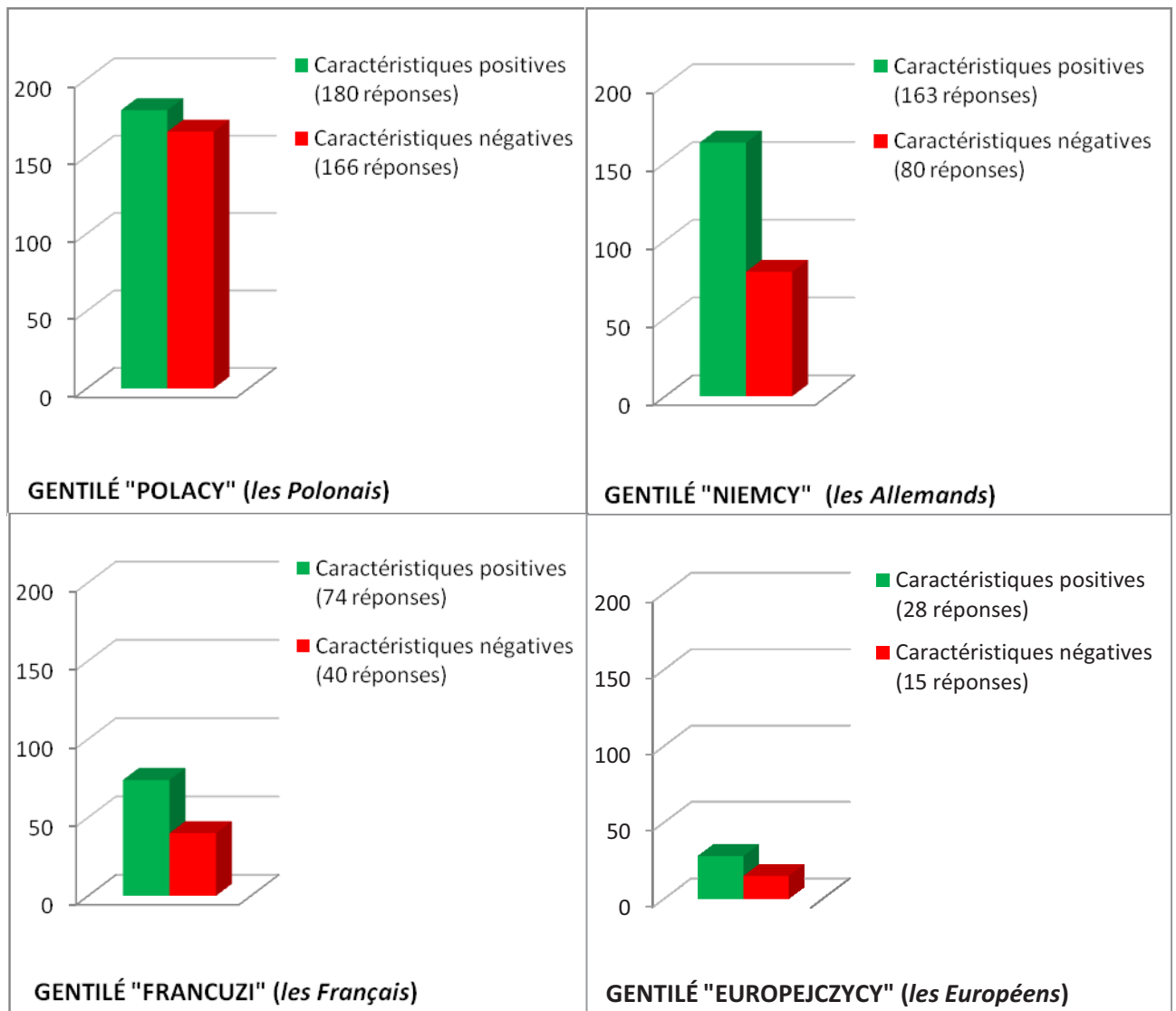
³ 28 occurrences de type positif (dont 9 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 15 occurrences de type négatif (dont 2 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

⁴ 163 occurrences de type positif (dont 142 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 80 occurrences de type négatif (dont 57 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

Graphique n°4. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect psychique



Graphique n°5. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect psychique



1.1. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *POLACY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires 346 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect psychique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais – nous rappelons qu'il s'agit de caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique, contrairement aux trois autres gentilés. Parmi ces réponses, 308 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°6).

- **L'expression du mécontentement**

« *Polacy narzekają* » → *Les Polonais se plaignent*

Ainsi, l'expression du mécontentement entre à 38 reprises dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais, de manière toujours négative.

Elle est davantage mise en avant par des répondants de sexe féminin (23 jeunes femmes pour 15 jeunes hommes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (16 répondants de 18 à 21 ans et 22 de 22 à 25 ans), indifféremment de leur origine géographique et de leur niveau d'études.

Le verbe *narzekać* (se plaindre)⁵ est employé 32 fois, notamment dans les phrases suivantes :

x 10 : - P. *narzekają*. → - P. se plaignent.

x 1 : - P. *narzekają !!* → - P. se plaignent !!

x 1 : - P. *narzekają bez powodu*. → - P. se plaignent sans raison.

On le trouve aussi fréquemment associé à des adverbes de temps comme *ciągłe* (tout le temps), *często* (souvent), *nieustannie* (sans cesse) et *zawsze* (toujours), qui indique le caractère continu de ces lamentations.

x 8 : - P. *ciągłe narzekają*. → - P. se plaignent tout le temps.

x 1 : - P. *często narzekają*. → - P. se plaignent souvent.

x 1 : - P. *często narzekają i nic im się nie podoba*. → - P. se plaignent souvent et rien ne leur plaît.

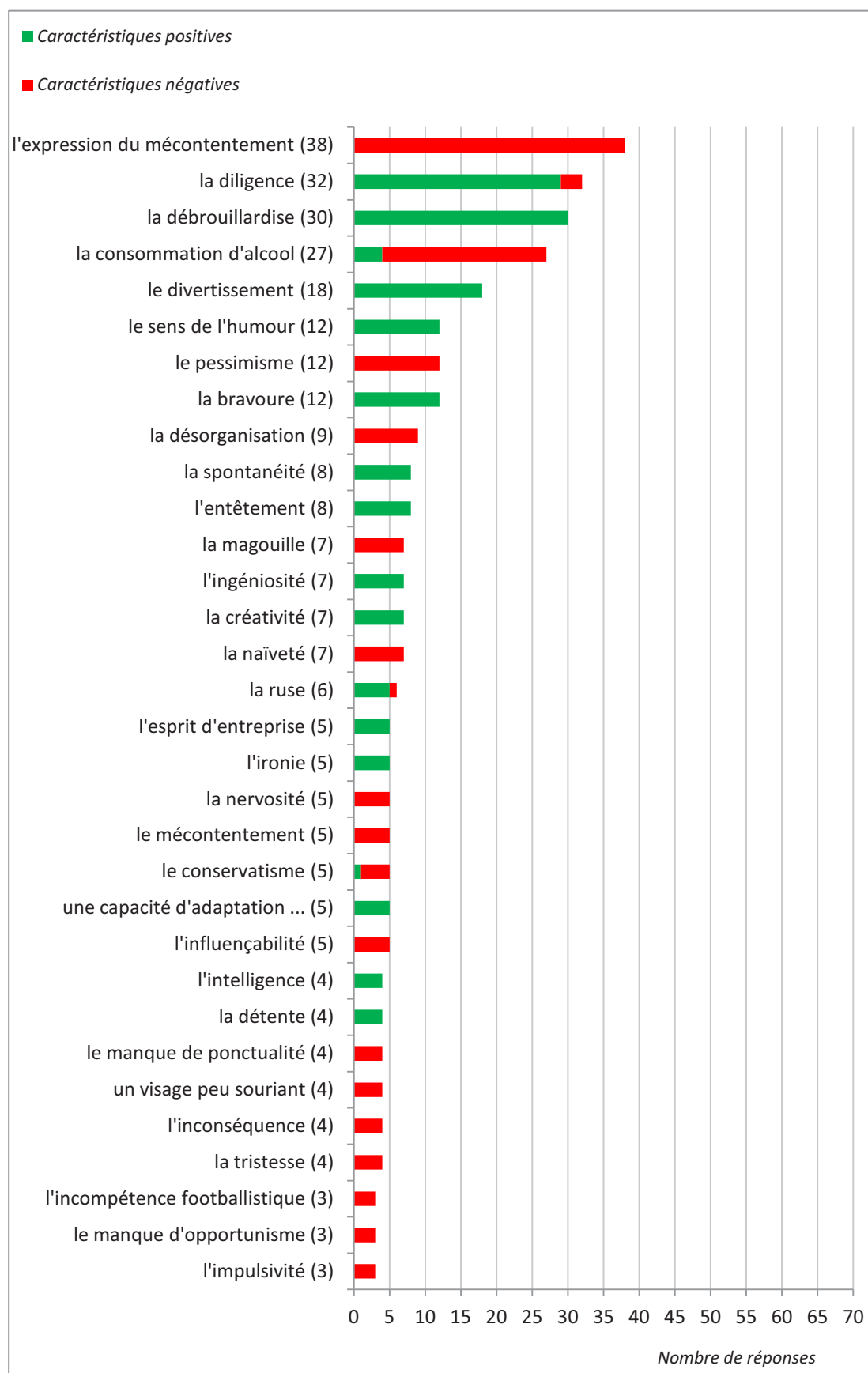
x 1 : - P. *często narzekają i marudzą*. *→ - P. se plaignent et râlent souvent.

x 1 : - P. *nieustannie narzekają*. → - P. se plaignent sans cesse.

x 1 : - P. *narzekają zawsze, na wszystko i wszędzie*. → - P. se plaignent toujours, de tout et partout.

⁵ D'après son acception : « exprimer des regrets, des plaintes » (en polonais : « wypowiedać żale, skargi ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°6. Caractéristiques relevant de l'aspect psychique - gentilé « Polacy »



Ce verbe est aussi accompagné à 5 reprises par l'adverbe *beaucoup* (*dużo*) :

x 4 : - P. *dużo narzekają*. → - P. se plaignent beaucoup.

x 1 : - P. *tak dużo narzekają i mało robią*. → - P. se plaignent autant que ça et font peu.

On remarque encore trois occurrences de ce verbe en complément de *lubić* (aimer) :

x 2 : - P. *lubią narzekać*. → - P. aiment se plaindre.

x 1 : - P. *lubią narzekać na wszystko dookoła*. → - P. aiment se plaindre de tout.

La forme conjuguée du verbe *marudzić* (râler)⁶, parasynonyme du verbe *narzekać* (se plaindre) apparaît également à 6 reprises, dont trois fois sans complément :

x 2 : - P. *marudzą*. → - P. râlent.

x 1 : - P. *marudzą, marudzą, marudzą ...* → - P. râlent, râlent, râlent...

Comme le verbe *narzekać* (se plaindre), ce verbe est aussi associé dans les phrases suivantes à différents adverbes, tels que *często* (souvent), *najbardziej* (que l'on peut traduire par *le plus*) ou encore *ciągłe* (tout le temps) :

[x 1] : - P. *często narzekają i marudzą*. *→ - P. se plaignent et râlent souvent.

x 1 : - P. *marudzą najbardziej na świecie*. → - P. sont ceux qui râlent le plus dans le monde.

x 1 : - P. *ciągłe marudzą i robią z siebie ofiary losu*. *→ - P. râlent tout le temps et font d'eux des « victimes du destin ».

• La diligence

« *Polacy są pracowici* » → *Les Polonais sont travailleurs*

La diligence est une caractéristique attribuée par les jeunes Polonais à leur nation. Ce caractère travailleur est perçu le plus souvent de manière positive dans les 32 réponses relevées (29 occurrences positives pour trois négatives).

Les répondants les plus nombreux à attribuer cette caractéristique sont originaires de petites villes (19 répondants de villes de moins de 100 000 habitants, 12 de villes de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'un répondant dont la ville n'est pas renseignée), de Pologne orientale (15 répondants de Pologne

⁶ D'après son acception : « parler de quelque chose longuement, avec ennui ; aussi : être grincheux, faire des caprices » (en polonais : « mówić o czymś nudno, rozwlekle ; też: grymasić, kaprysić ») (SJP PWN 2012)

orientale pour 16 de Pologne occidentale, en tenant compte du fait que ces derniers sont près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon, ainsi qu'un répondant dont l'origine géographique n'est pas renseignée). Le sexe ou le niveau d'études des répondants n'a pas eu d'influence notable sur cette attribution.

Parmi les réponses de type positif, on retrouve 27 fois l'adjectif *pracowity* (travailleur)⁷ pour qualifier le gentilé *Polonais* :

x 24 : + P. *są pracowici*. → + P. sont travailleurs.

x 1 : + P. *są bardzo pracowici*. → + P. sont très travailleurs.

x 1 : + P. *są zazwyczaj pracowici, nie unikają ciężkiej pracy*. → + P. sont habituellement travailleurs, ils ne fuient pas un travail dur.

x 1 : + P. *są pracowitym narodem*. → + P. sont une nation travailleuse.

Les expressions suivantes sont aussi présentées comme positives avec le groupe verbal *potrafić dobrze pracować* (savoir bien travailler) et *być dobrym pracownikiem* (être un bon travailleur) :

x 1 : + P. *potrafią dobrze pracować*. → + P. savent bien travailler.

x 1 : + P. *są dobrymi pracownikami cenionymi za granicą*. → + P. sont de bons travailleurs reconnus à l'étranger.

Pour les trois énoncés de type négatif, la diligence des Polonais est présentée comme excessive, avec à nouveau des termes formés à partir du même radical, tels que *pracować* (travailler), *zapracowany* (débordé de travail) ou encore *praca* (le travail) :

x 2 : - P. *za dużo pracują*. → - P. travaillent trop.

x 1 : - P. *są zbyt zapracowani*. → - P. sont trop débordés de travail.

- **La débrouillardise**

« *Polacy są zaradni* » → *Les Polonais sont débrouillards*

Le caractère débrouillard des Polonais est évoqué de manière positive par les jeunes Polonais dans 30 réponses. Cette caractéristique est attribuée par une majorité de répondants de sexe masculin (18 hommes pour 11 femmes et un répondant dont le sexe n'est pas renseigné), et comptant parmi les plus

⁷ D'après son acception : « travaillant volontiers et beaucoup » (en polonais : « *pracujący chętnie i dużo* ») (SJP PWN 2012)

âgés de l'échantillon (10 répondants de 18 à 21 ans pour 15 de 22 à 25 ans et 5 dont l'âge n'est pas renseigné), indifféremment de leur niveau d'études ou de leur origine géographique.

L'adjectif *zaradny* (débrouillard)⁸ leur revient 12 fois :

x 11 : + P. *są zaradni*. → + P. sont débrouillards.

x 1 : + P. *są tacy sprytni, zaradni i potrafią sobie radzić*. *→ + P. sont du genre malin, débrouillard et ils savent se débrouiller.

On relève aussi 13 fois le verbe (*po*)*radzić sobie* (se débrouiller), comme dans les phrases suivantes :

x 2 : + P. *radzą sobie w każdej sytuacji*. → + P. se débrouillent dans chaque situation.

x 1 : + P. *są narodem, który sobie poradzi w każdej sytuacji*. → + P. sont une nation qui parvient à se débrouiller dans chaque situation.

x 1 : + P. *radzą sobie w kryzysowych sytuacjach*. → + P. se débrouillent dans les situations de crise.

x 1 : + P. *radzą sobie w trudnych sytuacjach*. → + P. se débrouillent dans les situations difficiles.

x 1 : + P. *radzą sobie poza granicami swojego kraju*. → + P. se débrouillent en dehors des frontières de leur pays.

Ce verbe est employé à 7 reprises en complément du verbe *potrafić* (savoir faire) :

x 3 : + P. *potrafią sobie radzić*. → + P. savent se débrouiller.

x 2 : + P. *potrafią radzić sobie w trudnych sytuacjach*. → + P. savent se débrouiller dans les situations difficiles.

x 1 : + P. *potrafią radzić sobie z trudnościami*. → + P. savent se débrouiller face aux difficultés.

[x 1] : + P. *są tacy sprytni, zaradni i potrafią sobie radzić*. *→ + P. sont du genre malin, débrouillard et ils savent se débrouiller.

Le verbe *potrafić*⁹ apparaît également dans la phrase suivante, pour exprimer, selon nous, le caractère débrouillard des Polonais :

x 1 : + P. *wszystko potrafią naprawić*. → + P. savent tout réparer.

⁸ D'après son acception : « trouver pour toute chose une astuce, un moyen » (en polonais : « znajdujący na wszystko radę, sposób ») (SJP PWN 2012)

⁹ D'après son acception : « pouvoir, savoir, réussir à faire quelque chose, se démarquer en faisant quelque chose » (en polonais : « móc, umieć, zdołać zrobić coś, wykazać się czymś ») (SJP PWN 2012)

On retrouve encore le verbe *radzić sobie* à 2 reprises en complément du verbe *umieć* (savoir) :

x 1 : + P. *umieją sobie radzić*. → + P savent se débrouiller.

x 1 : + P. *umieją sobie radzić w różnych sytuacjach*. → + P. savent se débrouiller dans différentes situations.

Les expressions *dać sobie radę* (se débrouiller) et *znajdować rozwiązanie* (trouver une solution) sont employées ici comme des expressions synonymiques de *radzić sobie* (se débrouiller) :

x 1 : + P *dają sobie radę ze wszystkim*. → + P. se débrouillent avec tout.

x 1 : + P *znadują rozwiązanie z każdej sytuacji*. → + P. trouvent une solution à toute situation.

On observe dans les paragraphes ci-dessus la récurrence de compléments circonstanciels incluant le substantif *sytuacja* (la situation), avec trois fois *w trudnych sytuacjach* (dans les situations difficiles), trois fois *w/z każdej sytuacji* (dans chaque situation), mais aussi *w kryzysowych sytuacjach* (dans les situations de crise) ou encore *w różnych sytuacjach* (dans différentes situations).

L'emploi d'une expression, proche d'une expression figée en langue polonaise, retient aussi notre attention. Il s'agit de l'expression *złote rączki* (littéralement: des mains en or) qui signifie ici que les Polonais savent tout faire de leurs mains¹⁰ :

x 1 : + P. - *złote rączki* → + P. - « des mains en or »

- **La consommation d'alcool**

« *Polacy nadużywają alkoholu* » → *Les Polonais abusent de l'alcool*

La consommation d'alcool entre dans la compréhension du gentilé *Polacy* d'après les jeunes Polonais. Cette caractéristique est jugée le plus souvent négativement dans les 27 réponses relevées (23 négatives pour 4 positives).

La consommation d'alcool est évoquée comme trait négatif, le plus souvent en raison des abus qui y sont associés. Elle est attribuée aux Polonais par des répondants de tout âge, sexe, niveau d'études ou origine géographique (les 4 réponses positives sont cependant formulées uniquement par des jeunes hommes).

¹⁰ D'après le lien phraséologique : « avoir des mains en or 'savoir tout faire' » (en polonais : « mieć złote ręce (diminutif du nom *rączki*) 'umieć wszystko zrobić' ») (SJP PWN 2012)

La phrase suivante apparaît à 9 reprises, avec le verbe *nadużywać* (abuser de) et le complément *alkohol* (l'alcool) :

x 9 : - P. *nadużywają alkoholu*. → - P. abusent de l'alcool.

Sept phrases, signifiant que les Polonais boivent beaucoup voire trop d'alcool, sont encore formulées à partir du verbe *pić* (boire), complété par l'adverbe *dużo* (beaucoup) ou par son superlatif *za dużo* (trop) :

x 3 : - P. *dużo piją*. → - P. boivent beaucoup.

x 2 : - P. *piją za dużo*. → - P. boivent trop.

x 1 : - P. *piją za dużo alkoholu*. → - P. boivent trop d'alcool.

x 1 : - P. *piją bardzo dużo alkoholu i tusto jedzą*. *→ - P. boivent beaucoup d'alcool et mangent gras.

Dans le même sens, on note 7 fois l'emploi du verbe *chlać* (picoler)¹¹, complété par des expressions indiquant l'excès :

x 1 : - P. *chleją na potęgę*. → - P. picolent de manière colossale.

x 1 : - P. *chleją często bez opamiętania*. → - P. picolent souvent sans modération.

On remarque deux noms communs désignant une personne abusant de l'alcool : le nom *alkoholik* (l'alcoolique)¹² et le nom *żul* (l'ivrogne). Ces termes, employés par les jeunes Polonais pour parler de leur propre nation, sont extrêmement péjoratifs.

x 1 : - P. - *duży procent alkoholiców - no alkohol - no fun* → - P. - gros pourcentage d'alcooliques – pas d'alcool - pas de fun

x 1 : - P. - *jest wielu żuli*. → - P. - il y a beaucoup d'ivrognes.

Trois autres énoncés évoquent différents problèmes liés à la consommation d'alcool des Polonais, avec l'emploi du nom commun *alkohol* (l'alcool) :

x 1 : - P. *nie potrafią pić alkoholu*. → - P. ne savent pas boire de l'alcool.

x 1 : - P. *jeżdżą samochodem po spożyciu alkoholu*. → - P. prennent la voiture après avoir consommé de l'alcool.

¹¹ D'après son acception : « boire, en particulier de la vodka » (en polonais : « pić, zwłaszcza wódkę ») (SJP PWN 2012)

¹² D'après son acception : « personne consommant de l'alcool par dépendance » (en polonais : « człowiek nałogowo pijący alkohol ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - P. *nie mówią o swoich problemach bez alkoholu.* → - P. ne parlent pas de leurs problèmes sans alcool.

Cependant, pour les 4 cas présentant ce penchant des Polonais comme une caractéristique positive, l'alcool n'est pas présenté sous l'angle de l'excès mais sous celui du plaisir ou même du savoir. On trouve deux fois le verbe *(wy)pić* et une fois *napić się* (tous deux traduisibles par « boire » en français) en complément du verbe *lubić* (aimer) :

x 2 : + P. *lubią (wy)pić.* → + P. aiment boire.

x 1 : + P. *lubią się napić przy każdej okazji.* → + P. aiment boire à chaque occasion.

Une autre évaluation positive de ce penchant pour l'alcool est exprimée sous l'angle du savoir avec le verbe *umieć* (savoir):

x 1 : + P. *umieją pić.* → + P. savent boire.

• Le divertissement

« *Polacy bawią się* » → *Les Polonais s'amuse*

Le sens du divertissement est accordé par les jeunes Polonais aux Polonais dans 18 réponses comme caractéristique positive.

Cette caractéristique est surtout mise en avant par des répondants provenant de grandes villes (5 répondants sont originaires de villages ou de villes de moins de 100 000 habitants, 13 de villes de plus de 100 000 habitants), de Pologne occidentale (14 répondants de Pologne occidentale pour 4 de Pologne orientale, en tenant compte du fait que les répondants de Pologne orientale sont près de deux fois moins nombreux que ceux de Pologne occidentale dans l'échantillon), et comptant parmi les plus âgés (6 répondants de 18 à 21 ans pour 12 de 22 à 25 ans), sans influence notable du sexe ou du niveau d'études sur les réponses.

Le verbe *bawić się* (s'amuser)¹³ est employé 13 fois, tout d'abord avec sa forme conjuguée associée à 4 reprises à l'adverbe *dobrze* (bien) :

x 3 : + P. *dobrze się bawią.* → + P. s'amuse bien.

x 1 : + P. *dobrze się bawią, często przy tym śpiewając.* → + P. s'amuse bien, en chantant souvent à cette occasion.

¹³ D'après son acception : « passer du temps à se divertir, à danser, etc. » (en polonais : « spędzać czas na rozrywkach, tańcach itp. ») (SJP PWN 2012)

Le verbe *bawić się* (s'amuser) se trouve aussi en complément d'autres verbes marquant la connaissance et/ou la compétence. Il s'agit des verbes *potrafić* (savoir/savoir faire) et *umieć* (savoir). A nouveau, ces verbes sont parfois associés à l'adverbe *dobrze* (bien) :

x 2 : + P. *umieją się bawić*. → + P. savent s'amuser.

x 1 : + P. *umieją się dobrze bawić*. → + P. savent bien s'amuser.

x 2 : + P. *dobrze potrafią się bawić*. → + P. savent bien s'amuser.

x 1 : + P. *potrafią się bawić i cieszyć życiem*. *→ + P. savent s'amuser et profiter de la vie.

En complément du verbe *lubić* (aimer), le verbe *bawić się* (s'amuser) est aussi employé trois fois :

x 2 : + P. *lubią się bawić*. → + P. aiment s'amuser.

x 1 : + P. *lubią się dobrze bawić*. → + P. aiment bien s'amuser.

On relève à deux reprises l'adjectif *rozrywkowy*, qui qualifie en polonais une personne qui aime s'amuser¹⁴ :

x 2 : + P. *są rozrywkowi*. → + P. aiment s'amuser.

Pour exprimer le sens de la fête partagé par les Polonais, on relève aussi le verbe *impreszować* (faire la fête) et le nom commun *impreza* (la fête) formés à partir du même radical :

x 1 : + P. *impreszują*. → + P. font la fête.

x 1 : + P. *potrafią dobrze impreszować*. → + P. savent bien faire la fête.

x 1 : + P. *potrafią organizować dobre imprezy, np. Open'er*. → + P. savent organiser de bonnes fêtes, par ex. Open'er.

• Le sens de l'humour

« *Polacy mają poczucie humoru* » → *Les Polonais ont le sens de l'humour*

Le sens de l'humour est accordé par les jeunes Polonais aux Polonais dans 12 réponses de type positif. Il est attribué en particulier par des répondants faisant ou ayant fait des études supérieures (1 répondant n'ayant pas fait d'études supérieures pour 11 faisant ou ayant fait des études) et issus de grandes villes (deux répondants originaires de villes de moins de 100 000 habitants, 10 de plus de 100 000 habitants), sans influence particulière du sexe et de l'âge sur cette attribution.

¹⁴ D'après son acception : « qui aime s'amuser et qui attend de la vie principalement le divertissement » (en polonais : « *lubiący się bawić i oczekujący od życia głównie rozrywki* ») (WSJP 2007-2010)

L'expression *mieć poczucie humoru* (avoir le sens de l'humour)¹⁵ est notée 10 fois, souvent complétée par des adjectifs d'intensité ou de qualité, tels que *dobry* (bon), *duży* (grand), *światny* (formidable, fantastique)¹⁶ ou encore *ciekawny* (intéressant) :

- x 4 : + P. *mają poczucie humoru*. → + P. ont le sens de l'humour.
- x 3 : + P. *mają dobre poczucie humoru*. → + P. ont un bon sens de l'humour.
- x 1 : + P. *mają duże poczucie humoru*. → + P. ont un grand sens de l'humour.
- x 1 : + P. *mają świetne poczucie humoru*. → + P. ont un sens de l'humour fantastique.
- x 1 : + P. *mają ciekawe poczucie humoru*. → + P. ont un sens de l'humour intéressant.

Deux phrases font aussi d'après nous allusion de manière indirecte à l'humour des Polonais, l'une avec le terme *kabaret* (un cabaret)¹⁷ et l'autre avec le terme *zabawnie* (de manière amusante).

- x 1 : + P. *mają najlepsze kabarety na świecie*. → + P. ont les meilleurs cabarets du monde.
- x 1 : + P. *są zabawnie ironiczni*. *→ + P. sont ironiques de manière amusante.

• Le pessimisme

« *Polacy są pesymistami* » → *Les Polonais sont pessimistes*

Le pessimisme est attribué aux Polonais par les jeunes Polonais dans 12 phrases de type négatif. Il est mis en avant par des répondants aux profils très diversifiés.

On relève tout d'abord 7 fois le substantif *pesymista* (un pessimiste)¹⁸ et trois fois sa forme adjectivale *pesymistyczny* (pessimiste).

- x 7 : - P. *są pesymistami*. → - P. sont des pessimistes.
- x 2 : - P. *są pesymistyczni*. → - P. sont pessimistes.
- x 1 : - P. *mają pesymistyczne nastawienie do życia*. → - P. ont une attitude pessimiste face à la vie.

¹⁵ D'après l'acception du terme *humor*: « capacité à percevoir les côtés comiques de la vie » (en polonais : « zdolność dostrzegania komicznych stron życia ») (SJP PWN 2012)

¹⁶ D'après son acception : « parfait, délicieux, excellent » (en polonais : « doskonały, wyborny, wyśmienity ») (SJP PWN 2012)

¹⁷ D'après son acception : « spectacle satirique divertissant » (en polonais : « spektakl satyryczno-rozrywkowy ») (SJP PWN 2012)

¹⁸ D'après son acception : « personne percevant seulement les côtés négatifs de la vie et ne prédisant que les pires choses » (en polonais : « człowiek dostrzegający tylko ujemne strony życia i przewidujący same najgorsze rzeczy ») (SJP PWN 2012)

Deux autres phrases évoquent le pessimisme des Polonais de manière métaphorique, avec l'expression *widzieć w ciemnych barwach* (voir les choses en noir)¹⁹ et *patrzeć na świat sceptycznie* (observer le monde avec scepticisme)²⁰:

x 1 : - P. *widzą wszystko w ciemnych barwach.* → - P. voient tout en noir.

x 1 : - P. *sceptycznie patrzą na świat.* → - P. regardent le monde de manière sceptique.

- **La bravoure**

« *Polacy są waleczni/odważni* » → *Les Polonais sont vaillants/courageux*

La bravoure entre également selon les jeunes Polonais dans la compréhension du gentilé *Polacy*, d'après les 12 réponses de type positif repérées.

Elle est attribuée par un nombre important de répondants n'ayant pas fait d'études supérieures (6 répondants faisant ou ayant fait des études supérieures pour 6 n'ayant pas fait d'études, sachant que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans notre échantillon), principalement originaires de Pologne orientale (8 répondants de Pologne orientale pour 4 de Pologne occidentale, en prenant également en considération que les jeunes provenant de Pologne orientale sont deux fois moins nombreux). Le sexe, l'âge ou la taille des villes dont les jeunes sont originaires n'ont pas d'influence décelable sur l'attribution de cette caractéristique.

Parmi ces réponses, l'adjectif *waleczny* (vaillant)²¹ est employé 5 fois:

x 2 : + P. *są waleczni.* → + P. sont vaillants.

x 1 : + P. *są waleczni kiedy trzeba.* → + P. sont vaillants quand il le faut.

x 1 : + P. *- jesteśmy waleczni.* → + P. - nous sommes vaillants.

x 1 : + P. *byli, są i zawsze będą walecznym narodem.* → + P. étaient, sont et seront toujours une nation vaillante.

On relève aussi des adjectifs parasynonymes de *waleczny*, tels qu'*odważny* (courageux)²² ou

¹⁹ D'après le lien phraséologique : « voir, peindre, etc. quelque chose en couleurs roses, claires, lumineuses (ou sombres, noires) 'voir, présenter quelque chose de manière optimiste (ou pessimiste) » (en polonais : « *Widzieć, malować itp. coś w różowych, jasnych, słonecznych (albo ciemnych, czarnych) barwach 'widzieć, przedstawiać coś w sposób optymistyczny (albo pesymistyczny)'* ») (SJP PWN 2012)

²⁰ D'après l'acception de *sceptycyzm* (le scepticisme) : « attitude dubitative envers quelque chose » (en polonais : « *powątpiewający stosunek do czegoś* ») (SJP PWN 2012)

²¹ D'après son acception : « courageux et intraitable dans la bataille » (en polonais : « *odważny i nieustępliwy w walce* ») (SJP PWN 2012)

²² D'après son acception : « qui montre du courage » (en polonais : « *odznaczający się odwagą* ») (SJP PWN 2012)

dzielny (courageux également)²³:

x 2 : + P. *są odważni*. → + P. sont courageux.

x 1 : + P. *są odważni w podejmowaniu decyzji*. → + P. sont courageux pour prendre des décisions.

x 1 : + P. *coraz odważniej czują się w UE*. *→ + P. se sentent de plus en plus courageux dans l'UE.

x 1 : + P. *mają historię, która pokazuje, że są dzielnym narodem*. * → + P. ont une histoire qui montre qu'ils sont une nation courageuse.

Deux autres phrases expriment cette vaillance, cette force de caractère :

x 1 : + P. *nie boją się trudności*. → + P. n'ont pas peur des difficultés.

x 1 : + P. *potrafią podnieść się po porażkach*. → + P. savent se relever après les défaites.

• La désorganisation

« *Polacy nie są zorganizowani* » → *Les Polonais ne sont pas organisés*

Le manque d'organisation accordé aux Polonais par les jeunes Polonais est évoqué de manière négative dans les 9 réponses relevées.

Il est particulièrement mis en avant par des répondants de sexe masculin (7 hommes pour deux femmes), comptant parmi les plus âgés de notre échantillon (7 répondants de 22 à 25 ans pour un de 18 à 21 ans et un répondant dont l'âge n'est pas renseigné), originaires de grandes villes (deux répondants viennent de villes de moins de 100 000 habitants et 7 de villes de plus de 100 000 habitants), de Pologne orientale comme occidentale. Le niveau d'études n'a pas d'influence considérable sur l'attribution de cette caractéristique.

Formés à partir du même radical, on relève trois fois l'adjectif *zorganizowany* (organisé)²⁴, deux fois le verbe *organizować* (organiser) et une fois le nom commun *organizacja* (l'organisation). Ces termes sont marqués par la négation ou bien complétés par un adverbe ou substantif d'évaluation négative, tels que : *źle* (mal), *mało* (peu) ou *problem* (le problème).

x 2 : - P. *są mało zorganizowani*. → - P. sont peu organisés.

x 1 : - P. *są niezorganizowani, nie potrafią myśleć przyszłościowo*. *→ - P. ne sont pas organisés, ne savent pas penser prospectivement.

²³ D'après son acception : « qui montre du courage » (en polonais : « odznaczający się odwagą ») (SJP PWN 2012)

²⁴ D'après son acception : « personne qui sait bien aménager ses activités, son travail » (en polonais : « taki, który potrafi dobrze rozplanować sobie zajęcia, pracę ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - P. *niczego nie potrafią porządnie zorganizować*. → - P. n'arrivent rien à organiser correctement.

x 1 : - P. *źle organizują swój czas*. → - P. organisent mal leur temps.

x 1 : - P. *mają problem z organizacją, spóźniają się zawsze, są nieogarnięci*. *→ - P. ont des problèmes d'organisation, ils sont toujours en retard, ils ne sont pas organisés/sont à côté de la plaque.

Différents antonymes de *zorganizowany* (organisé) sont employés, comme *balaganiarz* (désordonné, fouillis), *nieogarnięty* (désorganisé/à côté de la plaque), *chaotyczny* (chaotique) ou encore *nieuporządkowany* (désordonné). On les trouve en position de prédicat dans les phrases suivantes :

x 1 : - P. *są balaganiarzami*. → - P. sont désordonnés, fouillis.

[x 1] : - P. *mają problem z organizacją, spóźniają się zawsze, są nieogarnięci*. *→ - P. ont des problèmes d'organisation, sont toujours en retard, ne sont pas organisés/sont à côté de la plaque.

x 1 : - P. *są chaotyczni*. → - P. sont chaotiques.

x 1 : - P. *są nieuporządkowani*. → - P. sont désordonnés.

• La spontanéité

« *Polacy są spontaniczni* » → *Les Polonais sont spontanés*

La spontanéité est attribuée par les jeunes Polonais aux Polonais 8 fois de manière positive.

Elle est évoquée en particulier par des répondants de sexe féminin (6 femmes pour deux hommes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (5 répondants de 22 à 25 ans pour deux de 18 à 21 ans et un dont l'âge n'est pas renseigné), et faisant ou ayant fait des études supérieures (un répondant n'ayant pas fait d'études supérieures pour 6 faisant ou ayant fait des études supérieures, et un répondant dont le cursus n'a pas été renseigné). Ces jeunes sont plutôt issus de grandes villes (deux répondants viennent de villes de moins de 100 000 habitants, 5 de villes de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'un répondant dont la ville n'est pas renseignée), de l'ouest comme de l'est de la Pologne.

L'adjectif *spontaniczny* (spontané)²⁵ revient 7 fois et l'on note également une fois l'expression familière *na spontana* (à l'arrache) formée à partir du même radical :

x 7 : + P. *są spontaniczni*. → + P. sont spontanés.

x 1 : + P. *wszystko robią na spontana*. → + P. font tout à l'arrache.

²⁵ D'après son acception : « impulsif, spontané, instinctif » (en polonais : « żywiołowy, samorzutny, odruchowy ») (SJP PWN 2012)

- **L'entêtement**

« *Polacy są uparci* » → *Les Polonais sont têtus*

L'entêtement (ou plus généralement la résolution) est attribué aux Polonais par les jeunes Polonais 8 fois, toujours comme une caractéristique positive.

Ce trait de caractère est souligné avant tout par des répondants de sexe masculin (6 hommes pour deux femmes), n'ayant pas fait d'études supérieures (6 répondants n'ayant pas fait d'études supérieures pour deux faisant ou ayant fait des études, en prenant en compte le fait qu'ils sont deux fois plus nombreux dans l'échantillon), et provenant des plus petites villes (5 originaires de villes de moins de 100 000 habitants pour trois de villes de plus de 100 000 habitants). Les jeunes de Pologne orientale sont nombreux en regard de leur proportion dans l'échantillon (4 jeunes de Pologne occidentale pour 4 de Pologne orientale, ces derniers étant deux fois moins nombreux dans l'échantillon). L'âge n'a pas d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

La phrase suivante, avec l'adjectif *uparty* (têtu)²⁶ attribut du sujet, revient trois fois dans les questionnaires :

x 3 : + P. *są uparci*. → + P. sont têtus.

Trois autres adjectifs exprimant la résolution des Polonais sont relevés, il s'agit des adjectifs *zdecydowany* (décidé), *nieustępliwy* (têtu, implacable) et *zawzięty* (opiniâtre, acharné) :

x 1 : + P. *są zdecydowani*. → + P. sont décidés.

x 1 : + P. *są nieustępliwi*. → + P. sont persévérants.

x 1 : + P. *są zawzięci*. → + P. sont opiniâtres.

Deux phrases signifient de même cet esprit résolu, au travers de l'expression *dążyć do celu* (atteindre un but) :

x 1 : + P. *dążą do wyznaczonych celów*. → + P. atteignent les buts qu'ils se fixent.

x 1 : + P. *są dążący do celu*. → + P. atteignent leur but.

²⁶ D'après son acception : « implacable, persistant » (en polonais : « *nieustępliwy, upierający się* ») (SJP PWN 2012)

- **La magouille**

« *Polacy kombinują* » → *Les Polonais combinent*

La capacité de « combiner », de magouiller, est conférée 7 fois aux Polonais par les jeunes Polonais comme une caractéristique négative.

Elle est principalement mise en avant par les répondants les plus âgés de notre échantillon (deux répondants de 18 à 21 ans pour 5 de 22 à 25 ans). Le sexe, le niveau d'études et l'origine géographique n'ont ici pas d'influence notable.

Le verbe *kombinować* (faire des combines, combiner)²⁷ est employé 5 fois, associé parfois à des adverbes d'intensité comme *za dużo* (trop), ou encore, dans un registre familier, *na maksa* (au maximum) :

x 1 : - P. *kombinują*. → - P. font des combines.

x 1 : - P. *próbują często coś sposobem osiągnąć (kombinują)*. → - P. essayent souvent d'obtenir quelque chose de différentes façons (font des combines).

x 1 : - P. *są kretaczami (sprytni, w złym sensie), kombinują*. *→ - P. sont des magouilleurs (rusés dans le mauvais sens), font des combines.

x 1 : - P. *kombinują za dużo*. → - P. font trop de combines.

x 1 : - P. *kombinują na maksa*. → - P. font des combines au maximum.

Deux autres réponses expriment aussi ce sens de la combine :

x 1 : - P. *wszędzie widzą podstęp*. → - P. voient partout des combines/stratagèmes.

x 1 : - P. - *cwaniactwo*. → - P. - la magouille.

- **L'ingéniosité**

« *Polacy są pomysłowi* » → *Les Polonais sont ingénieux*

L'ingéniosité est attribuée aux Polonais de manière positive dans 7 réponses par les jeunes Polonais.

Ces descriptions sont faites par des répondants aux profils diversifiés.

On relève 4 fois l'adjectif *pomysłowy* (ingénieux, qui a des idées)²⁸ et trois fois sa forme nominale

²⁷ D'après son acception : « arranger quelque chose de manière malhonnête ou faire des affaires douteuses » (en polonais : « nieuczciwie coś załatwiać lub robić podejrzone interesy ») (SJP PWN 2012)

²⁸ D'après son acception : « doué de pensées créatives, doué pour l'élaboration de concepts » (en polonais : « zdolny do twórczych myśli, tworzenia koncepcji ») (SJP PWN 2012)

pomysł (l'idée) :

x 4 : + P. *są pomysłowi*. → + P. sont ingénieux.

x 1 : + P. *mają ciekawe pomysły*. → + P. ont des idées intéressantes.

x 1 : + P. *mają wiele pomysłów*. → + P. ont beaucoup d'idées.

x 1 : + P. *mają wiele pomysłów na załatwienie rzeczy*. → + P. ont beaucoup d'idées pour goupiller les choses.

- **La créativité**

« *Polacy są kreatywni* » → *Les Polonais sont créatifs*

La créativité est associée 7 fois par les jeunes Polonais aux Polonais, de manière positive.

Cette caractéristique a plutôt été attribuée par les jeunes issus des plus petites villes (5 proviennent de villes de moins de 100 000 habitants, deux de plus de 100 000 habitants). Le sexe, l'âge, le niveau d'études des répondants ainsi que leur provenance de l'ouest ou de l'est de la Pologne n'ont pas d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

L'adjectif *kreatywny* (créatif)²⁹ leur est attribué à 5 reprises :

x 4 : + P. *są kreatywni*. → + P. sont créatifs.

x 1 : + P. *mimo wszystko posiadają wielu mądrych, inteligentnych, kreatywnych ludzi*. *→ + P. malgré tout, ils comptent parmi eux des gens sages, intelligents, créatifs.

On note deux formulations similaires signifiant cette créativité accordée aux Polonais, avec l'expression figée *zrobić coś z niczego* (faire quelque chose à partir de rien) :

x 1 : + P. *zrobią coś z niczego*. → + P. font quelque chose à partir de rien.

x 1 : + P. *potrafią zrobić « coś z niczego »*. → + P. savent faire « quelque chose à partir de rien ».

- **La naïveté**

« *Polacy są naiwni* » → *Les Polonais sont naïfs*

La naïveté est attribuée 7 fois aux Polonais par les jeunes Polonais, comme un trait de caractère déprécié.

²⁹ D'après son acception en polonais *twórczy* (SJP PWN 2012), qui prend également le sens en français de *créatif*.

Cette caractéristique est mise en avant par une majorité de jeunes hommes (5 hommes pour une femme et un répondant dont le sexe n'est pas renseigné), des jeunes provenant essentiellement de Pologne orientale (deux répondants de Pologne occidentale pour 4 Pologne orientale, sachant que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans notre échantillon, ainsi qu'un répondant dont l'origine n'est pas renseignée). Les critères d'âge, d'études et de taille des villes d'origine n'influencent pas considérablement l'attribution de cette caractéristique.

L'adjectif *naiwny* (naïf)³⁰ est mentionné à 5 reprises, associé au verbe *być* (« être », sous sa forme accomplie, exprimant la modalité itérative et répétitive) et *bywać* (« être » sous sa forme inaccomplie, que l'on peut traduire en contexte par « être parfois ») :

x 2 : - P. *bywają naiwni*. → + P. sont parfois naïfs.

x 1 : - P. *są naiwni*. → + P. sont naïfs.

x 1 : - P. *są naiwni, dają sobą manipulować*. → + P. sont naïfs, se laissent facilement manipuler.

x 1 : - P. *są naiwni w polityce*. *→ + P. sont naïfs en politique.

On relève aussi le nom commun *naiwniak* (la naïf), formé à partir du même radical :

x 1 : - P. *to najwięksi polityczni naiwniaczy na arenie międzynarodowej*. *→ - P. ce sont les plus grands naïfs en matière politique sur la scène internationale.

Un autre parasynonyme de l'adjectif *naiwny* (naïf) est employé : *łatwowierny*, que l'on peut traduire aussi par « crédule ».

x 1 : - P. *są łatwowierni, szczególnie kiedy chodzi o interesy*. → + P. sont crédules, surtout quand il s'agit des affaires.

• La ruse

« *Polacy są sprytni* » → *Les Polonais sont rusés*

Un caractère rusé, proche de l'esprit combinard exposé plus haut, est reconnu 6 fois aux Polonais par les jeunes Polonais. Il est perçu principalement de manière positive (5 réponses de type positif pour une de type négatif).

La ruse est surtout mise en avant par les plus âgés de l'échantillon (un répondant de 18 à 21 ans pour 4

³⁰ D'après son acception : « qui présente une simplicité, une sincérité et une crédulité excessives » (en polonais : « odznaczający się zbytnią prostotą, szczerością, łatwowieścią ») (SJP PWN 2012)

de 22 à 25 ans et un répondant dont l'âge n'est pas renseigné). Le sexe, le niveau d'études et l'origine géographique des répondants n'ont pas d'influence particulière sur l'attribution de cette caractéristique.

Dans ces 6 phrases, on remarque la répétition de l'adjectif *sprytny* (malin, rusé)³¹ :

x 3 : + P. *są sprytni*. → + P. sont malins.

x 1 : + P. *są tacy sprytni, zaradni i potrafią sobie radzić*. *→ + P. sont du genre malin, débrouillard, ils savent se débrouiller.

x 1 : + P. *są sprytni jeśli chodzi o zarabianie pieniędzy*. → + P. sont malins quand il s'agit de gagner de l'argent.

x 1 : - P. *są krętaczami (sprytni, w złym sensie), kombinują*. *→ - P. sont des magouilleurs (malins dans le mauvais sens), combinent.

- **L'esprit d'entreprise**

« *Polacy są przedsiębiorczy* » → *Les Polonais sont entrepreneurs*

L'esprit d'entreprise est attribué par les jeunes Polonais à leurs compatriotes dans 5 réponses, comme caractéristique positive.

Les répondants ayant exprimé ce trait de caractère ont différents profils.

La répétition de la phrase suivante, incluant l'adjectif *przedsiębiorczy* (entrepreneur)³², est remarquée 5 fois :

x 5 : + P. *są przedsiębiorczy*. → + P. sont entrepreneurs.

- **L'ironie**

« *Polacy są ironiczni* » → *Les Polonais sont ironiques*

Le sens de l'ironie (le fait d'être ironique ou de ressentir l'ironie chez les gens) est attribué 5 fois aux Polonais par les jeunes Polonais, comme trait positif.

Il est présenté principalement par des répondants de sexe féminin (4 femmes pour un homme), de tout

³¹ D'après son acception : « qui sait se débrouiller, en particulier dans les affaires pratiques » (en polonais : « *umiejący sobie radzić, zwłaszcza w sprawach praktycznych* ») (SJP PWN 2012)

³² D'après son acception : « qui sait arranger toutes les affaires, plein d'initiatives et d'énergie » (en polonais : « *umiejący załatwić wszystkie sprawy, pełen inicjatywy i energii* ») (SJP PWN 2012)

âge, niveau d'études et origine géographique.

Dans ces réponses, on note deux fois le nom commun *ironia* (l'ironie)³³ et une fois sa forme adjectivale *ironiczny* (ironique) :

x 1 : + P. *umieją wyczuć sarkazm i ironię*. → + P. savent sentir le sarcasme et l'ironie.

x 1 : + P. *są zabawnie ironiczni*. * → + P. sont ironiques de manière amusante.

x 1 : + P. *posługują się ironią w pozytywnym sensie*. → + P. utilisent l'ironie dans un sens positif.

Deux phrases mettent aussi en avant le sens de l'ironie des Polonais, par une « dérision latente » des réalités polonaises. Toutes deux contiennent le verbe *śmiać* (rire), un nom commun formé à partir du même radical, avec *absurdalność* (l'absurdité) et *absurd* (l'absurde), ainsi qu'une référence à la Pologne avec les groupes nominaux *polskie realia* (les réalités polonaises) et *nasz kraj* (notre pays) :

x 1 : + P. *potrafią się śmiać z absurdów polskich realiów*. → + P. savent rire des absurdités des réalités polonaises.

x 1 : + P. *mimo absurdu panującego w naszym kraju potrafią się z tego śmiać*. → + P. malgré l'absurdité régnante dans notre pays, ils savent en rire.

• La nervosité

« *Polacy są nerwowi* » → *Les Polonais sont nerveux*

La nervosité est attribuée à 5 reprises par les jeunes Polonais aux Polonais, comme trait négatif. Elle est mise en avant par des jeunes aux profils variés.

On trouve trois fois l'adjectif *nerwowy* (nerveux)³⁴ et une fois sa forme verbale *denerwować się* (s'énervé) :

x 2 : - P. *są nerwowi*. → - P. sont nerveux.

x 1 : - P. *są nerwowi na co dzień*. → - P. sont nerveux au quotidien.

x 1 : - P. *łatwo się denerwują podczas jazdy samochodem*. → - P. s'énervent facilement en voiture.

³³ D'après son acception : « raillerie cachée, dérision latente » (en polonais : « ukryta drwina, utajone szyderstwo ») (SJP PWN 2012)

³⁴ D'après son acception : « qui est sur les nerfs ; également: qui témoigne de l'énervement ou de la nervosité » (en polonais : « mający słabe nerwy ; też: świadczący o zdenerwowaniu albo o nerwowości ») (SJP PWN 2012)

La phrase suivante signifie également la nervosité, le manque de calme, avec l'emploi du nom *luz* (mot familier signifiant le détachement, l'aisance, la tranquillité)³⁵ :

x 1 : - P. *nie mają luzu*. → - P. ne sont pas relax.

- **Le mécontentement**

« *Polacy są niezadowoleni* » → *Les Polonais sont mécontents*

Un caractère mécontent est attribué 5 fois aux Polonais par les jeunes Polonais de manière négative. Cette caractéristique est avancée uniquement par des jeunes femmes, de Pologne occidentale. L'âge, le niveau d'études ainsi que la taille des villes d'origine n'ont pas d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

L'adjectif *niezadowolony* (mécontent)³⁶ et son parasynonyme *malkontent* (un mécontent)³⁷ apparaissent dans les phrases suivantes :

x 1 : - P. *są zazwyczaj niezadowoleni*. → - P. sont habituellement mécontents.

x 1 : - P. *są malkontentami*. → - P. sont des mécontents.

Trois phrases marquées par l'adverbe de négation *nie* (ne...pas) expriment ce mécontentement, cette insatisfaction des Polonais :

x 1 : - P. *nie potrafią doceniać tego co mają*. → - P. ne savent pas estimer ce qu'ils ont.

x 1 : - P. *nie mają w zwyczaju cieszyć się życiem*. → - P. n'ont pas l'habitude de se réjouir de la vie.

x 1 : - P. *nie doceniają przyjemności życia codziennego*. → - P. n'estiment pas les plaisirs de la vie quotidienne.

³⁵ Nous comprenons le nom commun familier *luz* dans le sens de *détachement, aisance, tranquillité* d'après son acception : « aisance et naturel dans le comportement » (en polonais : « swoboda i naturalność w zachowaniu ») (SJP PWN 2012)

³⁶ D'après son acception : « qui ressent un mécontentement » (en polonais : « odczuwający niezadowolenie ») (SJP PWN 2012)

³⁷ D'après son acception : « personne mécontente de tout » (en polonais : « człowiek niezadowolony ze wszystkiego ») (SJP PWN 2012)

- **Le conservatisme**

« *Polacy są konserwatywni* » → *Les Polonais sont conservateurs*

Le conservatisme est attribué aux Polonais 5 fois par les jeunes Polonais, comme une caractéristique majoritairement négative (4 occurrences de type négatif pour une de type positif).

Il est mis en avant essentiellement par des répondants de sexe féminin (4 femmes pour un homme), aux profils diversifiés.

On note 4 fois l'adjectif *konserwatywny* (conservateur)³⁸ attribut du sujet. Il n'apparaît qu'une fois dans une réponse de type positif :

x 1 : + P. *są konserwatywni*. → + P. sont conservateurs.

x 1 : - P. *są konserwatywni*. → - P. sont conservateurs.

x 1 : - P. *są zbyt konserwatywni*. → - P. sont trop conservateurs.

x 1 : - P. *są konserwatywni obyczajowo i społecznie*. → - P. sont conservateurs au niveau des mœurs et au niveau social.

Sa forme nominale, *konserwatysta* (le conservatiste), est également relevée :

x 1 : - P. *są konserwatystami*. → - P. sont des conservatistes.

- **Une capacité d'adaptation aux situations**

« *Polacy dopasowują się do sytuacji* » → *Les Polonais s'adaptent à la situation*

La capacité d'adaptation est attribuée 5 fois aux Polonais par les jeunes Polonais comme trait de caractère positif. Elle est mise en avant par des répondants essentiellement de sexe masculin (4 hommes pour une femme), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (un répondant de 18 à 21 ans pour 4 de 22 à 25 ans).

La récurrence du verbe *dopasować się do* (s'adapter à, se conformer à)³⁹ ainsi que l'occurrence de son parasyndrome *adaptować się do* (s'adapter à)⁴⁰ sont observées dans les phrases suivantes :

³⁸ D'après son acception : « lié à la tradition et peu enclin aux changements » (en polonais : « przywiązany do tradycji i niechętny zmianom ») (SJP PWN 2012)

³⁹ D'après son acception : « s'adapter à quelque chose ou à quelqu'un » (en polonais : « dostosować się do czegoś lub kogoś ») (SJP PWN 2012)

⁴⁰ D'après son acception : « s'adapter à de nouvelles conditions » (en polonais : « przystosować się do nowych warunków ») (SJP PWN 2012)

x 1 : + P. *potrafią dopasować się do sytuacji.* → + P. savent s'adapter (s'ajuster) aux situations.

x 1 : + P. *dopasowują się do każdej sytuacji.* → + P. s'adaptent à chaque situation.

x 1 : + P. *szybko się adaptują do nowego środowiska, jeśli wyjeżdżają za granicę.* → + P. s'adaptent vite aux nouveaux environnements, s'ils vont à l'étranger.

L'adjectif *elastyczny*⁴¹, employé dans l'une des réponses, signifie également cette capacité d'adaptation:

x 1 : + P. *są elastyczni.* → + P. ont un caractère flexible/savent s'adapter.

La phrase suivante présente partiellement cette idée, avec l'emploi du verbe *improvizować* (improviser)⁴² :

x 1 : + P. *potrafią improvizować.* → + P. savent improviser.

• L'influencabilité

« *Polacy poddają się wpływow* » → *Les Polonais se laissent influencer*

Un caractère influencable est attribué 5 fois aux Polonais par les jeunes Polonais comme trait de type négatif.

Ces réponses sont formulées par des jeunes de Pologne occidentale, comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (un répondant de 18 à 21 ans pour 4 de 22 à 25 ans). Le sexe, le niveau d'études et la taille des villes d'origine des répondants n'influencent pas notablement l'attribution de cette caractéristique.

Cette caractéristique est exprimée 4 fois avec le nom commun *wpływ* (l'influence)⁴³ et une fois avec sa forme verbale *wpływać* (avoir de l'influence) :

x 1 : - P. *są podatni na wpływy (nie mają swojego zdania).* → - P. sont facilement influencables (n'ont pas leur propre avis).

⁴¹ D'après son acception : « s'adaptant facilement à de nouvelles conditions » (en polonais : « łatwo przystosowujący się do nowych warunków ») (SJP PWN 2012)

⁴² D'après son acception : « créer, faire quelque chose à la hâte » (en polonais : « tworzyć, robić coś naprędce ») (SJP PWN 2012)

⁴³ D'après son acception : « impact sur quelqu'un, sur quelque chose » (en polonais : « oddziaływanie na kogoś, na coś ») (SJP PWN 2012). Dans les exemples ci-dessous le nom commun *wpływ* (l'influence) est utilisé en polonais au cas instrumental et demande une traduction par une autre catégorie grammaticale que le nom commun. Ainsi dans la traduction des trois premières phrases, nous recourons à l'usage de l'adjectif « influencable », du participe passé « influencé » ou encore du groupe verbale « se laisser influencer »

x 1: - P. *łatwo ulegają wpływow innych osób.* → - P. sont facilement influencés par d'autres personnes.

x 1: - P. *szybko poddają się wpływow.* → - P. se laissent vite influencer.

x 1: - P. *nie mają swojego zdania, łatwo wpływa na nich zdanie mediów.* → - P. n'ont pas leur propre opinion, l'opinion des médias a beaucoup d'influence sur eux.

x 1: - P. *są pod dużym wpływem kościoła.* * → - P. sont très influencés par l'Église.

- **L'intelligence**

« *Polacy są inteligentni* » → *Les Polonais sont intelligents*

L'intelligence est attribuée à 4 reprises aux Polonais par les jeunes Polonais, comme trait positif. Cette caractéristique est avancée par des répondants aux profils diversifiés.

L'adjectif *inteligentny* (intelligent)⁴⁴ y est employé les 4 fois :

x 3: + P. *są inteligentni.* → + P. sont intelligents.

x 1: + P. *mimo wszystko posiadają wielu mądrych, inteligentnych, kreatywnych ludzi.* * → + P. malgré tout comptent parmi eux des gens sages, intelligents et créatifs.

- **La détente**

« *Polacy są wyluzowani* » → *Les Polonais sont relax*

Un caractère détendu est attribué 4 fois de manière positive aux Polonais par les jeunes. Il est mis en avant par des répondants aux profils variés.

Dans ces 4 réponses, l'adjectif familier *wyluzowany* (détendu, relax)⁴⁵ est employé :

x 3: + P. *są wyluzowani.* → + P. sont détendus.

x 1: + P. *przede wszystkim są wyluzowani.* → + P. sont avant tout détendus.

⁴⁴ D'après son acception : « doué d'intelligence » (en polonais : « obdarzony inteligencją ») (SJP PWN 2012) et l'acception d'*inteligencja* (l'intelligence) : « capacité à comprendre, à apprendre et à utiliser les savoirs et les compétences acquis dans de nouvelles situations » (en polonais : « zdolność rozumienia, uczenia się oraz wykorzystywania posiadanej wiedzy i umiejętności w sytuacjach nowych ») (SJP PWN 2012)

⁴⁵ D'après son acception : « détendu, relaxé » (en polonais : « odprężony, zrelaksowany ») (WSJP 2007-2010)

- **Le manque de ponctualité**

« *Polacy nie są punktualni* » → *Les Polonais ne sont pas ponctuels*

Le manque de ponctualité est accordé à 4 reprises aux Polonais par les jeunes Polonais, comme une caractéristique négative.

Ce trait est présenté par des répondants de différents profils.

L'adjectif *punktualny* (ponctuel)⁴⁶ marqué par la négation, ainsi que son antonyme *niepunktualny* (non ponctuel), sont mentionnés dans les phrases suivantes :

x 1: - P. *nie są punktualni*. → - P. ne sont pas ponctuels.

x 1: - P. *są niepunktualni*. → - P. ne sont pas ponctuels.

Deux fois, le verbe *spóźnić się* (être en retard, se mettre en retard)⁴⁷ est employé :

x 1: - P. *spóźniają się*. → - P. sont en retard.

x 1: - P. *mają problem z organizacją, spóźniają się zawsze, są nieogarnięci*. * → - P. ont des problèmes d'organisation, sont toujours en retard, ne sont pas ordonnés.

- **Un visage peu souriant**

« *Polacy mało się uśmiechają* » → *Les Polonais sourient peu*

Un visage peu souriant revient aux Polonais d'après les jeunes, dans 4 réponses de type négatif.

Ces réponses sont indiquées par des répondants de sexe féminin, originaires de grandes villes (toutes de plus de 100 000 habitants), de Pologne occidentale.

Pour ces 4 phrases, on relève le verbe *uśmiechać się* (sourire)⁴⁸, marqué par la négation ou par des adverbes ou locution adverbiales d'intensité, tels que : *mało* (peu), *za mało* (trop peu), *tak mało* (aussi peu) :

x 1: - P. *nie uśmiechają się*. → - P. ne sourient pas.

⁴⁶ D'après son acception : « comparissant à l'heure convenue » (en polonais : « stawiający się o wyznaczonej porze ») (SJP PWN 2012)

⁴⁷ D'après son acception : « arriver plus tard que prévu » (en polonais : « przybyć później niż należy ») (SJP PWN 2012)

⁴⁸ D'après son acception : « réagir à quelque chose avec le sourire, avoir le sourire au visage » (en polonais : « reagować na coś uśmiechem, mieć uśmiech na twarzy ») (SJP PWN 2012)

- x 1: - P. *mało się uśmiechają.* → - P. sourient peu.
- x 1: - P. *za mało sie uśmiechają.* → - P. sourient trop peu.
- x 1: - P. *tak mało się uśmiechają.* → - P. sourient aussi peu.

- **L'inconséquence**

« *Polacy są niekonsekwentni* » → *Les Polonais sont inconséquents*

Le manque de conséquence est accordé aux Polonais par les jeunes Polonais dans 4 réponses de type négatif.

L'attribution de cette caractéristique est repérée chez des répondants aux profils diversifiés.

Le nom commun *konsekwencja* (la conséquence)⁴⁹ est employé une fois, de même que sa forme adjectivale *niekonsekwentny* (inconséquent, erratique)⁵⁰ :

- x 1: - P. - *brak konsekwencji* → - P. - manque de conséquence
- x 1: - P. *są niekonsekwentni.* → - P. sont inconséquents.

Deux phrases signifiant cette inconséquence par inférence sont de même observées :

- x 1: - P. *nie kończą projektów.* → - P. ne font pas aboutir leurs projets
- x 1: - P. *nigdy nie zdążają zrobić co zaplanowali.* → - P. ils ne parviennent jamais à faire ce qu'ils avaient prévu.

- **La tristesse**

« *Polacy są pochmurni* » → *Les Polonais sont tristes*

La tristesse est relevée comme caractéristique négative des Polonais, dans 4 réponses des jeunes.

Elles sont formulées par des jeunes Polonais de différents profils.

La phrase suivante, qui comprend l'adjectif *pochmurny* (au sens métaphorique de « triste »)⁵¹, est répétée deux fois dans les questionnaires.

⁴⁹ D'après son acception : « continuité logique dans l'action, persévérance pour parvenir à quelque chose » (en polonais : « logiczna ciągłość w działaniu, wytrwałość w dążeniu do czegoś ») (SJP PWN 2012)

⁵⁰ D'après son acception : « qui n'est pas conséquent » (en polonais : « niebędący konsekwentnym ») (SJP PWN 2012)

⁵¹ D'après son acception : « sombre, morne » (en polonais : « posępny, ponury ; też: będący wyrazem czyjegoś smutku, przygnębienia ») (SJP PWN 2012)

x 2: - P. *sq pochmurni*. → - P. sont tristes.

Le nom commun *smutas* (que l'on pourrait traduire par « une personne tristounette »)⁵² présente le même sens :

x 1: - P. *sq smutasami*. → - P. sont des gens tristounets.

On note encore le groupe nominal *depresja narodu* (la dépression de la nation) qui signifie entre autre cette tristesse des Polonais, ce mauvais état d'esprit :

x 1: - P. - *depresja narodu* → - P. - la dépression de la nation

• L'incompétence footballistique

« *Polacy nie potrafia grać w piłkę* » → *Les Polonais ne savent pas jouer au foot*

Le manque de compétences footballistiques est reconnu aux Polonais par les jeunes dans trois réponses négatives (comme nous l'avons expliqué plus haut, nous reconnaissons les compétences sportives comme relevant du domaine psychique en raison de la technique et de la préparation psychologique requises).

Cette caractéristique est avancée par des répondants polonais de profils variés.

Ces phrases, formulées différemment, comprennent le groupe nominal *piłka nożna* (le football), le nom commun *piłka* (le foot) ou encore l'adjectif *piłkarski* (que l'on peut traduire par l'adjectif « footballistique » ou bien par le complément du nom « de foot ») :

x 1: - P. *nie potrafia grać w piłkę...* → - P. ne savent pas jouer au foot...

x 1: - P. *za swój sport narodowy uważają piłkę nożną mimo braków jakichkolwiek sukcesów w tej dziedzinie.* → - P. considèrent le football comme leur sport national malgré le manque de quelconques succès dans ce domaine.

x 1: - P. *mają słabą drużynę piłkarską.* → - P. ont une équipe de foot faible.

⁵² D'après son acception : « de quelqu'un qui est toujours triste, qui n'a pas le sens de l'humour » (en polonais : « o kimś ciągle smutnym, niemającym poczucia humoru ») (WSJP 2007-2010)

- **Le manque d'opportunisme**

« *Polacy nie potrafili wykorzystać nadarzających się im okazji* » → *Les Polonais ne savent pas profiter des occasions qui se présentent à eux*

Le manque d'opportunisme est accordé trois fois aux Polonais par les jeunes Polonais comme trait négatif.

Il revient chez différents types de répondants.

Le verbe *wykorzystać* (profiter) est utilisé deux fois, marqué par la négation, avec en complément le nom commun *szansa* (la chance) et le nom commun parasynonyme *okazja* (l'occasion) :

x 1: - P. *nie wykorzystują swoich szans.* → - P. ne profitent pas de leurs chances.

x 1: - P. *nie potrafili wykorzystać nadarzających się im okazji.* → - P. ne savent pas profiter des occasions qui se présentent à eux.

Une formulation prend un sens équivalent au verbe *wykorzystać*, avec l'emploi du verbe *dysponować* (disposer) et en complément le nom *zwycięstwo* (la victoire) :

x 1: - P. *- jesteśmy waleczni a jednocześnie nie umiemy dobrze dysponować « zwycięstwem »*

- marnotrawstwo. → - P. - nous sommes vaillants mais en même temps nous ne savons pas bien disposer de la « victoire » - gaspillage.

- **L'impulsivité**

« *Polacy są impulsywni* » → *Les Polonais sont impulsifs*

L'impulsivité est accordée trois fois aux Polonais de manière négative par les jeunes Polonais.

Ce trait de caractère est mis en avant par trois jeunes femmes. L'âge, le niveau d'études et l'origine géographique n'ont pas eu d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

Dans chacune de ces occurrences, l'adjectif *impulsywny* (impulsif)⁵³ est employé :

x 1: - P. *są impulsywni.* → - P. sont impulsifs.

x 1: - P. *są impulsywni, szybko się napalają.* → - P. sont impulsifs, s'enflament vite.

x 1: - P. *są zbyt niecierpliwi i impulsywni, wybuchowi.* → - P. sont trop impatients, impulsifs, explosifs.

⁵³ D'après son acception : « qui cède à ses impulsions, qui réagit vivement à quelque chose » (en polonais : « ulegający impulsom, żywo reagujący na coś ») (SJP PWN 2012)

- **Occurrences uniques ou doubles de caractéristiques relevant de l'aspect psychique dans la compréhension du gentilé *Polacy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles relatives à l'aspect psychique dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. Parmi les caractéristiques positives, on relève : l'optimisme (2), l'ambition (2), la force (2), la sensibilité (2), des compétences informatiques (1), des compétences en handball (1), des compétences sexuelles (1), l'expression des émotions (1), la mélancolie (1), le fait d'avoir leur avis (1), d'aimer bricoler (1) et un caractère désintéressé (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : la paresse (2), le manque de responsabilité (2), le manque d'esprit prospectif (2), le manque d'esprit d'entreprise (1), l'incompétence (1), la lâcheté (1), le manque de flexibilité (1), le manque de rêves (1), le fait de se faire passer pour des idiots (1), le manque de sens de l'humour (1), le conformisme (1), le fait de ne pas être concret (1), la simplicité d'esprit (1), la muflerie (1), le manque de spontanéité (1), le fait de supporter l'équipe de football Legia Warszawa (1), le fait de ne jamais perdre espoir (1), le manque d'ambition (1), le fait de ne pas savoir séparer la sphère privée de la sphère du travail (1).

2.2. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *NIEMCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 243 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect psychique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais (caractéristiques cette fois d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 199 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°7).

- **L'organisation/l'ordre**

« *Niemcy są zorganizowani/uporzędkowani* » → *Les Allemands sont organisés/ordonnés*

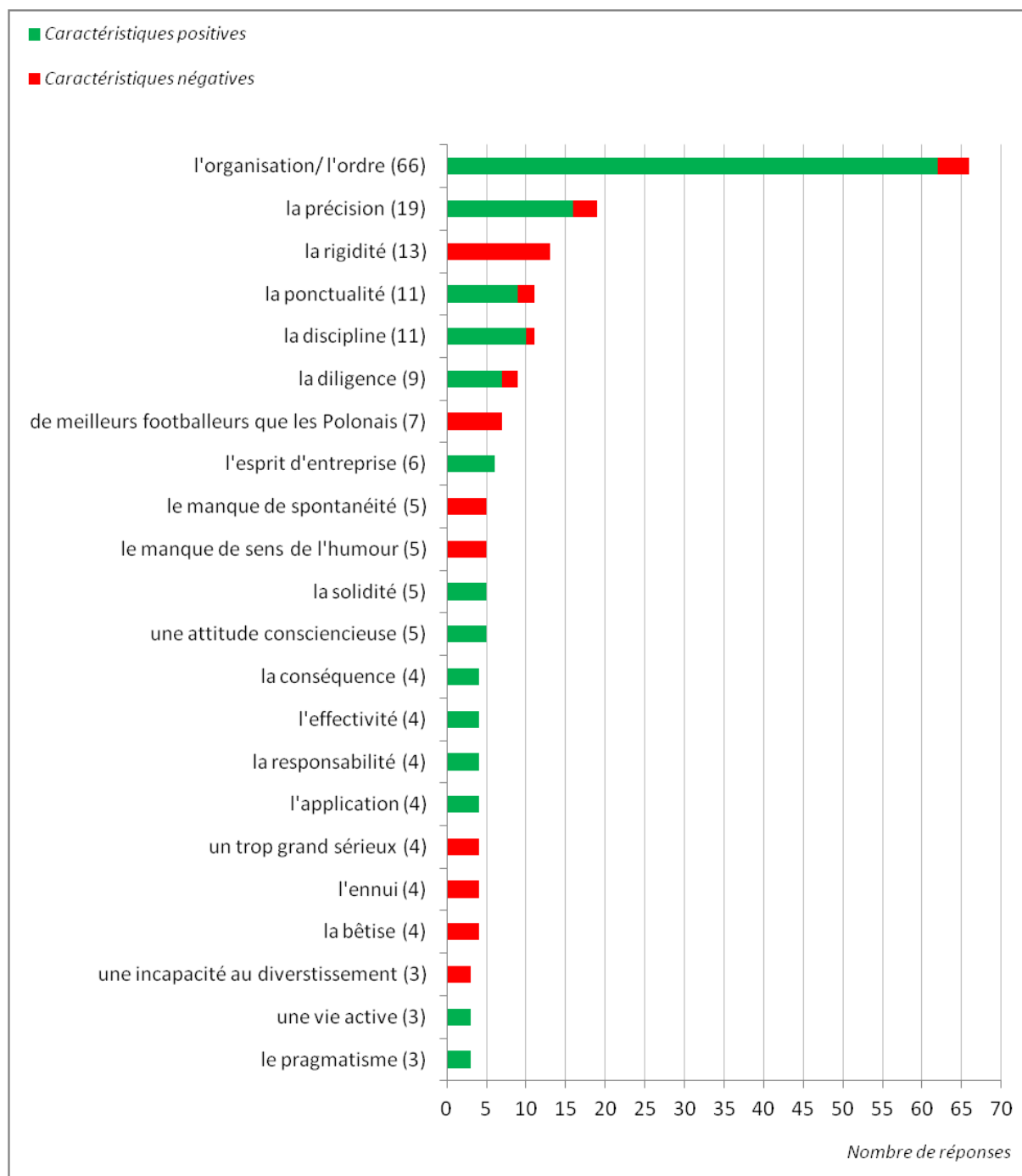
Le sens de l'organisation, de l'ordre, attribué aux Allemands par les jeunes Polonais, est la caractéristique propre à la compréhension du gentilé *Niemcy* (les Allemands) qui ressort le plus souvent de l'ensemble des descriptions de type psychique, avec 66 occurrences. Cette caractéristique est essentiellement perçue de manière positive (62 réponses positives pour 4 négatives).

Les répondants de sexe féminin sont les plus nombreux à mettre en avant cette caractéristique (41 femmes pour 24 hommes et un répondant dont le sexe n'est pas renseigné), tout comme ceux comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (26 répondants de 18 à 21 ans pour 36 de 22 à 25 ans, et 4 dont l'âge n'est pas renseigné), et provenant des plus grandes villes (24 répondants originaires de villes de moins de 100 000 habitants, 37 de villes de plus de 100 000 habitants, et 5 dont la ville n'est pas renseignée). Les jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand sont aussi particulièrement nombreux à indiquer cette caractéristique par rapport à leur proportion dans l'échantillon (28 de ces répondants déclarent avoir déjà fait la connaissance d'un Allemand contre 26 qui affirment le contraire - or ces derniers sont en plus grand nombre dans l'échantillon, et les 12 autres n'ont pas renseigné cette information). Par ailleurs, le fait d'avoir déjà été ou non en Allemagne, le niveau d'études, de même que l'origine occidentale ou orientale de la Pologne n'ont pas d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

Dans ces réponses, l'adjectif *zorganizowany* (organisé)⁵⁴ est répété à 31 reprises. Il est parfois complété dans les réponses de type positif par un adverbe, tel que *dobrze* (bien) - à 11 reprises, et *niesamowicie* (incroyablement). Pour la réponse de type négatif formulée, c'est l'adverbe *zbyt* (trop),

⁵⁴ D'après son acception : « personne qui sait bien aménager ses activités, son travail » (en polonais : « taki, który potrafi dobrze rozplanować sobie zajęcia, pracę ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°7. Caractéristiques relevant de l'aspect psychique - gentilé « Niemcy »



indiquant l'excès, qui vient compléter l'adjectif. On peut ainsi citer les énoncés suivants :

- x 17: + N. *są zorganizowani*. → + A. sont organisés.
- x 1: + N. *są narodem zorganizowanym*. → + A. sont une nation organisée.
- x 11: + N. *są dobrze zorganizowani*. → + A. sont bien organisés.
- x 1: + N. *są tak niesamowicie zorganizowani*. → + A. sont si incroyablement organisés.
- x 1: - N. *sa czasami zbyt zorganizowani*. → - A. sont parfois trop organisés.

Sa forme nominale, *organizacja* (l'organisation), est employée deux fois :

- x 2: + N. *mają dobrą organizację*. → + A. ont une bonne organisation.

On remarque également parmi les réponses l'emploi du nom commun *porządek* (l'ordre)⁵⁵ que l'on retrouve 18 fois. La phrase suivante, répétée 5 fois avec le verbe *lubić* (aimer), attire tout d'abord notre attention :

- x 5: + N. *lubią porządek*. → + A. aiment l'ordre.

Le verbe *dbać* ou sa forme accomplie *zadbać* (tous deux traduits par « veiller, prendre soin »)⁵⁶ est employé 4 fois, avec pour complément le nom commun *porządek* (l'ordre) :

- x 1: + N. *dbają o porządek*. → + A. veillent à l'ordre.
- x 1: + N. *dbają o porządek (niestety jednak głównie u siebie)*. → + A. veillent à l'ordre (mais malheureusement principalement chez eux).
- x 1: + N. *dbają o porządek w miastach*. → + A. font attention à l'ordre dans les villes.
- x 1: + N. *potrafią zadbać o porządek*. → + A. savent veiller à l'ordre.

Le verbe *mieć* (avoir) prend aussi à trois reprises pour complément le nom commun *porządek* (l'ordre) :

- x 2: + N. *mają porządek*. → + A. ont de l'ordre.
- x 1: + N. *mają porządek u siebie*. → + A. ont de l'ordre chez eux.

⁵⁵ D'après son acception : « structure régulière, plan de quelque chose » (en polonais : « regularny układ, plan czegoś ») (SJP PWN 2012)

⁵⁶ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou à quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

Deux fois, le verbe *utrzymywać* (maintenir) prend pour complément le nom commun *porządek* (l'ordre) :

x 1: + N. *potrafią utrzymać porządek w swoich miastach.* → + A. savent maintenir l'ordre dans la ville.

x 1: + N. *utrzymują idealny porządek wszędzie.* → + A. maintiennent un ordre idéal partout.

Parmi les phrases, on observe le verbe *cenić* et sa forme accomplie *docenić* (toutes deux traduites par « apprécier », « estimer ») – avec toujours *porządek* (l'ordre) comme complément :

x 1: + N. *cenią porządek.* → + A. apprécient l'ordre.

x 1: + N. *doceniają porządek, unikają chaosu.* → + A. apprécient l'ordre, évitent le chaos.

L'expression *przykładać dużo uwagi* (accorder beaucoup d'importance) est aussi associée au nom *porządek* (l'ordre) :

x 1: + N. *przykładają dużo uwagi do tego aby ich otoczenie i kraj były czyste i porządne.* * → + A. accordent beaucoup d'importance à ce que leur environnement et pays soient propres et ordonnés.

Cependant une occurrence du nom commun *porządek* (l'ordre) est aussi marquée par une appréciation négative. Il se trouve cette fois en complément du verbe *przesadzać* (exagérer) :

x 1: - N. *przesadzają z porządkiem.* → - A. exagèrent avec l'ordre.

On relève de plus 8 fois la forme adjectivale *uporządkowany* (ordonné) qui, une fois complétée par l'adverbe *trop* (zbyt)⁵⁷ indiquant l'excès, est aussi associée à une évaluation négative :

x 7: + N. *są uporządkowani.* → + A. sont ordonnés.

x 1: - N. *są zbyt uporządkowani.* → - A. sont trop ordonnés.

L'adjectif *porządny* (ordonné)⁵⁸, formé à partir du même radical, apparaît également :

x 1: + N. *są porządni.* → + A. sont ordonnés.

⁵⁷ Nous traduisons l'adverbe *zbyt* par *trop* et nous le considérons comme une marque de l'excès, en se référant à son acception : « d'une manière dépassant les attentes de quelqu'un ou les possibilités » (en polonais : « w sposób przekraczający czyjeś oczekiwania lub możliwości ») (SJP PWN 2012)

⁵⁸ D'après son acception : « qui aime l'ordre et veille à son maintien » (en polonais : « lubiący porządek i dbający o jego utrzymanie ») (SJP PWN 2012)

Parmi les occurrences de type positif, on relève des parasyonymes de l'adjectif *uporządkowany* (ordonné), tels que *poukładany* (rangé) répété deux fois, *ułożony* (ordonné, raisonnable) ou bien un adjectif familier lorsqu'il désigne une personne : *ogarnięty* (au point/ordonné).

x 1: + N. *sq poukładanym państwem*. → + A. sont un État rangé.

x 1: + N. *sq poukładani*. → + A. sont rangés.

x 1: + N. *sq ułożeni*. → + A. sont ordonnés.

x 1: + N. *sq bardziej ogarnięci niż my*. → + A. sont plus au point/ordonnés que nous.

On relève l'adjectif *pedantyczny* (maniaque)⁵⁹ qualifiant une personne extrêmement ordonnée, soigneuse, relativement proche des adjectifs précédents sur le plan sémantique mais ajoutant également l'idée d'exagération. L'adjectif est cette fois marqué par une appréciation négative.

x 1: - N. *sq pedantyczni*. → - A. sont maniaques.

Le nom commun *die Ordnung* (l'ordre) est emprunté à la langue allemande et associé aux Allemands dans la phrase suivante :

x 1: - N. *zapominają o Ordnungu⁶⁰ gdy przekraczają własną granicę*. *→ - A. oublient l'Ordnung quand ils dépassent leurs propres frontières.

- **La précision**

« *Niemcy są dokładni* » → *Les Allemands sont précis*

La précision est attribuée aux Allemands par les jeunes Polonais 19 fois, le plus souvent de manière positive (16 réponses de type positif pour trois de type négatif).

Elle est soulignée par des répondants aux profils variés, leur niveau de connaissance des Allemands ou de l'Allemagne n'ayant pas d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

L'adjectif *dokładny* (exact)⁶¹ est tout d'abord employé 13 fois. L'une de ces réponses correspond à une évaluation négative, l'adjectif est alors complété par la locution adverbiale *aż tacy*. Ainsi les phrases

⁵⁹ D'après son acception : « exagérément exact, soigneux » (en polonais : « *przesadnie dokładny* ») (SJP PWN 2012)

⁶⁰ Le terme *Ordnung* n'est pas employé dans la phrase avec des guillemets signalant cet emprunt inusuel à la langue allemande. L'accord grammatical polonais (ajout de la terminaison -u) donne l'impression d'un mot intégré à la langue polonaise.

⁶¹ D'après son acception : « effectuant quelque chose ou effectué avec une grande application et le soin des détails » (en polonais : « *wykonujący coś lub wykonany z wielką starannością i dbałością o szczegóły* ») (SJP PWN 2012)

suivantes :

x 10: + N. *są dokładni*. → + A. sont exacts.

x 1: + N. *są dokładni w tym co robią*. → + A. sont exacts dans ce qu'ils font.

x 1: + N. *są precyzyjni i dokładni (jak już coś robią, to robią to dobrze)*. *→ + A. sont précis et exacts (quand ils font quelque chose, ils le font bien).

x 1: - N. *są aż tacy dokładni*. → - A. sont à ce point exacts.

Formé sur le même radical, on note aussi 4 fois l'adverbe *dokładnie* (exactement) :

x 1: - N. *są pedantami tzn., wszystko przesadnie dokładnie robią, wszystko musi grać jak w szwajcarskim zegarku*. ☺ *→ - A. sont maniaques, c-à-d qu'ils font exagérément les choses avec exactitude, tout doit être strictement réglé comme une montre suisse. ☺

x 1: - N. *mają wszystko ustalone dokładnie czasowo*. *→ - A. ont tout de planifié avec précision, en temps et en heure.

x 1: + N., *jeśli coś robią, to robią to dokładnie*. → + A., s'ils font quelque chose, ils le font précisément.

x 1: + N. *przykładają dużo uwagi do robienia czegoś dokładnie*. → + A. accordent beaucoup d'importance à faire les choses précisément.

Par ailleurs, le nom commun *perfekcjonista* (un perfectionniste)⁶² est employé deux fois :

x 1: + N. *wszystko robią precyzyjnie, są perfekcjonistami*. *→ + A. font tout de manière précise, sont perfectionnistes.

x 1: + N. *są perfekcjonistami*. → + A. sont perfectionnistes.

On peut souligner également la présence de l'adjectif *precyzyjny* (précis)⁶³ et de sa forme adverbiale *precyzyjnie* (précisément), dans les phrases déjà citées ci-dessus :

[**x 1**] : + N. *wszystko robią precyzyjnie, są perfekcjonistami*. *→ + A. font tout de manière précise, sont perfectionnistes.

[**x 1**] : + N. *są precyzyjni i dokładni (jak już coś robią, to robią to dobrze)*. *→ + A. sont précis et exacts (quand ils font quelque chose, ils le font bien).

⁶² D'après son acception : « personne visant la perfection dans la réalisation de quelque chose ou faisant tout parfaitement » (en polonais : « człowiek dążący do doskonałości w wykonywaniu czegoś lub robiący wszystko doskonale ») (SJP PWN 2012)

⁶³ D'après son acception : « qui se caractérise par la précision » (en polonais : « odznaczający się precyzją ») (SJP PWN 2012)

- **La rigidité**

« Niemcy są sztywni » → *Les Allemands sont rigides*

La rigidité est accordée 13 fois aux Allemands par les jeunes Polonais comme trait négatif.

Cette caractéristique a beaucoup été présentée par des répondants issus de grandes villes (trois répondants originaires de villes de moins de 100 000 habitants, 10 de villes de plus de 100 000 habitants), de l'est de la Pologne (6 répondants de Pologne occidentale pour 7 de Pologne orientale, sachant que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon) et qui ont déjà été en Allemagne (7 répondants ont déjà été en Allemagne, trois n'y ont jamais été et trois n'ont pas renseigné cette information). Le sexe, l'âge, le niveau d'études ou de connaissance des Allemands n'influencent pas l'attribution de cette caractéristique de manière considérable.

L'adjectif *sztywny* (rigide, raide, inflexible)⁶⁴ est tout d'abord mentionné à 10 reprises.

x 6: - N. *są sztywni*. → + A. sont rigides.

x 1: - N. *są 'sztywni'*. → + A. sont « rigides ».

x 1: - N. *są sztywni w zachowaniu*. → + A. ont un comportement rigide.

x 1: - N. *są sztywni w swoim zachowaniu*. → + A. sont rigides dans leur comportement.

x 1: - N. *są mało śmieszni, zazwyczaj to ludzie sztywni, choć zdarzają się wyjatki*. * → + A. sont peu amusants, d'habitude se sont des gens rigides, bien qu'il y ait des exceptions.

Le nom commun familier *sztywniak* (une personne rigide, coincée)⁶⁵, formé sur le même radical, est répété deux fois :

x 1: - N. *są sztywniakami*. → + A. sont des coincés.

x 1: - N. *to sztywniaczy, są mało wyluzowani, zero poczucia humoru*. * → + A. ce sont des coincés,
ils sont peu détendus, ils ont zéro sens de l'humour.

On observe aussi un parasynonyme de l'adjectif *sztywny* (rigide) : *nieelastyczny* (qui manque de flexibilité)⁶⁶.

x 1: - N. *są nieelastyczni*. → + A. manquent de flexibilité.

⁶⁴ D'après son acception : « qui se comporte de façon non spontanée, souvent de manière tendue » (en polonais : « zachowujący się niespontanicznie, często w sposób skrępowany ») (SJP PWN 2012)

⁶⁵ D'après son acception : « personne sèche et dépourvue du sens de l'humour » (en polonais : « człowiek oschły i bez poczucia humoru ») (SJP PWN 2012)

⁶⁶ D'après l'acception de l'adjectif *elastyczny* : « qui s'adapte facilement à de nouvelles conditions » (en polonais : « łatwo przystosowujący się do nowych warunków ») (SJP PWN 2012)

- **La ponctualité**

« *Niemcy są punktualni* » → *Les Allemands sont ponctuels*

La ponctualité est accordée 11 fois aux Allemands par les jeunes Polonais comme caractéristique majoritairement positive (9 réponses de type positif pour deux de type négatif).

Elle est avancée par des répondants ayant pour la plus grande partie été en Allemagne (7 jeunes ont déjà été en Allemagne, 1 n'y a jamais été et trois n'ont pas renseigné cette information), et ayant fait la connaissance d'un Allemand (5 ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, trois n'ont jamais fait la connaissance d'un Allemand et trois n'ont pas renseigné cette information). Les répondants originaires de l'est de la Pologne sont à nouveau relativement nombreux à mettre en avant ce trait de caractère (4 jeunes de Pologne occidentale pour 5 de Pologne orientale, sachant que ces derniers sont deux fois moins nombreux dans l'échantillon, et deux répondants qui n'ont pas renseigné leur origine). Leur âge, leur niveau d'études et la taille de leur ville d'origine n'ont pas d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

Les 9 occurrences de type positif comprennent l'adjectif *punktualny* (ponctuel)⁶⁷ :

x 7: + N. *są punktualni*. → + A. sont ponctuels.

x 1: + N. *są punktualni i ułożeni*. → + A. sont ponctuels et ont les idées en place.

x 1: + N. *są punktualni jak szwajcarski zegarek*. → + A. sont ponctuels comme une montre suisse.

Les deux occurrences négatives adoptent d'autres types de formulation, avec l'expression *mieć wszystko ustalone czasowo* (avoir tout de planifié en temps et en heure) ainsi que le nom commun *pedant* (un maniaque)⁶⁸ :

x 1: - N. *mają wszystko ustalone dokładnie czasowo*. * → - A. ont tout de planifié avec précision en temps et en heure.

x 1: - N. *są pedantami tzn., wszystko przesadnie dokładnie robią, wszystko musi grać jak w szwajcarskim zegarku*. ☺* → + A. sont des maniaques, c-à-d qu'ils font les choses avec exactitude de manière exagérée, tout doit être strictement réglé comme une montre suisse. ☺

On relève ainsi une fois de manière positive et une fois de manière négative l'emploi de (ou la référence à) l'expression figée *grać jak w szwajcarskim zegarku* (littéralement: fonctionner comme une montre suisse : être très ponctuel).

⁶⁷ D'après son acception : « comparaisant à l'heure convenue » (en polonais : « stawiający się o wyznaczonej porze ») (SJP PWN 2012)

⁶⁸ D'après son acception : « personne exagérément exacte, soigneuse » (en polonais : « człowiek przesadnie dokładny ») (SJP PWN 2012)

- **La discipline**

« *Niemcy są zdyscyplinowani* » → *Les Allemands sont disciplinés*

La discipline, le respect des règles, est une caractéristique attribuée 11 fois aux Allemands par les jeunes Polonais comme trait majoritairement positif (10 réponses positives pour une négative).

Cette caractéristique est présentée essentiellement par des jeunes comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (trois répondants de 18 à 21 ans pour 8 de 22 à 25 ans). Le sexe, le niveau d'études, l'origine géographique (taille des villes ou région) ainsi que le fait de connaître ou non un Allemand ou encore l'Allemagne n'influencent pas notablement les réponses.

L'adjectif *zdyscyplinowany* (discipliné)⁶⁹ est employé trois fois et l'on relève également une fois sa forme nominale *dyscyplina* (la discipline)⁷⁰ :

x 3: + N. *są zdyscyplinowani*. → + A. sont disciplinés.

x 1: + N. *trzymają się dyscypliny*. → + A. respectent la discipline.

On retrouve aussi différentes formulations, deux fois avec le nom commun *przepis* (la règle)⁷¹ et une fois avec l'adjectif *przepisowy* (qui se tient aux règles), formé sur le même radical :

x 1: + N. *przestrzegają przepisów ruchu drogowego*. → + A. respectent le code de la route.

x 1: + N. *mają surowe przepisy*. → + A. ont des règles strictes.

x 1: - N. *są zbyt przepisowi*. → - A. se tiennent trop aux règles.

Le nom commun *zasada* (la règle, le principe)⁷², parasynonyme de *przepis* (la règle), est répété deux fois :

x 1: + N. *trzymają się zasad*. → + A. respectent les règles.

x 1: + N. *mają własne zasady*. → + A. ont leurs propres règles.

Par ailleurs, on note le nom commun *prawa* (le droit) et sa forme adjectivale *prawny* (juridique). Ils apparaissent dans les prédicats *szacunek do prawa* (le respect pour le droit) et *duża kultura prawna* (une grande culture juridique).

⁶⁹ D'après son acception : « attentif à la discipline » (en polonais : « *przestrzegający dyscypliny* ») (SJP PWN 2012)

⁷⁰ D'après son acception : « règles de conduite rigoureuses, mises en place en groupe ou imposées à soi-même » (en polonais : « *rygorystyczne reguły postępowania, wprowadzane w grupie albo narzucane sobie samemu* ») (SJP PWN 2012)

⁷¹ D'après son acception : « ensemble d'instructions déterminant la manière de réaliser quelque chose » (en polonais : « *zbiór wskazówek określających sposób wykonywania czegoś* ») (SJP PWN 2012)

⁷² D'après son acception : « norme de conduite » (en polonais : « *norma postępowania* ») (SJP PWN 2012)

x 1: + N. *mają szacunek do prawa.* → + A. respectent le droit.

x 1: + N. *cechują się dużą kulturą prawną.* → + A. se caractérisent par une grande culture juridique.

- **La diligence**

« *Niemcy są pracowici* » → *Les Allemands sont travailleurs*

La diligence est une caractéristique attribuée 9 fois aux Allemands par les jeunes Polonais. Cette diligence des Allemands est majoritairement appréciée (7 réponses positives pour deux négatives).

Elle est mise en avant par des répondants comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (un répondant de 18 à 21 ans pour 8 de 22 à 25 ans), et qui ont déjà été en Allemagne (5 ont déjà été en Allemagne, deux n'y ont jamais été et deux n'ont pas renseigné cette information). Le sexe, le niveau d'études, l'origine géographique et le fait de connaître ou non un Allemand n'ont pas d'incidence observable sur l'attribution de cette caractéristique.

Parmi les occurrences de type positif, on retrouve 5 fois l'adjectif *pracowity* (travailleur)⁷³ :

x 4: + N. *są pracowici.* → + A. sont travailleurs.

x 1: + N. *są uważani za pracowitych i sumiennych.* * → - A. sont considérés comme travailleurs et consciencieux.

Le verbe *pracować* (travailler), formé sur le même radical, est aussi employé, précisé par un adverbe ou une expression indiquant une forte intensité :

x 1: + N. *dużo pracują.* → + A. travaillent beaucoup.

x 1: + N. *pracują jak pracoholicy.* → + A. travaillent comme des accros du travail.

Le terme *pracoholik* (accro au travail)⁷⁴ utilisé dans cette dernière phrase est repris dans une réponse exprimant cette fois une évaluation négative :

x 1: - N. *tak dużą wagę poświęcają pracy – są pracoholikami moim zdaniem.* → - A. accordent tant d'importance au travail – ils sont accros au travail à mon avis.

⁷³ D'après son acception : « travaillant volontiers et beaucoup » (en polonais : « *pracujący chętnie i dużo* ») (SJP PWN 2012)

⁷⁴ D'après son acception : « personne dépendante du travail, y consacrant tout son temps et toute son énergie » (en polonais : « *osoba uzależniona od pracy, poświęcająca jej cały swój czas i energię* ») (SJP PWN 2012)

Une autre formulation figure également cet excès de diligence :

x 1: - N. *zaniedbują dom i rodzinę, poświęcają się pracy w zbyt dużym stopniu.* *→ - A. négligent la maison et la famille, ils se consacrent à leur travail à un degré trop important.

- **De meilleurs footballeurs que les Polonais**

« *Niemcy mają lepszych piłkarzy* » [niż Polacy] → *Les Allemands ont de meilleurs footballeurs [que les Polonais]*

Des compétences footballistiques sont accordées aux Allemands par les jeunes Polonais dans 7 réponses. Toutes sont de type négatif (c.-à-d. avec des débuts de phrase que l'on peut traduire en français par : « je n'aime pas que... ») mettant en avant, dans la majeure partie d'entre elles, la supériorité des Allemands sur les Polonais.

Elles sont toujours indiquées par des répondants de sexe masculin et l'on remarque qu'aucun de ces répondants n'a déjà fait la connaissance d'un Allemand dans le passé. Les autres critères d'âge, d'études, d'origine géographique (taille des villes et région) et de niveau de connaissance de l'Allemagne n'ont pas d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

Dans 6 cas, les réponses exprimant ce talent footballistique présentent les Allemands directement comme étant meilleurs que les Polonais dans ce domaine. On retrouve ainsi 4 fois la forme comparative de l'adjectif *dobry* (bon), *lepszy* (meilleur), complétée deux fois par le pronom *my* (nous) :

x 1: - N. *są lepsi w piłkę.* → - A. sont meilleurs au foot.

x 1: - N. *są lepsi od nas w piłkę.* → - A. sont meilleurs que nous au foot.

x 1: - N. *mają lepszych piłkarzy.* → - A. ont de meilleurs footballeurs.

x 1: - N. *mają lepszych piłkarzy niż my.* → - A. ont de meilleurs footballeurs que nous.

La phrase suivante exprime aussi la supériorité des Allemands sur les Polonais au football :

x 1: - N. *zawsze wygrywają z nami w piłkę nożną.* → - A. nous gagnent toujours au football.

La forme superlative de *dobry* (bon), *najlepszy* (le meilleur), est employée pour marquer la supériorité des Allemands au football :

x 1: - N. *mają najlepszą ligę piłki nożnej.* → - A. ont la meilleure ligue de football.

Une unique phrase rend compte de ces compétences sportives, à l'échelle des clubs de football, sans comparaison avec les Polonais :

x 1: - N. *mają dobre kluby piłkarskie.* → - A. ont de bons clubs de football.

Quoiqu'il s'agisse ici toujours d'appréciations négatives, on entend par le vocabulaire que les compétences footballistiques sont une caractéristique évaluée positivement : l'adjectif *dobry* (bon) et son superlatif *najlepszy* (meilleur) indiquent une évaluation positive. Ce décalage laisse entendre une forme de jalousie des jeunes Polonais envers les Allemands dans le domaine footballistique.

- **L'esprit d'entreprise**

« *Niemcy są przedsiębiorczy* » → *Les Allemands sont entrepreneurs*

Un esprit d'entreprise entre 6 fois dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais, toujours comme caractéristique de type positif.

Ce trait est en particulier souligné par les répondants les plus âgés de notre échantillon (un répondant de 18 ans, 4 répondants de 22 à 25 ans et un répondant dont l'âge n'est pas renseigné), originaires de Pologne orientale (deux répondants sont originaires de Pologne occidentale, 4 répondants de Pologne orientale, ces derniers sont aussi près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon, et un répondant n'a pas renseigné cette information). La plupart de ces répondants a fait la connaissance d'un Allemand (4 répondants ont fait la connaissance d'un Allemand, un répondant n'a jamais fait la connaissance d'un Allemand - en tenant compte du fait qu'ils sont plus nombreux dans l'échantillon d'enquêtés, et un répondant n'a pas renseigné cette information) et est déjà allée en Allemagne (4 répondants ont déjà été en Allemagne, un répondant n'a jamais été en Allemagne et un répondant n'a pas renseigné cette information). Leur sexe, leur niveau d'études et la taille de leur ville d'origine n'influencent pas notablement l'attribution de cette caractéristique.

L'adjectif *przedsiębiorczy* (entrepreneur)⁷⁵ est relevé 5 fois dans la phrase suivante :

x 5: + N. *są przedsiębiorczy.* → + A. sont entrepreneurs.

⁷⁵ D'après son acception : « qui sait arranger toutes les affaires, plein d'initiatives et d'énergie » (en polonais : « *umiejący załatwić wszystkie sprawy, pełen inicjatywy i energii* ») (SJP PWN 2012)

La phrase suivante est partiellement comprise dans un sens similaire :

x 1: + N. *podejmują odważnie decyzje.* → + A. prennent des décisions courageuses.

- **Le manque de spontanéité**

« *Niemcy są mało spontaniczni* » → *Les Allemands sont peu spontanés*

Le manque de spontanéité est accordé aux Allemands par les jeunes Polonais de manière négative, dans les 5 réponses repérées dans l'enquête.

Ces réponses ont été formulées par une majorité de répondants de sexe féminin (4 femmes pour un homme), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (4 répondants de 23 à 25 ans et un répondant n'ayant pas renseigné cette information). Le niveau d'études ou de connaissance de l'Allemagne et des Allemands, ainsi que l'origine géographique des jeunes n'influencent pas considérablement ces réponses.

On relève tout d'abord trois fois l'adjectif *spontaniczny* (spontané)⁷⁶ et une fois sa forme adverbiale *spontanicznie* (spontanément). Ces termes sont complétés deux fois par l'adverbe *mało* (peu) ou encore par l'adverbe de négation *nie* (ne...pas) et le verbe *bać się* (avoir peur de) :

x 1: - N. *są mało spontaniczni.* → - A. sont peu spontanés.

x 1: - N. *są mało naturalni i spontaniczni.* → - A. sont peu naturels et spontanés.

x 1: - N. *nie są spontaniczni.* → - A. ne sont pas spontanés.

x 1: - N. *boją się działać spontanicznie.* → - A. ont peur d'être spontanés.

La phrase suivante signifie également le manque de spontanéité des Allemands :

x 1: - N., *trzeba się z nimi umawiać dużo wcześniej, np. żeby się razem spotkać.* → - A., il faut avec eux se donner rendez-vous très en avance, par ex. pour se rencontrer.

⁷⁶ D'après son acception : « impulsif, spontané, instinctif » (en polonais : « żywiołowy, samorzutny, odruchowy ») (SJP PWN 2012)

- **Le manque de sens de l'humour**

« *Niemcy nie mają poczucia humoru* » → *Les Allemands n'ont pas le sens de l'humour*

Le manque de sens de l'humour est attribué par les jeunes Polonais aux Allemands dans 5 des réponses de l'enquête, toujours en tant que trait négatif.

Cette caractéristique est mise en avant par des répondants aux profils diversifiés.

Le groupe verbal *mieć poczucie humoru* (avoir le sens de l'humour)⁷⁷ apparaît 4 fois, complété par l'adverbe de négation *nie* (ne...pas) à deux reprises, par l'adjectif numéral *zero* (zéro) ou encore par l'adverbe *beznadziejnie* (nul, mauvais) :

x 2: - N. *nie mają poczucia humoru.* → - A. n'ont pas le sens de l'humour.

x 1: - N. *mają beznadziejnie poczucie humoru.* → - A. ont un sens de l'humour nul.

x 1: - N. *to sztywniacy, są mało wyluzowani, zero poczucia humoru.* * → - A. ce sont des coincés, ils sont peu détendus, ils ont zéro sens de l'humour.

Nous comprenons aussi la phrase dans un même sens :

x 1: - N. *są mało śmieszni* zazwyczaj to ludzie sztywni, choć zdarzają się wyjątki. * → - A. sont peu drôles, d'habitude se sont des gens rigides, bien qu'il y ait des exceptions.

- **La solidité**

« *Niemcy są solidni* » → *Les Allemands sont solides*

La solidité, au sens de résistance, de sûreté, de fermeté, revient aux Allemands de manière positive, dans 5 des réponses des jeunes Polonais.

Cette caractéristique est avancée par des répondants de différents profils.

Dans ces 5 réponses l'adjectif *solidny* (solide)⁷⁸ est employé :

x 4: + N. *są solidni.* → + A. sont solides.

⁷⁷ Nous traduisons le groupe verbal *mieć poczucie humoru* par *avoir le sens de l'humour*, en se référant à l'acception du terme *humor* : « capacité à percevoir les côtés comiques de la vie » (en polonais : « zdolność dostrzegania komicznych stron życia ») (SJP PWN 2012).

⁷⁸ Nous traduisons l'adjectif *solidny* par *solide*, en se référant aux deux acceptions du terme : « celui à qui l'on peut faire confiance » (en polonais : « taki, któremu można zaufać ») (SJP PWN 2012) et « mocny, masywny, trwały » (en polonais : « dur, massif, durable ») (SJP PWN 2012).

x 1: + N. *sq solidni, wszystko co robią jest solidne.* → + A. sont solides, tout ce qu'ils font est solide.

- **Une attitude consciencieuse**

« *Niemcy sq sumienni* » → *Les Allemands sont consciencieux*

Un esprit consciencieux est accordé 5 fois de manière positive aux Allemands par les jeunes Polonais. Cette caractéristique est mise en avant par des jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures, de différents profils.

L'adjectif *sumienny* (consciencieux)⁷⁹ est relevé 4 fois :

x 2: + N. *sq sumienni.* → + A. sont consciencieux.

x 1: + N. *sq sumienni, rzetelni.* → + A. consciencieux, fiables.

x 1: + N. *sq uważani za pracowitych i sumiennych.* * → + A. sont considérés comme travailleurs et consciencieux.

La phrase suivante exprime aussi, selon nous, le caractère consciencieux des Allemands :

x 1: + N. *myślą perspektywicznie.* → + A. pensent en perspective (du futur).

- **La conséquence**

« *Niemcy sq konsekwentni* » → *Les Allemands sont conséquents*

Dans 4 réponses, il est question de la conséquence des Allemands, présentée de manière positive par les jeunes Polonais.

Ce trait leur est attribué par des jeunes de Pologne occidentale comptant parmi les plus âgés de notre échantillon (de 23 à 24 ans).

L'adjectif *konsekwentny* (conséquent)⁸⁰ revient deux fois :

x 2: + N. *sq konsekwentni.* → + A. sont conséquents.

⁷⁹ D'après son acception : « s'acquittant scrupuleusement des tâches prises en charge » (en polonais : « skrupulatnie wywiązujący się z podjętych obowiązków ») (SJP PWN 2012)

⁸⁰ D'après son acception : « effectuant ou effectué assidûment tel qu'il a été établi » (en polonais : « przeprowadzający coś lub przeprowadzany wytrwale w myśl założeń ») (SJP PWN 2012)

Les deux phrases suivantes prennent, selon nous, un sens proche :

x 1: + N. *są stateczni w swoich decyzjach.* → + A. sont stables dans leurs décisions.

x 1: + N. *dotrzymują słowa.* → + A. tiennent parole.

- **L'effectivité**

« *Niemcy są konkretni* » → *Les Allemands sont « concrets »*

D'après 4 réponses du questionnaire, l'effectivité est reconnue de manière positive aux Allemands par les jeunes Polonais.

Elle est évoquée par des jeunes aux profils diversifiés.

L'adjectif *konkretny* (expression métaphorique familière, littéralement: « concret », au sens de : « effectif »)⁸¹ apparaît 4 fois dans les phrases suivantes :

x 2: + N. *są konkretni.* → + A. sont « concrets ».

x 1: + N. *są konkretni, otwarcie mówią, co myślą.* → + A. sont « concrets », disent ouvertement ce qu'ils pensent.

x 1: + N. *są konkretni i praktyczni.* * → + A. sont « concrets » et pratiques.

- **La responsabilité**

« *Niemcy są odpowiedzialni* » → *Les Allemands sont responsables*

Le sens des responsabilités revient 4 fois aux Allemands comme caractéristique positive, d'après les jeunes Polonais.

Il est attribué par des répondants de différents profils.

L'adjectif *odpowiedzialny* (responsable)⁸² qualifie ainsi 4 fois le nom commun *Niemcy* (Allemand), dans la phrase suivante :

x 4: + N. *są odpowiedzialni.* → + A. sont responsables.

⁸¹ D'après son acception : « fonctionnant et comprenant de manière logique, pratique » (en polonais : « działający i rozumujący w sposób logiczny, praktyczny ») (SJP PWN 2012)

⁸² D'après son acception : « prêt à assumer les conséquences de ses actes, celui sur lequel on peut compter » (en polonais : « gotowy do ponoszenia konsekwencji za swoje postępowanie, taki, na którym można polegać ») (SJP PWN 2012)

- **L'application**

« *Niemcy są pilni* » → *Les Allemands sont appliqués*

Quatre fois également on relève l'attribution d'un caractère appliqué aux Allemands, perçu comme un trait positif par les jeunes Polonais.

Cette caractéristique est avancée par différents types de répondants.

L'adjectif *pilny* (appliqué, assidu)⁸³ revient ici le plus souvent, avec trois occurrences de la phrase suivante :

x 3: + N. *są pilni.* → + A. sont appliqués.

Un parasyndrome de cet adjectif apparaît aussi dans les réponses. Il s'agit de *staranny* (appliqué, soigneux), que l'on relève dans la phrase suivante :

x 1: + N. *są staranni.* → + A. sont appliqués.

- **Un trop grand sérieux**

« *Niemcy są zbyt poważni* » → *Les Allemands sont trop sérieux*

Un grand sérieux, voire un trop grand sérieux, est observé chez les Allemands par les jeunes Polonais. Il est, pour ces 4 mentions, clairement déprécié.

Ce trait est avancé par des jeunes de profils variés, comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans).

On relève les 4 fois l'adjectif *poważny* (sérieux)⁸⁴, complété trois fois par l'adverbe *zbyt* (trop) et une fois par l'adverbe *bardzo* (très) :

x 1: - N. *są dla mnie zbyt poważni.* → - A. sont pour moi trop sérieux.

x 1: - N. *są czasami zbyt poważni.* → - A. sont de temps en temps trop sérieux.

x 1: - N. *są zbyt poważni.* → - A. sont trop sérieux.

x 1: - N. *są bardzo poważni.* → - A. sont très sérieux.

⁸³ D'après son acception : « s'adonnant à quelque chose assidûment et minutieusement » (en polonais : « zajmujący się czymś gorliwie i starannie ») (SJP PWN 2012)

⁸⁴ D'après son acception : « qui reste sérieux » (en polonais : « zachowujący powagę ») (SJP PWN 2012)

- **L'ennui**

« *Niemcy są nudni* » → *Les Allemands sont ennuyeux*

Un caractère ennuyeux est aussi accordé aux Allemands par les jeunes Polonais, dans 4 réponses de type négatif.

Il est avancé par des jeunes de différents profils.

L'adjectif *nudny* (ennuyeux)⁸⁵ apparaît 4 fois dans la phrase suivante :

x 4: - N. *są nudni.* → - A. sont ennuyeux.

- **La bêtise**

« *Niemcy są debilami* » → *Les Allemands sont débiles*

Une autre acception du gentilé, que l'on retrouve dans 4 réponses négatives des jeunes Polonais, se rapporte à une forme de bêtise, en des termes péjoratifs voire très péjoratifs.

Ces réponses ont été données uniquement par des jeunes hommes, de profils différents.

On relève ici deux fois le nom commun clairement péjoratif *debil* (un débile)⁸⁶ :

x 1: - N. *są debilami.* → - A. sont des débiles.

x 1: - N. – *debile* → - A. - des débiles

Deux autres termes de même signification sont employés comme attributs du sujet, il s'agit de l'adjectif *glupi* (bête)⁸⁷ et du nom commun *kretyn* (un crétin)⁸⁸.

x 1: - N. *są głupi.* → - A. sont bêtes.

x 1: - N. *są kretynami.* → - A. sont des crétins.

⁸⁵ D'après son acception : « qui évoque un sentiment d'ennui ; qui n'est pas intéressant » (en polonais : « wywołujący uczucie nudy ; taki, który nie jest zajmujący ») (SJP PWN 2012)

⁸⁶ D'après son acception : « d'une personne limitée, bête » (en polonais : « o człowieku ograniczonym, głupim ») (SJP PWN 2012)

⁸⁷ D'après son acception : « limité, irréflechi, fantaisiste » (en polonais : « ograniczony, bezmyślny, niepoważny ») (SJP PWN 2012)

⁸⁸ D'après son acception : « personne limitée » (en polonais : « człowiek ograniczony ») (SJP PWN 2012)

- **Une incapacité au divertissement**

« *Niemcy nie potrafią się bawić* » → *Les Allemands ne savent pas s'amuser*

Le fait que les Allemand ne sachent pas bien s'amuser revient trois fois comme caractéristique négative, d'après les jeunes Polonais.

Ce trait est attribué par des répondants de profils diversifiés.

On retrouve deux fois l'expression *nie potrafią się bawić* (ils ne savent pas s'amuser) dans les phrases suivantes :

x 1: - N. *nie potrafią się bawić na imprezach.* → - A. ne savent pas s'amuser pendant les fêtes.

x 1: - N. *nie potrafią się bawić jak u nas.* → - A. ne savent pas s'amuser comme chez nous.

Cette autre phrase signifie aussi un manque de sens du divertissement, comprenant l'adjectif *rozrywkowy* (qui aime s'amuser)⁸⁹ associé à l'adverbe d'intensité *mało* (peu) :

x 1: - N. *są mało rozrywkowi.* → - A. aiment peu s'amuser.

- **Une vie active**

« *Niemcy są aktywni* » → *Les Allemands sont actifs*

Dans trois réponses, le mode de vie actif des Allemands est mentionné de manière positive par les jeunes Polonais.

Cette caractéristique est accordée les trois fois par des femmes comptant parmi les plus âgées de l'échantillon (de 22 à 25 ans) et ayant fait des études supérieures.

On retrouve deux fois l'adjectif *aktywny* (actif)⁹⁰ et une fois l'adverbe *aktywnie* (activement) :

x 1: + N. *są aktywni w każdym wieku.* → + A. sont actifs à tout âge.

x 1: + N. *żyją aktywnie, również w wieku starszym. Poświęcają się pasjom.* → + A. vivent activement, également à un âge avancé. Ils se consacrent à leurs passions.

⁸⁹ D'après son acception : « qui aime s'amuser et qui attend de la vie principalement le divertissement » (en polonais : « *lubiący się bawić i oczekujący od życia głównie rozrywki* ») (WSJP 2007-2010)

⁹⁰ D'après son acception : « manifestant une initiative, prenant une part active à quelque chose » (en polonais : « *przejawiający inicjatywę, biorący żywy udział w czymś* ») (SJP PWN 2012)

La phrase suivante, avec l'adjectif *żywy* (vivant)⁹¹, prend, selon nous, le même sens :

x 1: + N. *cenią sobie żywy tryb życia.* → + A. apprécient un mode de vie vivant.

- **Le pragmatisme**

« *Niemcy są pragmatyczni* » → *Les Allemands sont pragmatiques*

Un caractère pragmatique revient aux Allemands dans trois réponses comme caractéristique positive, d'après les jeunes Polonais.

Il est avancé par des jeunes aux profils variés.

L'adjectif *pragmatyczny* (pragmatique)⁹² et l'adjectif parasyononyme *praktyczny* (pratique)⁹³ sont employés :

x 2: + N. *są pragmatyczni.* → + A. sont pragmatiques.

x 1: + N. *są konkretni i praktyczni.* * → + A. sont concrets et pratiques.

- **Occurrences uniques ou doubles de caractéristiques relevant de l'aspect psychique dans la compréhension du gentilé *Niemcy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles relatives à l'aspect psychique dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on trouve : la gaieté (2), le conservatisme (2), le calme (2), l'ambition (2), un fonctionnement avec des structures (1), la concentration (1), la résolution (1), le sens des obligations (1), l'intelligence (1), le réalisme (1), l'optimisme (1), le fait de savoir profiter de la vie (1), le goût des bonnes fêtes (1), la réserve (1), le respect des piétons (1), le soin de leurs intérêts (1) et la fiabilité (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on relève : la tristesse (2), le formalisme (2), le manque d'imagination (2), la paresse (2), le manque de sens de l'honneur (2), la superficialité (1), le fait de

⁹¹ D'après son acception : « plein de vie, actif, énergique » (en polonais : « pełen życia, ruchliwy, energiczny ») (SJP PWN 2012)

⁹² D'après son acception : « qui se fonde sur la conviction que les actions entreprises doivent porter leurs fruits » (en polonais : « oparty na przekonaniu, że podejmowane działania mają przynosić korzyść ») (SJP PWN 2012)

⁹³ D'après ses acceptions : « fondé sur la pratique » (en polonais : « oparty na praktyce ») (SJP PWN 2012) et « qui s'occupe des affaires vitales » (en polonais : « dbający o sprawy życiowe ») (SJP PWN 2012)

cachez leurs émotions (1), le manque de loyauté (1), la filouterie (1), le manque d'autodérision (1), le manque de fiabilité (1), l'insolence (1), un mauvais comportement au volant (1), la flânerie (1), l'importance des autorités (1), l'agressivité (1), la méfiance (1), un caractère calculateur (1).

1.3. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *FRANCUZI*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 114 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect psychique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 72 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°8).

- **L'optimisme**

« *Francuzi są optymistami* » → *Les Français sont des optimistes*

D'après les descriptions des jeunes Polonais, l'optimisme (associé à la joie de vivre) entre en première position dans la compréhension du gentilé *Francuzi* dans son aspect psychique. Il est attribué aux Français comme caractéristique positive dans les 11 réponses repérées.

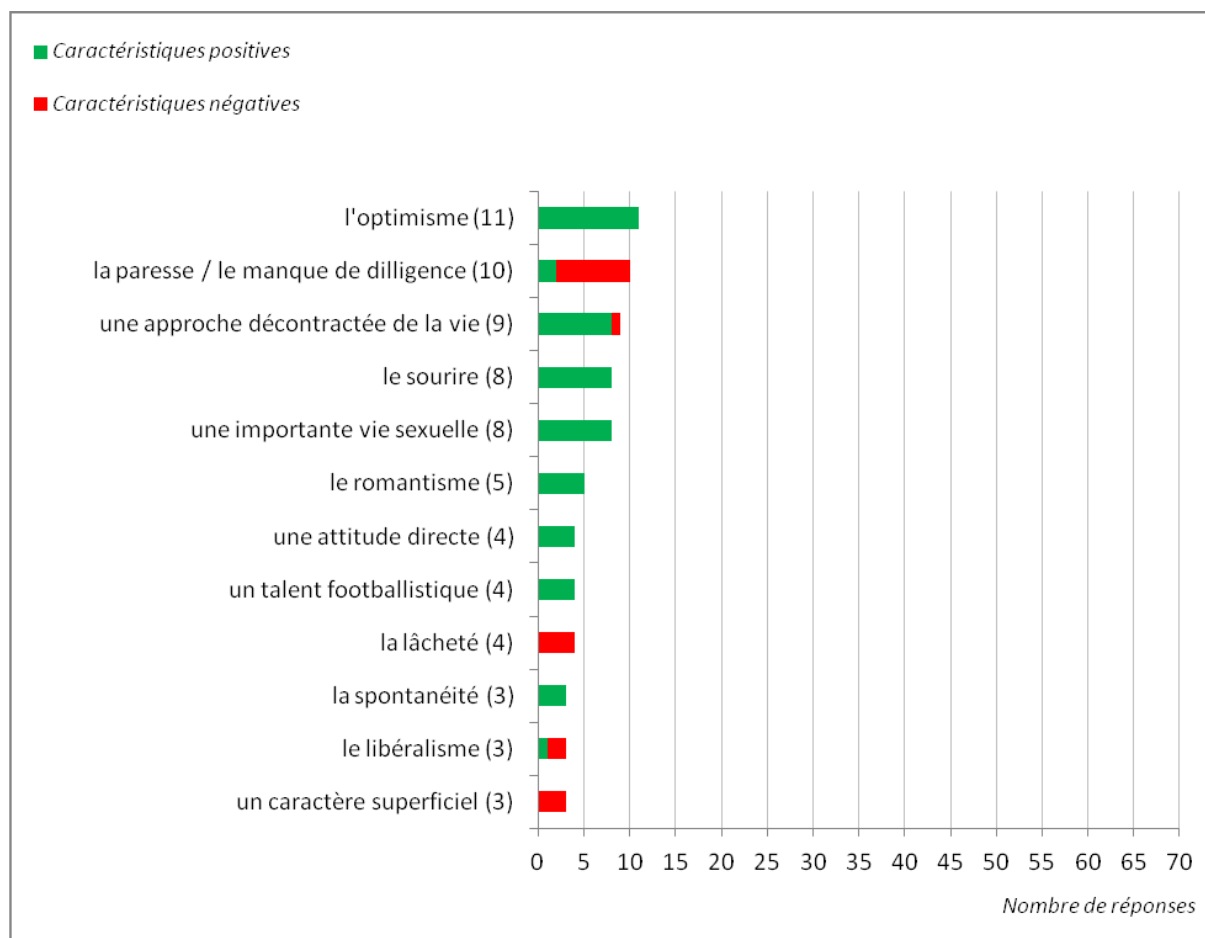
Ce trait est surtout évoqué par des répondants de sexe féminin (7 femmes pour 4 hommes), faisant ou ayant fait des études supérieures (9 répondants font ou ont fait des études et deux n'en ont pas fait), et originaires de grandes villes (trois répondants originaires de villes de moins de 100 000 habitants, 8 de villes de plus de 100 000 habitants) de l'ouest de la Pologne (10 répondants de Pologne occidentale pour un de Pologne orientale). Ces jeunes ont le plus souvent déjà été en France (4 répondants ont déjà été en France alors que deux n'y ont jamais été, sachant que ces derniers sont plus de 4 fois plus nombreux dans l'échantillon, et 5 n'ont pas renseigné cette information) et qu'ils ont aussi souvent déjà fait la connaissance d'un Français (ils sont 4 à avoir déjà fait la connaissance d'un Français pour deux à n'avoir jamais fait la connaissance de l'un d'eux – sachant que ces derniers sont 4 fois plus nombreux dans l'échantillon, et 5 n'ont pas renseigné cette information).

On relève tout d'abord la répétition à trois reprises du nom commun *optymista* (optimiste)⁹⁴ mais aussi une occurrence de sa forme adjectivale *optymistyczny* (optimiste)⁹⁵ et de sa forme adverbiale

⁹⁴ D'après son acception : « personne qui a une vision optimiste du monde » (en polonais : « człowiek mający optymistyczny pogląd na świat ») (SJP PWN 2012)

⁹⁵ D'après son acception : « qui se caractérise par l'optimisme » (en polonais : « odznaczający się optymizmem ») (SJP PWN 2012) et une acception du nom *optymizm* (l'optimisme) telle que : « perception en toute chose au premier chef des côtés positifs et croyance en une évolution favorable des événements » (en polonais : « dostrzeganie we wszystkim przede wszystkim dodatnich stron i wiara w pomyślny rozwój wydarzeń ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°8. Caractéristiques relevant de l'aspect psychique - gentilé « Francuzi »



optymistycznie (que l'on peut traduire en français par *de manière optimiste*) :

x 3 : + F. *są optymistami.* → + F. sont des optimistes.

x 1 : + F. *są optymistyczni, podchodzą do życia z lekkim dystansem.* → + F. sont optimistes, ils prennent la vie avec une légère distance.

x 1 : + F. *są narodem optymistycznie nastawionym do rzeczywistości, potrafią 'wycisnąć' z niej najlepsze.* → + F. sont une nation avec une approche optimiste de la réalité (ou, plus littéralement : avec une approche de la réalité « de manière optimiste ») ils savent en « tirer » le meilleur.

Trois phrases expriment ensuite leur approche positive de la vie :

x 1 : + F. *cieszą się życiem.* → + F. sont heureux de vivre.

x 1 : + F. *są zadowoleni z życia.* → + F. sont satisfaits de la vie.

x 1 : + F. *są pełni życia i entuzjazmu.* → + F. sont plein de vie et d'enthousiasme.

D'autres formulations sont encore liées à la joie de vivre :

x 1 : + F. *mają często dobry humor i nie przejmują się drobiazgami.* → + F. sont souvent de bonne humeur et ne s'inquiètent pas des petites choses sans importance.

x 1 : + F. *potrafią cieszyć się chwilą.* → + F. savent jouir de l'instant présent.

x 1 : + F. *są radośni.* → + F. sont joyeux.

- **La paresse/le manque de diligence**

« *Francuzi są leniwi* »/« *nie pracują ciężko* » → *Les Français sont paresseux/ne travaillent pas dur*

Une faible diligence est attribuée aux Français par les jeunes Polonais, dans 10 réponses essentiellement de type négatif (8 négatives, deux positives).

Cette caractéristique est davantage mise en avant par des répondants de l'est de la Pologne (4 répondants de Pologne occidentale pour 6 de Pologne orientale, en notant que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon). Le sexe, l'âge, le niveau d'études et de connaissance de la France et des Français ou encore la taille des villes d'origine n'ont pas d'influence notable sur les réponses.

L'adjectif *leniwy* (paresseux)⁹⁶, attribut du sujet, rend compte d'une caractéristique négative, dans les

⁹⁶ D'après son acception : « qui n'est pas enclin au travail, qui évite tout effort » (en polonais : « *pracujący niechętnie, unikający wszelkiego wysiłku* ») (SJP PWN 2012)

phrases suivantes :

x 5 : - F. *są leniwi* → - F. sont paresseux.

x 1 : - F. *nie uczą się języków bo są leniwi.* → - F. n'apprennent pas les langues car ils sont paresseux.

L'adjectif *leniwy* apparaît cependant dans une occurrence de type positif, en qualifiant cette fois le nom commun *pozór* (l'apparence) :

x 1 : + F. *sprawiają pozory leniwych, ale wszystko i tak zawsze im się udaje.* → + F. donnent une apparence paresseuse, mais de toute façon ils réussissent toujours tout.

Parmi les occurrences négatives, le verbe *pracować* (travailler) et sa forme adjectivale *pracowity* (travailleur) sont marqués par la négation ou par l'adverbe d'intensité *mało* (peu).

x 1 : - F. *nie pracują ciężko a mają dużo.* *→ - F. ne travaillent pas dur et ont beaucoup de choses.

x 1 : - F. *są mało pracowici.* → - F. sont peu travailleurs.

On retrouve cependant une occurrence de type positif avec l'emploi du verbe *pracować* (travailler), toujours marqué par la négation :

x 1 : + F. *nie pracują tak wiele (jak np. Niemcy albo Polacy).* → + F. ne travaillent pas beaucoup (pas autant que par ex. les Allemands ou les Polonais).

- **Une approche décontractée de la vie**

« *Francuzi mają luźne podejście do życia* » → *les Français ont une approche décontractée de la vie*

Un caractère détendu est accordé aux Français par les jeunes Polonais dans 9 réponses, presque toujours de manière positive (8 réponses positives pour une négative).

Cette attitude est présentée par des répondants de profils très diversifiés.

Trois types de formulation rendent compte de ce caractère détendu. On distingue dans un premier temps les réponses avec des termes comprenant le radical *luź* (mot familier signifiant le détachement, l'aisance, la tranquillité)⁹⁷. Toutes ces formulations sont de type positif. Comme exemple, on peut citer

⁹⁷ Nous comprenons le nom commun familier *luź* dans le sens de *détachement, aisance, tranquillité* d'après son acception : « aisance et naturel dans le comportement » (en polonais : « swoboda i naturalność w zachowaniu ») (SJP PWN 2012)

l'adjectif *wyluzowany* (détendu, relax)⁹⁸ avec la phrase suivante répétée trois fois dans les questionnaires :

x 3 : + F. *są wyluzowani*. → + F. sont détendus/relax.

On trouve aussi trois fois l'adjectif *luźny* (décontracté)⁹⁹ pour qualifier le groupe nominal *styl życia* (le style de vie) ou *podejście do życia* (l'approche de la vie), dans les phrases suivantes :

x 2 : + F. *mają luźny styl życia*. → + F. ont un style de vie décontracté.

x 1 : + F. *mają luźne podejście do życia*. → + F. ont une approche de la vie décontractée.

Un deuxième type de formulation rend compte du caractère détendu des Français, elle comprend cette fois le nom commun *stres* (le stress)¹⁰⁰ :

x 1 : + F. *żyją w mniejszym stresie niż Polacy*. → + F. vivent dans un moindre stress que les Polonais.

x 1 : + F. *nie mają stresu w życiu*. → + F. n'ont pas de stress dans la vie.

On remarque encore un troisième type de formulation, avec l'adjectif *flegmatyczny* (flegmatique)¹⁰¹, cette fois indiquant une évaluation négative (indiquée dans une phrase commençant par « je n'apprécie pas que... ») :

x 1 : - F. *są flegmatyczni*. → - F. sont flegmatiques.

- **Le sourire**

« *Francuzi są uśmiechnięci* » → *les Français sont souriants*

Le sourire est une caractéristique attribuée aux Français par les jeunes Polonais, dans 8 réponses de type positif.

Il est évoqué le plus souvent par des répondants de sexe féminin (6 femmes pour deux hommes), de

⁹⁸ D'après son acception : « détendu, relaxé » (en polonais : « odprężony, zrelaksowany ») (WSJP 2007-2010)

⁹⁹ D'après son acception : « détendu, desserré » (en polonais : « nieprzylegający, nieobcisły ») (SJP PWN 2012)

¹⁰⁰ D'après son acception : « état d'intense tension nerveuse, qui est une réaction à des stimuli physiques ou psychiques négatifs » (en polonais : « stan wzmożonego napięcia nerwowego, będący reakcją na działanie negatywnych bodźców fizycznych lub psychicznych ») (SJP PWN 2012)

¹⁰¹ D'après son acception : « propre à une personne flegmatique » (en polonais : « właściwy flegmatykowi ») (SJP PWN 2012) et à l'acception du nom *flegmatyk* : « personne ne manifestant pas de violentes émotions et excessivement lente dans l'action » (en polonais : « osoba nieulegająca gwałtownym emocjom i nadmiernie powolna w działaniu »)

profils différents.

L'adjectif *uśmiechnięty* (souriant)¹⁰² leur est attribué à 7 reprises, associé dans l'une de ces réponses à l'adverbe de temps *zawsze* (toujours) :

x 6 : + F. *są uśmiechnięci*. → + F. sont souriants.

x 1 : + F. *są zawsze uśmiechnięci*. → + F. sont toujours souriants.

L'adverbe *zawsze* (toujours) est employé dans une autre proposition, complétant cette fois le verbe *uśmiechać się* (sourire) :

x 1 : + F. *zawsze się uśmiechają*. → + F. sourient toujours.

- **Une importante vie sexuelle**

Francuzi cenią sobie życie seksualne → *Les Français donnent de l'importance à la vie sexuelle*

Avec des formulations très variées, on retrouve à 8 reprises l'expression de l'importance que donnent les Français à la vie sexuelle, toujours présentée de manière positive par les jeunes Polonais.

Les hommes sont bien plus nombreux que les femmes à mettre en avant cette caractéristique (7 hommes pour une femme). Les répondants sont pour la plupart originaires de villages ou de petites villes (6 répondants originaires de villes de moins de 100 000 habitants pour deux de villes de plus de 100 000 habitants). L'âge, le niveau d'études, la région d'origine et le niveau de connaissance de la France et des Français n'influencent pas visiblement l'attribution de cette caractéristique.

Parmi ces réponses, on peut mentionner différents types de phrases :

x 1 : + F. *cenią sobie przyjemności ciała*. → + F. apprécient les plaisirs du corps.

x 1 : + F. *są bezpruderyjni*. → + F. sont sans pudeur.

x 1 : + F. *- seks – nie da się ukryć, boscy są szczególnie studenci*. → + F. - le sexe, c'est indéniable, les étudiants en particulier sont divins.

Les Françaises sont particulièrement associées à ce penchant pour les plaisirs du corps : à trois reprises il est uniquement question des femmes.

¹⁰² D'après son acception : « de celui qui sourit » (en polonais : « taki, który się uśmiecha ») (SJP PWN 2012)

- x 1 : + F. - *kobiety są lekkich obyczajów*. ☺ → + F. - les femmes sont de mœurs légères. ☺
- x 1 : + F. - *Francuzki lubią seks*. → + F. - les Françaises aiment le sexe.
- x 1 : + F. *wynaleźli seks francuski – kobiety*. → + F. ont inventé « le sexe français » - les femmes.

Dans la dernière phrase, l'expression *francuski seks* (littéralement: le sexe français) est utilisée pour faire référence en langue polonaise au sexe oral. Une autre expression similaire, *miłość francuska* (littéralement: l'amour français), expression figée dans la langue polonaise, se traduit de la même manière :

- x 1 : + F. *wymyślili miłość francuską*. → + F. ont imaginé « l'amour français ».
- x 1 : + F. - *miłość francuska* → + F. - « l'amour français »

• Le romantisme

« *Francuzi są romantyczni* » → *Les Français sont romantiques*

Le romantisme et plus généralement les dispositions à l'amour sont observés 5 fois chez les Français par les jeunes Polonais, comme caractéristique positive.

Ce trait est attribué par des répondants de profils variés.

On relève une occurrence du nom commun *romantyzm* (romantisme)¹⁰³ et une occurrence de sa forme adjectivale *romantyczny* (romantique) :

- x 1 : + F. - *romantyzm* → + F. - le romantisme
- x 1 : + F. *są romantyczni*. → + F. sont romantiques.

D'autres formulations liées plus généralement à certaines dispositions à l'amour sont présentes dans les réponses :

- x 1 : + F. *szybko się zakochują*. → + F. tombent vite amoureux.
- x 1 : + F. - *namiętność* → + F. - la passion
- x 1 : + F. *umieją się dobrze całować*. → + F. savent bien s'embrasser.

¹⁰³ D'après son acception : « attitude dans la vie se caractérisant par la dominance d'éléments irrationnels, sentimentaux » (en polonais : « postawa życiowa odznaczająca się przewagą pierwiastków irracjonalnych, uczuciowych ») (SJP PWN 2012)

- **Une attitude directe**

« *Francuzi są bezpośredni* » → *les Français sont directs*

Un caractère direct est attribué 4 fois aux Français par les jeunes Polonais, de manière positive.

Il est mis en avant par des jeunes femmes faisant ou ayant fait des études supérieures. L'âge, l'origine géographique ainsi que le niveau de connaissance de la France ou des Français n'ont pas d'influence décelable sur ces réponses.

L'adjectif *bezpośredni* (direct)¹⁰⁴ est répété 4 fois dans la phrase :

x 4 : + F. *są bezpośredni*. → + F. sont directs.

- **Un talent footballistique**

« *Francuzi grają dobrze w piłkę* » → *les Français jouent bien au foot*

Des compétences footballistiques sont accordées aux Français par les jeunes Polonais dans 4 réponses positives.

Elles sont évoquées par des répondants de sexe masculin, de profils différents.

Différentes formulations apparaissent, comprenant parfois des noms de footballeurs célèbres :

x 1 : + F. *dobrze grają w piłkę*. → + F. jouent bien au foot.

x 1 : + F. *mają dobrą drużynę piłkarską*. → + F. ont une bonne équipe de football.

x 1 : + F. *mieli Zidane'a i Cantona*. → + F. ont eu Zidane et Cantona.

x 1 : + F. - *Ludovic Obraniak* → + F. - Ludovic Obraniak (joueur dans l'équipe nationale polonaise d'origine française)

- **La lâcheté**

« *Francuzi są tchórzliwi* » → *les Français sont lâches*

La lâcheté est attribuée aux Français par les jeunes Polonais dans 4 réponses de type négatif.

Cette caractéristique est indiquée par des jeunes hommes, de profils variés.

L'adjectif *tchórzliwy* (lâche)¹⁰⁵ est employé deux fois, ainsi que sa forme nominale *tchórz* (lâche).

¹⁰⁴ D'après son acception : « spontané, sincère » (en polonais : « spontaniczny, szczery ») (SJP PWN 2012)

¹⁰⁵ D'après son acception : « qui se comporte comme un lâche » (en polonais : « zachowujący się jak

x 2 : - F. *sq tchórzliwi*. → - F. sont lâches.

x 1 : - F. *sq tchórzami*. → - F. sont des lâches.

L'expression figée *chować głowę w piach* (littéralement : « cacher sa tête dans le sable ») signifie en langue polonaise le fait d'être lâche ou peureux, pour une personne feignant de ne pas voir une réalité fâcheuse¹⁰⁶ :

x 1 : - F. *zawsze chowają głowę w piach*. → - F. « cachent toujours leur tête dans le sable ».

- **La spontanéité**

« *Francuzi sq spontaniczni* » → *les Français sont spontanés*

La spontanéité est attribuée aux Français par les jeunes Polonais comme trait positif, dans trois réponses.

Ces occurrences sont formulées par des jeunes Polonais aux profils diversifiés.

L'adjectif *spontaniczny* (spontané)¹⁰⁷ apparaît trois fois dans la phrase suivante :

x 3 : + F. *sq spontaniczni*. → + F. sont spontanés.

- **Le libéralisme**

Francuzi sq liberalni → *Les Français sont libéraux*

Le libéralisme est attribué aux Français par les jeunes Polonais dans trois réponses, deux de type négatif et une de type positif.

Il est évoqué par des répondants aux profils variés.

L'adjectif *liberlany* (libéral)¹⁰⁸ est employé à deux reprises, une fois de manière positive et l'autre de

tchórz ») (SJP PWN 2012) et l'acception de tchórz (un lâche) : « personne qui a exagérément peur de tout » (en polonais : « człowiek przesadnie bojący się wszystkiego ») (SJP PWN 2012)

¹⁰⁶ D'après le lien phraséologique : « cacher sa tête dans le sable 'prétendre ne pas voir quelque chose, ne pas savoir quelque chose' » (en polonais : « chować głowę w piasek 'udawać, że się czegoś nie widzi, o czymś nie wie' ») (SJP PWN 2012)

¹⁰⁷ D'après son acception : « impulsif, spontané, instinctif » (en polonais : « żywiołowy, samorzutny, odruchowy ») (SJP PWN 2012)

¹⁰⁸ D'après son acception : « qui ne cède pas à la contrainte, tolérant » (en polonais : « niestosujący przymusu, tolerancyjny ») (SJP PWN 2012)

manière négative :

x 1 : + F. *są narodem liberalnym*. → + F. sont une nation libérale.

x 1 : - F. *są liberlani*. → - F. sont libéraux.

La réponse suivante, avec le nom commun *liberalizm* (le libéralisme), présente aussi le libéralisme comme une caractéristique négative :

x 1 : - F. - *liberalizm, szczególnie moralny* → - F. – le libéralisme, en particulier moral

- **Un caractère superficiel**

« *Francuzi są powierzchowni* » → *Les Français sont superficiels*

Un caractère superficiel est attribué aux Français par les jeunes Polonais comme trait de type négatif dans trois réponses.

Ces descriptions sont faites par des jeunes de profils variés.

Trois phrases différentes expriment ce caractère superficiel des Français :

x 1 : - F. *są powierzchowni*. → - F. sont superficiels.

x 1 : - F. *zwracają uwagę na wygląd, nie na wnętrze*. *→ - F. font attention à l'apparence, pas à l'intérieur.

x 1 : - F. *stylizują się na takich światowych i eleganckich, co często miją się z rzeczywistością*. *→ - F. se stylisent à un point si mondain et élégant qu'ils passent souvent à côté de la réalité.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect psychique dans la compréhension du gentilé *Francuzi***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles relatives à l'aspect psychique dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : le sens du divertissement (2), le contrôle de soi (2), l'imagination (1), la créativité (1), la bonne organisation du temps libre (1), l'ingéniosité (1), un regard critique sur le monde (1), la lucidité (1), la débrouillardise (1), des capacités en handball (1), le calme (1), un style de vie propre (1), le pragmatisme (1), la conséquence (1), l'organisation (1), la persévérance (1), la bienveillance (1), un comportement positif (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : le manque d'ordre (2), un esprit qui n'est pas concret

(2), l'insouciance (2), un trop grand calme (1), un comportement bizarre (1), le manque de ponctualité (1), le fait de ne pas savoir s'amuser (1), l'échec lors de la finale de la coupe du monde de 2006 (1), l'absence d'un avis propre (1), la crédulité (1), le fait d'être ennuyeux (1), le fait de conduire après avoir bu (1), la filouterie (1), le manque de responsabilité (1), l'absence de spontanéité (1), le fait de se dépêcher (1), le fait de trop analyser leurs actes (1), la lenteur (1) et le fait d'abîmer les voitures des autres (1).

1.4. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *EUROPEJCZYCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 43 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect psychique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre à la fois auto- et hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 11 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°9).

- **L'intelligence**

« *Europejczycy są inteligentni* » → *Les Européens sont intelligents*

L'intelligence entre dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais. C'est une caractéristique attribuée 5 fois de manière positive aux Européens.

Elle est mise en avant par des jeunes Polonais de profils différents.

L'adjectif *inteligentny* (intelligent)¹⁰⁹ apparaît 4 fois :

x 3 : + E. *są inteligentni*. → + E. sont intelligents.

x 1 : + E. *są ludźmi inteligentnymi i wykształconymi*. *→ + E. sont des gens intelligents et éduqués.

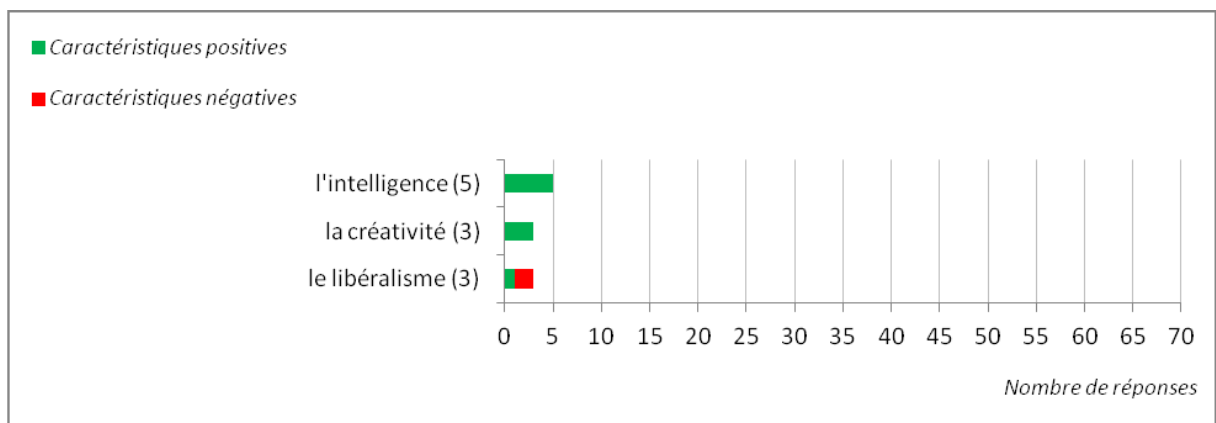
Le nom commun *ignorant* (un ignorant)¹¹⁰ prend un sens similaire :

x 1 : + E. *nie są ignorantami*. → + E. ne sont pas des ignorants.

¹⁰⁹ D'après son acception : « doué d'intelligence » (en polonais : « obdarzony inteligencją ») (SJP PWN 2012) et l'acception d'*inteligencja* (l'intelligence) : « capacité à comprendre, à apprendre et à utiliser les savoirs et les compétences acquis dans de nouvelles situations » (en polonais : « zdolność rozumienia, uczenia się oraz wykorzystywania posiadanej wiedzy i umiejętności w sytuacjach nowych ») (SJP PWN 2012)

¹¹⁰ D'après son acception : « personne faisant preuve d'ignorance » (en polonais : « człowiek wykazujący ignorancję ») (SJP PWN 2012) et l'acception d'*ignorancja* (l'ignorance) : « absence de savoirs » (en polonais : « brak wiedzy ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°9. Caractéristiques relevant de l'aspect psychique - gentilé « Europejczycy »



- **La créativité**

« *Europejczycy są kreatywni* » → *Les Européens sont créatifs*

La créativité est une caractéristique accordée aux Européens par les jeunes Polonais trois fois, comme trait de type positif.

Elle est évoquée par différents types de répondants.

La phrase suivante, avec l'adjectif attribut du sujet *kreatywny* (créatif)¹¹¹ est répétée trois fois:

x 3 : + E. *są kreatywni*. → + E. sont créatifs.

- **Le libéralisme**

« *Europejczycy są liberalni* » → *Les Européens sont libéraux*

À trois reprises, on retrouve le libéralisme comme caractéristique attribuée aux Européens par les jeunes Polonais. Le libéralisme est présenté une fois de manière positive et deux fois de manière négative.

Il est mis en avant par des répondants aux profils variés.

L'adjectif *liberalny* (libéral)¹¹², complété par l'adverbe *zbyt* (trop) dans les phrases négatives, qualifie dans ces trois phrases le nom *Europejczycy* (les Européens) :

x 1 : + E. *są liberalni*. → + E. sont libéraux.

x 1 : - E. *są zbyt liberalni*. → - E. sont trop libéraux.

x 1 : - E. *są zbyt liberalni (zwłaszcza w kwestiach moralnych)*. → - E. sont trop libéraux (surtout sur les questions morales).

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect psychique dans la compréhension du gentilé *Europejczycy***

On trouve encore des expressions uniques relatives à l'aspect psychique dans la compréhension du

¹¹¹ D'après son acception en polonais *twórczy* (SJP PWN 2012), qui prend également le sens en français de *créatif*.

¹¹² D'après son acception : « qui ne cède pas à la contrainte, tolérant » (en polonais : « niestosujący przymusu, tolerancyjny ») (SJP PWN 2012)

gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : le fait d'avoir de bons footballeurs (2), le réalisme (1), l'ingéniosité (1), un caractère européen (1), la diversité des mentalités (1), la polyvalence (1), une plus grande décontraction que les Américains (1), le fait d'avoir beaucoup de rêves (1), le fait d'être intéressant (1), la diversité des centres d'intérêts (1), la diligence (1), le courage (1), des filles faciles (1), le fait d'atteindre leurs buts (1), la détermination (1), la diversité des projets (1), les initiatives (1), la loyauté (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : Le manque de réalisme (1), la rigidité (1), la nervosité (1), un caractère maussade (1), la manque de distraction (1), le fait de trop travailler et d'avoir peu de temps (1), le fait de ne pas faire assez de vélo (1), la perte d'un esprit d'initiative (1), la perte d'une certaine ingéniosité (1), la paresse (1), l'indécision (1), le fait de se tenir à leurs principes (1), et le fait de ne pas penser à leur avenir personnel (1).

1.5. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

L'influence des différents facteurs sociaux et environnementaux sur la compréhension des gentilés dans leur aspect psychique est décelable dans notre enquête, à l'exception du gentilé *Europejczycy* – peu de caractéristiques de type psychique ayant été attribuées aux Européens. Comme nous l'avons vu, en comparaison des gentilés *Polacy*, *Niemcy* et *Francuzi*, les occurrences de caractéristiques de type psychique attribuées au moins à trois reprises relativement au gentilé *Europejczycy* sont très peu nombreuses : on en compte trois au total. Pour ce gentilé, l'influence des facteurs sociaux et environnementaux sur l'attribution des caractéristiques de type psychique n'est donc pas aussi clairement décelable que pour les autres, l'échantillon d'enquêtés n'est ici pas suffisamment représentatif. Par souci de régularité, nous indiquons tout de même l'ensemble des données statistiques qui se rapportent aux quatre gentilés, tout en relativisant la représentativité des résultats relatifs au gentilé *Europejczycy*.

- **Influence du sexe des répondants**

Le sexe des répondants a peu d'influence sur l'attribution globale de caractéristiques de type psychique aux différents gentilés. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type psychique dont les répondants ont indiqué leur sexe, 53% des occurrences sont indiquées par des femmes et 47% par des hommes, or les femmes représentent 52% de l'échantillon des enquêtés et les hommes 48%¹¹³. Cependant les femmes comprennent dans leur aspect psychique plus que les hommes le gentilé *Europejczycy* (60% d'occurrences indiquées par des femmes pour 40% par des hommes), puis le gentilé *Niemcy* (55% d'occurrences indiquées par des femmes pour 45% par des hommes). Le gentilé *Polacy* est lui autant compris dans son aspect psychique par les hommes que par les femmes, en regard de la proportion d'hommes et de femmes dans l'échantillon d'enquêtés (52% d'occurrences indiquées par des femmes pour 48% par des hommes). Les hommes sont par contre un peu plus nombreux que les femmes à comprendre le gentilé *Francuzi* dans son aspect psychique (49% d'occurrences indiquées par des femmes contre 51% par des hommes).

En ce qui concerne la dimension positive et négative de ces descriptions, on constate que les

¹¹³ Sur l'ensemble des 308 occurrences de caractéristiques (évoquées au moins à trois reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 158 sont indiquées par des femmes et 147 par des hommes (pour les trois autres répondants, le sexe n'est pas renseigné). Pour les 199 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 107 sont indiquées par des femmes et 86 par des hommes (pour les 6 autres, le sexe des répondants n'est pas renseigné). Pour les 72 occurrences de caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 34 ont été formulées par des femmes et 36 par des hommes (pour deux répondants, le sexe n'est pas renseigné). Pour les 11 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 6 sont indiquées par des femmes et 4 par des hommes (pour un des répondants, le sexe n'est pas renseigné).

femmes plus que les hommes ont tendance à attribuer des caractéristiques de type négatif aux Polonais : elles sont majoritaires dans l'attribution de 5 caractéristiques négatives ou essentiellement négatives, telles que l'expression du mécontentement (23 femmes, 15 hommes), le mécontentement (5 femmes uniquement), des visages peu souriants (4 femmes uniquement), le conservatisme (4 femmes, un homme) et l'impulsivité (trois femmes uniquement). Elles attribuent aussi en plus grand nombre deux caractéristiques de type positif : la spontanéité (6 femmes, deux hommes) et l'ironie (4 femmes, un homme). On remarque ainsi que l'ensemble de ces caractéristiques est lié à la manière d'être et de penser des Polonais. Elles touchent en particulier à leur approche négative de la vie (mécontentement, expression du mécontentement, manque de sourire) et à leur nature imprévisible (impulsivité et spontanéité). Les caractéristiques que les hommes attribuent aux Polonais sont davantage positives : ils soulignent en plus grand nombre 4 caractéristiques positives ou essentiellement positives. On trouve ainsi la débrouillardise (18 hommes, 11 femmes ainsi qu'un répondant dont le sexe n'est pas renseigné), l'entêtement (6 hommes, deux femmes), une capacité d'adaptation aux situations (4 hommes, une femme) et la consommation d'alcool en tant que caractéristique positive (4 hommes uniquement). Ils se démarquent également dans l'attribution de deux caractéristiques négatives : la désorganisation (7 hommes, deux femmes) et la naïveté (5 hommes, une femme ainsi qu'un répondant dont le sexe n'est pas renseigné). L'ensemble de ces caractéristiques évoquées en grand nombre par les jeunes hommes touchent en particulier à des facultés et à des modes d'action (débrouillardise, entêtement, capacité d'adaptation mais aussi désorganisation).

Si les Polonaises insistent plus que les Polonais sur les caractéristiques négatives d'ordre psychique de leurs compatriotes, elles insistent davantage sur les caractéristiques positives d'ordre psychique des Français et des Allemands. Chez les Français, elles soulignent l'optimisme (7 femmes, 4 hommes), le sourire (6 femmes, deux hommes) et une attitude directe (4 femmes uniquement). Parmi les traits négatifs des Français, il n'y en a aucun sur lequel elles insistent plus que les hommes. Chez les Allemands elles sont aussi nombreuses à mettre en avant des caractéristiques de type positif telles que l'organisation (41 femmes, 24 hommes, un non renseigné) ainsi qu'un mode de vie actif (trois femmes, aucun homme). La seule caractéristique de type négatif qu'elles attribuent en plus grand nombre aux Allemands est le manque de spontanéité (4 femmes, un homme).

Les jeunes hommes polonais font donc une description des Français et des Allemands plus négative que les femmes. Ils sont certes majoritaires dans la description positive de la vie sexuelle (7 hommes, une femme) et des talents footballistiques (4 hommes uniquement) des Français, mais aussi dans la description négative de leur lâcheté (4 hommes uniquement). Dans leurs descriptions des Allemands, une caractéristique de type négatif ressort aussi : ils sont les plus nombreux à souligner une supériorité déplaisante des footballeurs allemands sur les footballeurs polonais.

- **Influence de l'âge des répondants**

On remarque également que l'âge influence l'attribution des caractéristiques d'ordre psychique. Les répondants les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans) sont plus nombreux que les plus jeunes (de 18 à 21 ans) à comprendre les différents gentils dans leur aspect psychique. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type psychique dont les répondants ont indiqué leur âge, 58% des occurrences sont indiquées par les jeunes de 22 à 25 ans pour 42% par des jeunes de 18 à 21 ans, or les jeunes de 22 à 25 ans représentent 53% de l'échantillon des enquêtés et ceux de 18 à 21 ans 47%¹¹⁴. Tout d'abord les répondants les plus âgés de l'échantillon comprennent dans leur aspect psychique davantage que les plus jeunes le gentil *Niemcy* (61% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 39% par des jeunes de 18 à 21 ans), puis le gentil *Francuzi* (58% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 42% par des jeunes de 18 à 21 ans), le gentil *Polacy* (56% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 44% par des jeunes de 18 à 21 ans). Cependant en regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés, les répondants les plus jeunes comprennent davantage que les plus âgés le gentil *Europejczyzy* dans son aspect psychique (50% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 50% par des jeunes de 18 à 21 ans).

Un autre élément retient notre attention : aucune caractéristique d'ordre psychique n'est notablement mise en avant par les plus jeunes de l'échantillon. Ce sont toujours les plus âgés qui se démarquent dans l'attribution de ces caractéristiques. Ils sont les plus nombreux à souligner des caractéristiques positives ou essentiellement positives chez les Polonais, telles que la débrouillardise (15 de 22 à 25 ans, 10 de 18 à 21 ans, 5 non renseigné), le sens du divertissement (12 de 22 à 25 ans, 6 de 18 à 21 ans), la spontanéité (5 de 22 à 25 ans, deux de 18 à 21 ans, un non renseigné), la ruse (4 de 22 à 25 ans, un de 18 à 21 ans, un non renseigné) et une capacité d'adaptation aux situations (4 de 22 à 25 ans, un de 18 à 21 ans). Les répondants les plus âgés de l'échantillon se démarquent dans l'attribution de 4 autres caractéristiques négatives aux Polonais : l'expression du mécontentement (22 de 22 à 25 ans, 16 de 18 à 21 ans), la désorganisation (7 de 22 à 25 ans, un de 18 à 21 ans, un non renseigné), la magouille (5 de 22 à 25 ans, deux de 18 à 21 ans) et l'influçabilité (4 de 22 à 25 ans, un de 18 à 21 ans). On observe ainsi dans ces descriptions que les répondants les plus âgés de l'échantillon se distinguent en attribuant notamment en plus grand nombre des caractéristiques liées au système D des Polonais (débrouillardise, ruse, capacité d'adaptation, magouille).

¹¹⁴ Sur l'ensemble des 308 occurrences de caractéristiques (évoquées au moins à trois reprises) relatives à la compréhension du gentil *Polacy*, 165 sont indiquées par les plus âgés et 128 par les plus jeunes (pour les 15 autres, l'âge n'est pas renseigné). Pour les 199 occurrences relatives à la compréhension du gentil *Niemcy*, 114 sont indiquées par les plus âgés et 72 par les plus jeunes (pour les 13 autres, l'âge des répondants n'est pas renseigné). Pour les 72 occurrences relatives à la compréhension du gentil *Francuzi*, 38 sont indiquées par les plus âgés et 28 par les plus jeunes (pour les 6 autres l'âge n'est pas renseigné). Enfin, pour les 11 occurrences relatives à la compréhension du gentil *Europejczyzy*, 5 ont été indiquées par les plus âgés, 5 par les plus jeunes (pour un répondant le sexe n'a pas été renseigné).

En dehors de ces caractéristiques positives et négatives d'ordre auto-stéréotypique, les répondants les plus âgés ont également insisté sur certaines caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique concernant cette fois le gentilé *Niemcy*. Ces traits sont essentiellement positifs, il s'agit de l'ordre (36 de 22 à 25 ans, 26 de 18 à 21 ans), de la discipline (8 de 22 à 25 ans, trois de 18 à 21 ans), de la diligence (8 de 22 à 25 ans, un de 18 à 21 ans), de l'esprit d'entreprise (4 de 22 à 25 ans, un de 18 à 21 ans, un non renseigné), de la conséquence (4 de 22 à 25 ans uniquement), ainsi que d'une vie active (trois de 22 à 25 ans uniquement). Ils ont aussi insisté sur deux traits de type négatif : le manque de spontanéité (4 de 22 à 25 ans, aucun de 18 à 21 ans, et un non renseigné) et un trop grand sérieux (4 de 22 à 25 ans uniquement).

Une influence de l'âge sur l'attribution de traits particuliers aux Français ou aux Européens n'est pas notable dans les réponses de l'enquête.

- **Influence du niveau d'études des répondants**

Les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures comprennent dans l'ensemble un peu plus les gentilés dans leur aspect psychique que les jeunes n'ayant pas fait d'études : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type psychique dont les répondants ont indiqué leur niveau d'études, 69% des occurrences sont indiquées par des jeunes faisant ou ayant fait des études et 31 % par des jeunes n'ayant pas fait d'études, or les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures représentent 66% de l'échantillon d'enquêtés et ceux n'ayant pas fait d'études 34%¹¹⁵. Les répondants qui font ou ont fait des études supérieures comprennent davantage dans son aspect psychique le gentilé *Polacy* que ceux n'ayant pas fait d'études (71% avec études, 29% sans), puis le gentilé *Niemcy* (68% avec études, 32% sans) et *Francuzi* (67% avec études, 33% sans). Les jeunes n'ayant pas fait d'études sont légèrement plus nombreux (en regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés) que ceux qui ont fait des études à attribuer des caractéristiques de type psychique relatives au gentilé *Europejczycy* (64% avec études, 36% sans).

L'attribution de certaines caractéristiques d'ordre psychique est influencée par le niveau d'études des jeunes Polonais, en particulier en ce qui concerne les descriptions d'ordre auto-

¹¹⁵ Sur les 308 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Polacy*, répétées au moins à trois reprises, 85 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 208 par des jeunes faisant ou ayant fait des études, les 15 autres occurrences sont indiquées par des répondants dont le niveau d'études n'est pas indiqué. Pour les 199 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 62 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures contre 129 par des jeunes faisant ou ayant fait des études, pour les 8 autres occurrences le niveau d'études des répondants n'est pas renseigné. Pour les 72 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 22 ont été attribuées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 44 par des jeunes faisant ou ayant fait des études, le niveau d'études des répondants ayant indiqué les 6 autres occurrences n'a pas été renseigné. Pour les 11 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 4 occurrences ont été indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures et 7 par des jeunes faisant ou ayant fait des études.

stéréotypique. Les jeunes ayant fait des études supérieures sont les plus nombreux à évoquer chez leurs compatriotes le sens de l'humour (11 avec études, un sans) et la spontanéité (6 avec études, un sans, et un non renseigné). De leur côté, les jeunes qui n'ont pas fait d'études insistent davantage sur la bravoure (6 sans études, 6 avec, en tenant toujours compte du fait que ces derniers sont deux fois plus nombreux dans l'échantillon) et sur l'entêtement (6 sans études, deux avec). Dans les descriptions hétéro-stéréotypiques allemandes, des différences ressortent également : on observe que les jeunes Polonais faisant ou ayant fait des études supérieures sont majoritaires dans l'attribution des traits positifs que sont un esprit consciencieux (5 avec études, aucun sans) et la vie active (trois avec études uniquement). Dans les descriptions hétéro-stéréotypiques françaises, les jeunes faisant ou ayant fait des études attribuent aussi en majorité l'optimisme (9 avec études, deux sans) et une attitude directe (4 avec études, aucun sans).

L'influence du niveau d'études sur l'attribution de caractéristiques de type psychique particulières n'est pas décelable en ce qui concerne le gentilé *Europejczycy*.

- **Influence de l'origine géographique occidentale ou orientale des répondants**

L'origine géographique des répondants, de Pologne occidentale ou orientale, n'a pas notablement influencé l'attribution globale de caractéristiques de type psychique. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type psychique dont les répondants ont indiqué leur région d'origine, 63% des occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale et 37% par des jeunes de Pologne orientale, or les jeunes de Pologne occidentale représentent 64% de l'échantillon des enquêtés et ceux de Pologne orientale 36%¹¹⁶. En regard de leur proportion dans l'échantillon, les répondants de l'ouest de la Pologne comprennent dans son aspect psychique autant que ceux de l'est de la Pologne le gentilé *Polacy* (64% d'occurrences indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 36% de Pologne orientale) et *Niemcy* (64% de Pologne occidentale et 36% de Pologne orientale également). Les jeunes de l'est de la Pologne comprennent cependant dans son aspect psychique un peu plus que ceux de l'ouest le gentilé *Francuzi* – toujours en regard de leur proportion dans l'échantillon (61% de Pologne occidentale et 39% de Pologne orientale) et *Europejczycy* (55% de Pologne orientale et 45% de Pologne orientale).

¹¹⁶ Sur les 308 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Polacy*, 192 sont attribuées par des jeunes provenant de Pologne occidentale et 109 provenant de Pologne orientale (les 7 autres occurrences ont été formulées par des répondants qui n'ont pas indiqué leur origine géographique). Sur les 199 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 122 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 69 par des jeunes de Pologne orientale (les 8 autres occurrences ont été formulées par des jeunes n'ayant pas renseigné leur origine géographique). Sur les 72 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 43 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 27 par des jeunes de Pologne orientale (les 2 autres occurrences ont été formulées par des jeunes n'ayant pas renseigné leur origine géographique). Enfin, pour les 11 occurrences relatives au gentilé *Europejczycy*, 6 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 5 par des jeunes de Pologne orientale.

Certaines des caractéristiques d'ordre psychique sont cependant avancées davantage par des jeunes de l'ouest ou de l'est de la Pologne : les jeunes de l'ouest sont les plus nombreux à accorder à leurs compatriotes les trois traits de type négatif suivants : le mécontentement (5 de l'ouest uniquement), l'influçabilité (5 de l'ouest uniquement) et des visages peu souriants (4 de l'ouest uniquement). Ils se démarquent cependant dans l'attribution d'une caractéristique de type positif : le divertissement (14 de l'ouest, 4 de l'est). Les jeunes de Pologne orientale insistent pour leur part sur trois caractéristiques de type positif - en tenant toujours compte du fait qu'ils ne représentent que 36% de l'échantillon d'enquêtés : la diligence (16 de l'ouest, 15 de l'est), la bravoure (4 de l'ouest, 8 de l'est), l'entêtement (4 de l'ouest, 4 de l'est) et la naïveté (4 de l'est, deux de l'ouest, un non renseigné).

- **Influence de la taille des villes des répondants**

En observant le nombre d'occurrences de caractéristiques formulées par les jeunes en fonction de la taille des villes dont ils proviennent, on remarque que le fait d'habiter une grande ville favorise l'attribution de caractéristiques de type psychique relatives aux gentils : 42% des occurrences de caractéristiques de type psychique ont été attribuées par des jeunes originaires de villes de moins de 100 000 habitants (or ces derniers représentent 47% de l'échantillon d'enquêtés - en comptant uniquement ceux qui ont renseigné cette information) et 58% par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (53% de l'échantillon d'enquêtés)¹¹⁷. Les jeunes issus des plus grandes villes attribuent en particulier des traits psychiques aux Européens (64% des occurrences sont indiquées par des jeunes issus de villes de plus de 100 000 habitants, 36% par des jeunes issus de villes de moins de 100 000), aux Allemands (60% de villes de plus de 100 000 habitants, 40% de villes de moins de 100 000), aux Polonais (57% de villes de plus de 100 000 habitants, 43% de villes de moins de 100 000) et enfin aux Français (56% de villes de plus de 100 000 habitants, 44% de villes de moins de 100 000).

Concernant le gentilé *Polacy*, les jeunes originaires des plus grandes villes insistent en majorité sur les deux caractéristiques de type positif suivantes : le divertissement (5 de moins de 100 000, 13 de plus de 100 000) et le sens de l'humour (deux de moins de 100 000, 10 de plus de 100 000). Ils

¹¹⁷ Sur l'ensemble des 308 occurrences de caractéristiques de type psychique relatives au gentilé *Polacy*, 128 sont indiquées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 173 par des jeunes de villes de plus de 100 000 (pour 7 occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée). Sur les 199 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 76 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 116 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour 7 occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée). Sur les 72 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 31 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 39 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour deux occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée). Enfin, sur les 11 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 4 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 7 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants.

soulignent aussi en plus grand nombre deux autres caractéristiques de type négatif : la désorganisation (deux de moins de 100 000, 7 de plus de 100 000) et des visages peu souriants (aucun de moins de 100 000, 4 de plus de 100 000). Relativement au gentilé *Niemcy*, les jeunes originaires des plus grandes villes sont les plus nombreux à décrire l'ordre, caractéristique de type essentiellement positif (24 de moins de 100 000, 37 de plus de 100 000, 5 non renseigné) et la rigidité, caractéristique de type négatif (trois de moins de 100 000, 10 de plus de 100 000). Quant au gentilé *Francuzi*, ils évoquent majoritairement leur optimisme (trois de moins de 100 000, 8 de plus de 100 000). Les jeunes provenant des plus petites villes ou de villages insistent pour leur part sur deux caractéristiques positives qu'ils attribuent aux Polonais : la diligence (18 de moins de 100 000, 12 de plus de 100 000, un non renseigné), l'entêtement (5 de moins de 100 000, trois de plus de 100 000) et la créativité (5 de moins de 100 000, deux de plus de 100 000). Les jeunes des plus petites villes ne se démarquent cependant pas dans l'attribution de caractéristiques particulières aux Allemands, mais ils sont majoritaires dans la description d'une importante vie sexuelle des Français (6 de moins de 100 000, deux de plus de 100 000). Concernant le gentilé *Europejczycy* et les seules 11 occurrences de caractéristiques attribuées, l'influence de la taille des villes des répondants sur l'attribution des caractéristiques de type psychique particulières n'est pas décelable.

- **Influence du niveau de connaissance des personnes et des territoires décrits par les répondants**

Qu'il s'agisse de l'Allemagne et des Allemands ou de la France et des Français, le fait de connaître le pays et/ou ses habitants favorise chez les jeunes Polonais l'attribution de caractéristiques de type psychique relatives aux gentilés *Niemcy* et *Francuzi*. En ce qui concerne le gentilé *Niemcy*, si les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de l'Allemagne sont environ 50% à y avoir été et 50% à ne pas y avoir été, on observe que 60% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type psychique relative au gentilé *Niemcy* ont été en Allemagne, pour seulement 40% qui n'y ont jamais été¹¹⁸. Il en est de même pour l'influence du niveau de connaissance des Allemands. Si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 41% à avoir fait la connaissance d'un Allemand et 59% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on observe que 48% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type psychique ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, pour

¹¹⁸ Sur les 199 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 97 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en Allemagne, 66 par des jeunes n'y ayant jamais été et 36 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance du pays.

seulement 52% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux¹¹⁹. On retrouve ce même écart de proportion quant au gentilé *Francuzi*. Les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de la France sont environ 21% à y avoir été et 79% à ne pas y avoir été. Cependant on observe que 27% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type psychique relative au gentilé *Francuzi* ont été en France, pour seulement 73% qui n'y ont jamais été¹²⁰. De même, si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 25% à avoir fait la connaissance d'un Français et 75% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on note que 35% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type psychique ont déjà fait la connaissance d'un Français, pour seulement 65% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux¹²¹.

L'attribution de certaines caractéristiques des Allemands est aussi influencée par le niveau de connaissance de l'Allemagne et des Allemands. On remarque que le fait de connaître le pays et/ou ses habitants favorise l'attribution de caractéristiques de type positif sur le plan psychique. Ainsi les jeunes Polonais qui ont déjà été en Allemagne sont majoritaires dans l'attribution de 4 caractéristiques de type positif : l'ordre (30 répondants qui ont déjà été en Allemagne contre 24 qui n'y ont jamais été, et 12 dont le niveau de connaissance de l'Allemagne n'est pas renseigné), la ponctualité (7 répondants qui ont déjà été en Allemagne contre un qui n'y a jamais été, et trois dont le niveau de connaissance de l'Allemagne n'est pas renseigné), la diligence (5 répondants qui ont déjà été en Allemagne contre deux qui n'y ont jamais été, et deux dont le niveau de connaissance de l'Allemagne n'est pas renseigné) et l'esprit d'entreprise (4 répondants qui ont déjà été en Allemagne contre un qui n'y a jamais été, et un dont le niveau de connaissance de l'Allemagne n'est pas renseigné). Ils ont aussi insisté sur une caractéristique de type négatif : la rigidité (7 répondants qui ont déjà été en Allemagne contre trois qui n'y ont jamais été et trois dont le niveau de connaissance de l'Allemagne n'est pas renseigné). Aucune caractéristique de type psychique particulière ne ressort des réponses des jeunes qui n'ont jamais été en Allemagne. De même chez les jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand, deux caractéristiques de type positif ont été mises en avant en particulier : l'ordre (30 répondants qui ont déjà fait la connaissance d'un Allemand contre 24 qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux, et 12 dont le niveau de connaissance des Allemands n'est pas renseigné) et la ponctualité (7 répondants qui ont déjà fait la connaissance d'un Allemand contre un jamais, et trois dont le niveau de connaissance des Allemands n'est pas renseigné). Une caractéristique de type négatif revient

¹¹⁹ Sur les 199 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 79 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand, 85 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Allemand et 35 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance des habitants.

¹²⁰ Sur les 72 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 14 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en France, 38 par des jeunes n'y ayant jamais été et 20 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance du pays.

¹²¹ Sur les 72 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 18 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Français, 34 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Français et 20 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance des habitants.

cependant dans leurs réponses : le fait d'avoir de meilleurs footballeurs que les Polonais (5 répondants qui ont déjà fait la connaissance d'un Allemand contre deux jamais). Relativement au gentilé *Francuzi*, une caractéristique positive est davantage évoquée par des jeunes Polonais ayant déjà été en France et ayant déjà fait la connaissance d'un Français, il s'agit de l'optimisme (4 répondants qui ont déjà été en France contre deux qui n'y ont jamais été et 5 dont le niveau de connaissance de la France n'est pas renseigné ; 4 répondants qui ont déjà fait la connaissance d'un Français contre deux qui n'ont jamais fait la connaissance d'un Français et 5 dont le niveau de connaissance des Français n'est pas renseigné).

II. ASPECT CULTUREL

Le groupe d'aspect culturel comprend les expressions désignant la culture, au sens de « fructification des dons naturels permettant à l'homme de s'élever au-dessus de sa condition initiale et d'accéder individuellement ou collectivement à un état supérieur » (TLFi 2003). On trouve en effet dans ce groupe tout ce qui désigne les richesses culturelles des Polonais, des Allemands, des Français et des Européens : l'art (la musique, la danse, le cinéma, le théâtre), la littérature et la science, la civilisation (et les objets ou symboles qui leur sont liés) ainsi que l'attachement à la culture. Les descriptions qui se rapportent à l'éducation et au niveau de formation, à la connaissance des langues, au savoir-vivre (ou à la vulgarité), se trouvent aussi dans ce groupe, en accord avec une acception complémentaire de la culture comme « bien moral, progrès intellectuel, savoir à la possession desquels peuvent accéder les individus et les sociétés grâce à l'éducation, aux divers organes de diffusion des idées, des œuvres, etc. » (TLFi 2003). Les expressions relatives à la tradition sont également indiquées dans le groupe d'aspect culturel, puisque nous considérons que « la tradition est l'ensemble de la culture et de la civilisation en tant que conservé et transmis par les moyens et les modes de socialisation dont dispose le groupe » (Thinès-Lemp.1975, d'après le TLFi 2003).

Sur l'ensemble des 2699 occurrences de caractéristiques formulées par les 137 jeunes Polonais de notre échantillon, 361 relèvent de l'aspect culturel dans la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens). Ces descriptions représentent donc 13% de l'ensemble des occurrences attribuées aux 4 gentilés par les jeunes Polonais : l'aspect culturel est invoqué en 2^{ème} position par les jeunes Polonais. Les écarts d'attribution sont cependant considérables entre les gentilés, puisque 173 des occurrences d'ordre culturel concernent le gentilé *Francuzi* (48%), 81 le gentilé *Polacy* (soit 22%), 78 le gentilé *Europejczycy* (22% également) et seulement 29 le gentilé *Niemcy* (8%) (cf. graphique n°10). Si relativement aux gentilés *Polacy* (les Polonais) et *Europejczycy* (les Européens) il n'y a que très peu d'écarts de proportion d'occurrences de type culturel, les proportions d'occurrences relatives aux gentilés *Niemcy* (les Allemands) et *Francuzi* (les Français) se démarquent fortement. Du côté des Allemands, très peu de caractéristiques de ce type sont attribuées : les jeunes Polonais envisagent très peu le gentilé *Niemcy* dans son aspect culturel. Du côté des Français au contraire, un très grand

nombre de caractéristiques de type culturel est indiqué, ce qui est d'autant plus considérable que les Français ne sont pas les voisins directs des Polonais.

Sur l'ensemble des occurrences d'ordre culturel, on observe un nombre total de 264 occurrences de caractéristiques de type positif pour 97 de type négatif : environ 73% des occurrences d'ordre culturel présentent des caractéristiques de type positif et 27% de type négatif. Ainsi l'aspect culturel est l'aspect de la compréhension des gentils envisagé le plus positivement par les jeunes Polonais. Le groupe le plus valorisé sur le plan culturel est le groupe des Allemands (86% des occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect culturel sont jugées positivement, bien qu'il n'y ait eu que très peu de réponses de ce type)¹, puis le groupe des Européens (81%)², le groupe des Polonais (79%)³ et enfin le groupe des Français (65%)⁴ (cf. graphique n°11).

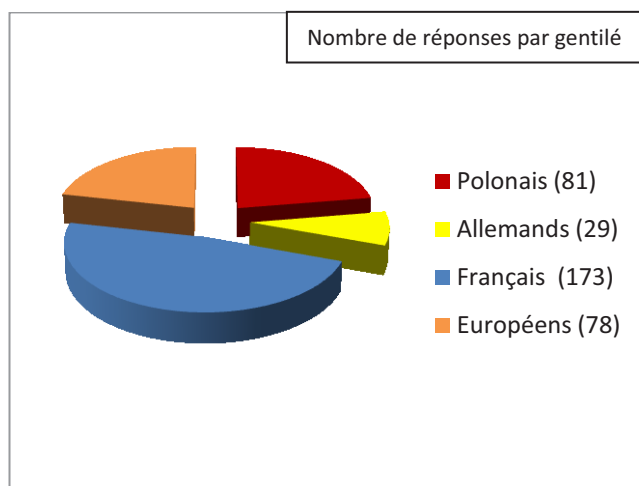
¹ 25 occurrences de type positif (dont 13 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 4 occurrences de type négatif (dont 1 occurrence de caractéristique répétée au moins à 3 reprises)

² 63 occurrences de type positif (dont 48 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 15 occurrences de type négatif (dont 5 occurrences de caractéristique répétées au moins à 3 reprises)

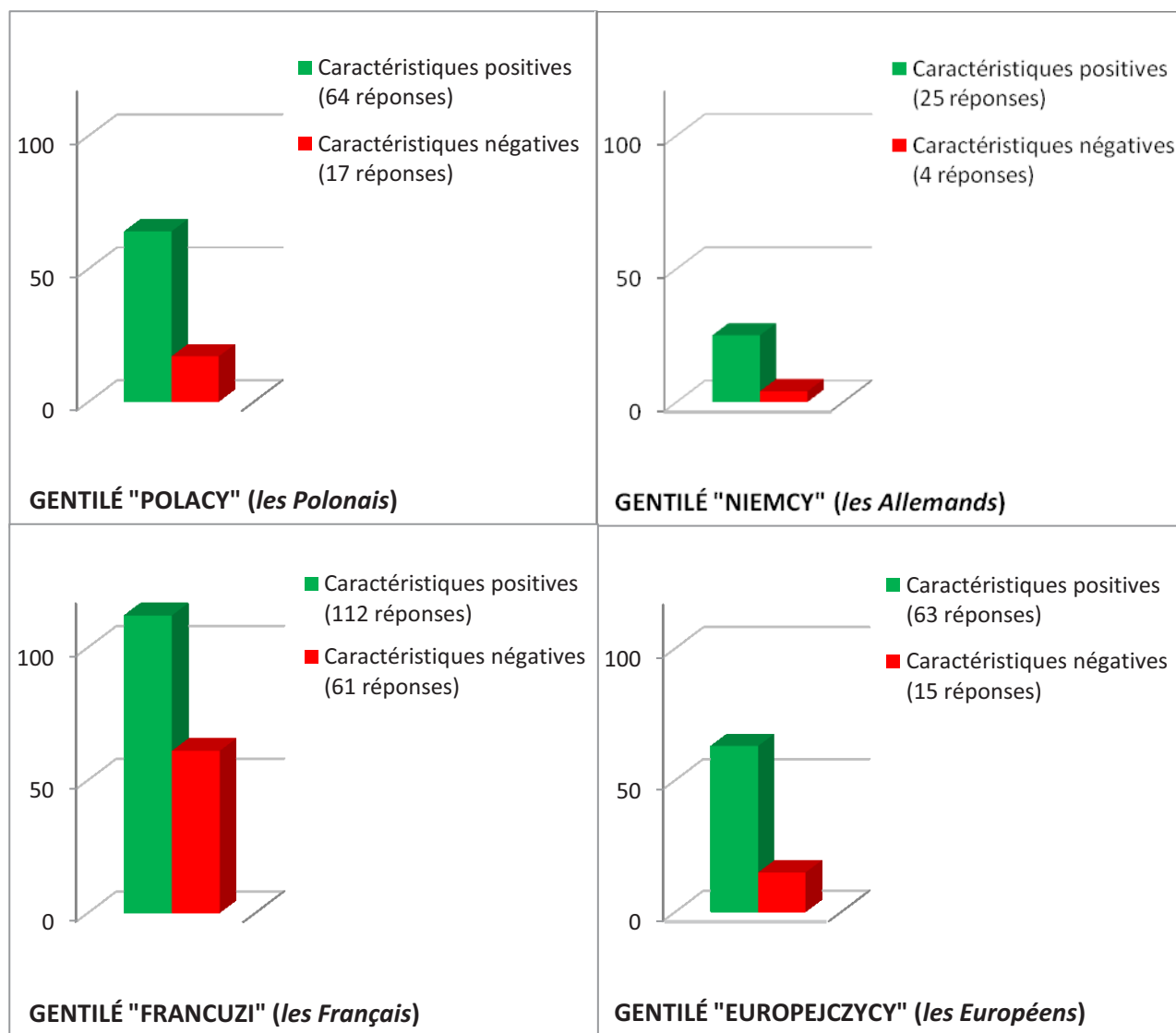
³ 64 occurrences de type positif (dont 55 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 17 occurrences de type négatif (dont 11 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

⁴ 112 occurrences de type positif (dont 98 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 61 occurrences de type négatif (dont 51 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

Graphique n°10. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect culturel



Graphique n°11. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect culturel



2.1. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *POLACY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires 81 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect culturel, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais - nous rappelons que, contrairement aux trois autres gentilés, il s'agit de caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique. Parmi ces réponses, 66 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°12).

- **L'attachement à la tradition**

« *Polacy przywiązują dużą wagę do tradycji* » → *Les Polonais attachent beaucoup d'importance à la tradition*

L'attachement à la tradition entre dans la compréhension du gentilé *Polacy*. Cette caractéristique est attribuée aux Polonais dans 26 réponses des jeunes Polonais, toujours de manière positive.

Ce trait est présenté par des répondants aux profils diversifiés.

On relève 7 fois le substantif *tradycja* (la tradition)⁵, au singulier et au pluriel, en complément du verbe *mieć* (avoir) :

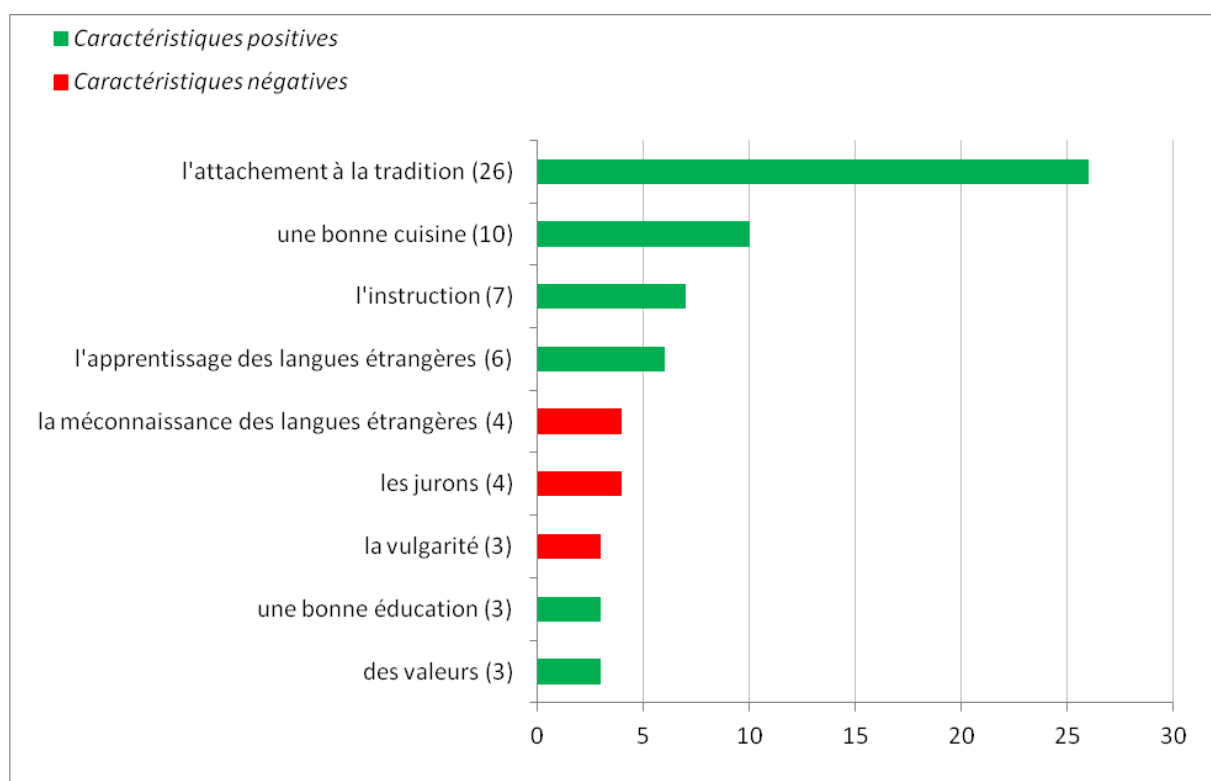
- x 3 : + P. *mają tradycję*. → + P. ont une tradition.
- x 1 : + P. *mają tradycje i je cenią*. → + P. ont des traditions et les estiment.
- x 2 : + P. *mają swoj(e) tradycj(e)*. → + P. ont leur(s) tradition(s).
- x 1 : + P. *mają tradycje katolickie*. * → + P. ont des traditions catholiques.

Le nom commun *tradycja* apparaît 5 fois en complément des expressions *przywiązać (dużą) wagę do* (accorder de l'importance/beaucoup d'importance à) ou *przykładać dużo uwagi do* (accorder beaucoup d'attention à) :

- x 3 : + P. *przywiązują dużą wagę do tradycji*. → + P. accordent beaucoup d'importance à la tradition.
- x 1 : + P. *przywiązują wagę do tradycji*. → + P. accordent de l'importance à la tradition.
- x 1 : + P. *przykładają dużo uwagi do tradycji* (tradycje świąteczne, tradycyjne potrawy). → + P. accordent beaucoup d'attention à la tradition (traditions des fêtes, plats traditionnels).

⁵ D'après son acception : « règles de conduite, habitudes, opinions, informations transmises de génération en génération » (en polonais : « zasady postępowania, obyczaje, poglądy, wiadomości przechodzące z pokolenia na pokolenie ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°12. Caractéristiques relevant de l'aspect culturel - gentilé « Polacy »



Le nom commun *tradycja* ainsi qu'un groupe nominal comprenant sa forme adjectivale *tradycyjny* (traditionnel) reviennent encore en complément d'autres verbes, marquant cet attachement à la tradition. Parmi eux, on relève trois fois le verbe (*do*)*ceniać* (estimer, avoir de l'estime) :

x 1 : + P. *cenią tradycje*. → + P. ont de l'estime pour les traditions.

x 1 : + P. *doceniają tradycyjne wartości takie jak małżeństwo i rodzina*. *→ + P. ont de l'estime pour les valeurs traditionnelles comme le mariage ou la famille.

x 1 : + P. *potrafią cenić pewne tradycyjne wartości*. → + P. savent estimer certaines valeurs traditionnelles.

De la même manière, le verbe *zachować* (maintenir, conserver) et *dbać* (prendre soin de, veiller)⁶ reviennent chacun à deux reprises :

x 2 : + P. *zachowują tradycje*. → + P. maintiennent les traditions.

x 1 : + P. *dbają o swoją tradycję*. → + P. veillent à leur tradition.

x 1 : + P. *dbają o swoją historię i tradycje*. *→ + P. veillent à leur histoire et à leurs traditions.

Le nom commun *tradycja* se trouve encore en complément des verbes et expressions *przestrzegać* (suivre), *trzymają się* (se tenir à, respecter), *mieć poszanowanie dla* (avoir du respect pour), *być przywiązany do* (être lié à) :

x 1 : + P. *przestrzegają tradycji*. → + P. suivent les traditions.

x 1 : + P. *trzymają się tradycji*. → + P. respectent les traditions.

x 1 : + P. *mają poszanowanie dla tradycji, historii i religii*. *→ + P. ont du respect pour les traditions, l'histoire, la religion.

x 1 : + P. *są przywiązani do swoich tradycji*. → + P. sont liés à leurs traditions.

Construit également à partir du même radical, le substantif *tradycjonalista* (un traditionaliste) et l'adjectif *tradycyjny* (traditionnel) sont employés comme attributs du sujet :

x 2 : + P. *są tradycjonalistami*. → + P. sont des traditionalistes.

x 1 : + P. *są tradycyjni*. → + P. sont traditionnels.

⁶ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou à quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

- **Une bonne cuisine**

« *Polacy mają dobrą kuchnię* » → *Les Polonais ont une bonne cuisine*

Le fait d'avoir une bonne cuisine est une caractéristique attribuée aux Polonais par les jeunes, dans 10 réponses de type positif.

A nouveau cette caractéristique est évoquée par des jeunes aux profils variés.

On remarque la récurrence de l'adjectif *dobry* (bon) ou l'emploi de son superlatif *najlepszy* (le meilleur), à 7 reprises, pour qualifier les substantifs *kuchnia* (la cuisine)⁷, *jedzenie* (nourriture)⁸ et autres substantifs désignant des produits alimentaires, en complément du verbe *mieć* (avoir):

x 3 : + P. *mają dobrą kuchnię*. → + P. ont une bonne cuisine.

x 1 : + P. *mają dobrą kuchnię i wódkę*. *→ + P. ont une bonne cuisine et vodka.

x 1 : + P. *mają dobre jedzenie*. → + P. ont de la bonne nourriture.

x 1 : + P. *mają najlepsze jedzenie (pierogi, gołąbki)*. → + P. ont la meilleure nourriture (pierogi, gołąbki⁹).

D'autres produits alimentaires polonais sont encore évoqués en complément du verbe *mieć* (avoir):

x 1 : + P. *mają ogórki kiszzone*. → + P. ont des concombres marinés.

x 1 : + P. *mają dobre zupy*. → + P. ont de bonnes soupes.

x 1 : + P. *mają zdrową żywność*. → + P. ont des produits alimentaires sains.

On retrouve la forme adverbiale de l'adjectif *dobry* (bon), *dobrze* (bien) en complément du verbe *gotować* (cuisiner). L'expression de ce talent culinaire polonais induit aussi la caractéristique qu'est la bonne cuisine :

x 1 : + P. *dobrze gotują*. → + P. cuisinent bien.

⁷ D'après son acception : « sélection et manière de préparer des plats propres à un pays donné ou à une région » (en polonais : « *dobór i sposób przyrządzania potraw, właściwy dla danego kraju lub regionu* ») (SJP PWN 2012)

⁸ D'après son acception : « ce qui se mange » (en polonais : « *to, co się je* ») (SJP PWN 2012)

⁹ Spécialités culinaires polonaises. *Pierogi* : spécialité proche des raviolis. *Gołąbki* : chou farci au riz et à la viande.

- **L'instruction**

« *Polacy są wykształceni* » → *Les Polonais sont instruits*

Un certain niveau d'instruction est présenté 7 fois par les jeunes, comme trait positif des Polonais.

Il est mis en avant principalement par des répondants ayant fait ou faisant des études supérieures (5 répondants qui font ou ont fait des études pour un qui n'a pas fait d'études, et un répondant n'ayant pas renseigné cette information), majoritairement de sexe féminin (5 femmes pour un homme, et un répondant n'ayant pas renseigné cette information) et originaires de grandes villes (un répondant originaire d'une ville de moins de 100 000 habitants, 6 répondants de villes de plus de 100 000 habitants). La région d'origine des répondants n'a pas eu d'influence manifeste sur l'attribution de cette caractéristique.

L'adjectif *wykształcony* (instruit)¹⁰ revient 5 fois dans les questionnaires comme attribut du sujet :

x 3 : + P. *są wykształceni*. → + P. sont instruits.

x 1 : + P. *są dobrze wykształceni*. → + P. sont bien instruits.

x 1 : + P. *są całkiem niezłe wykształceni*. → + P. ne sont pas mal instruits du tout.

On note aussi deux verbes sans complément qui indiquent un processus d'apprentissage des Polonais, les verbes *kształcić się* (se former)¹¹ et *uczyć się* (apprendre)¹² :

x 1 : + P. *kształcą się*. → + P. se forment.

x 1 : + P. *uczą się*. → + P. apprennent.

- **L'apprentissage des langues étrangères**

« *Polacy uczą się języków obcych* » → *Les Polonais apprennent les langues étrangères*

L'apprentissage des langues étrangères est attribué 6 fois aux Polonais par les jeunes Polonais, comme caractéristique positive.

Il est souligné en particulier par des répondants originaires de grandes villes (un répondant originaire d'une ville de moins de 100 000 habitants, 5 de villes de plus de 100 000 habitants). Le sexe, l'âge, le niveau d'études ainsi que la région d'origine des répondants n'ont pas d'influence notable sur

¹⁰ D'après son acception : « ayant de l'instruction » (en polonais : « mający wykształcenie ») (SJP PWN 2012)

¹¹ D'après son acception : « apprendre » (en polonais : « uczyć (się) ») (SJP PWN 2012)

¹² D'après son acception : « assimiler un bagage de connaissances, de savoirs, acquérir des compétences » (en polonais : « przyswajać zasób wiadomości, wiedzy, zdobywać umiejętność ») (SJP PWN 2012)

l'attribution de cette caractéristique.

Le groupe nominal *języki obce* (les langues étrangères) revient 4 fois en complément du verbe *uczyć się* (apprendre) :

x 1 : + P. *uczq się języków obcych.* → + P. apprennent les langues étrangères.

x 1 : + P. *uczq się wielu języków obcych.* → + P. apprennent beaucoup de langues étrangères.

x 1 : + P. *uczq się wielu języków obcych i nieźle im to wychodzi.* → + P. apprennent de nombreuses langues étrangères et ils ne s'en sortent pas mal.

x 1 : + P. *coraz więcej z nich uczy się języków obcych.* → + P. de plus en plus d'entre eux apprennent les langues étrangères.

Ce groupe nominal est utilisé aussi deux fois en complément du verbe *znać* (connaître) :

x 1 : + P. *znajq języki obce.* → + P. connaissent les langues étrangères.

x 1 : + P. *znajq dużo języków obcych.* → + P. connaissent beaucoup de langues étrangères.

- **La méconnaissance des langues étrangères**

« *Polacy nie znajq języków obcych* » → *Les Polonais ne connaissent pas les langues étrangères*

En opposition à la connaissance des langues étrangères mentionnée dans le paragraphe précédent, on relève 4 réponses des jeunes Polonais attribuant à leurs compatriotes la caractéristique inverse : la méconnaissance des langues, présentée de manière négative.

Cette caractéristique est évoquée uniquement par des jeunes femmes, faisant ou ayant fait des études supérieures.

Ainsi la phrase suivante revient deux fois dans les réponses, dans des termes identiques :

x 2 : - P. *nie znajq języków obcych.* → - P. ne connaissent pas les langues étrangères.

On retrouve aussi deux phrases qui nuancent cette méconnaissance des langues avec l'adverbe *slabo* (faiblement, mal) ou la locution prépositionnelle *w dużej liczbie* (en grande quantité, en grand nombre) :

x 1 : - P. *slabo znajq języki obce.* → - P. connaissent mal les langues étrangères.

x 1 : - P. *nie znajq języków obcych w dużej liczbie.* → - P. ne connaissent pas un grand nombre de langues étrangères.

- **Les jurons**

« *Polacy przeklinają* » → *Les Polonais jurent*

L'usage d'un langage grossier est associé à 4 reprises aux Polonais par les jeunes, en tant que caractéristique négative.

Il est présenté par une majorité de répondants de sexe féminin (trois femmes ainsi qu'un répondant n'ayant pas indiqué cette information), venant principalement de l'est de la Pologne (trois répondants sur 4).

Le verbe *przeklinać* (dire des grossièretés)¹³ ou son parasynonyme *kląć* (jurer)¹⁴ sont repérés dans les phrases suivantes :

x 2 : - P. *przeklinają*. → - P. disent des grossièretés.

x 1 : - P. *przeklinają przed dziećmi*. → - P. disent des grossièretés devant les enfants.

x 1 : - P. *dużo klną*. → - P. disent beaucoup de grossièretés.

- **La vulgarité**

« *Polacy są wulgarni* » → *Les Polonais sont vulgaires*

La vulgarité, qui fait écho à la caractéristique précédente, est accordée trois fois par les jeunes aux Polonais, comme un trait négatif.

Elle est mise en avant par des répondants de l'ouest de la Pologne, de différents profils.

L'adjectif *wulgarny* (vulgaire)¹⁵ est employé trois fois comme attribut du sujet.

x 2 : - P. *są wulgarni*. → - P. sont vulgaires.

x 1 : - P. *w niektórych sytuacjach życiowych są zbyt wulgarni*. → - P. sont dans certaines situations de la vie trop vulgaires.

¹³ D'après son acception : « dire des vulgarités, jurer » (en polonais : « używać przekleństw, kląć ») (SJP PWN 2012)

¹⁴ D'après son acception : « employer des mots injurieux ou vulgaires » (en polonais : « używać wyrazów obelżywych lub wulgarnych ») (SJP PWN 2012)

¹⁵ D'après son acception : « se comporter de manière vulgaire, obscène » (en polonais : « zachowujący się w sposób ordynarny, nieprzyzwoity ») (SJP PWN 2012)

- **Une bonne éducation**

« *Polacy są dobrze wychowani* » → *Les Polonais sont bien éduqués*

La bonne éducation des Polonais revient dans trois réponses positives des jeunes Polonais. Elle est présentée par des jeunes femmes aux profils variés.

On retrouve plusieurs fois l'expression *dobrze wychowani* (bien élevés)¹⁶ :

x 2 : + P. *są dobrze wychowani*. → + P. sont bien élevés.

x 1 : + P. *są generalnie dobrze wychowani (ustępują miejsca, pomagają wnieść walizkę itd.)*. → + P. sont généralement bien élevés (cèdent leur place [dans le bus par ex.], aident à porter une valise).

- **Des valeurs**

« *Polacy mają wartości* » → *Les Polonais ont des valeurs*

Les valeurs, prises dans un sens général, figurent pour les jeunes comme caractéristique positive des Polonais.

Elles sont évoquées dans trois réponses, chez des jeunes aux profils variés.

On retrouve ainsi les trois fois le verbe *mieć* (avoir) avec pour complément le nom commun *wartość* (valeur)¹⁷ :

x 2 : + P. *mają wartości*. → - P. ont des valeurs.

x 1 : + P. *mają pewne wartości, których bronią*. → + P. ont certaines valeurs qu'ils protègent.

- **Occurrences uniques ou doubles de caractéristiques relevant de l'aspect culturel dans la compréhension du gentilé *Polacy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles relatives à l'aspect culturel dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on trouve : des compétences musicales (2), de la bonne bière (1),

¹⁶ D'après l'acception du nom *wychowanie* (l'éducation) : « ensemble de traitements ayant pour but de façonner un individu sur le plan physique, moral et intellectuel » (en polonais : « całość zabiegów mających na celu ukształtowanie człowieka pod względem fizycznym, moralnym i umysłowym ») (SJP PWN 2012)

¹⁷ D'après son acception générale : « objets, phénomènes qui ont beaucoup d'importance » (en polonais : « przedmioty, zjawiska itp. mające duże znaczenie ») (SJP PWN 2012)

de la bonne vodka (1), un attachement à la culture (1), une culture propre (1), une littérature de qualité (1), des mœurs et habitudes intéressantes (1), un certain savoir-vivre (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : une cuisine grasse (2), le manque de savoir-vivre (1), l'oubli des traditions (1), un manque de considération pour l'éducation (1) et l'absence d'une culture propre (1).

2.2. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *NIEMCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 29 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect culturel, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais (caractéristiques cette fois d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 14 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°13).

- **La bière**

Niemcy są przywiązani do piwa → Les Allemands sont attachés à la bière

La bière, en tant que caractéristique, entre dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais. Elle est évoquée dans 11 réponses, essentiellement comme caractéristique positive (10 occurrences de type positif pour une de type négatif).

Ce trait est mis en avant par des répondants le plus souvent de sexe masculin (7 hommes pour 4 femmes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (trois répondants entre 18 et 21 ans, 8 entre 22 et 25 ans). Le niveau d'études des répondants, leur origine géographique ou leur niveau de connaissance de l'Allemagne et des Allemands n'ont pas de répercussion visible sur l'attribution de cette caractéristique.

Le groupe nominal *dobrze piwo* (la bonne bière) apparaît 5 fois dans les phrases suivantes :

x 3 : + N. *robią dobre piwo*. → + A. font de la bonne bière.

x 2 : + N. *mają dobre piwo*. → + A. ont des bonnes bières.

Le nom commun *piwo* (la bière) revient aussi deux fois en complément du verbe *lubić* (aimer) :

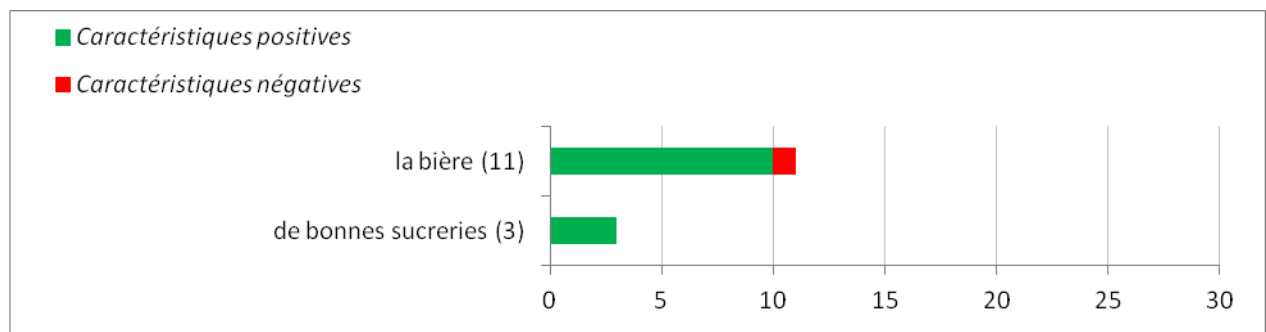
x 2 : + N. *lubią piwo*. → + A. aiment la bière.

La référence à la fête de la bière, est aussi faite trois fois avec l'emprunt du substantif allemand *Oktoberfest*, qui désigne la fête de la bière se déroulant en octobre à Munich.

x 1 : + N. *organizują Oktoberfest*. → + A. organisent la fête de la bière.

x 1 : + N. *mają Oktoberfest*. → + A. ont la fête de la bière.

Graphique n°13. Caractéristiques relevant de l'aspect culturel - gentilé « Niemcy »



x 1 : + N. *dbają o tradycję (Oktoberfest)*. *→ + A. font attention à la tradition (la fête de la bière).

Une dernière association des Allemands à la bière est faite dans une phrase de type négatif :

x 1 : - N. *nie mają dobrych piw*. → - A. n'ont pas de bonnes bières.

- **De bonnes sucreries**

« *Niemcy mają dobre słodycze* » → *Les Allemands ont de bonnes sucreries*

Les sucreries sont associées trois fois aux Allemands par les jeunes Polonais, comme caractéristique positive.

Elles sont présentées par des répondants aux profils diversifiés.

On relève deux fois le nom commun *słodycze* (les sucreries)¹⁸ qualifié par l'adjectif *dobry* (bon) ou son superlatif *najlepszy* (le meilleur) :

x 1 : + N. *mają najlepsze słodycze*. → + A. ont les meilleures sucreries.

x 1 : + N. *mają dobre słodycze*. → + A. ont de bonnes sucreries.

La phrase suivante exprime aussi cette association des Allemands aux bonnes sucreries :

x 1 : + N. *są ojczyzną żelkowych misiów*. ☺ → + A. sont la nation des oursins gélifiés. ☺

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect culturel dans la compréhension du gentilé *Niemcy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles relatives à l'aspect culturel dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : le savoir-vivre (2), la connaissance des langues (2), l'attachement aux traditions (2), Goethe (1), Wagner (1), Heine (1), l'attachement à la culture (1), de bons films peu reconnus (1) et la boisson alcoolisée *Jägermeister* (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : le manque d'apprentissage de l'anglais (1), de

¹⁸ D'après son acception : « confiseries, principalement les bonbons, le chocolat » (en polonais : « wyroby cukiernicze, głównie cukierki, czekolada ») (SJP PWN 2012)

mauvais films pornographiques (1) et la muflerie (1).

2.3. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *FRANCUZI*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 173 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect culturel, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 149 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°14).

- **La méconnaissance des langues étrangères**

« *Francuzi nie znają języków obcych* » → *Les Français ne connaissent pas les langues étrangères*

La méconnaissance des langues étrangères, le fait que les Français n'apprennent pas les langues, entre dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais. Cette méconnaissance des langues apparaît 30 fois dans les réponses, toujours de manière négative.

Elle est évoquée essentiellement par les jeunes les plus âgés de l'échantillon (10 ont entre 18 et 21 ans et 18 entre 22 et 25 ans, pour les deux autres l'âge n'est pas renseigné). Ces jeunes font ou ont fait le plus souvent des études supérieures (5 n'ont pas fait d'études, 25 font ou ont fait des études – en tenant compte du fait que ces derniers sont près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon) et une proportion importante est déjà allée en France (7 sont déjà allés en France et 17 n'y sont jamais allés - ces derniers représentant plus des $\frac{3}{4}$ de l'échantillon, et les 6 autres répondants n'ont pas indiqué leur niveau de connaissance de la France). L'origine géographique des répondants et leur niveau de connaissance des Français n'ont pas d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

L'expression de cette méconnaissance est associée aux groupes nominaux *języki* (les langues) ou *języki obce* (les langues étrangères), mais aussi au groupe nominal *język angielski* (la langue anglaise), dont il est question à 11 reprises. On trouve également une occurrence de *polski* (le polonais, la langue polonaise).

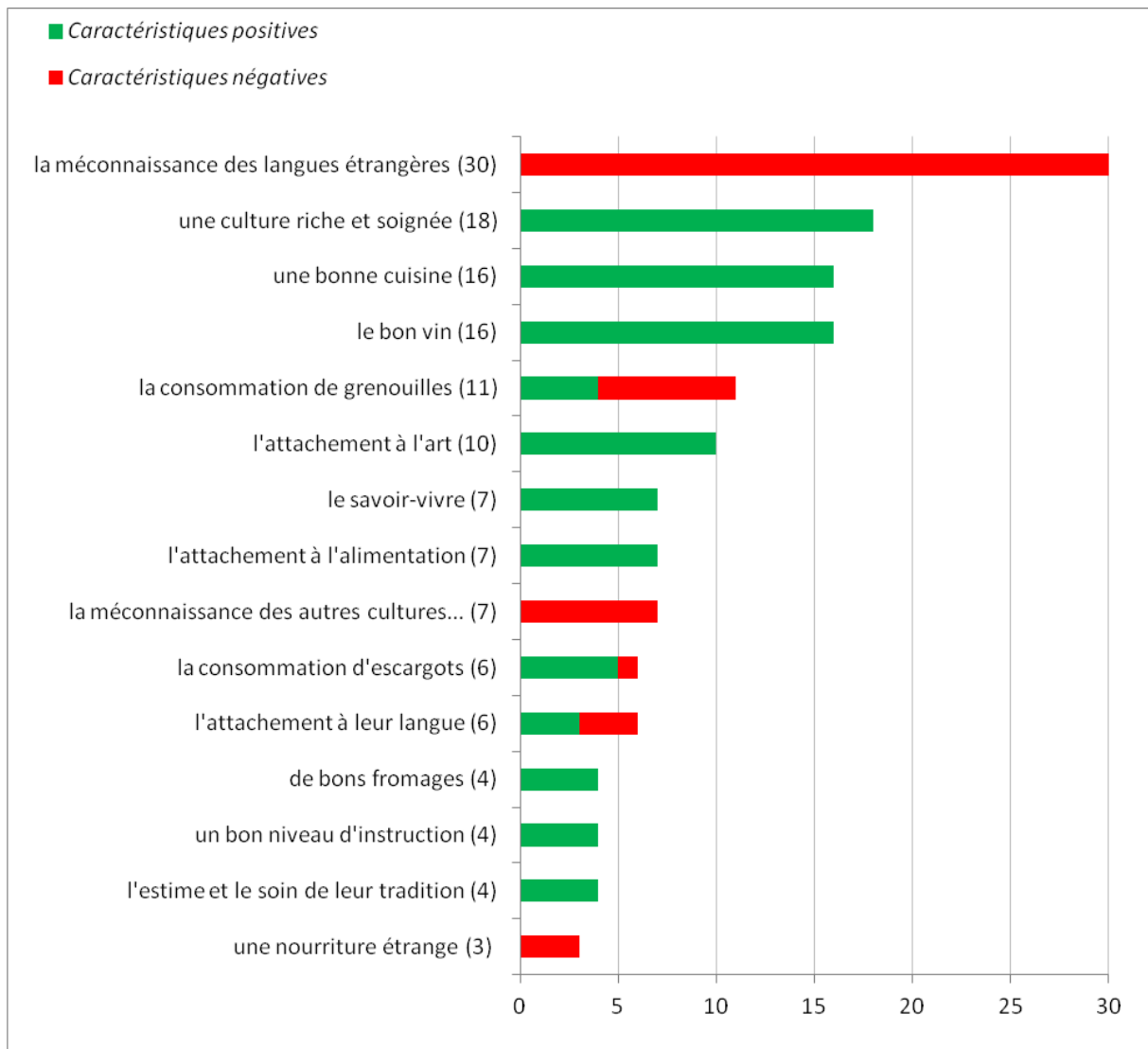
Pour répertorier ces différentes réponses, on peut s'intéresser à la récurrence de plusieurs types de verbes. Tout d'abord le verbe *uczyć się* (apprendre) à la voix active, est marqué à 6 reprises par la négation :

x 2 : - F. *nie ucą się języków obcych*. → - F. n'apprennent pas les langues étrangères.

x 1 : - F. *nie ucą się języków*. → - F. n'apprennent pas les langues.

x 1 : - F. *nie ucą się innych języków bo myślą że ich jest najważniejszy*. → - F. n'apprennent pas les autres

Graphique n°14. Caractéristiques relevant de l'aspect culturel - gentilé « Francuzi »



langues car ils pensent que la leur est la plus importante.

x 1 : - F. nie uczą się języków bo są leniwi. *→ - F. n'apprennent pas les langues car ils sont paresseux.

x 1 : - F. niechętnie uczą się języków obcych. → - F. n'apprennent pas volontiers les langues étrangères.

Il est aussi employé en complément de l'expression *nie musieć* (ne pas être obligé de) ou *nie chcieć* (ne pas vouloir).

x 1 : - F. uwważają, że nie muszą uczyć się języków obcych. → - F. considèrent qu'ils ne doivent pas apprendre les langues étrangères.

x 1 : - F. uwważają, że nie muszą uczyć się języków obcych – wszyscy powinni się uczyć francuskiego.
→ - F. considèrent qu'ils ne doivent pas apprendre les langues – tous devraient apprendre le français.

x 1 : - F. nie chcą uczyć się polskiego. → - F. ne veulent pas apprendre le polonais.

Ensuite, le verbe *znać* (connaître) à la voix active est repris 7 fois, complété par l'adverbe de négation *nie* (ne...pas) :

x 4 : - F. nie znają języków obcych. → - F. ne connaissent pas les langues étrangères.

x 1 : - F. nie znają języka innych krajów. → - F. ne connaissent pas les langues d'autres pays.

x 1 : - F. nie znają angielskiego. → - F. ne connaissent pas l'anglais.

x 1 : - F. nie znają języków. → - F. ne connaissent pas les langues.

Construit à partir du même radical, le nom commun *nieznajomość* (la méconnaissance) prend également comme complément *języki obce* (les langues étrangères) :

x 1 : - F. są zadufani w sobie, co przejawia się m.in. nieznanością języków obcych. *→ - F. sont pleins d'eux-mêmes, ce qui se manifeste entre autres par la méconnaissance des langues étrangères.

Un autre verbe apparaît à la voix active à 6 reprises, toujours dans des phrases négatives : *mówić* (parler).

x 3 : - F. nie mówią po angielsku. → - F. ne parlent pas anglais.

x 2 : - F. nie mówią w innym języku niż francuski. → - F. ne parlent pas d'autre langue que le français.

x 1 : - F. nie mówią po angielsku choć potrafią. → - F. ne parlent pas anglais bien qu'ils y arrivent.

Il est encore employé dans une phrase affirmative, associé à l'adverbe *tylko* (seulement) :

x 1 : - F. mówią tylko po francuzku. → - F. parlent seulement français.

Des parasyonymes du verbe *mówić* (parler) sont aussi présents dans ces réponses, avec par ex. le verbe *komunikować* (communiquer) ou encore *rozmawiać* (parler, discuter), parfois employés en complément du verbe *chcieć* (vouloir), lui-même marqué par la négation :

x 1 : - F. *nie komunikują się w innym języku*. → - F. ne communiquent pas dans une autre langue.

x 1 : - F. *nie chcą rozmawiać w innym języku niż francuski*. → - F. ne veulent pas parler une autre langue que le français.

x 1 : - F. *nie chcą rozmawiać po angielsku*. → - F. ne veulent pas parler anglais.

Un dernier verbe apparaît aussi à trois reprises, toujours marqué par la négation, mais ayant cette fois systématiquement pour objet *język angielski* (la langue anglaise). Il s'agit du verbe *lubić* (aimer), que l'on relève dans les phrases suivantes :

x 1 : - F. *nie lubią języka angielskiego*. → - F. n'aiment pas la langue anglaise.

x 1 : - F. *nie lubią mówić po angielsku*. → - F. n'aiment pas parler anglais.

x 1 : - F. *nie lubią angielskiego*. → - F. n'aiment pas l'anglais.

- **Une culture riche et soignée**

« *Francuzi mają bogatą kulturę* », « *dbają o (swoją) kulturę* » → *Les Français ont une culture riche, prennent soin de leur culture*

L'attachement à leur culture, et à la culture en général, est attribué 18 fois aux Français par les jeunes Polonais comme caractéristique de type positif.

Ces réponses sont pour la très grande majorité formulées par des répondants de sexe féminin (11 femmes pour 6 hommes et un répondant dont le sexe n'est pas renseigné), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (6 répondants de 18 à 21 ans, 11 de 22 à 25 ans, un répondant dont l'âge n'est pas renseigné), et faisant ou ayant fait des études supérieures (3 n'ont pas fait d'études tandis que les 15 autres ont fait des études supérieures). Une bonne partie d'entre eux est originaire de Pologne occidentale (14 viennent de Pologne occidentale et 4 de Pologne orientale – en tenant compte du fait que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon d'enquêtés). Une partie considérable des répondants a aussi déjà fait la connaissance d'un Français (5 ont fait la connaissance d'un Français, 8 n'ont jamais fait la connaissance d'un Français – en tenant compte du fait que ces derniers sont près de 4 fois plus nombreux dans l'échantillon, et 5 n'ont pas renseigné cette information) ou ont eu un contact indirect avec le pays par le biais des études de philologie romane (8 des répondants font ou ont fait des études de philologie romane). La taille des villes et le fait d'avoir été ou non en France n'ont pas d'influence considérable sur l'attribution de cette caractéristique aux

Français.

On note dans un premier temps tout un ensemble de formules rendant compte d'une richesse culturelle que détiendraient les Français, avec la récurrence du groupe verbal *mieć kulturę* (avoir une culture), où le nom *kultura* (une culture)¹⁹ est qualifié par différents adjectifs relatifs à ses qualités :

x 4 : + F. *mają bogatą kulturę*. → + F. ont une culture riche.

x 1 : + F. *mają wspaniałą kulturę*. → + F. ont une culture formidable.

x 1 : + F. *mają i wciąż rozwijają wspaniałą kulturę*. → + F. ont et développent toujours une culture formidable.

Deux phrases, comprenant encore le verbe *mieć* (avoir), expriment cette richesse culturelle (matérielle ou intellectuelle) des Français :

x 1 : + F. *mają dużo ciekawych rzeczy do zwiedzania*. → + F. ont beaucoup de choses intéressantes à visiter.

x 1 : + F. *mają wysoki poziom kultury osobistej*. → + F. ont un niveau élevé de culture personnelle.

On observe par ailleurs différentes formulations exprimant le soin que les Français accordent à leur propre culture, en particulier avec la répétition du verbe *dbać*²⁰ (prendre soin, veiller). Nous citons ainsi les phrases suivantes :

x 3 : + F. *dbają o swoją kulturę*. → + F. prennent soin de leur culture.

x 1 : + F. *dbają o swój język i kulturę – są z nich dumni*. *→ + F. prennent soin de leur langue et de leur culture – ils en sont fiers.

Deux phrases expriment un attachement à la culture en général (ainsi qu'un attachement à l'art sur lequel nous reviendrons) avec le nom *sztuka* (l'art)²¹ en complément du verbe *lubić* (aimer) ou de l'expression *przywiązywać wagę do* (attacher de l'importance à) :

x 1 : + F. *lubią kulturę i sztukę*. *→ + F. aiment la culture et l'art.

x 1 : + F. *przywiązują dużą wagę do kultury i sztuki*. *→ + F. attachent beaucoup d'importance à la culture et

¹⁹ D'après son acception : « activité matérielle et mentale des sociétés ainsi que leurs créations » (en polonais : « materialna i umysłowa działalność społeczeństw oraz jej wytwory ») (SJP PWN 2012)

²⁰ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou à quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

²¹ D'après son acception : « création artistique qui se manifeste dans les œuvres du domaine de la littérature, de la musique, de la peinture, de l'architecture, de la sculpture, etc., répondant aux exigences de beauté, d'harmonie, d'esthétique » (en polonais : « twórczość artystyczna, której wyrazem są dzieła z zakresu literatury, muzyki, malarstwa, architektury, rzeźby itp., odpowiadające wymaganiom piękna, harmonii, estetyki ») (SJP PWN 2012)

à l'art.

Quatre phrases présentent encore le rôle actif des Français en faveur de la culture, avec les verbes : *stawiać na* (miser sur), *promować* (promouvoir), *mieć istotny wkład* (apporter une contribution essentielle), *robić* (faire).

x 1 : + F. *stawiają na wykształcenie, edukacje... generalnie kulturę.* *→ + F. misent sur la formation, l'éducation... généralement, la culture.

x 1 : + F. *promują swoją kulturę.* → + F. promeuvent leur culture.

x 1 : + F. *mają istotny wkład w kulturę uniwersalną.* → + F. apportent une contribution essentielle à la culture universelle.

x 1 : + F. *robią ciekawe projekty kulturalno-społeczne.* → + F. font des projets socio-culturels intéressants.

- **Une bonne cuisine**

« *Francuzi mają dobrą kuchnię* », « *dobrze gotują* » → *Les Français ont une bonne cuisine, ils cuisinent bien*

La cuisine et les capacités culinaires des Français sont perçues par les jeunes Polonais comme une caractéristique positive, dans 16 réponses.

Elles sont exprimées par tout type de répondants.

Plusieurs aspects de la cuisine française sont pris en compte dans les réponses. On retrouve tout d'abord, sans phrase construite, les termes *kuchnia* (la cuisine)²² ou *kuchnia francuska* (la cuisine française) :

x 1 : + F. – *kuchnia* → + F. – la cuisine

x 2 : + F. – *kuchnia francuska* → + F. – la cuisine française

On observe par ailleurs la récurrence du groupe verbal *mieć kuchnię* (avoir une cuisine), avec le nom commun *kuchnia* (la cuisine) qualifié par des adjectifs indiquant une évaluation positive. Il s'agit ici de l'adjectif *dobry* (bon) et de son superlatif *najlepszy* (le meilleur), ou encore de l'adjectif *przepyszny* (délicieux) :

x 3 : + F. *mają dobrą kuchnię.* → + F. ont une bonne cuisine.

²² D'après son acception : « sélection et manière de préparer des plats propres à un pays donné ou à une région » (en polonais : « *dobór i sposób przyrządzania potraw, właściwy dla danego kraju lub regionu* ») (SJP PWN 2012)

x 1 : + F. *mają przepyszną kuchnię*. → + F. ont une cuisine délicieuse.

x 1 : + F. *mają najlepszą kuchnię w Europie*. → + F. ont la meilleure cuisine d'Europe.

Pour exprimer les capacités culinaires des Français, on retrouve à 4 reprises le verbe *gotować* (cuisiner), complété par l'adverbe *dobrze* (bien) :

x 2 : + F. *potrafią dobrze gotować*. → + F. savent bien cuisiner.

x 1 : + F. *umieją dobrze gotować*. → + F. savent bien cuisiner.

x 1 : + F. *dobrze gotują*. → + F. cuisinent bien.

On peut remarquer aussi deux propositions où les Français sont qualifiés de *dobrzy* (bons), voire de *wspaniali kucharze* (excellents cuisiniers) :

x 1 : + F. *są dobrymi kucharzami*. → + F. sont de bons cuisiniers.

x 1 : + F. *są wspaniałymi kucharzami*. → + F. sont d'excellents cuisiniers.

Une autre phrase rend encore compte des capacités culinaires des Français :

x 1 : + F. - *perfekcja w gotowaniu – rewelacyjni są*. → + F. - perfection dans la cuisine - ils sont formidables.

La phrase suivante, d'après nous, fait entre autres allusion à une bonne cuisine ainsi qu'à un bon goût culinaire, avec le nom *smak* (le goût)²³ :

x 1 : + F. *mają poczucie smaku – ogólnie*. *→ + F. ont le sens du goût – en général.

• Le bon vin

« *Francuzi piją (dobre) wino* » → *Les Français boivent du (bon) vin*

Le goût pour le vin est une caractéristique accordée par les jeunes Polonais au Français, dans 16 réponses de type positif.

Le vin est évoqué par une majorité de répondants de sexe masculin (10 hommes pour 6 femmes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (trois répondants de 18 à 21 ans et 13 de 22 à 25 ans), et faisant ou ayant fait des études supérieures (deux n'ont pas fait d'études, 14 font ou ont fait des études -

²³ D'après son acception : « envie de manger, plaisir que l'on trouve à manger » (en polonais : « chęć do jedzenia, przyjemność, jaką ktoś znajduje w jedzeniu ») (SJP PWN 2012)

ces derniers étant tout de même deux fois plus nombreux dans l'échantillon). Ces jeunes sont originaires le plus souvent des grandes villes (trois proviennent de villes de moins de 100 000 habitants, 13 de villes de plus de 100 000 habitants), essentiellement de Pologne occidentale (13 viennent de Pologne occidentale et trois de Pologne orientale – ces derniers étant environ deux fois moins nombreux dans l'échantillon). On remarque que le vin est attribué par des jeunes qui n'ont le plus souvent jamais fait la connaissance de Français (un jeune a déjà fait la connaissance d'un Français, 13 n'ont jamais fait la connaissance d'un Français et 2 n'ont pas renseigné leur niveau de connaissance des Français). Le fait que les jeunes aient été ou non en France n'a pas d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

On remarque la répétition de l'expression *mają wino/a* (ont du/des vin/s), complétée par des adjectifs marquant une évaluation positive, tels que *dobry* (bon), *światny* (formidable)²⁴, *pyszny* (délicieux), *wypasiony* (super, trop bon).

- x 2 : + F. *mają dobre wino*. → + F. ont du bon vin.
- x 1 : + F. *mają dobre wino wytrawne*. → + F. ont du bon vin sec.
- x 1 : + F. *mają dobre, pyszne wina*. → + F. ont des vins bons, délicieux.
- x 1 : + F. *mają tanie dobre wina*. → + F. ont du bon vin pas cher.
- x 1 : + F. *mają świetne wino*. → + F. ont un vin formidable.
- x 1 : + F. *mają mega wypasione wino*. → + F. ont un vin super méga bon.

On relève la répétition à 4 reprises du verbe *pić* (boire), avec les phrases :

- x 1 : + F. *piją wino*. → + F. boivent du vin.
- x 1 : + F. *piją dobre wina*. ☺ → + F. boivent de bons vins. ☺
- x 1 : + F. *piją dużo wina*. → + F. boivent beaucoup de vins.
- x 1 : + F. *piją często wino*. → + F. boivent souvent du vin.

Trois réponses font aussi allusion à la production du vin :

- x 1 : + F. *potrafią robić wina*. → + F. savent faire du vin.
- x 1 : + F. *produkują dobre wino i sery*. * → + F. produisent de bons vins et fromages.
- x 1 : + F. - *szeroki zakres gatunków win*. → + F. - une large gamme de vin.

Deux phrases encore se réfèrent au goût ou à la connaissance du vin :

²⁴ D'après son acception : « parfait, délicieux, excellent » (en polonais : « doskonały, wyborny, wyśmienity ») (SJP PWN 2012)

x 1 : + F. *lubią wino*. → + F. aiment le vin.

x 1 : + F. *znają się na winach, przywiązują dużo uwagi do posiłków*. *→ + F. s'y connaissent en vins, accordent beaucoup d'importance aux repas.

- **La consommation de grenouilles**

« *Francuzi jedzą żaby* » → *les Français mangent des grenouilles*

Le fait que les Français mangent des grenouilles est mis en avant par les jeunes Polonais dans 11 réponses, plutôt comme un trait négatif (7 fois négativement, 4 fois positivement).

Cette caractéristique est presque toujours présentée par des répondants de sexe masculin (9 hommes pour deux femmes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (trois jeunes de 18 à 21 ans et 8 de 22 à 25 ans), et dont une proportion importante n'a pas fait d'études supérieures (7 n'ont pas fait d'études et 4 ont fait des études – ces derniers étant deux fois plus nombreux dans l'échantillon). L'origine géographique et le niveau de connaissance de la France et des Français n'ont pas d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

On relève trois fois le nom commun *zabojad* que l'on peut traduire par « le mangeur de grenouilles » et qui désigne de manière familière un Français²⁵. Ce terme est pour les trois fois employé dans des réponses de type négatif. On peut citer l'occurrence suivante, apparue à trois reprises - sans phrase construite.

x 3 : - F. - *zabojady*. → - F. - des mangeurs de grenouilles.

Parmi les descriptions de type négatif, on remarque aussi la répétition à 4 reprises de la phrase suivante :

x 2 : - F. *jedzą ślimaki i żaby*. *→ - F. mangent des escargots et des grenouilles.

x 1 : - F. *jedzą żaby*. ☺ → - F. mangent des grenouilles.☺

x 1 : - F. *jedzą żaby*. → - F. mangent des grenouilles.

La dernière phrase est d'ailleurs une fois complétée par l'émoticône ☺, indiquant le sourire du répondant en regard de cette caractéristique.

Parmi les énoncés de type positif, on relève deux phrases incluant le verbe *lubić* (aimer, apprécier) :

²⁵ D'après son acception : « avec irrévérence à propos d'un Français » (en polonais : « z lekceważeniem o Francuzie ») (SJP PWN 2012)

x 1 : + F. *lubią jeść żaby*. → + F. aiment manger des grenouilles.

x 1 : + F. *lubią jeść żaby i ślimaki*. *→ + F. aiment manger des grenouilles et des escargots.

On relève aussi, sans construction de phrase, le groupe nominal *żabie udka* (les cuisses de grenouilles) :

x 1 : + F. - *żabie udka* → + F. – les cuisses de grenouilles

On note encore la phrase suivante, teintée d'ironie :

x 1 : + F. *muszą jeść żaby, ślimaki i cebule*. *→ + F. doivent manger des grenouilles, des escargots et des oignons.

• L'attachement à l'art

« *Francuzi są artystami* », « *lubią sztukę* » → *Les Français sont des artistes, ils aiment l'art*

L'attachement à l'art est une caractéristique attribuée aux Français par les jeunes Polonais de manière positive, dans les 10 réponses répertoriées.

Cette caractéristique est évoquée le plus souvent par des jeunes comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (deux de 18 à 21 ans et 8 de 22 à 25 ans), et faisant ou ayant fait des études supérieures (un répondant n'a pas fait d'études et 9 font ou ont fait des études supérieures – ces derniers sont près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon). Ils sont aussi majoritairement originaires de grandes villes (deux répondants originaires de villes de moins de 100 000 habitants, 8 de villes de plus de 100 000 habitants).

Le sexe des répondants, leur région d'origine et leur niveau de connaissance de la France et des Français n'ont pas d'influence notable sur ces réponses.

On relève la répétition du substantif *artysta* (un artiste)²⁶ qui désigne les Français :

x 1 : + F. *są artystami*. → + F. sont des artistes.

x 1 : + F. *mają wspaniałych artystów*. → + F. ont des artistes formidables.

x 1 : + F. *Francja jest ojczyzną tylu wybitnych artystów*. → + F. La France est une patrie qui abrite tant d'artistes exceptionnels.

Une phrase exprime aussi, d'après nous, des compétences artistiques relevant de l'art d'intérieur, avec

²⁶ D'après son acception : « personne pratiquant un art » (en polonais : « osoba uprawiająca jakąś dziedzinę sztuki ») (SJP PWN 2012)

le groupe nominal *dekorator wnętrz* (un décorateur d'intérieur)²⁷:

x 1 : + F. *są świetnymi dekoratorami wnętrz.* → + F. sont de formidables décorateurs d'intérieur.

Le nom commun *sztuka* (l'art)²⁸ leur est souvent associé. On peut indiquer par ex. une réponse sans phrase construite :

x 1 : + F. - *sztuka francuska* → + F. - l'art français

On distingue, parmi ces réponses, la répétition à 5 reprises du substantif *sztuka* (l'art) en complément de verbes et expressions indiquant l'attachement : *lubić* (aimer), *przywiązywać dużą wagę do* (attacher beaucoup d'importance à), *pielegnować* (soigner), ou la connaissance : *znać się* (s'y connaître).

x 1 : + F. *lubią kulturę i sztukę.* *→ + F. aiment la culture et l'art.

x 1 : + F. *przywiązują dużą wagę do kultury i sztuki.* *→ + F. attachent beaucoup d'importance à la culture et à l'art.

x 1 : + F. *pielegnują sztukę.* → + F. veillent à l'art.

x 1 : + F. *zawsze podkreślają, że to ich sztuka, kuchnia itp. jest najlepsza (w przeciwieństwie do Polaków, dla których żeby posiłek był elegancki i klasowy to musi to być sushi albo obiad w francuskiej restauracji).**
→ + F. soulignent toujours que c'est leur art, cuisine, etc. qui est le meilleur (au contraire des Polonais pour lesquels afin qu'un plat soit élégant et classe, ça doit être des sushis ou un repas français au restaurant.)

x 1 : + F. *znają się dobrze na sztuce.* → + F. s'y connaissent bien en art.

- **Le savoir-vivre**

« *Francuzi są kulturalni* » → *Les Français font preuve de savoir-vivre*

Le savoir-vivre est attribué aux Français par les jeunes Polonais comme caractéristique positive à 7 reprises.

Ce trait est évoqué par des répondants aux profils diversifiés, avec différents niveaux de connaissance de la France et de ses habitants.

²⁷ D'après l'acception de *dekorator* : « personne chargée du design et de la décoration d'intérieur, d'expositions, etc. » (en polonais : « osoba zajmująca się projektowaniem i urządzaniem wnętrz, wystaw itp. ») (SJP PWN 2012)

²⁸ D'après son acception : « création artistique qui se manifeste dans les œuvres du domaine de la littérature, de la musique, de la peinture, de l'architecture, de la sculpture, etc., répondant aux exigences de beauté, d'harmonie, d'esthétique » (en polonais : « twórczość artystyczna, której wyrazem są dzieła z zakresu literatury, muzyki, malarstwa, architektury, rzeźby itp., odpowiadające wymaganiom piękna, harmonii, estetyki ») (SJP PWN 2012)

On relève la répétition de l'adjectif *kulturalny*, que l'on peut traduire par « faisant preuve de savoir-vivre »²⁹. On trouve 5 fois la phrase suivante :

x 5 : + F. *są kulturalni*. → + F. font preuve de savoir vivre.

On remarque aussi l'emprunt à la langue française du terme *savoir-vivre*, dans la phrase :

x 1 : + F. *stosują się mocno do savoir-vivre*. → + F. respectent beaucoup les règles du savoir-vivre.

Une phrase de signification similaire est également formulée :

x 1 : + F. *umieją się zachować w towarzystwie*. → + F. savent se comporter en société.

• L'attachement à l'alimentation

« *Francuzi przywiązują dużą wagę do jedzenia* » → *les Français attachent beaucoup d'importance à l'alimentation*

L'importance accordée par les Français à l'alimentation est une caractéristique de type positif d'après les jeunes Polonais, dans les 7 réponses relevées.

Elle est mise en avant principalement par des répondants de sexe féminin (6 femmes pour un homme), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (un répondant de 18 à 21 ans et 6 de 22 à 25 ans) et faisant tous des études supérieures. Ces répondants sont aussi originaires des plus grandes villes (tous viennent de villes de plus de 100 000 habitants), de Pologne occidentale. La majorité d'entre eux a déjà été en France (4 ont déjà été en France et 3 n'y ont jamais été - ces derniers étant plus de 4 fois plus nombreux dans l'échantillon) et a déjà fait la connaissance d'un Français (5 ont déjà fait la connaissance d'un Français et deux n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'entre eux - ces derniers sont également près de 4 fois plus nombreux dans l'échantillon).

On distingue ici la répétition à trois reprises de l'expression *przywiązać wagę do* (attacher de l'importance à - qui littéralement se traduirait en français par « attacher/donner du poids à ») :

x 1 : + F. *przywiązują dużą wagę do jedzenia*. ☺ → + F. attachent beaucoup d'importance à l'alimentation. ☺

x 1 : + F. *przywiązują wagę do dobrego odżywiania*. → + F. attachent de l'importance à une bonne

²⁹ D'après son acception : « personne instruite, polie, bien élevée » (en polonais : « *wykształcony, obyty, dobrze wychowany* ») (SJP PWN 2012)

alimentation.

x 1 : + F. *przywiązują dużą wagę do tradycji, zwłaszcza kulinarnych.* *→ + F. attachent beaucoup d'importance à la tradition, surtout culinaire.

On retrouve le groupe verbal *przywiązują dużą wagę do*, qui se traduit également en français par « accorder de l'attention, de l'importance à » :

x 1 : + F. *znają się na winach, przywiązują dużo uwagi do posiłków.* *→ + F. s'y connaissent en vins, ils accordent beaucoup d'importance aux repas.

x 1 : + F. *przywiązują dużą wagę do kultury jedzenia.* → + F. attachent beaucoup d'importance à la culture alimentaire.

On observe aussi la répétition du groupe nominal *kultura jedzenia* (la culture alimentaire), qui apparaît non seulement dans la phrase précédente, mais aussi dans la suivante :

x 1 : + F. *mają wspaniałą kulturę jedzenia.* → + F. ont une formidable culture alimentaire.

Une dernière réponse exprime l'attachement à l'alimentation, aux repas :

x 1 : + F. *poświęcają dużo czasu na spożywanie posiłków, w większym gronie.* → + F. accordent beaucoup de temps aux repas, en grand groupe.

- **La méconnaissance des autres cultures/pays /nations**

Francuzi nie znają innych kultur/krajów/narodów → *Les Français ne connaissent pas les autres cultures/pays/nations.*

La méconnaissance des autres cultures, pays ou nations, est attribuée aux Français par les jeunes Polonais 7 fois, comme caractéristique négative.

Ces jeunes sont originaires des plus grandes villes (trois répondants viennent de villes de moins de 100 000 habitants, 4 de plus de 100 000 habitants), essentiellement de Pologne occidentale (6 sont originaires de Pologne occidentale et un de Pologne orientale - ces derniers étant près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon).

Le sexe, l'âge et le niveau de connaissance de la France et des Français des répondants n'ont pas d'influence décelable sur l'attribution de cette caractéristique.

On relève tout d'abord la répétition du substantif *wiedza* (le savoir)³⁰, ainsi que l'emploi de sa forme verbale *wiedzieć* (savoir) :

x 1 : - F. *nie mają wiedzy ogólnej o innych krajach np. o Polsce.* → - F. n'ont pas de connaissance générale des autres pays, par ex. de la Pologne.

x 1 : - F. *mają mało wiedzy co się dzieje gdzie indziej.* → - F. ont peu de connaissances sur ce qui se passe ailleurs.

x 1 : - F. *nic nie wiedzą na temat innych krajów* → - F. ne savent rien au sujet des autres pays.

Un parasynonyme du verbe *wiedzieć*, le verbe *znać* (connaître), est employé, à nouveau marqué par la négation :

x 1 : - F. *nie znają kultury innych krajów.* → - F. ne connaissent pas la culture des autres pays.

D'autres formulations signifient cette méconnaissance des autres pays, cultures ou nations :

x 1 : - F. *uczą w szkołach tylko historii i geografii Francji.* → - F. apprennent à l'école seulement l'histoire et la géographie française.

x 1 : - F. *nie są skłonni do poznania innych kultur.* *→ - F. ne sont pas enclins à connaître les autres cultures.

x 1 : - F. *nie interesują się innymi narodami.* → - F. ne s'intéressent pas aux autres nations.

- **La consommation d'escargots**

« *Francuzi jedzą ślimaki* » → *Les Français mangent des escargots*

Le fait que les Français mangent des escargots est une caractéristique repérée dans 6 réponses des jeunes Polonais : 5 fois comme trait positif et une fois comme trait négatif.

Cette caractéristique est mise en avant par des répondants de sexe masculin, comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (les 6 ont entre 22 et 25 ans). La majorité n'a pas été en France (5 répondants n'ont pas été en France et un n'a pas renseigné cette information) et n'a pas non plus fait la connaissance de Français (4 n'ont jamais fait la connaissance de Français et deux n'ont pas renseigné cette information). Le niveau d'études et l'origine géographique de ces jeunes n'ont pas d'influence décelable sur l'attribution de cette caractéristique.

La proposition suivante, répétée 4 fois, est toujours marquée par une évaluation positive des

³⁰ D'après son acception : « connaissances générales acquises grâce à la recherche, l'apprentissage, etc. » (en polonais : « ogół wiadomości zdobytych dzięki badaniom, uczeniu się itp. ») (SJP PWN 2012)

répondants :

x 2 : + F. *jedzą ślimaki*. → + F. mangent des escargots.

x 2 : + F. *jedzą ślimaki i żaby*. *→ + F. mangent des escargots et des grenouilles.

On relève aussi la phrase suivante, citée ultérieurement :

x 1 : + F. *muszą jeść żaby, ślimaki i cebule*. *→ + F. doivent manger des grenouilles, des escargots et des oignons.

On trouve encore parmi les réponses cette phrase marquée par une évaluation négative :

x 1 : - F. *lubią jeść żaby i ślimaki* → - F. aiment manger des grenouilles et des escargots.

- **L'attachement à leur langue**

Francuzi przywiązują wagę do swojego języka → *Les Français attachent de l'importance à leur langue*

L'importance accordée par les Français à leur langue, 6 fois repérée dans l'enquête, est envisagée par les jeunes Polonais comme une caractéristique de type négatif dans trois réponses et de type positif dans les trois autres.

Cette caractéristique est présentée par une majorité de répondants de sexe féminin (5 femmes pour un homme), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (deux répondants de 18 à 21 ans et quatre de 22 à 25 ans), tous faisant ou ayant fait des études supérieures. Ces jeunes proviennent aussi des plus grandes villes (tous sont originaires de villes de plus de 100 000 habitants). L'origine de l'ouest ou de l'est de la Pologne des répondants ainsi que le fait de connaître ou non la France et les Français n'ont pas de répercussion considérable sur les réponses.

L'attachement que les Français ont à leur langue est tout d'abord exprimé de manière positive.

x 1 : + F. *pielęgnują język francuski*. → + F. soignent la langue française.

x 1 : + F. *dbają o swój język i kulturę – są z nich dumni*. *→ + F. prennent soin de leur langue et de leur culture – ils en sont fiers.

x 1 : + F. *są dumni ze swojego kraju i języka*. *→ + F. sont fiers de leur pays et de leur langue.

Cependant un attachement excessif ou une surestimation de leur langue est évoqué de manière

négative :

x 1 : - F. sq zbyt zafiksowani na punkcie własnego kraju i języka. *→ - F. sont trop fixés sur leur propre pays et langue.

x 1 : - F. uwważają że mają najładniejszy język. → - F. considèrent qu'ils ont la plus jolie langue.

x 1 : - F. uwważają, że francuski jest bardziej popularny niż angielski i wszyscy powinni nim władać.

→ - F. considèrent que le français est beaucoup plus populaire que le l'anglais et que tous devraient le maîtriser.

- **De bons fromages**

« *Francuzi mają dobre sery* » → *Les Français ont de bons fromages*

La caractéristique d'avoir de bons fromages est toujours appréciée par les jeunes Polonais dans les 4 réponses que nous avons relevées.

Cette caractéristique est présentée par des jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures, originaires des plus grandes villes (de plus de 100 000 habitants) de Pologne occidentale. Le sexe, l'âge et le niveau de connaissance de la France et des Français n'ont pas d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

Les fromages désignés en polonais par le nom *sery* (les fromages) sont plusieurs fois associés à l'adjectif *dobry* (bon) et *świątlny* (formidable)³¹ :

x 1 : + F. mają świątlnie wino, sery, perfumy... *→ + F. ont des vins, fromages, parfums formidables.

x 1 : + F. mają dobre wina i sery. *→ + F. ont de bons vins et de bons fromages.

x 1 : + F. produkują dobre wino i sery.* → + F. produisent de bons vins et fromages.

x 1 : + F. znają się na serach . → + F. s'y connaissent en fromage.

- **Un bon niveau d'instruction**

« *Francuzi są dobrze wykształceni* » → *Les Français ont un bon niveau d'instruction*

Un bon niveau d'instruction est attribué par les jeunes Polonais aux Français, 4 fois comme caractéristique de type positif. Cette caractéristique est évoquée par trois jeunes femmes (et un répondant dont le sexe n'est pas renseigné) de différents profils.

On retrouve la répétition à deux reprises de l'adjectif *wykształcony* (instruit)³², ainsi que sa forme

³¹ D'après son acception : « parfait, délicieux, excellent » (en polonais : « doskonały, wyborny, wyśmienity ») (SJP PWN 2012)

nominale *wykształcenie* (l'instruction) :

x 2 : + F. *są dobrze wykształceni*. → + F. ont un bon niveau d'instruction (littéralement : sont bien instruits).

x 1 : + F. *stawiają na wykształcenie, edukację... generalnie kulturę*. *→ + F. misent sur la formation, l'éducation... généralement, la culture.

Nous comprenons la phrase suivante dans un même sens, avec l'emploi du nom *poziom* (le niveau)³³ :

x 1 : + F. *są ludźmi na poziomie*. → + F. sont des gens au niveau.

- **L'estime et le soin de leur tradition**

Francuzi cenią/dbają o tradycje → les Français estiment/prennent soin des traditions

Le respect des traditions est accordé aux Français par les jeunes Polonais comme caractéristique positive, dans 4 réponses.

Cette caractéristique est attribuée par des jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures, de différents profils.

On retrouve la répétition du verbe *cenić* (estimer), avec pour complément le nom *tradycja* (la tradition)³⁴.

x 1 : + F. *cenią swoje tradycje narodowe*. → + F. estiment leurs traditions nationales.

x 1 : + F. - *może co do Francuzów to lubię w nich to (a przynajmniej tak mi się kojarzą), że cenią swoją tradycję*. → + F. - peut-être que ce que j'aime chez les Français, c'est (tout du moins c'est ce qu'ils m'évoquent) qu'ils estiment leur tradition.

³² D'après son acception : « ayant de l'instruction » (en polonais : « mający wykształcenie ») (SJP PWN 2012)

³³ D'après son acception : « degré d'instruction, de culture de quelqu'un » (en polonais : « stopień czyjeś wykształcenia, kultury. ») (SJP PWN 2012)

³⁴ D'après son acception : « règles de conduite, habitudes, opinions, informations transmises de génération en génération » (en polonais : « zasady postępowania, obyczaje, poglądy, wiadomości przechodzące z pokolenia na pokolenie ») (SJP PWN 2012)

Le verbe *dbać* (prendre soin, veiller)³⁵ et le groupe verbal *przywiązywać dużą wagę* (accorder beaucoup d'importance) indiquent aussi cet attachement, ce respect des traditions :

x 1 : + F. *dbają o swoje tradycje*. → + F. prennent soin de leurs traditions.

x 1 : + F. *przywiązują dużą wagę do tradycji, zwłaszcza kulinarnych*. *→ + F. attachent beaucoup d'importance à la tradition, surtout culinaire.

- **Une nourriture étrange**

« *Francuzi jedzą dziwne rzeczy* » → *les Français mangent des choses bizarres*

Une étrange alimentation est associée aux Français dans trois réponses de type négatif.

Elle est présentée par des jeunes hommes de l'ouest de la Pologne, n'ayant ni été en France, ni fait la connaissance de Français.

On relève des formulations différentes, toutes les quatre avec le verbe *jeść* (manger) :

x 1 : - F. *jedzą dziwne rzeczy*. → - F. mangent des choses bizarres.

x 1 : - F. *jedzą to co jedzą*. ;D → - F. mangent ce qu'ils mangent. ;D

x 1 : - F. *jedzą wszystko co sie rusza*. → - F. mangent tout ce qui bouge.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect culturel dans la compréhension du gentilé *Francuzi***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles relatives à l'aspect culturel dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : de bons écrivains et philosophes (2), de bons musiciens (2), de bons films (2), de beaux monuments (2), une alimentation saine (2), la fierté de leur culture (2), un attachement à la tradition (1), le goût d'une alimentation diversifiée (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : un désintérêt pour la tradition (1), le verlan (1), le fait de boire peu de café (1), de mauvaises bières (1), un drôle d'accent anglais (1), des exigences quant à l'alimentation (1), des petits-déjeuners peu consistants (1), la consommation d'oignons (1), le fait de souligner constamment que leur cuisine est la meilleure (1) et une mauvaise cuisine (1).

³⁵ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou à quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

2.4. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *EUROPEJCZYCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 78 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect culturel, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre à la fois auto- et hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 53 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°15).

- **Une culture riche et entretenue**

« *Europejczycy mają bogatą kulturę* », « *dbają o (swoją) kulturę* » → *Les Européens ont une culture riche, prennent soin de leur culture*

La richesse culturelle entre dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais. Elle est accordée aux Européens dans 12 réponses en tant que trait positif.

Cette richesse culturelle des Européens est évoquée principalement par des répondants de sexe féminin (9 femmes pour trois hommes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (4 jeunes de 18 à 21 ans, 8 de 22 à 25 ans), faisant ou ayant fait des études supérieures (un répondant n'a pas fait d'études et 11 répondants ont fait des études - ces derniers sont cependant près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon), et originaires de Pologne occidentale (11 répondants de Pologne occidentale pour un de Pologne orientale – ces derniers sont également près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon). La taille de leur ville d'origine n'a pas eu d'influence notable sur l'attribution de cette caractéristique.

Le nom *kultura* (une culture)³⁶ qualifié par l'adjectif *bogata* (riche) apparaît 9 fois :

x 8 : + E. *mają bogatą kulturę*. → + E. ont une culture riche.

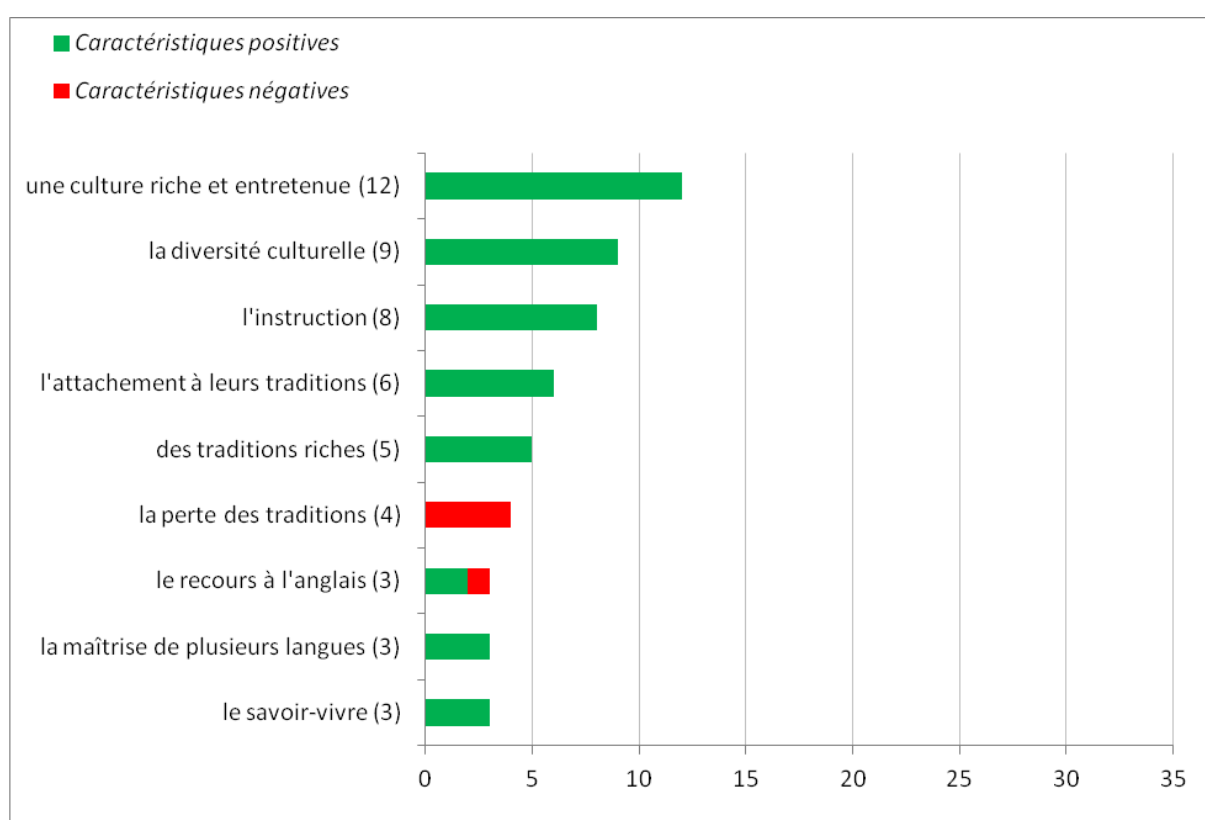
x 1 : + E. *mają tak bogatą kulturę*. → + E. ont une culture si riche.

Selon nous, la phrase suivante exprime également cette richesse culturelle :

x 1 : + E. *mogą pochwalić się sztuką i zabytkami*. → + E. peuvent se vanter de leur art et de leurs monuments.

³⁶ D'après son acception : « activité matérielle et mentale des sociétés ainsi que leurs créations » (en polonais : « materialna i umysłowa działalność społeczeństw oraz jej wytwory ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°15. Caractéristiques relevant de l'aspect culturel - gentilé « Europejczycy »



L'attachement des Européens à leur culture revient aussi dans trois réponses : le groupe nominal *swoja kultura* (leur culture) ou *kultura europejska* (la culture européenne) y est employé en complément du verbe *dbać* (veiller)³⁷ ou du groupe verbal *czuć przynależność* (ressentir son appartenance) :

x 1 : + E. *dbają o swoją kulturę*. → + E. prennent soin de leur culture.

x 1 : + E. *dbają o kulturę europejską*. → + E. veillent à la culture européenne.

• La diversité culturelle

« *Europejczycy są zróżnicowani kulturowo* » → *Les Européens sont diversifiés culturellement*

La diversité culturelle des Européens est mentionnée par les jeunes Polonais dans 9 réponses, comme caractéristique positive.

Elle est évoquée par une majorité de jeunes faisant ou ayant fait des études (deux répondants n'ayant pas fait d'études, 6 faisant ou ayant fait des études et un répondant dont le niveau d'études n'est pas renseigné) et comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (deux répondants de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans et un dont l'âge n'est pas renseigné). Le sexe et l'origine géographique des répondants n'ont pas d'influence décelable sur ces réponses.

L'adjectif *zróżnicowany* (diversifié, varié) revient 4 fois, associé à l'adverbe *kulturowo* (culturellement) ou au substantif *kultura* (la culture) :

x 1 : + E. *są zróżnicowani kulturowo*. → + E. sont diversifiés culturellement.

x 1 : + E. *są bardzo zróżnicowani kulturowo, obyczajowo, mentalnie*. *→ + E. sont très différenciés culturellement, dans leurs mœurs, mentalement.

x 1 : + E. *mają zróżnicowaną kulturę*. → + E. ont une culture diversifiée.

Formé à partir du même radical, le terme *zróżnicowanie* (la différenciation), est aussi employé avec l'adjectif *kulturowy* (culturel) :

x 1 : + E. w swym zróżnicowaniu kulturowym potrafią znaleźć pewne wspólne dziedzictwo i idee, które ich łączą. *→ + E. dans leur différenciation culturelle ils savent trouver un patrimoine commun et des idées communes qui les lient.

³⁷ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou à quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

On retrouve aussi trois fois le parasynonyme de (z)*różnicowany, różnorodny* associé au nom commun *kultura* :

x 1 : + E. *mają różnorodną kulturę.* → + E. ont une culture diversifiée.

x 1 : + E. *mają tak różnorodną kulturę.* → + E. ont une culture si diversifiée.

x 1 : + E. *są różnorodni pod względem kulturowym.* → + E. sont diversifiés du point de vue culturel.

On relève aussi une occurrence de l'adjectif *multikulturowy* et de son parasynonyme *wielokulturowy* (que l'on peut traduire tous deux par « multiculturel ») :

x 1 : + E. *są multikulturowi.* → + E. sont multiculturels.

x 1 : + E. *są wielokulturowi.* → + E. sont multiculturels.

• L'instruction

« *Europejczycy są wykształceni* » → *Les Européens sont instruits*

Le niveau d'instruction, attribué par les jeunes Polonais aux Européens dans 8 réponses, est toujours présenté de manière positive.

Cette caractéristique a surtout été mise en avant par des répondants comptant parmi les plus jeunes de l'échantillon (6 de 18 à 21 ans et deux de 22 à 25 ans) et originaires de l'est de la Pologne (6 de l'ouest, deux de l'est). Le sexe, le niveau d'études et la taille des villes d'origine des répondants n'ont pas eu de répercussion considérable sur l'attribution de cette caractéristique.

L'adjectif *wykształcony* (instruit)³⁸ revient 7 fois dans les phrases suivantes :

x 5 : + E. *są wykształceni.* → + E. sont instruits.

x 1 : + E. *są dobrze wykształceni.* → + E. ont un bon niveau d'instruction.

x 1 : + E. *są ludźmi wykształconymi.* → + E. sont des gens instruits.

Nous avons aussi relevé cette phrase de sens équivalent, avec le groupe nominal *poziom edukacji* (un niveau d'éducation)³⁹ :

x 1 : + E. *mają wysoki poziom edukacji.* → + E. ont un haut niveau d'éducation.

³⁸ D'après son acception : « ayant de l'instruction » (en polonais : « mający wykształcenie ») (SJP PWN 2012)

³⁹ D'après l'acception du nom *edukacja* : « éducation, instruction » (en polonais : « wychowanie, wykształcenie ») (SJP PWN 2012)

- **L'attachement à leurs traditions**

« *Europejczycy trzymają się swoich tradycji* » → *Les Européens respectent leurs traditions*

Le trait des Européens qu'est le respect pour leurs traditions est mentionné par les jeunes Polonais dans 6 réponses de type positif.

Cette caractéristique est attribuée par des répondants aux profils diversifiés.

Le groupe nominal *swoje tradycje* (leurs traditions)⁴⁰ apparaît 4 fois en complément du verbe *trzymać się* (respecter) :

x 3 : + E. *trzymają się swoich tradycji*. → + E. respectent leurs traditions.

x 1 : + E. *każdy kraj trzyma się swoich tradycji*. → + E. chaque pays respecte ses traditions.

Il apparaît encore en complément du verbe *zachować* (conserver, maintenir) ou *dbać* (prendre soin, veiller)⁴¹ :

x 1 : + E. *zachowują swoje tradycje*. → + E. conservent leurs traditions.

x 1 : + E. *dbają o swoje tradycje i kuchnie*. → + E. veillent à leur tradition et cuisine.

- **Des traditions riches**

« *Europejczycy mają bogate tradycje* » → *Les Européens ont des traditions riches*

La richesse des traditions est mentionnée par les jeunes Polonais dans 5 réponses de type positif.

Cette caractéristique est évoquée par différents types de répondants.

Cette richesse est exprimée par l'expression *mieć tradycję/e* (avoir une/des tradition/s)⁴² associée le plus souvent aux adjectifs *długi* (long), *bogaty* (riche), *niesamowity* (incroyable) et *rozwinięty* (incroyable) et complétée dans deux cas par des adverbes d'intensité :

x 1 : + E. *mają tradycję*. → + E. ont une tradition.

x 1 : + E. *mają długie tradycje*. → + E. ont de longues traditions.

⁴⁰ D'après l'acception du nom *tradycja* : « règles de conduite, habitudes, opinions, informations transmises de génération en génération » (en polonais : « zasady postępowania, obyczaje, poglądy, wiadomości przechodzące z pokolenia na pokolenie ») (SJP PWN 2012)

⁴¹ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou à quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

⁴² D'après l'acception du nom *tradycja* : « règles de conduite, habitudes, opinions, informations transmises de génération en génération » (en polonais : « zasady postępowania, obyczaje, poglądy, wiadomości przechodzące z pokolenia na pokolenie ») (SJP PWN 2012)

- x 1 : + E. *mają tak bogatą tradycję.* → + E. ont une tradition si riche
- x 1 : + E. *mają wiekowe i niesamowite tradycje.* → + E. ont des traditions millénaires et incroyables.
- x 1 : + E. *mają bardzo rozwinięte tradycje.* → + E. ont des traditions très développées.

- **La perte des traditions**

« *Europejczycy tracą swoje tradycje* » → *Les Européens perdent leurs traditions*

Une perte des traditions est attribuée 4 fois par les jeunes Polonais aux Européens, comme trait négatif.

Cette caractéristique est relevée chez des répondants de sexe masculin, n'ayant pour la plupart pas fait ou ne faisant pas d'études supérieures (trois sans études, un avec études - ces derniers étant deux fois plus nombreux dans l'échantillon), et originaires de l'est de la Pologne (trois de l'est pour un de l'ouest - ces derniers étant aussi près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon). Leur âge et la taille de leur ville d'origine n'ont pas influencé notablement l'attribution de cette caractéristique.

On retrouve le substantif *tradycja* (la tradition)⁴³ associé aux verbes *tracić* (perdre) et *zapomnieć* (oublier) ou encore au participe *zanikający* (disparaissant/qui disparaît) :

- x 1 : - E. *tracą swoje tradycje.* → - E. perdent leurs traditions.
- x 1 : - E. *zapominają o korzeniach (tradycje)* . → - E. oublient leurs origines (traditions).
- x 1 : - E. - *zanikające tradycje krajów Europejskich.* → - E. - les traditions des pays d'Europe qui disparaissent

Nous associons aussi la phrase suivante à cette idée de perte des traditions des Européens :

- x 1 : - E. *są przeciw polskim tradycjom.* → - E. sont contre les traditions polonaises.

⁴³ D'après son acception: « règles de conduite, habitudes, opinions, informations transmises de génération en génération » (en polonais : « zasady postępowania, obyczaje, poglądy, wiadomości przechodzące z pokolenia na pokolenie ») (SJP PWN 2012)

- **Le recours à l'anglais**

« *Europejczycy posługują się w dużej mierze językiem angielskim* » → *Les Européens utilisent en grande partie l'anglais*

L'usage de l'anglais est attribué aux Européens par les jeunes Polonais dans trois réponses, deux fois de manière positive et une fois de manière négative.

Cette caractéristique est les trois fois présentée par des femmes comptant parmi les plus âgées de l'échantillon (de 22 à 25 ans), faisant ou ayant fait des études supérieures et originaires des plus grandes villes de Pologne occidentale (de plus de 250 000 habitants).

Les deux phrases de type positif ci-dessous présentent cet usage de l'anglais (l'évaluation positive dans la deuxième phrase ne porte cependant pas sur le recours à l'anglais en lui-même mais sur le recours à une langue permettant de communiquer à l'international) :

x 1 : + E. *posługują się w dużej mierze językiem angielskim*. → + E. utilisent en grande partie la langue anglaise.

x 1 : + E. *mają język międzynarodowej komunikacji (wielka szkoda, że to akurat angielski)*. → + E. ont une langue de communication internationale (un grand dommage que ce soit justement l'anglais).

La phrase suivante présente par contre la langue anglaise comme un trait négatif, avec le groupe verbal *popierać dominację* (soutenir la domination) :

x 1 : - E. *popierają dominację języka angielskiego*. → - E. soutiennent la domination de la langue anglaise.

- **La maîtrise de plusieurs langues**

« *Europejczycy są kilkujęzyczni* » → *Les Européens parlent plusieurs langues*

Le plurilinguisme des Européens revient dans trois réponses des jeunes Polonais comme caractéristique positive.

Cette connaissance des langues est attribuée par différents types de répondants.

Dans deux phrases apparaissent le verbe *znać* (connaître) et le groupe nominal *języki obce* (les langues étrangères) :

x 1 : + E. *znają wiele obcych języków*. → + E. connaissent beaucoup de langues étrangères.

x 1 : + E. *znają języki obce.* → + E. connaissent les langues étrangères.

On note aussi l'adjectif *kilkujęzyczny* (polyglotte) attribut du sujet :

x 1 : + E. *są kilkujęzyczni.* → + E. sont polyglottes.

- **Le savoir-vivre**

« *Europejczycy są kulturalni* » → *Les Européens font preuve de savoir-vivre*

Le savoir-vivre des Européens est avancé par les jeunes Polonais comme caractéristique positive dans trois réponses.

Il est présenté par des jeunes n'ayant pas fait d'études, originaires de petites villes de Pologne orientale (de moins de 100 000 habitants).

L'adjectif *kulturalny*, que l'on peut traduire par « faisant preuve de savoir-vivre »⁴⁴, est répété 2 fois :

x 2 : + E. *są kulturalni.* → + E. font preuve de savoir vivre.

L'adjectif parasynonyme *obyty* (accoutumé, sachant se conduire de manière appropriée)⁴⁵ est aussi employé comme attribut du sujet dans une phrase de sens proche :

x 1 : + E. *są obyci w świecie.* *→ + E. sont accoutumés au monde, savent se conduire de manière appropriée dans le monde.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect culturel dans la compréhension du gentilé *Europejczycy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles relatives à l'aspect culturel dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : un bon cinéma (2), une bonne résistance à l'alcool (2), des échanges universitaires et culturels (2), une culture propre (1), une certaine diversité alimentaire (1), un patrimoine commun (1), le sentiment d'appartenance à une culture européenne (1), le goût de

⁴⁴ D'après son acception : « personne instruite, polie, bien élevée » (en polonais : « *wykształcony, obyty, dobrze wychowany* ») (SJP PWN 2012)

⁴⁵ D'après son acception : « sachant se comporter en société » (en polonais : « *umiejący się zachować w towarzystwie* ») (SJP PWN 2012)

la lecture (1), l'uniformisation du système d'éducation supérieure (1), une bonne éducation (1), la reconnaissance des civilisations antiques à leur origine (1) et le fait de pouvoir trouver une langue commune (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : le fait de ne pas savoir boire (1), le manque d'expérimentation culinaire (1), l'ignorance (1), une absence de respect pour les valeurs (1), un système éducatif qui accorde peu de place à la pratique (1), trop de fast-food (1), peu d'échanges universitaires avec la Pologne (1), une estime trop faible du patrimoine européen (1) la promotion de plats de leurs pays (1) et... le fait de ne pas avoir inventé *le Roi Lion* (1).

2.5. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Une influence des différents facteurs sociaux et environnementaux sur la compréhension des gentilés dans leur aspect culturel est décelable dans notre enquête, à l'exception du gentilé *Niemcy* - peu de caractéristiques de type culturel ayant été attribuées aux Allemands. Comme nous l'avons vu, en comparaison des gentilés *Polacy*, *Francuzi* et *Europejczycy*, les occurrences de caractéristiques de type culturel attribuées au moins à trois reprises relativement aux gentilés *Niemcy* sont très peu nombreuses dans notre enquête : 14 au total. Pour ce gentilé, l'influence des facteurs sociaux et environnementaux sur l'attribution des caractéristiques de type culturel n'est donc pas aussi clairement décelable, l'échantillon d'enquêtés n'est ici pas suffisamment représentatif. Par souci de régularité, nous indiquons tout de même l'ensemble des données statistiques qui se rapportent aux 4 gentilés, tout en relativisant la représentativité des résultats relatifs au gentilé *Niemcy*.

- **Influence du sexe des répondants**

La proportion de jeunes hommes et de jeunes femmes à comprendre le gentilé *Polacy* dans son aspect culturel est à peu près équivalente : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type culturel dont les répondants ont indiqué leur sexe, 51% des occurrences sont indiquées par des femmes et 49% par des hommes, or les femmes représentent 52% de l'échantillon des enquêtés et les hommes 48%⁴⁶. Cependant, les femmes attribuent clairement plus de caractéristiques de type culturel aux Polonais que les hommes (63% des occurrences de caractéristiques de type culturel associées aux Polonais sont évoquées par des femmes, contre 37% par des hommes). Pour les autres groupes, ce sont les hommes qui leur attribuent le plus de caractéristiques de type culturel. Concernant les Allemands et les Français, 51% des occurrences de caractéristiques sont évoquées par des hommes, contre 49% par des femmes. Concernant les Européens, 55% des occurrences de caractéristiques sont présentées par des hommes et 45% par des femmes.

Relativement au gentilé *Polacy*, les jeunes femmes sont les seules à se démarquer dans l'attribution de caractéristiques de type culturel particulières. Elles mettent en avant des traits liés aux savoirs et au savoir-être : d'une part l'instruction (5 femmes, un homme, un non renseigné) et la bonne

⁴⁶ Sur les 66 occurrences de caractéristiques attribuées au gentilé *Polacy*, répétées au moins à 3 reprises, 23 sont évoquées par des hommes et 40 par des femmes (pour les 3 autres occurrences le sexe des répondants n'est pas renseigné). Sur les 14 occurrences de caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 8 sont indiquées par des hommes et 6 par des femmes. Sur les 149 relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 74 occurrences sont indiquées par des hommes et 71 par des femmes (pour les 4 autres occurrences, le sexe des répondants n'est pas renseigné). Sur les 53 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 29 sont indiquées par des hommes et 24 par des femmes.

éducation (trois femmes uniquement) comme caractéristiques positives, et d'autre part la méconnaissance des langues étrangères (4 femmes uniquement) et les jurons (trois femmes, un non renseigné) comme caractéristiques négatives. Pour ce qui est des deux caractéristiques de type culturel relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, la seule différence notable entre les descriptions des hommes et des femmes concerne la bière, qui est attribuée aux Allemands principalement par les jeunes hommes (7 hommes, 4 femmes). Quant aux descriptions portant sur la compréhension du gentilé *Francuzi*, les caractéristiques de type culturel soulignées diffèrent en fonction du sexe des répondants. Quatre traits, qui portent tous sur l'alimentation et la boisson, sont évoqués en majorité par les hommes (comme c'était le cas dans la description des Allemands). Ils insistent le plus sur le vin (10 hommes, 6 femmes), la consommation de grenouilles (9 hommes, deux femmes), la consommation d'escargots (6 hommes uniquement) et une nourriture étrange (trois hommes uniquement). Les 4 traits présentés principalement par des femmes sont eux liés notamment aux rapports que les Français entretiennent avec leur culture : il s'agit d'une culture riche et soignée (11 femmes, 6 hommes, un non renseigné), de l'attachement à l'alimentation (6 femmes, un homme), de l'attachement à leur langue (5 femmes, un homme) ainsi que d'un bon niveau d'instruction (trois femmes, un non renseigné).

Enfin, relativement à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, les jeunes hommes insistent en particulier sur une caractéristique de type négatif : la perte des traditions (4 hommes uniquement), tandis que les femmes insistent sur deux caractéristiques de type positif ou essentiellement positif : la richesse culturelle (9 femmes, trois hommes) et le recours à l'anglais (trois femmes uniquement).

- **Influence de l'âge des répondants**

Les répondants les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans) sont plus nombreux que les plus jeunes (de 18 à 21 ans) à comprendre les différents gentilés dans leur aspect culturel : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type culturel dont les répondants ont indiqué leur âge, 67% des occurrences sont indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 33% par des jeunes de 18 à 21 ans, or les jeunes de 22 à 25 ans représentent 53% de l'échantillon d'enquêtés et ceux de 18 à 21 ans 47%⁴⁷. Les gentilés que les plus âgés comprennent davantage dans leur aspect culturel sont le gentilé *Niemcy* et le gentilé *Francuzi* (71% d'occurrences indiquées par les répondants les plus âgés

⁴⁷ Sur les 66 occurrences de caractéristiques attribuées au gentilé *Polacy*, répétées au moins à 3 reprises, 25 sont évoquées par des répondants comptant parmi les plus jeunes et 36 par des répondants comptant parmi les plus âgés (pour les 5 autres occurrences l'âge des répondants n'est pas renseigné). Sur les 14 occurrences de caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 4 sont indiquées par des répondants comptant parmi les plus jeunes et 10 par des répondants comptant parmi les plus âgés. Sur les 149 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 41 sont indiquées par des répondants comptant parmi les plus jeunes et 101 par des répondants comptant parmi les plus âgés (pour les 7 autres occurrences l'âge des répondants n'est pas renseigné). Sur les 53 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 19 sont indiquées par des répondants comptant parmi les plus jeunes et 33 par des répondants comptant parmi les plus âgés (pour une occurrence, l'âge du répondant n'est pas renseigné).

pour 29% par les plus jeunes, dans les deux cas), puis le gentilé *Europejczycy* (63% d'occurrences indiquées par les plus âgés pour 37% par les plus jeunes) et le gentilé *Polacy* (59% d'occurrences indiquées par les plus âgés pour 41% par les plus jeunes).

Alors que les critères d'âge n'ont pas d'influence notable sur l'attribution de caractéristiques de type culturel particulières aux Polonais, ils ont influencé considérablement le contenu des descriptions portant sur les Allemands, les Français et les Européens. Aux Allemands, les plus âgés sont en majorité à associer la bière (trois de 18 à 21 ans, 8 de 22 à 25 ans). Ils sont aussi majoritaires dans l'attribution d'un total de 8 caractéristiques aux Français, alors qu'à nouveau les répondants les plus jeunes ne se démarquent pas dans l'attribution de caractéristiques particulières. Les plus âgés mettent en avant 5 caractéristiques positives ou essentiellement positives des Français : une culture riche et soignée (6 de 18 à 21 ans, 11 de 22 à 25 ans, un non renseigné), le vin (trois de 18 à 21 ans, 13 de 22 à 25 ans), l'attachement à l'art (deux de 18 à 21 ans, 8 de 22 à 25 ans), l'attachement à l'alimentation (un de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans) et la consommation d'escargots (6 de 22 à 25 ans uniquement). Ils présentent aussi en plus grand nombre deux traits de type négatif ou essentiellement négatif : la méconnaissance des langues étrangères (10 de 18 à 21 ans, 18 de 22 à 25 ans, deux non renseigné), ainsi que la consommation de grenouilles (trois de 18 à 21 ans, 8 de 22 à 25 ans). Une dernière caractéristique présentée de manière tant positive que négative est encore appuyée par les plus âgés : l'attachement des Français à leur langue (deux de 18 à 21 ans, 4 de 22 à 25 ans). En ce qui concerne les descriptions des Européens, on retrouve à nouveau des caractéristiques présentées principalement par les répondants les plus âgés. Il s'agit de trois traits de type positif ou essentiellement positif : la richesse culturelle (4 de 18 à 21 ans, 8 de 22 à 25 ans), la diversité culturelle (deux de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans, un non renseigné) et le recours à l'anglais (aucun de 18 à 21 ans, trois de 22 à 25 ans). Les répondants les plus jeunes mettent cependant en avant une caractéristique de type positif des Européens, davantage que les répondants les plus âgés : l'instruction (6 de 18 à 21 ans, deux de 22 à 25 ans).

- **Influence du niveau d'études des répondants**

Les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures comprennent davantage l'ensemble des gentilés dans leur aspect culturel que les jeunes n'ayant pas fait d'études. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type culturel dont les répondants ont indiqué leur niveau d'études, 74% des occurrences sont indiquées par des jeunes faisant ou ayant fait des études et 26% par des jeunes n'ayant pas fait d'études, or les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures représentent 66% de l'échantillon d'enquêtés et ceux n'ayant pas fait d'études 34%⁴⁸. Les jeunes avec études sont

⁴⁸

Sur les 66 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Polacy*, répétées au moins à 3 reprises, 20

tout d'abord les plus nombreux à comprendre dans leur aspect culturel le gentilé *Francuzi* (80% avec études, 20% sans), *Polacy* (69% avec études, 31% sans) et *Europejczycy* (67% avec études, 33% sans). Les jeunes n'ayant pas fait d'études ont cependant été un peu plus nombreux à comprendre dans son aspect culturel le gentilé *Niemcy*, en regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés (64% avec études, 36% sans).

Les jeunes avec études supérieures se sont distingués dans l'attribution de deux caractéristiques de type culturel aux Polonais : il s'agit de l'instruction (5 avec études, un sans, un non renseigné) et de la méconnaissance des langues étrangères (4 avec études uniquement). Mais ils ont surtout été très nombreux à mettre en avant des traits de type culturel aux Français, tels que la méconnaissance des langues étrangères (25 avec études, 5 sans), une culture riche et soignée (15 avec études, trois sans), l'attachement à l'art (9 avec études, un sans), l'attachement à leur langue (6 avec études uniquement) et l'estime/le soin de leur tradition (4 avec études uniquement). Ils insistent encore sur l'attribution d'autres traits de type culturel chez les Français, liés à leur alimentation : le vin (14 avec études, deux sans), l'attachement à l'alimentation (7 avec études uniquement) et de bons fromages (4 avec études uniquement). Les jeunes avec études sont aussi plus nombreux à attribuer certaines caractéristiques de type culturel aux Européens : il s'agit de la richesse culturelle (11 avec études, un sans), la diversité culturelle (6 avec études, deux sans, un non renseigné) et le recours à l'anglais (trois avec études uniquement).

Les jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures se distinguent moins dans l'attribution de caractéristiques de type culturel particulières. Ils sont tout de même majoritaires dans l'attribution aux Français de la consommation de grenouilles (4 avec études, 7 sans - nous rappelons que ces derniers sont aussi deux fois moins nombreux dans l'échantillon d'enquêtés) et aux Européens du savoir-vivre (aucun avec études, trois sans) et de la perte des traditions (un avec études, trois sans).

- **Influence de l'origine géographique occidentale ou orientale des répondants**

Les jeunes de Pologne occidentale comprennent un peu plus que les jeunes de Pologne orientale les gentilés dans leur aspect culturel. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type culturel dont les répondants ont indiqué leur région d'origine, 69% des occurrences sont

occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 44 par des jeunes faisant ou ayant fait des études, les 2 autres occurrences sont indiquées par des répondants dont le niveau d'études n'est pas indiqué. Pour les 14 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 5 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures contre 9 par des jeunes faisant ou ayant fait des études. Pour les 149 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 29 ont été attribuées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 118 par des jeunes faisant ou ayant fait des études, le niveau d'études des répondants ayant indiqué les 2 autres occurrences n'a pas été renseigné. Pour les 53 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 17 occurrences ont été indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures, 35 par des jeunes faisant ou ayant fait des études et une par un jeune dont le niveau d'études n'est pas renseigné.

indiquées par des jeunes de Pologne occidentale et 31% par des jeunes de Pologne orientale, or les jeunes de Pologne occidentale représentent 64% de l'échantillon d'enquêtés et ceux de Pologne orientale 36%⁴⁹. Les répondants de l'ouest de la Pologne comprennent dans son aspect culturel, plus que ceux de l'est de la Pologne, le gentilé *Francuzi* (74% de l'ouest, 26% de l'est). Par contre, en regard de leur proportion dans l'échantillon, les jeunes de Pologne occidentale comprennent tout autant que ceux de Pologne orientale dans leur aspect culturel les gentilés *Polacy* et *Niemcy* (64% de l'ouest, 36% de l'est, dans les deux cas) et le gentilé *Europejczycy* (63% de l'ouest, 37% de l'est).

Certaines de ces caractéristiques d'ordre psychique sont cependant avancées davantage par des jeunes de l'ouest ou de l'est de la Pologne : les jeunes de l'ouest sont les plus nombreux à accorder à leurs compatriotes la vulgarité (trois de l'ouest uniquement), tandis que ceux de l'est de la Pologne insistent en particulier sur les jurons (un de l'ouest, trois de l'est - en tenant aussi compte du fait que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon d'enquêtés). Quant aux descriptions des Français, on relève 6 caractéristiques qui ont été davantage mises en avant par les jeunes de Pologne occidentale que par ceux de Pologne orientale : une culture riche et soignée (14 de l'ouest, 4 de l'est), le vin (13 de l'ouest, trois de l'est), l'attachement à l'alimentation (7 de l'ouest uniquement), de bons fromages (4 de l'ouest uniquement) mais aussi la méconnaissance des autres cultures/pays/nations (6 de l'ouest, un de l'est) et une nourriture étrange (trois de l'ouest uniquement). Enfin, relativement aux descriptions des Européens, les jeunes de Pologne occidentale avancent en particulier la richesse culturelle (11 de l'ouest, un de l'est). Ceux de Pologne orientale appuient pour leur part davantage sur l'instruction (deux de l'ouest, 6 de l'est) et la perte des traditions (un de l'ouest, trois de l'est).

- **Influence de la taille des villes des répondants**

Les jeunes originaires des plus grandes villes comprennent davantage l'ensemble des gentilés dans leur aspect culturel : 38% des occurrences de caractéristiques de type culturel sont attribuées par des jeunes originaires de villes de moins de 100 000 habitants (or ces derniers représentent 47% de l'échantillon d'enquêtés - en comptant uniquement ceux qui ont renseigné cette information) et 62%

⁴⁹ Sur les 66 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Polacy*, 39 sont attribuées par des jeunes provenant de Pologne occidentale et 22 provenant de Pologne orientale (les 5 autres occurrences ont été formulées par des répondants qui n'ont pas indiqué leur origine géographique). Sur les 14 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 9 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 5 par des jeunes de Pologne orientale. Sur les 149 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 110 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 38 par des jeunes de Pologne orientale (la dernière occurrence a été formulée par un jeune n'ayant pas renseigné son origine géographique). Enfin, pour les 53 occurrences relatives au gentilé *Europejczycy*, 33 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 19 par des jeunes de Pologne orientale (la dernière occurrence a été formulée par un jeune n'ayant pas renseigné son origine géographique).

par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (53% de l'échantillon d'enquêtés)⁵⁰. Les jeunes des plus grandes villes attribuent en particulier aux Français des caractéristiques de type culturel (30% des occurrences de caractéristiques de type culturel sont attribuées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 70 % de plus de 100 000 habitants). Ils sont aussi particulièrement nombreux à attribuer des traits de type culturel aux Européens (44% par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 56 % de plus de 100 000 habitants). Concernant les Français et les Allemands les jeunes des plus petites villes ont tendance à attribuer davantage de traits de type culturel, en regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés (dans les deux cas 50% d'occurrences sont attribuées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 50% de plus de 100 000 habitants).

Concernant le gentilé *Polacy*, les jeunes originaires des plus grandes villes insistent en majorité sur deux caractéristiques de type positif : l'instruction (un de moins de 100 000, 6 de plus de 100 000) et l'apprentissage des langues étrangères (un de moins de 100 000, 5 de plus de 100 000).

Pour le gentilé *Francuzi*, ils soulignent notablement différents traits positifs tels que le vin (trois de moins de 100 000, 13 de plus de 100 000), l'attachement à l'art (deux de moins de 100 000, 8 de plus de 100 000), l'attachement à l'alimentation (7 de plus de 100 000 uniquement), l'attachement à leur langue (6 de plus de 100 000 uniquement) et de bons fromages (4 de plus de 100 000 uniquement). Ils avancent aussi en plus grand nombre un trait de type négatif des Français : la méconnaissance des autres cultures/pays/nations (7 de plus de 100 000 uniquement). Quant au gentilé *Europejczycy*, ils appuient sur le trait positif qu'est le recours à l'anglais (trois de plus de 100 000 uniquement). Quant aux jeunes originaires des plus petites villes, ils mettent en avant le savoir-vivre des Européens (trois de moins de 100 000 uniquement).

- **Influence du niveau de connaissance des personnes et des territoires décrits par les répondants**

Le fait de connaître l'Allemagne et ses habitants a sensiblement favorisé l'attribution de caractéristiques de type culturel relatives au gentilé *Niemcy*. En effet, les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de l'Allemagne sont environ 50% à y avoir été et 50% à ne pas y avoir été, et on observe que parmi ceux qui ont attribué des caractéristiques de

⁵⁰ Sur l'ensemble des 66 occurrences de caractéristiques de type culturel relatives au gentilé *Polacy*, 27 sont indiquées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 34 de plus de 100 000 habitants (pour 5 occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée). Sur les 14 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 7 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 7 de plus de 100 000 habitants. Sur les 149 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 44 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 104 de plus de 100 000 habitants (pour 1 occurrence, l'origine géographique du répondant n'a pas été renseignée). Enfin, sur les 53 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 26 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 26 de plus de 100 000 habitants (pour 1 occurrence, l'origine géographique du répondant n'a pas été renseignée).

type culturel aux Allemands, 54% y ont été et 46% n'y ont pas été⁵¹. De même, les jeunes de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des Allemands sont environ 41% à avoir fait la connaissance de l'un d'eux et 59% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, alors que parmi ceux qui ont indiqué des caractéristiques de type culturel aux Allemands, 46% a déjà fait la connaissance d'un Allemand et 54% n'a jamais fait la connaissance de l'un d'eux⁵². En ce qui concerne les descriptions de type culturel des Français, le niveau de connaissance des habitants et de leur pays n'a par contre pas eu d'influence notable sur l'attribution globale de caractéristiques. Les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de la France sont en effet environ 21% à y avoir été et 79% à ne pas y avoir été, et parmi ceux qui ont attribué des caractéristiques de type culturel aux Français, ils sont 22% à y avoir été et 78% à ne pas y avoir été⁵³. Les jeunes ayant renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont de même environ 25% à avoir fait la connaissance d'un Français et 75% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux et ils sont en proportion équivalente à avoir attribué des caractéristiques de type culturel aux Français : 26% a déjà fait la connaissance d'un Français et 74% n'a jamais fait connaissance avec l'un d'eux.⁵⁴

⁵¹ Sur les 14 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 7 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en Allemagne, 6 par des jeunes n'y ayant jamais été et 1 par un jeune n'ayant pas renseigné son niveau de connaissance du pays.

⁵² Sur les 14 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 6 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand, 7 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Allemand et 1 par un jeune n'ayant pas renseigné son niveau de connaissance des habitants

⁵³ Sur les 149 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 28 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en France, 100 par des jeunes n'y ayant jamais été et 21 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance du pays

⁵⁴ Sur les 149 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 33 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Français, 94 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Français et 22 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance des habitants.

III. ASPECT LIÉ AU RAPPORT À L'ALTÉRITÉ

Le groupe du rapport à l'altérité comprend les expressions liées à l'ouverture ou la fermeture d'esprit, à la tolérance et l'intolérance (racisme, homophobie, xénophobie, attitudes discriminatoires), au rapport aux étrangers, aux immigrants, aux autres nations et cultures, mais aussi aux voyages, au cosmopolitisme et à la curiosité du monde. Autrement dit, ces expressions désignent d'une part des relations sociales qui peuvent être établies par les membres du groupe décrit avec ceux qu'ils peuvent considérer comme appartenant à des exogroupes (les membres d'autres cultures nationales, religieuses, sexuelles, etc.), et d'autre part les attitudes et comportements suscités par ces différences culturelles.

Sur l'ensemble des 2699 occurrences de caractéristiques formulées par les 137 jeunes Polonais de notre échantillon, 306 relèvent de l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens). Les descriptions liées au rapport à l'altérité représentent donc 11% de l'ensemble des occurrences attribuées aux 4 gentilés : l'aspect du rapport à l'altérité est invoqué en 3^{ème} position par les jeunes Polonais. Les écarts d'attribution sont assez peu marqués entre les gentilés (en regard des écarts relatifs aux autres aspects) : 95 des occurrences d'ordre psychique concernent le gentilé *Polacy* (soit 31%), 82 le gentilé *Niemcy* (27%), 65 le gentilé *Francuzi* (21%) et enfin 64 le gentilé *Europejczycy* (21% également) (cf. graphique n°16).

Sur l'ensemble des occurrences liées au rapport à l'altérité, on observe 149 occurrences de caractéristiques positives pour 157 négatives. On compte donc qu'environ 49% des occurrences liées au rapport à l'altérité présentent des traits positifs et 51% des négatifs : en considérant la proportion d'occurrences positives relative à chaque aspect, l'aspect du rapport à l'altérité arrive seulement en 7^{ème} position. Les Européens sont largement les mieux évalués sur le plan du rapport à l'altérité (83% des occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect du rapport à l'altérité sont jugées positivement)¹, ils sont suivis des Polonais (51%)², puis des Français (46%)³ et enfin des Allemands

¹ 53 occurrences de type positif (dont 49 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 11 occurrences de type négatif (dont 5 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

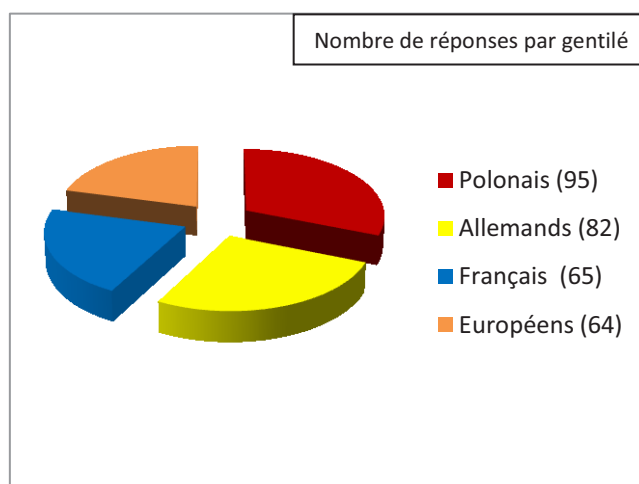
² 48 occurrences de type positif (dont 43 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 47 occurrences de type négatif (dont 43 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

(avec seulement 22%)⁴ (cf. graphique n°17).

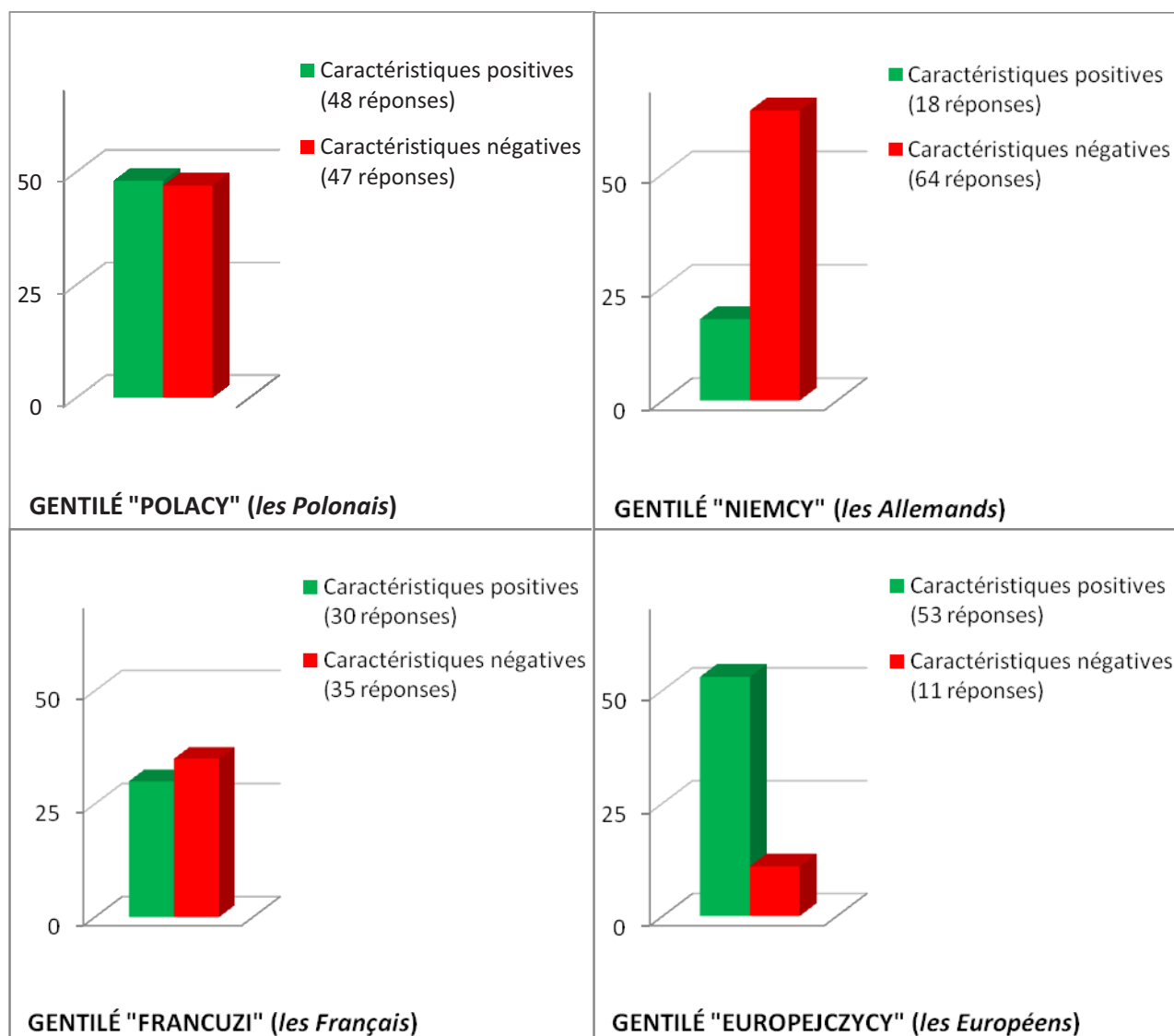
³ 30 occurrences de type positif (dont 29 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)
pour 35 occurrences de type négatif (dont 19 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

⁴ 18 occurrences de type positif (dont 10 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)
pour 64 occurrences de type négatif (dont 62 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

Graphique n°16. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect du rapport à l'altérité



Graphique n°17. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect du rapport à l'altérité



3.1. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *POLACY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires 95 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect du rapport à l'altérité, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais - nous rappelons qu'il s'agit de caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique, contrairement aux trois autres gentilés. Parmi ces réponses, 86 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°18).

- **L'ouverture d'esprit**

« *Polacy są otwarci* » → *Les Polonais sont ouverts*

Un caractère ouvert est attribué aux Polonais par les jeunes Polonais dans 27 réponses, comme trait positif.

Cette caractéristique est mise en avant en particulier par des répondants de l'est de la Pologne (12 de l'ouest pour 13 de l'est - en tenant compte du fait que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon, et deux dont l'origine n'est pas renseignée).

On retrouve 24 fois l'adjectif *otwarty* (ouvert)⁵ attribut du sujet *Polacy* (les Polonais), notamment dans les phrases suivantes où il n'est pas précisé par un complément :

x 15 : + P. *są otwarci*. → + P. sont ouverts.

x 1 : + P. *są tacy otwarci*. → + P. sont à ce point ouverts.

Parmi les phrases où l'adjectif est complété, on relève trois fois le complément *ludzi* (les gens) :

x 2 : + P. *są otwarci na ludzi*. → + P. sont ouverts aux gens.

x 1 : + P. *są otwarci na innych ludzi*. → + P. sont ouverts aux autres gens.

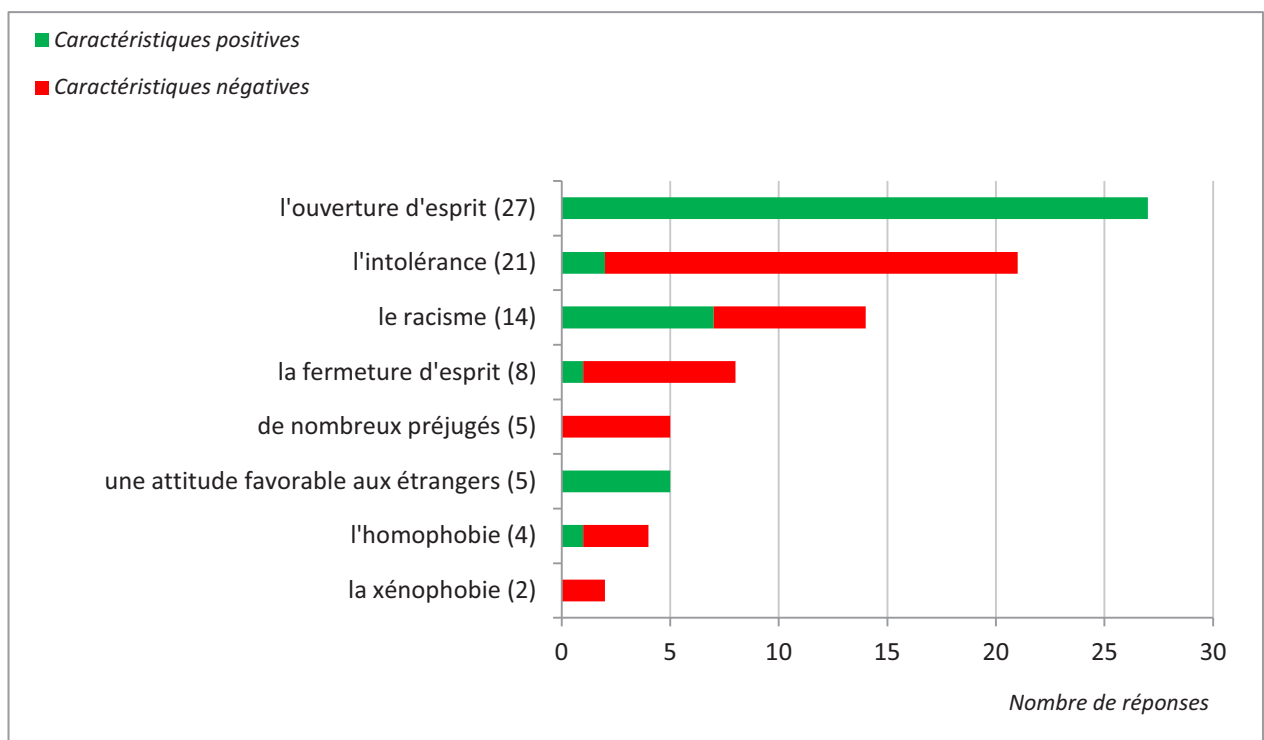
x 1 : + P. *są otwarci na nowości*. → + P. sont ouverts aux nouveautés.

x 1 : + P. *są otwarci na obcokrajowców*. *→ + P. sont ouverts aux étrangers.

La locution adverbiale *coraz bardziej* (de plus en plus) ou bien les adverbes *coraz* ou *bardziej* qui indiquent ici une augmentation sont associés 5 fois à l'adjectif *otwarty* (ouvert) ou au verbe *otwierać się* (s'ouvrir). Ces phrases indiquent non plus un état mais un processus, un changement qui se manifeste au sein de la société polonaise.

⁵ D'après son acception : « prêt à admettre et à accepter quelque chose de nouveau » (en polonais : « gotowy na przyjęcie i zaakceptowanie czegoś nowego ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°18. Caractéristiques relevant de l'aspect du rapport à l'altérité - gentilé « Polacy »



x 2 : + P. *są coraz bardziej otwarci*. → + P. sont de plus en plus ouverts.

x 1 : + P. *coraz bardziej się otwierają na obce narody*. *→ + P. s'ouvrent de plus en plus aux nations étrangères.

x 1 : + P. *stają się bardziej otwarci i tolerancyjni*. *→ + P. sont de plus en plus ouverts et tolérants.

x 1 : + P. *coraz chętniej otwierają się na inne narodowości*. *→ + P. s'ouvrent de plus en plus volontiers aux autres nationalités.

On relève encore le verbe *otwierać się* (s'ouvrir), pour exprimer un processus, dans la phrase suivante :

x 1 : + P. *otwierają się na świat*. *→ + P. s'ouvrent au monde.

Dans ces 5 dernières phrases exprimant un changement au sein de la nation polonaise, lorsque les adjectifs ou verbes signifiant l'ouverture sont complétés par un nom ou un groupe nominal, il s'agit de *narodowości* (les nationalités), *obce narody* (les nations étrangères) ou *świat* (le monde). Au contraire, les autres phrases signifiant un état d'ouverture prennent, avec une exception, pour compléments les noms *ludzi* (les gens), *nowości* (les nouveautés) ou le plus souvent aucun complément. Deux aspects différents de l'ouverture d'esprit sont ainsi présentés : les Polonais sont d'un côté vus comme ouverts aux gens en général (un état) et d'un autre comme en train de s'ouvrir aux autres nations et cultures (un processus).

• L'intolérance

« *Polacy są mało tolerancyjni* » → *Les Polonais sont peu tolérants*

Le manque de tolérance est attribué dans 21 réponses aux Polonais par les jeunes, 19 fois dans des réponses de type négatif et deux fois dans des réponses de type positif.

Cette caractéristique est présentée par des jeunes de profils très diversifiés, de différents sexes, origines et niveaux d'études.

Huit phrases figurent un manque radical de tolérance, 7 fois avec l'adjectif *nietolerancyjny* (intolérant)⁶ et une fois avec le verbe *tolerować* (tolérer)⁷ associé à l'adverbe de négation *nie* (ne...pas) :

x 6 : - P. *są nietolerancyjni*. → - P. sont intolérants.

⁶ D'après son acception : « présentant un manque de respect, de compréhension pour les points de vue, la conduite d'autres personnes » (en polonais : « odznaczający się brakiem szacunku, wyrozumiałości dla cudzych poglądów, dla cudzego postępowania ») (SJP PWN 2012)

⁷ D'après son acception : « traiter quelqu'un ou quelque chose avec compréhension » (en polonais : « traktować kogoś lub coś z wyrozumiałością ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - P. mimo wszystko są rasistowcy i nietolerancyjni. *→ - P. malgré tout sont racistes et intolérants.

x 1 : - P. nie tolerują innych. → - P. ne tolèrent pas ceux qui sont différents.

Onze phrases tempèrent davantage ce manque de tolérance, toujours en tant que caractéristique négative. Parmi ces phrases on peut souligner la récurrence de l’adverbe ou de la locution adverbiale *mało* (peu) et *za mało* (trop peu) associés à l’adjectif *tolerancyjni* (tolérant)⁸ :

x 4 : - P. są mało tolerancyjni. → - P. sont peu tolérants.

x 1 : - P. są mało tolerancyjni wobec innych. → - P. sont peu tolérants envers les autres.

x 1 : - P. są za mało tolerancyjni. → - P. sont trop peu tolérants.

x 1 : - P. są mało tolerancyjni wobec homoseksualistów i ogólnie wszelkich mniejszości. *→ - P. sont peu tolérants envers les homosexuels et de manière générale les minorités.

Dans d’autres phrases sont encore employés les adjectifs *tolerancyjni* (tolérant), *nietolerancyjni* (intolérant), ainsi que le nom *tolerancja* (la tolérance)⁹ :

x 1 : - P. często bywają nietolerancyjni. → - P. sont souvent intolérants.

x 1 : - P. nie są zbyt tolerancyjni. → - P. ne sont pas trop tolérants.

x 1 : - P. (niektórzy) posiadają niski współczynnik tolerancji dla innych wyznań, innej orientacji seksualnej, innej kultury. * → - P. (certains) ont un faible degré de tolérance envers les autres religions, envers une autre orientation sexuelle, une autre culture.

x 1 : - P. jeszcze brakuje im tolerancji dla mniejszości. → - P. il leur manque encore de la tolérance pour les minorités.

On observe ci-dessus que lorsque ces expressions relatives à l’intolérance sont précisées par un complément introduit par *wobec* (envers) ou *dla* (pour), il s’agit d’individus ou de groupes d’individus très diversifiés : *inny* (les autres) à deux reprises, *mniejszości* (les minorités) à deux reprises, *homoseksualisci* (les homosexuels) à deux reprises également et *inna orientacja seksualna* (les autres orientations sexuelles). On relève aussi la mention d’autres religions ou cultures avec *inne wyznania* (les autres religions) et *inna kultura* (une autre culture).

Deux réponses envisageant le manque de tolérance comme une caractéristique positive des Polonais ont aussi attiré notre attention. L’adjectif *tolerancyjni* (tolérant) y est complété par un adverbe d’intensité ainsi que l’adverbe de négation *nie*.

⁸ D’après son acception : « respectant des opinions, des croyances, des préférences, des comportements différents des siens » (en polonais : « szanujący czyjeś poglądy, wierzenia, upodobania, czyjeś postępowanie, różniące się od własnych ») (SJP PWN 2012)

⁹ D’après son acception : « respect pour des opinions, des croyances, des préférences différentes des siennes » (en polonais : « szacunek dla cudzych poglądów, wierzeń, upodobań, różniących się od własnych ») (SJP PWN 2012)

x 1 : + P. *nie są przesadnie tolerancyjni*. → - P. ne sont pas exagérément tolérants.

x 1 : + P. *nie są zbyt tolerancyjni*. → - P. ne sont pas trop tolérants.

- **Le racisme**

« *Polacy są rasistami* » → *Les Polonais sont racistes*

Une attitude défavorable vis-à-vis des étrangers est attribuée 14 fois aux Polonais par les jeunes Polonais, 7 fois dans des réponses positives et 7 fois dans des réponses négatives.

Ce trait est souligné en grand nombre par les plus âgés (4 de 18 à 21 ans, 10 de 22 à 25 ans) et de l'ouest de la Pologne (11 de l'ouest, deux de l'est, un dont l'origine n'est pas renseignée).

On relève 6 fois l'adjectif *rasistowski* (raciste)¹⁰ et deux fois sa forme nominale *rasista* (un raciste)¹¹.

On peut donner comme exemple les phrases suivantes :

x 2 : - P. *są rasistami*. → - P. sont racistes.

x 1 : - P. *mimo wszystko są rasistowscy i nietolerancyjni*. *→ - P. malgré tout sont racistes et intolérants.

Cependant, parmi les réponses positives incluant l'adjectif *rasistowski*, on relève trois fois une même phrase exprimant que le racisme caractérise de moins en moins les Polonais :

x 3 : + P. *są coraz mniej rasistowscy* → + P. sont de moins en moins racistes.

On retrouve deux phrases parmi les réponses positives qui comprennent l'adjectif *rasistowski* associé à l'adverbe *trochę* (un peu), pour qualifier les Polonais :

x 1 : + P. *są trochę rasistowscy*. → + P. sont un peu racistes .

x 1 : + P. *nie dopuszczają do siebie zbyt wielu obcokrajowców tj. Arabów, Żydów, Murzynów itd. (trochę rasistowskie ale co poradzę)*. → + P. n'admettent pas trop d'étrangers chez eux comme les Arabes, les Juifs, les Noirs, etc. (un peu racistes mais qu'est-ce que je peux y faire).

Six autres formulations expriment encore l'attitude défavorable des Polonais envers les étrangers, désignant cette fois des nations ou des groupes. Quatre d'entre elles font partie des réponses négatives.

¹⁰ D'après son acception : « relatif au raciste ou au racisme » (en polonais : « dotyczący rasisty lub rasizmu ») (SJP PWN 2012) et l'acception du nom *rasizm* (le racisme): « ensemble d'opinions sociopolitiques basées sur une allégation d'inégalité biologique, sociale, intellectuelle, etc. de races humaines » (en polonais : « zespół poglądów społeczno-politycznych oparty na twierdzeniu o nierówności biologicznej, społecznej, intelektualnej itp. ras ludzkich ») (SJP PWN 2012)

¹¹ D'après son acception : « adhérent au racisme » (en polonais : « zwolennik rasizmu ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - P. *są mało wyrozumiali w stosunku do Czarnoskórych*. → - P. sont peu compréhensifs envers ceux qui ont la peau noire.

x 1 : - P. *są często negatywnie nastawieni do innych narodów (Żydzi, Niemcy)*. → - P. ont souvent une attitude négative envers les autres nations (Juifs, Allemands).

x 1 : - P. *ich przekonania definiowane są przez historię (germanofobia, rusofobia)*. *→ - P. leurs convictions sont définies par l'histoire (germanophobie, russophobie).

x 1 : - P. *wciąż są trochę « zacofani » w stosunku do innych narodowości (Afroamerykanin na ulicy ciągle potrafi przyciągać masę spojrzeń)*. → - P. sont toujours un peu « rétrogrades » envers les autres nations (un Afro-américain dans la rue réussit tout le temps à attirer quantité de regards).

Deux autres de ces formulations font partie des réponses de type positif :

x 1 : + P. *nie lubią Żydów i Murzynów*. → + P. n'aiment pas les Juifs et les Noirs.

x 1 : + P. *nie lubią Niemców*. → + P. n'aiment pas les Allemands.

Ainsi, si l'on observe les groupes concernés par cette attitude défavorable des Polonais, on trouve en premier les personnes de couleur, mentionnées trois fois : avec les termes *Murzyn* (un Noir/un nègre, terme péjoratif), *Czarnoskóry* (une personne à la peau noire) et *Afroamerykanin* (un Afro-américain). Les Allemands sont aussi visés deux fois, avec les noms *Niemiec* (un Allemand) et *germanofobia* (la germanophobie). On relève aussi que deux fois les Juifs sont concernés, avec le nom *Żyd* (un Juif), ainsi que les Russes avec le terme *rusofobia* (la russophobie) et les Arabes avec le nom *Arab* (un Arabe).

• La fermeture d'esprit

« *Polacy są zamknięci* » → *Les Polonais sont fermés*

Un esprit fermé est attribué aux Polonais par les jeunes Polonais dans 8 réponses (7 fois comme caractéristique négative et une fois comme caractéristique positive).

Il est mis en avant essentiellement par des jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures (7 jeunes faisant ou ayant fait des études, aucun jeune sans études, un jeune dont le niveau d'études n'est pas renseigné), originaires de grandes villes (un d'une ville de moins de 100 000 habitants, 5 de plus de 100 000 habitants et deux dont l'origine n'est pas renseignée).

L'adjectif *zamknięty* (fermé)¹² apparaît à 4 reprises, trois fois comme caractéristique négative :

x 1 : - P. *są często zamknięci na innych*. → - P. sont souvent fermés aux autres.

¹² D'après son acception : « celui à qui on ne peut accéder ou qui s'isole » (en polonais : « taki, do którego nie ma dostępu lub który się izoluje ») (WSJP 2007-2010)

x 1 : - P. *są zamknięci na inne kultury*. → - P. sont fermés aux autres cultures.

x 1 : - P. *są zamknięci w sobie*. → - P. sont renfermés sur eux-mêmes.

Cet adjectif apparaît aussi une fois pour indiquer une caractéristique positive :

x 1 : + P. *są zamknięci na islam*. *→ + P. sont fermés à l'islam.

Comme parasynonyme de *zamknięty*, on note aussi l'adjectif *zaściankowy* (étroit d'esprit), pour rendre compte d'un trait de type négatif :

x 1 : - P. *są zaściankowi*. → - P. sont étroits d'esprit.

Pour caractériser à nouveau la fermeture d'esprit comme un trait négatif, on relève à trois reprises l'adjectif *otwarty* (ouvert)¹³ complété par l'adverbe *mało* (peu) ou par l'adverbe de négation *nie* :

x 1 : - P. *są mało otwarci*. → - P. sont peu ouverts.

x 1 : - P. *są mało otwarci seksualnie*. → - P. sont peu ouverts sexuellement.

x 1 : - P. *nie są otwarci na nowości*. → - P. ne sont pas ouverts à la nouveauté.

• De nombreux préjugés

« *Polacy mają dużo uprzedzeń* » → *Les Polonais ont beaucoup de préjugés*

Les préjugés, et plus généralement une vision généralisante du monde ou des autres, sont accordés aux Polonais par les jeunes à 5 reprises, comme caractéristique négative.

Cette caractéristique est avancée principalement par des jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures (4 jeunes avec études, un jeune sans études), de l'ouest de la Pologne (4 de l'ouest, un dont l'origine n'est pas renseignée).

Trois phrases présentent le nom commun *uprzedzenie* (le préjugé)¹⁴ associé à un adverbe de quantité, tel que *dużo* (beaucoup de) ou *sporo* (pas mal de) :

x 2 : - P. *mają dużo uprzedzeń*. → - P. ont beaucoup de préjugés.

x 1 : - P. *mają sporo uprzedzeń*. → - P. ont pas mal de préjugés.

¹³ D'après son acception : « prêt à admettre et à accepter quelque chose de nouveau » (en polonais : « gotowy na przyjęcie i zaakceptowanie czegoś nowego ») (SJP PWN 2012)

¹⁴ D'après son acception : « aversion généralement injustifiée, sentiment hostile envers quelqu'un, quelque chose » (en polonais : « zwykle nieuzasadniona niechęć, nieprzyjazne uczucie w stosunku do kogoś, do czegoś ») (SJP PWN 2012)

Deux autres formulations rendent également compte de cette attitude généralisante attribuée aux Polonais:

x 1 : - P. *kierują się stereotypami*. → - P. sont guidés par les stéréotypes.

x 1 : - P. *generalizują pojęcie przeciętnego Niemca*. → - P. généralisent le concept de l'Allemand moyen.

- **Une attitude favorable aux étrangers**

« *Polacy są dobrze nastawieni do obcokrajowców* » → *Les Polonais ont une attitude favorable aux étrangers*

Une attitude favorable aux étrangers est accordée de manière positive aux Polonais par les jeunes, dans 5 réponses.

Elle est mise en avant par des répondants de types très différents.

On retrouve ainsi les adjectifs *przyjazny* (amical)¹⁵, *miły* (gentil)¹⁶, *otwarty* (ouvert)¹⁷ ou encore le verbe *otwierać się na* (s'ouvrir à) visant directement les étrangers désignés par les termes *obcokrajowcy* (les étrangers), *inne narody* ou bien *obce narody* (« les autres nations » ou « les nations étrangères »).

x 1 : + P. *są przyjaźni i mili dla innych narodów*. *→ + P. sont amicaux et gentils envers les autres nations.

x 1 : + P. *są przyjaźnie nastawieni do obcokrajowców (no do prawie wszystkich)*. *→ + P. ont une attitude amicale envers les étrangers (enfin envers presque tous).

x 1 : + P. *są otwarci na obcokrajowców*. *→ + P. sont ouverts aux étrangers.

x 1 : + P. *coraz chętniej otwierają się na inne narodowości*. *→ + P. s'ouvrent de plus en plus volontiers aux autres nationalités.

x 1 : + P. *coraz bardziej się otwierają na obce narody*. *→ + P. s'ouvrent de plus en plus aux nations étrangères.

¹⁵ D'après son acception : « nourrissant pour quelqu'un un sentiment d'amitié » (en polonais : « żywiący dla kogoś uczucie przyjaźni ») (SJP PWN 2012)

¹⁶ D'après son acception : « proche de quelqu'un sur le plan émotionnel » (en polonais : « bliski komuś uczuciowo ») (SJP PWN 2012)

¹⁷ D'après son acception : « prêt à admettre et à accepter quelque chose de nouveau » (en polonais : « gotowy na przyjęcie i zaakceptowanie czegoś nowego ») (SJP PWN 2012)

- **L'homophobie**

« *Polacy są homofobiczni* » → *Les Polonais sont homophobes*

Une attitude défavorable vis-à-vis des personnes homosexuelles est accordée aux Polonais par les jeunes dans 4 réponses, trois fois comme caractéristique négative et une fois comme caractéristique positive. Elle est évoquée par des jeunes de différents profils.

Parmi les réponses de type négatif, on relève l'adjectif *homofobiczny* (homophobe)¹⁸ :

x 1 : - P. *są homofobiczni*. → - P. sont homophobes.

Dans des phrases déjà citées plus haut, on observe aussi l'adjectif *tolerancyjny* (tolérant)¹⁹ et sa forme nominale *tolerancja* (la tolérance)²⁰ associés directement ou indirectement aux termes évaluatifs négatifs *malo* (peu) et *niski* (bas). Il est dans ces phrases question en particulier des personnes homosexuelles avec les termes *homoseksualiści* (les homosexuels) et *inna orientacja seksualna* (une autre orientation sexuelle) :

x 1 : - P. *są mało tolerancyjni wobec homoseksualistów i ogólnie wszelkich mniejszości*. *→ - P. sont peu tolérants envers les homosexuels et de manière générale les minorités.

x 1 : - P. *(niektórzy) posiadają niski współczynnik tolerancji dla innych wyznań, innej orientacji seksualnej, innej kultury*. *→ - P. (certains) ont un faible degré de tolérance envers les autres religions, envers une autre orientation sexuelle, une autre culture.

Une autre phrase dans laquelle les homosexuels sont désignés par le terme familier *gej* (un gay)²¹ exprime une attitude défavorable voire un rejet des homosexuels par les Polonais, cette fois comme caractéristique positive :

x 1 : + P. *nie akceptują gejów u siebie w kraju*. → + P. n'acceptent pas les gays dans leur propre pays.

¹⁸ D'après son acception : « forte aversion envers les homosexuels ou l'homosexualité » (en polonais : « silna niechęć do homoseksualistów i homoseksualizmu ») (WSJP 2007-2010)

¹⁹ D'après son acception : « respectant des opinions, des croyances, des préférences, des comportements différents des siens » (en polonais : « szanujący czyjeś poglądy, wierzenia, upodobania, czyjeś postępowanie, różniące się od własnych ») (SJP PWN 2012)

²⁰ D'après son acception : « respect pour des opinions, des croyances, des préférences différentes des siennes » (en polonais : « szacunek dla cudzych poglądów, wierzeń, upodobań, różniących się od własnych ») (SJP PWN 2012)

²¹ D'après son acception : « un homosexuel » (en polonais : « homoseksualista ») (SJP PWN 2012)

- **La xénophobie**

« *Polacy są ksenofobami* » → *Les Polonais sont xénophobes*

La xénophobie est attribuée par les jeunes aux Polonais dans deux réponses, comme caractéristique négative, avec le nom *ksenofob* (un xénophobe)²². Bien qu'il n'y ait que deux occurrences de cette caractéristique, le racisme et l'homophobie accordés aux Polonais et mentionnés précédemment relèvent aussi de la xénophobie, c'est pourquoi nous avons choisi de les citer exceptionnellement :

x 2 : - P. *są ksenofobami*. → - P. sont des xénophobes.

- **Occurrences uniques ou doubles de caractéristiques relevant de l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension du gentilé *Polacy***

On trouve encore des expressions répétées deux fois, relatives à l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : les voyages (2), le cosmopolitisme (2), une tolérance de plus en plus grande (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : le fait de peu voyager (2) et un manque d'ouverture à la nouveauté (2).

²² D'après l'acception de *ksenofobia* (la xénophobie): « aversion, attitude hostile envers les étrangers et ce qui est étranger » (en polonais : « niechętny, wrogi stosunek do cudzoziemców i cudzoziemszczyzny ») (SJP PWN 2012)

3.2. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ NIEMCY

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 82 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect du rapport à l'altérité, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais (caractéristiques cette fois d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 72 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°19).

- **Un manque d'affection pour les Polonais**

« *Niemcy nie lubią Polaków* » → *Les Allemands n'aiment pas les Polonais*

Une attitude négative des Allemands vis-à-vis des Polonais est avancée par les jeunes Polonais dans 22 réponses de type négatif.

Cette caractéristique est davantage mise en avant par les répondants les plus âgés de notre échantillon (4 jeunes de 18 à 21 ans, 18 de 22 à 25 ans), ayant déjà été en Allemagne (12 ont déjà été en Allemagne, 6 n'y ont jamais été, 4 n'ont pas renseigné cette information).

Le fait que les Allemands n'aiment pas, voire détestent, les Polonais est mis en avant trois fois avec le verbe *lubić* (aimer) associé à un adverbe de négation et une fois avec le verbe *nienawidzić* (détester) :

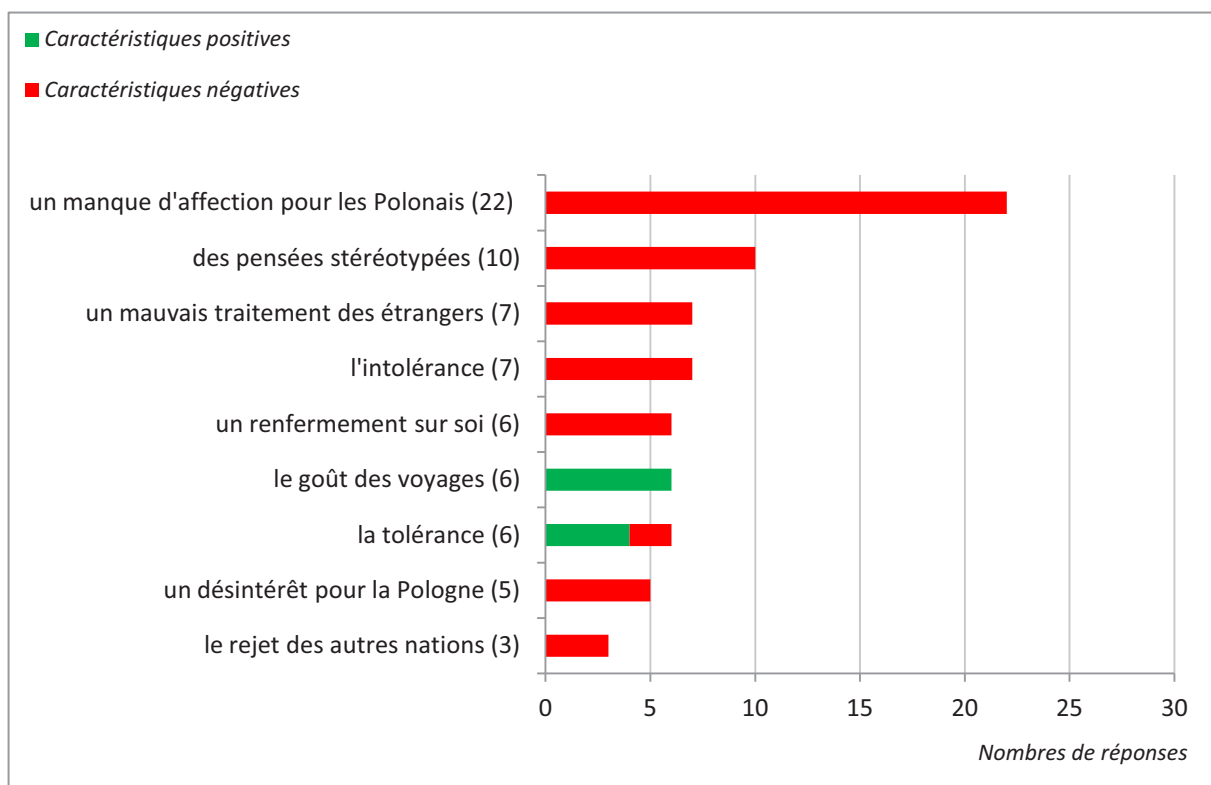
x 2 : - N. *nie lubią Polaków*. → - A. n'aiment pas les Polonais.

x 1 : - N. *mowią że lubią Polaków a tak nie jest*. → - A. disent qu'ils aiment les Polonais mais ce n'est pas le cas.

x 1 : - N. *nienawidzą Polaków*. → - A. détestent les Polonais.

Dans 6 phrases, les répondants évoquent des représentations généralisantes des Polonais qui seraient partagées par les Allemands. Dans ces réponses, on relève les termes *stereotyp* (le stéréotype) et *stereotypowo* (de manière stéréotypique), et dans un même ordre d'idée les groupes nominaux

Graphique n°19. Caractéristiques relevant de l'aspect du rapport à l'altérité - gentilé « Niemcy »



uprzedzenie (le préjugé)²³ et *pojęcie przeciętnego Polaka* (le concept du Polonais moyen) :

- x 2 : - N. *mają uprzedzenia do Polaków.* *→ - A. ont des préjugés sur les Polonais.
- x 1 : - N. *myślą stereotypowo o naszym narodzie.* *→ - A. ont des pensées stéréotypées sur notre nation.
- x 1 : - N. *generalizują pojęcie przeciętnego Polaka.* *→ - A. généralisent le concept du Polonais moyen.
- x 1 : - N. *pielęgnują negatywny stereotyp Polaka.* *→ - A. cultivent un stéréotype négatif du Polonais.
- x 1 : - N. *stereotypowo myślą o Polakach, jako np. o złodziejach samochodów.* *→ - A. pensent aux Polonais de manière stéréotypée, comme par ex. des voleurs de voitures.

Dans la dernière réponse citée ci-dessus, on trouve le stéréotype du Polonais voleur, et plus précisément le stéréotype du Polonais voleur de voitures, qui serait partagé par les Allemands. Cette idée est retrouvée dans deux autres phrases avec les noms : *złodziej* (le voleur) et *kradzież* (le vol).

- x 1 : - N. *uważają Polaków za złodzieji.* → - A. considèrent les Polonais comme des voleurs.
- x 1 : - N. *oskarżają Polaków o kradzież zwłaszcza samochodów.* → - A. accusent les Polonais de vols, surtout de voitures.

Cette attitude négative vis-à-vis des polonais est aussi exprimée avec le nom commun *stosunek* (l'attitude) qualifié par l'adjectif *zły* (mauvais) ou son parasyonyme *negatywny* (négatif) :

- x 1 : - N. *mają nadal zły stosunek do Polski i Polaków.* → - A. ont toujours une mauvaise attitude à l'égard de la Pologne et des Polonais.
- x 1 : - N. *mają raczej negatywny stosunek do Polaków.* → - A. ont plutôt une attitude négative à l'égard des Polonais.

Une autre phrase rend aussi compte de cette attitude défavorable des Allemands à l'égard des Polonais, de manière implicite :

- x 1 : - N. *myślą to samo o Polakach co Polacy o Niemcach.* ./ → - A. pensent la même chose des Polonais que les Polonais des Allemands. ./

L'idée que les Allemands se moquent des Polonais est aussi évoquée avec les verbes parasyonymes *śmiać się z* (rire de, se moquer de) et *wyśmiewać się* (se moquer de, tourner en dérision) :

- x 1 : - N. *śmieją się z Polaków.* → - A. se moquent des Polonais.
- x 1 : - N. *często wyśmiewają się z Polaków.* → - A. se moquent souvent des Polonais.

²³ D'après son acception : « aversion généralement injustifiée, sentiment hostile envers quelqu'un, quelque chose » (en polonais : « zwykle nieuzasadniona niechęć, nieprzyjazne uczucie w stosunku do kogoś, do czegoś ») (WSJP 2007-2010)

On trouve l'expression d'une attitude dévalorisante pour les Polonais de la part des Allemands, avec les verbes ou expressions *gardzić* (mépriser, dédaigner), *mieć poczucie wyższości* (avoir un sentiment de supériorité), *traktować z góry* (prendre de haut) ou encore *nie szanować* (ne pas respecter) :

x 1 : - N. *gardzą Polakami*. → - A. méprisent les Polonais.

x 1 : - N. *mają poczucie wyższości nad Polakami*. → - A. ont un sentiment de supériorité vis-à-vis des Polonais.

x 1 : - N. *traktują Polaków z góry*. → A. prennent les Polonais de haut.

x 1 : - N. *nie szanują Polaków*. → - A. ne respectent pas les Polonais.

Enfin, dans une dernière phrase, il est question de la peur ressentie par les Allemands face aux Polonais, du fait qu'ils puissent entrer sur le marché du travail allemand (l'ouverture totale du marché du travail dans l'Union européenne pour la Pologne comme pour d'autres pays d'Europe centrale et orientale devait avoir lieu peu de temps après la réalisation de l'enquête, le 1^{er} mai 2011):

x 1 : - N. *boją się otwarcia rynku pracy dla Polaków*. → - A. ont peur d'ouvrir le marché du travail au Polonais.

- **Des pensées stéréotypées**

« *Niemcy myślą stereotypowo* » → *Les Allemands pensent avec des stéréotypes*

Le fait que les Allemands aient de manière générale des idées, des pensées stéréotypées, est présenté par les jeunes Polonais dans 10 réponses négatives.

Cette caractéristique est évoquée par des jeunes essentiellement de sexe féminin (deux hommes, 8 femmes), comptant parmi les plus âgés de notre échantillon (deux de 18 à 21 ans, 8 de 22 à 25 ans). Ces répondants font ou ont fait pour la plupart des études supérieures (7 avec études, un sans).

Ces pensées stéréotypées leur sont attribuées de manière générale avec les expressions *myśleć stereotypowo* (penser de manière stéréotypée) et *kierować się stereotypami* (être guidé par les stéréotypes).

x 2 : - N. *myślą stereotypowo*. → - A. pensent de manière stéréotypée.

x 1 : - N. *kierują się stereotypami*. → - A. sont guidés par les stéréotypes.

On retrouve aussi un parasynonyme du nom *stereotyp* (le stéréotype) dans le langage courant : *uprzedzenie* (le préjugé)²⁴.

x 1 : - N. *mają wiele uprzedzeń*. → - A. ont beaucoup de préjugés.

x 2 : - N. *mają uprzedzenia do Polaków*. *→ - A. ont des préjugés sur les Polonais.

Comme nous l'avons vu dans le paragraphe précédent, ces idées généralisantes attribuées aux Allemands prennent souvent pour objet les Polonais :

x 1 : - N. *stereotypowo myślą o Polakach, jako np. o złodziejach samochodów*. *→ - A. Ils pensent de manière stéréotypée aux Polonais, comme par ex. des voleurs de voitures.

x 1 : - N. *pielegnują negatywny stereotyp Polaka*. *→ - A. cultivent un stéréotype négatif du Polonais.

x 1 : - N. *myślą stereotypowo o naszym narodzie*. *→ - A. pensent à notre nation de manière stéréotypée.

x 1 : - N. *generalizują pojęcie przeciętnego Polaka*. *→ - A. généralisent le concept du Polonais moyen.

- **Un mauvais traitement des étrangers**

« *Niemcy źle traktują obcokrajowców* » → *Les Allemands traitent mal les étrangers*

Un mauvais comportement des Allemands vis-à-vis des étrangers est décrit par les jeunes Polonais dans 7 réponses de type négatif.

Il est principalement mis en avant par des jeunes de sexe féminin (deux hommes, 5 femmes), comptant parmi les plus âgés de notre échantillon (un de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans) et issus de grandes villes (un originaire d'une ville de moins de 100 000 habitants, 5 de plus de 100 000 habitants, un non renseigné). Les répondants ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand ont en particulier avancé cette caractéristique (4 ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, un jamais, deux n'ont pas renseigné cette information).

Deux phrases présentent cette caractéristique avec les expressions *źle traktować* (maltraiter) et *wyzyskiwać* (exploiter)²⁵, prenant de manière générale pour complément *emigranci* (les émigrants) et *obcokrajowcy* (les étrangers) :

x 1 : - N. *źle traktują emigrantów*. → - A. traitent mal les émigrants.

x 1 : - N. *wyzyskują obcokrajowców – praca na czarno*. → - A. exploitent les étrangers - travail au noir.

²⁴ D'après son acception : « aversion généralement injustifiée, sentiment hostile envers quelqu'un, quelque chose » (en polonais : « zwykle nieuzasadniona niechęć, nieprzyjazne uczucie w stosunku do kogoś, do czegoś ») (WSJP 2007-2010)

²⁵ D'après son acception : « obtenir un avantage en donnant à quelqu'un des responsabilités ou des tâches excessives alors qu'elles ne lui incombent pas » (en polonais : « osiągnąć jakąś korzyść, obciążając kogoś nadmiernymi obowiązkami lub zadaniami, których wykonanie do niego nie należy ») (SJP PWN 2012)

Cependant, dans trois autres phrases où le verbe *wykorzystywać* (exploiter, profiter de)²⁶ est employé, il est directement question des Polonais et Polonaises :

x 2 : - N. *wykorzystują Polaków*. → - A. exploitent les Polonais.

x 1 : - N. *mając brzydkie kobiety wykorzystują i porzucają Polki*. *→ - A. ayant des femmes laides ils exploitent et abandonnent les Polonaises.

Deux autres phrases portent sur la minorité turque vivant en Allemagne, avec le nom *Turcy* (les Turcs) :

x 1 : - N. *są bardzo negatywnie nastawieni do Turków, którym uprzednio pozwolili się osiedlić w ich kraju*. → - A. ont une attitude très négative à l'égard des Turcs à qui ils ont tout d'abord autorisé de s'installer dans leur pays.

x 1 : - N. *często starają się narzucić innym narodowościom na terenie Niemiec pewien wzorzec, jak np. Turkom, nie potrafią zaakceptować odmierności*. → - A. essayent souvent d'imposer certains standards aux autres nationalités sur le territoire allemand, comme par ex. les Turcs, ils ne parviennent pas à accepter l'altérité.

• L'intolérance

« *Niemcy są nietolerancyjni* » → *Les Allemands sont intolérants*

L'intolérance est attribuée 7 fois aux Allemands par les jeunes Polonais, comme caractéristique négative.

Les répondants comptent en grande partie parmi les plus âgés de l'échantillon (un de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans). On remarque aussi que trois d'entre eux sont des étudiants de philologie allemande et qu'un bon nombre est déjà allé en Allemagne (5 ont déjà été en Allemagne, un jamais, un non renseigné).

Les 7 fois, on relève l'adjectif qualificatif *tolerancyjny* (tolérant)²⁷, 6 fois complété par le préfixe *nie-* (qui indique l'opposition).

x 6 : - N. *są nietolerancyjni*. → - A. sont intolérants.

x 1 : - N. *często udają tolerancyjny naród (ukryta nietolerancja)*. → - A. font souvent semblant d'être une nation tolérante (intolérance cachée).

²⁶ D'après son acception : « se servir de quelqu'un pour atteindre ses propres objectifs » (en polonais : « *posłużyć się kimś, aby zrealizować własne cele* ») (SJP PWN 2012)

²⁷ D'après son acception : « respectant des opinions, des croyances, des préférences, des comportements différents des siens » (en polonais : « *szanujący czyjeś poglądy, wierzenia, upodobania, czyjeś postępowanie, różniące się od własnych* ») (SJP PWN 2012)

- **Un renfermement sur soi**

« *Niemcy są zamknięci w sobie* » → *Les Allemands sont renfermés sur eux-mêmes*

Le renferment sur soi est présenté dans 6 réponses par les jeunes Polonais, comme trait négatif des Allemands.

Il est souvent présenté par des jeunes de sexe féminin (un homme, 4 femmes, un dont le sexe n'est pas renseigné), originaires des plus grandes villes (un d'une ville de moins de 100 000 habitants, 5 de plus de 100 000 habitants). La plupart est déjà allée en Allemagne (5 répondants sur 6).

L'adjectif *zamknięty* (fermé)²⁸ est 4 fois attribut du sujet :

x 3 : - N. *są zamknięci w sobie*. → - A. sont renfermés sur eux-mêmes.

x 1 : - N. *są zamknięci na innych, z rezerwą*. → - A. sont fermés aux autres, avec de la réserve.

Son antonyme, *otwarty* (ouvert)²⁹, est aussi deux fois attribut du sujet, associé aux adverbes *nie* (ne ... pas) ou *mało* (peu) :

x 1 : - N. *nie są otwarci*. → - A. ne sont pas ouverts.

x 1 : - N. *mało otwarci na ludzi*. → - A. sont peu ouverts au gens.

- **Le goût des voyages**

« *Niemcy podróżują* » → *Les Allemands voyagent*

Le fait de voyager ou d'aimer voyager est attribué aux Allemands par les jeunes Polonais 6 fois, de manière positive.

Il est présenté par des répondants aux profils très variés, ayant le plus souvent été en Allemagne (4 ont déjà été en Allemagne, un n'y a jamais été, un n'a pas renseigné cette information).

Le verbe *podróżować* est employé 5 fois.

x 2 : + N. *dużo podróżują*. → + A. voyagent beaucoup.

x 1 : + N. *podróżują, robią praktyki*. → + A. voyagent, font des stages.

x 1 : + N. *podróżują za granicę na wakacje*. → + A. voyagent à l'étranger pour les vacances.

x 1 : + N. *lubią podróżować po świecie*. → + A. aiment voyager à travers le monde.

²⁸ D'après son acception : « celui à qui on ne peut accéder ou qui s'isole » (en polonais : « taki, do którego nie ma dostępu lub który się izoluje ») (WSJP 2007-2010)

²⁹ D'après son acception : « prêt à admettre et à accepter quelque chose de nouveau » (en polonais : « gotowy na przyjęcie i zaakceptowanie czegoś nowego ») (SJP PWN 2012)

La phrase suivante, avec l'expression *być obyty w świecie* (être accoutumé/savoir se conduire de manière appropriée dans le monde)³⁰, induit aussi que les Allemands voyagent dans différents coins du monde :

x 1 : + N. *są obyci w świecie*. *→ + A. savent se conduire de manière appropriée dans le monde.

- **La tolérance**

« *Niemcy są tolerancyjni* » → *Les Allemands sont tolérants*

La tolérance, en opposition à l'intolérance mentionnée ultérieurement, est conférée aux Allemands par les jeunes Polonais dans 6 réponses, 4 fois de manière positive et deux fois de manière négative.

Elle est mise principalement en avant par les jeunes comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (5 jeunes de 22 à 25 ans, un dont l'âge n'est pas renseigné), faisant ou ayant fait des études supérieures (5 avec études, un sans) et originaires des plus grandes villes (un d'une ville de moins de 100 000 habitants, 5 de plus de 100 000 habitants).

Parmi les réponses de type positif, on relève l'adjectif *tolerancyjni* (tolérant)³¹ employé 3 fois et sa forme verbale *tolerować* (tolérer)³² une fois :

x 1 : + N. *są tolerancyjni*. → + A. sont tolérants.

x 1 : + N. *tolerują wszystkich*. → + A. tolèrent tout le monde.

x 1 : + N. *są tolerancyjni (do pewnego momentu jest to dobre)*. → + A. sont tolérants (c'est bien jusqu'à un certain moment).

x 1 : + N. *są tolerancyjni (tzn. teraz, bo kiedyś mieli z tym problem. ;)* → + A. sont tolérants (c-à-d maintenant car avant ils avaient des problèmes avec ça. ;)

Dans les réponses négatives, on retrouve l'adjectif *tolerancyjni* (tolérant) et le substantif *tolerancja* (la tolérance)³³ toujours formés sur le même radical.

La tolérance y est cependant dépeinte comme très grande, voire trop grande, avec les termes *zbyt* (trop) ou encore *skrajnie duży* (extrêmement grand).

³⁰ D'après l'acception de *obyty* : « sachant se comporter en société » (en polonais : « *umiejący się zachować w towarzystwie* ») (SJP PWN 2012)

³¹ D'après son acception : « respectant des opinions, des croyances, des préférences, des comportements différents des siens » (en polonais : « *szanujący czyjeś poglądy, wierzenia, upodobania, czyjeś postępowanie, różniące się od własnych* ») (SJP PWN 2012)

³² D'après son acception : « traiter quelqu'un ou quelque chose avec compréhension » (en polonais : « *traktować kogoś lub coś z wyrozumiałością* ») (SJP PWN 2012)

³³ D'après son acception : « respect pour des opinions, des croyances, des préférences différentes des siennes » (en polonais : « *szacunek dla cudzych poglądów, wierzeń, upodobań, różniących się od własnych* ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - N. *są zbyt tolerancyjni wobec obcokrajowców w swoim kraju.* → - A. sont trop tolérants envers les étrangers dans leur pays.

x 1 : - N. *nie potrafią poradzić sobie z problemem zanikania ich kultury, tożsamości, dziedzictwa szeroko rozumianego ze względu na długotrwałą, skrajnie dużą tolerancję.* *→ - A. n'arrivent pas à se débrouiller avec le dépérissement de leur culture, de leur identité, de leur patrimoine largement compris, en raison d'une tolérance extrême, de longue durée.

- **Un désintéret pour la Pologne**

« *Niemcy nie interesują się Polską* » → *Les Allemands ne s'intéressent pas à la Pologne*

Le désintéret des Allemands envers la Pologne est présenté par les jeunes Polonais dans 5 réponses de type négatif.

Il est évoqué par des répondants faisant ou ayant fait des études supérieures, originaires en particulier de l'est de la Pologne (deux jeunes de l'ouest, trois de l'est - sachant que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon).

Dans les trois premières phrases ci-dessous, où il est explicitement question de la Pologne avec le nom propre *Polska* (la Pologne), on relève des expressions marquant le désintéret ou la distance, comme *ograniczyć kontakty* (limiter les contacts), *nie wspierać* (ne pas soutenir) et *nie interesować się* (ne pas s'intéresser).

x 1 : - N. *ograniczają kontakty z Polską.* → - A. limitent les contacts avec les Polonais.

x 1 : - N. *nie wspierają Polski w działaniach.* → - A. ne soutiennent pas la Pologne dans ses activités.

x 1 : - N. *nie interesują się Polską.* → - A. ne s'intéressent pas à la Pologne.

Il est question d'un désintéret envers les pays de l'est en général dans les deux autres phrases, avec les expressions *kierować się* (s'orienter) et *niewiele wiedzieć* (ne pas beaucoup savoir).

x 1 : - N. *kierują się tylko w stronę Zachodu.* → - A. s'orientent seulement vers l'Ouest.

x 1 : - N. *niewiele wiedzą o Europie Wschodniej.* → - A. ne savent pas beaucoup sur l'Europe de l'Est.

- **Le rejet des autres nations**

« *Niemcy nie akceptują innych narodów* » → *Les Allemands n'acceptent pas les autres nations*

Le rejet des autres nations revient dans trois réponses de type négatif.

Il est évoqué par des jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures, originaires des plus petites villes (moins de 100 000 habitants) de l'ouest de la Pologne.

Ce rejet est exprimé avec les expressions *nie akceptować* (ne pas accepter), *nie lubić* (ne pas aimer) et *nie integrować się* (ne pas s'intégrer).

x 1 : - N. *zaczynają nie akceptować mniejszości*. → - A. commencent à ne pas accepter les minorités.

x 1 : - N. *nie lubią Murzynów*. → - A. n'aiment pas les Noirs.

x 1 : - N. *nie integrują się z innymi nacjami*. → - A. ne s'intègrent pas aux autres nations.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension du gentilé *Niemcy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles relatives à l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : l'ouverture d'esprit (2), le cosmopolitisme (2), le respect des différences (1), un regard favorable à l'immigration (1), le fait d'apprécier les Polonais (1) et le fait de veiller à leurs intérêts et à leur pays (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : le fait d'être considérés comme les ennemis des Polonais (1) et les parades d'homosexuels (1).

3.3. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *FRANCUZI*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 64 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect du rapport à l'altérité, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 48 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins 3 fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°20).

- **L'ouverture d'esprit**

« *Francuzi są otwarci* » → *les Français sont ouverts*

L'ouverture d'esprit est attribuée aux Français par les jeunes Polonais comme une caractéristique le plus souvent positive, dans les 19 réponses relevées (18 occurrences de type positif pour une de type négatif).

Cette attitude est surtout présentée par des répondants de sexe féminin (4 hommes, 14 femmes, un dont le sexe n'est pas renseigné), faisant ou ayant fait des études supérieures (17 avec études, un sans, un non renseigné), de l'ouest de la Pologne (13 de l'ouest, trois de l'est, trois non renseigné). On remarque qu'une partie non négligeable d'entre eux a déjà fait la connaissance d'un Français (6 ont déjà rencontré un Français, 5 jamais, 8 non renseigné - en tenant compte du fait que les jeunes ayant déjà rencontré un Français sont près de trois fois moins nombreux dans l'échantillon). Onze de ces répondants sont de plus des étudiantes de philologie romane rattachées à différentes universités polonaises.

Dans les réponses de type positif, on retrouve 18 fois l'adjectif *otwarty* (ouvert)³⁴ pour qualifier le substantif *Francuzi* (les Français), deux fois seulement complété par un groupe prépositionnel :

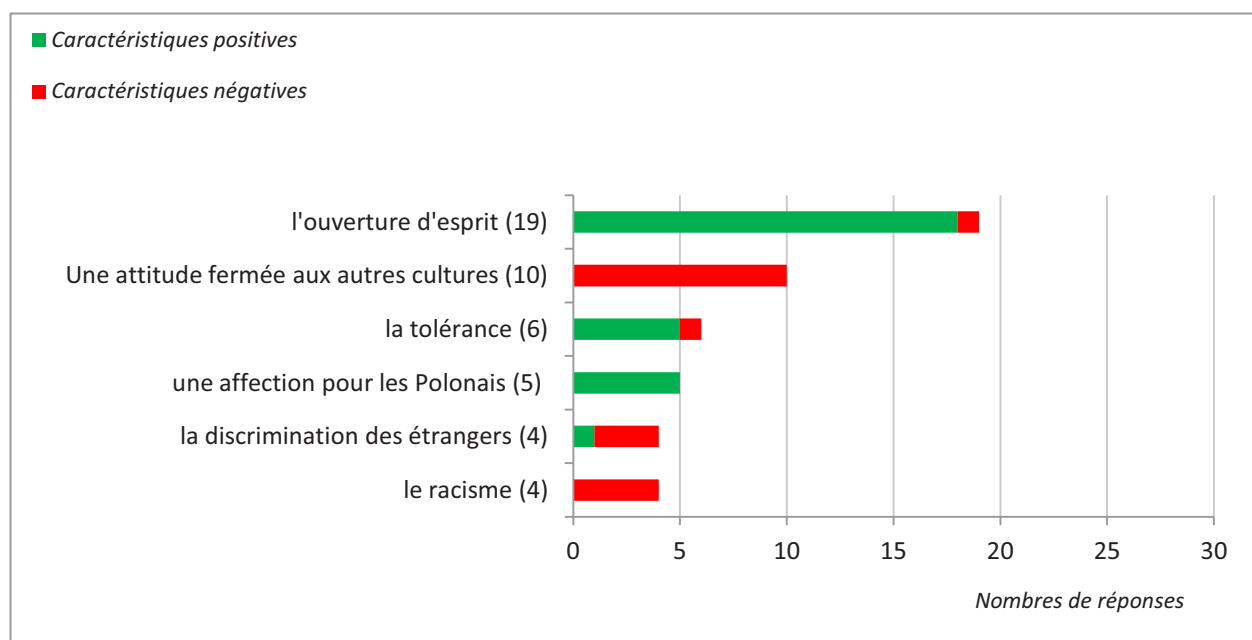
x 16 : + F. *są otwarci*. → + F. sont ouverts.

x 1 : + F. *są otwarci na nowych ludzi*. → + F. sont ouverts à de nouveaux gens.

x 1 : + F. *są otwarci na inne kultury*. → + F. sont ouverts à d'autres cultures.

³⁴ D'après son acception : « prêt à admettre et à accepter quelque chose de nouveau » (en polonais : « gotowy na przyjęcie i zaakceptowanie czegoś nowego ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°20. Caractéristiques relevant de l'aspect du rapport à l'altérité – gentilé « Francuzi »



Dans la réponse de type négatif, on retrouve également l'adjectif *otwarty* (ouvert) :

x 1 : - F. nie potrafią sobie poradzić z imigrantami, mimo że pokazują siebie jako bardzo otwarty i tolerancyjny kraj. *→ - F. ne parviennent pas à se débrouiller avec les immigrés bien qu'ils se montrent comme étant un pays très ouvert et tolérant.

- **Une attitude fermée aux autres cultures**

« *Francuzi są zamknięci* » → *Les Français sont fermés aux autres cultures*

Une attitude fermée aux autres cultures, aux autres nations, revient aux Français dans les réponses des jeunes Polonais, ce qui semble entrer en contradiction avec les descriptions précédentes d'un Français ouvert. Ce caractère fermé est déprécié dans les 10 réponses relevées.

Il est mis en avant par les jeunes les plus âgés de l'échantillon (les 10 répondants ont 22 à 25 ans). La plupart de ces jeunes font ou ont fait des études supérieures (9 avec études, un sans) et sont originaires de l'ouest de la Pologne (8 de l'ouest, deux de l'est). Un nombre assez important a déjà fait la connaissance d'un Français (5 ont déjà fait connaissance avec un Français, 4 jamais, un n'a pas renseigné cette information - en tenant compte du fait que les jeunes ayant déjà fait connaissance avec un Français sont près de trois fois moins nombreux dans l'échantillon).

Si l'ouverture d'esprit des Français est souvent exprimée par l'emploi de l'adjectif *otwarty* (ouvert), sans complément, telle une caractéristique générale, la fermeture d'esprit des Français, est exprimée plusieurs fois au moyen de son antonyme *zamknięty* (fermé)³⁵ avec différents compléments. Cette fermeture d'esprit touche les étrangers, les autres nations et cultures :

x 1 : - F. *są narodem dość zamkniętym.* → - F. sont une nation assez fermée.

x 1 : - F. *są zamknięci na inne narody.* → - F. sont fermés aux autres nations.

x 1 : - F. *bywają zamknięci na inne narody.* → - F. sont parfois fermés aux autres nations.

x 1 : - F. *są zamknięci na inne kultury.* → - F. sont fermés aux autres cultures.

On retrouve cette idée de fermeture aux autres cultures avec d'autres expressions :

x 1 : - F. *nie są skłonni do poznania innych kultur.* → - F. ne sont pas prêts à découvrir d'autres cultures

x 1 : - F. *nie są otwarci na inne kultury.* → - F. ne sont pas ouverts aux autres cultures.

x 1 : - F. *nie dopuszczają do swojego najbliższego grona nie-Francuzów* → - F. n'admettent pas les non Français dans leur cercle de proches.

³⁵ D'après son acception : « celui à qui on ne peut accéder ou qui s'isole » (en polonais : « taki, do którego nie ma dostępu lub który się izoluje ») (WSJP 2007-2010)

Dans deux autres phrases, le manque d'accessibilité des Français pour les étrangers est évoqué :

x 1 : - F. *trzymają duży dystans wobec obcokrajowców, np. Francuscy studenci wobec studentów z wymiany zagranicznej.* → - F. maintiennent une grande distance envers les étrangers, par ex. les étudiants français envers les étudiants étrangers en échange.

x 1 : - F. *mają trudności w nawiązywaniu kontaktów z obcokrajowcami* → - F. ont des difficultés à lier des contacts avec les étrangers.

L'idée de difficulté à nouer contact avec les Français se retrouve aussi dans la phrase suivante :

x 1 : - F. - *ciężko jest nawiązać z nimi bliższe relacje.* → - F. - il est difficile de nouer des liens étroits avec eux.

- **La tolérance**

« *Francuzi są tolerancyjni* » → *Les Français sont tolérants*

La tolérance est attribuée 6 fois aux Français par les jeunes Polonais, dans 5 réponses de type positif et une de type négatif.

Elle est mise en avant par différents types de répondants.

Elle est à 5 reprises exprimée avec l'adjectif *tolerancyjny* (tolérant)³⁶ attribut du sujet :

x 5 : + F. *są tolerancyjni.* → + F. sont tolérants.

Dans la réponse de type négatif, on retrouve également l'adjectif *tolerancyjny* (tolérant) :

x 1 : - F. *nie potrafią sobie poradzić z imigrantami, mimo że pokazują siebie jako bardzo otwarty i tolerancyjny kraj.* *→ - F. ne parviennent pas à se débrouiller avec les immigrés bien qu'ils se montrent comme étant un pays très ouvert et tolérant.

³⁶ D'après son acception : « respectant des opinions, des croyances, des préférences, des comportements différents des siens » (en polonais : « szanujący czyjeś poglądy, wierzenia, upodobania, czyjeś postępowanie, różniące się od własnych ») (SJP PWN 2012)

- **Une affection pour les Polonais**

Francuzi lubią Polaków/Polskę → Les Français aiment les Polonais/la Pologne

Une approche positive des Polonais ou de la Pologne est conférée aux Français de manière positive dans 5 réponses des jeunes Polonais.

Elle est avancée plutôt par des répondants de sexe féminin (un homme, 4 femmes), qui ont déjà fait la connaissance d'un Français (trois ont déjà fait connaissance avec un Français, deux jamais – en tenant compte du fait que ces derniers sont près de trois fois plus nombreux dans l'échantillon).

Le verbe *lubić* (aimer)³⁷ est répété deux fois, avec le complément *Polacy* (les Polonais) :

x 2 : + F. *lubią Polaków.* → + F. aiment les Polonais.

D'autres phrases évoquent cette approche positive que les Français partagent ou ont partagé à l'égard des Polonais :

x 1 : + F. *w pewnych okresach historii identyfikowali się z Polakami, bądź byli im życzliwi.* → + F. à certains moments de l'histoire s'identifiaient aux Polonais ou bien voulaient leur bien.

x 1 : + F. *doceniają dobrych pracowników (np. Polaków)* → + F. estiment les bons travailleurs (par ex. les Polonais).

On retrouve aussi l'expression d'une approche positive de la Pologne attribuée aux Français :

x 1 : + F. *chętnie przyjeżdżają do Polski.* → + F. viennent volontiers en Pologne.

- **La discrimination des étrangers**

Francuzi przejawiają postawę dyskryminacji wobec obcokrajowców → Les Français ont une attitude discriminatoire envers les étrangers

Une attitude discriminatoire des Français envers les autres nations est attribuée 4 fois au Français par les jeunes Polonais, de manière principalement négative (trois réponses négatives pour une positive).

Cette caractéristique est accordée en particulier par les jeunes les plus âgés de l'échantillon (un de 18 à 21 ans, trois de 22 à 25 ans), ayant fait des études supérieures (tous font ou ont fait des études supérieures) et originaires des plus grandes villes (tous sont originaires de villes de plus de 100 000 habitants) de l'ouest de la Pologne.

³⁷ D'après son acception : « éprouver de la sympathie pour quelqu'un » (en polonais : « czuć do kogoś sympatię ») (SJP PWN 2012)

Le verbe *dyskryminować* (discriminer)³⁸ est employé à deux reprises.

x 1 : - F. *dyskryminują osoby innego pochodzenia, np. Romów*. → - F. discriminent les personnes d'origine différente, par ex. les Roms.

x 1 : - F. *dyskryminują emigrantów*. → - F. discriminent les étrangers.

On peut encore citer les phrases suivantes parmi les réponses exprimant le racisme ou l'attitude discriminatoire des Français vis-à-vis des étrangers - la dernière comptant comme une réponse de type positif :

x 1 : - F. *traktują imigrantów jak nic (najpierw ich przyjmując)*. → - F. traitent les immigrants comme des moins que rien (en les ayant fait venir tout d'abord).

x 1 : + F. *nie akceptują Amerykanów* → + F. n'acceptent pas les Américains.

- **Le racisme**

Francuzi są rasistami → *Les Français sont racistes*

Le racisme est une caractéristique accordée aux Français à 4 reprises par les jeunes Polonais, dans des réponses de type négatif.

Ce trait est accordé par des répondants aux profils diversifiés, ayant eu ou non un contact avec les Français ou leur pays.

On remarque en premier lieu la répétition du nom commun *rasista* (un raciste)³⁹ ainsi qu'une occurrence du nom commun *rasizm* (le racisme)⁴⁰.

x 1 : - F. *są rasistami*. → - F. sont racistes.

x 1 : - F. *mają wielu imigrantów, mimo że są rasistami*. * → - F. ont beaucoup d'immigrés bien qu'ils soient racistes.

x 1 : - F. *wciąż porażki, choćby na tle sportowym, tłumaczą w sposób zakrawający o rasizm*. → - F. les défaites, comme dans le milieu sportif, ils les expliquent toujours d'une façon relevant du racisme.

Une autre phrase exprime ce racisme attribué aux Français.

³⁸ D'après son acception : « restreindre les droits, persécuter quelqu'un en raison de sa race, sa nationalité, sa religion, son sexe, etc. » (en polonais : « ograniczać w prawach, prześladować kogoś ze względu na rasę, narodowość, wyznanie, płeć itp. ») (SJP PWN 2012)

³⁹ D'après son acception : « adhérent au racisme » (en polonais : « zwolennik rasizmu ») (SJP PWN 2012)

⁴⁰ D'après son acception : « ensemble d'opinions sociopolitiques basées sur une allégation d'inégalité biologique, sociale, intellectuelle, etc. de races humaines » (en polonais : « ntektualnej itp. ras ludzkich ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - F. *nie lubią cudzoziemców* → - F. n'aiment pas les étrangers.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension du gentilé *Francuzi***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles relatives à l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais, toutes de type négatif.

On relève ainsi : un jugement négatif des Polonais (2), le fait de ne pas voyager (2), le rejet de ceux qui ne parlent pas français (2), l'intolérance (2), la méfiance vis-à-vis des étrangers (2), des préjugés envers les autres nations (2), des moqueries envers les touristes (1), le fait de ne pas employer beaucoup de Polonais (1), le fait de « piquer » les filles polonaises (1) et la xénophobie (1).

3.4. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *EUROPEJCZYCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 64 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect du rapport à l'altérité, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre à la fois auto- et hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 54 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°21).

- **L'ouverture d'esprit**

« *Europejczycy są otwarci* » → *Les Européens sont ouverts*

L'ouverture d'esprit est attribuée aux Européens par les jeunes Polonais dans 17 réponses, toujours comme caractéristique positive.

Cette attitude est présentée majoritairement par des répondants de sexe féminin (5 hommes, 11 femmes, un jeune dont le sexe n'est pas renseigné), faisant ou ayant fait des études supérieures (16 avec études, 1 sans), ainsi qu'un bon nombre de jeunes originaires de grandes villes (deux jeunes de villes de moins de 100 000 habitants, 13 de plus de 100 000 habitants et deux non renseigné) de l'est de la Pologne (9 de l'ouest pour 6 de l'est – en tenant compte du fait que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon, et deux jeunes non renseigné).

On relève 16 fois l'adjectif *otwarty* (ouvert)⁴¹, 15 fois comme attribut du sujet *Europejczycy* (Européens) :

x 10 : + E. *są otwarci*. → + E. sont ouverts.

x 1 : + E. *są otwarci na nowe doświadczenie, kontakty*. → + E. sont ouverts aux nouvelles expériences, aux contacts.

x 1 : + E. *są otwarci na inne kultury*. *→ + E. sont ouverts aux autres cultures.

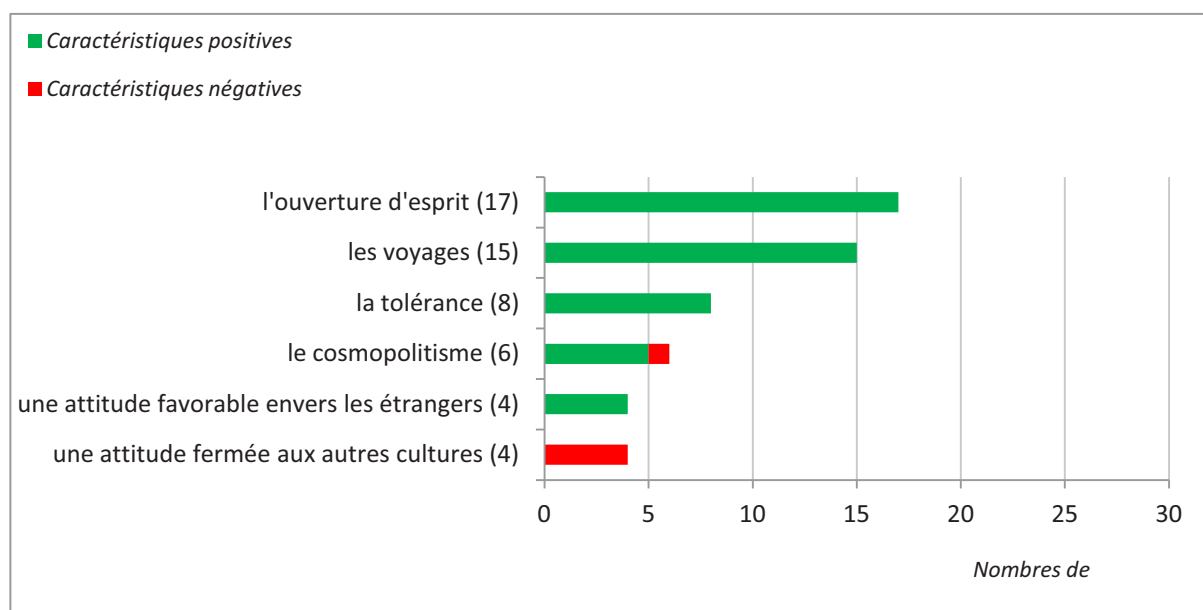
x 1 : + E. *są otwarci na obcokrajowców*. *→ + E. sont ouverts aux étrangers.

x 1 : + E. *są otwarci na świat*. *→ + E. sont ouverts au monde.

x 1 : + E. *są otwarci na innych*. → + E. sont ouverts aux autres.

⁴¹ D'après son acception : « prêt à admettre et à accepter quelque chose de nouveau » (en polonais : « gotowy na przyjęcie i zaakceptowanie czegoś nowego ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°21. Caractéristiques relevant de l'aspect du rapport à l'altérité - gentilé
« Europejczycy »



L'adjectif attribut du sujet *otwarty* est précisé dans les 5 dernières phrases ci-dessus par des compléments : *na świat* (au monde) - qui apparaît deux fois, *na innych* (aux autres), *na inne kultury* (aux autres cultures), *na obcokrajowców* (aux étrangers), mais aussi *na nowe doświadczenie, kontakty* (aux nouvelles expériences, aux nouveaux contacts).

L'adjectif *otwarty* est aussi employé comme épithète du nom commun *naród* (la nation) :

x 1 : + E. *są otwartym narodem*. → + E. sont une nation ouverte.

On note également une occurrence du verbe *otwierać się* (s'ouvrir) :

x 1 : + E. *otwierają się na nowe horyzonty*. → + E. s'ouvrent à de nouveaux horizons.

- **Les voyages**

« *Europejczycy podróżują* » → *Les Européens voyagent*

Le fait de voyager revient aux Européens dans 15 réponses, toujours comme caractéristique positive. Il est souligné surtout par des répondants de sexe féminin (4 hommes, 11 femmes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (5 de 18 à 21 ans, 9 de 22 à 25 ans, un dont l'âge n'est pas renseigné) provenant de l'ouest de la Pologne (11 de l'ouest, trois de l'est et un non renseigné).

Dans ces 15 réponses, on note le verbe *podróżować* (voyager). Dans 9 cas, le verbe est conjugué, parfois complété par un adverbe d'intensité comme *dużo* (beaucoup), *wiele* (beaucoup, de nombreuses fois) :

x 3 : + E. *podróżują*. → + E. voyagent.

x 2 : + E. *dużo podróżują*. → + E. voyagent beaucoup.

x 1 : + E. *wiele podróżują*. → + E. voyagent beaucoup.

Dans trois autres de ces réponses, le complément *po (całej) Europie* (à travers [toute] l'Europe) est employé :

x 2 : + E. *podróżują po całej Europie*. → + E. voyagent dans toute l'Europe.

x 1 : + E. *chętnie podróżują po Europie*. → + E. voyagent volontiers en Europe.

Par ailleurs le verbe *podróżować* (voyager) apparaît 6 fois en complément d'un autre verbe. Il s'agit trois fois du verbe *lubić* (aimer).

x 2 : + E. *lubią podróżować*. → + E. aiment voyager.

x 1 : + E. *lubią podróżować pomiędzy swoimi krajami*. → + E. aiment voyager entre leurs pays.

A trois autres reprises, il s'agit du verbe *móc* (pouvoir) complété par un adverbe indiquant la facilité : *swobodnie* (sans problème, facilement) ou *łatwo* (facilement).

x 1 : + E. *mogą swobodnie podróżować, pracować i uczyć się w krajach europejskich*. *→ + E. peuvent voyager, travailler et étudier sans problème dans les pays européens.

x 1 : + E. *mogą swobodnie podróżować*. → + E. peuvent voyager sans problème.

x 1 : + E. *mogą łatwo podróżować*. → + E. peuvent voyager facilement.

Dans les différentes phrases citées ci-dessus, on remarque la récurrence de la mention du territoire européen, indiqué 5 fois comme lieu de voyage : *po (całej) Europie* (à travers [toute] l'Europe) revient trois fois, *pomiędzy swoimi krajami* (entre leurs pays) et *w krajach europejskich* (dans les pays européens) sont chacun mentionné une fois.

- **La tolérance**

« *Europejczycy są tolerancyjni* » → *Les Européens sont tolérants*

La tolérance est associée aux Européens par les jeunes Polonais dans 8 réponses, toujours comme caractéristique positive.

Cette caractéristique est présentée par différents types de jeunes.

On note 7 fois l'adjectif *tolerancyjny* (tolérant)⁴² attribut du sujet :

x 7 : + E. *są tolerancyjni*. → + E. sont tolérants.

On trouve aussi une fois le nom *tolerancja* (la tolérance)⁴³ en complément du verbe *proklamować* (proclamer).

x 1 : + E. *proklamują tolerancję*. → + E. proclament la tolérance.

⁴² D'après son acception : « respectant des opinions, des croyances, des préférences, des comportements différents des siens » (en polonais : « szanujący czyjeś poglądy, wierzenia, upodobania, czyjeś postępowanie, różniące się od własnych ») (SJP PWN 2012)

⁴³ D'après son acception : « respect pour des opinions, des croyances, des préférences différentes des siennes » (en polonais : « szacunek dla cudzych poglądów, wierzeń, upodobań, różniących się od własnych ») (SJP PWN 2012)

- **Le cosmopolitisme**

Europejczycy są kosmopolitami → *Les Européens sont cosmopolites*

Le cosmopolitisme et plus généralement l'ouverture au monde sont accordés aux Européens par les jeunes Polonais à 6 reprises, 5 fois comme caractéristique positive et une fois comme négative.

Ce trait est mis en avant par une majorité de répondants de sexe féminin (un homme, 5 femmes), comptant parmi les plus jeunes de l'échantillon (5 de 18 à 21 ans, un de 22 à 25 ans), originaires de l'est de la Pologne (deux jeunes de l'ouest, 4 de l'est - en tenant compte du fait que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon).

On note 4 phrases comprenant le nom commun *świat* (le monde) en complément d'adjectifs indiquant une attitude favorable ou convenable : *otwarty* (ouvert)⁴⁴, *ciekawny* (curieux)⁴⁵, *obyty* (accoutumé, qui sait se conduire de manière appropriée)⁴⁶ :

x 2 : + E. *są otwarci na świat*. *→ + E. sont ouverts au monde.

x 1 : + E. *są ciekawi świata*. → + E. sont curieux du monde.

x 1 : + E. *są obyci w świecie*. *→ + E. sont accoutumés au monde, savent se conduire de manière appropriée dans le monde.

Deux autres phrases contiennent les mots *kosmopolitycznie* (de manière cosmopolite)⁴⁷ et *kosmopolitanie* (néologisme formé à partir de l'anglais *cosmopolitan*, qui signifie cosmopolite).

La première phrase exprime une caractéristique appréciée, la seconde une caractéristique dépréciée :

x 1 : + E. *potrafią myśleć kosmopolitycznie*. → + E. parviennent à penser de manière cosmopolite.

x 1 : - E. *są kosmopolitanami*. → - E. sont des « cosmopolitan ».

⁴⁴ D'après son acception : « prêt à admettre et à accepter quelque chose de nouveau » (en polonais : « gotowy na przyjęcie i zaakceptowanie czegoś nowego ») (SJP PWN 2012)

⁴⁵ D'après son acception : « qui désire savoir ou voir quelque chose » (en polonais : « pragnący coś wiedzieć lub widzieć ») (SJP PWN 2012)

⁴⁶ D'après son acception : « sachant se comporter en société » (en polonais : « umiejący się zachować w towarzystwie ») (SJP PWN 2012)

⁴⁷ D'après l'acception du nom *kosmopolityzm* (le cosmopolitisme) : « attitude ou opinion qui consiste en l'affirmation de son appartenance à une communauté formée avec le monde entier, associée à un manque d'attache avec son propre environnement » (en polonais : « postawa lub pogląd polegające na afirmowaniu swej wspólnoty z całym światem, połączone z brakiem więzi z własnym środowiskiem »)

- **Une attitude favorable envers les étrangers**

Europejczycy są mile nastawieni do obcokrajowców → *Les Européens ont une attitude favorable envers les étrangers*

Une attitude favorable envers les étrangers est attribuée aux Européens dans 4 réponses des jeunes Polonais, comme caractéristique positive.

Elle est évoquée davantage par les jeunes les plus âgés de l'échantillon (un de 18 à 21 ans, trois de 22 à 25 ans), originaires de grandes villes de Pologne (tous originaires de villes de plus de 100 000 habitants).

On trouve deux fois l'adjectif *otwarty* (ouvert)⁴⁸ avec pour complément *na inne kultury* (aux autres cultures) et *na obcokrajowców* (aux étrangers).

x 1 : + E. *są otwarci na inne kultury*. *→ + E. ouverts aux autres cultures.

x 1 : + E. *są otwarci na obcokrajowców*. *→ + E. sont ouverts aux étrangers.

On relève aussi deux phrases rendant compte avec des termes différents de cette attitude favorable qu'auraient les Européens envers les étrangers :

x 1 : + E. *mają chęć poznawania innych kultur*. → + E. ont la volonté de connaître les autres cultures.

x 1 : + E. - *młodzi : nie oceniają człowieka przez pryzmat jego narodowości*. → + E. - les jeunes n'évaluent pas une personne par le prisme de sa nation.

- **Une attitude fermée aux autres cultures**

Europejczycy są zamknięci na inne kultury → *Les Européens sont fermés aux autres cultures*

La fermeture d'esprit aux autres cultures revient dans 4 réponses des jeunes Polonais, comme caractéristique négative, et s'oppose à la caractéristique précédente.

Les 4 répondants font ou ont fait des études supérieures et sont originaires de l'ouest de la Pologne. Parmi eux se trouve une majorité de jeunes femmes (un homme, trois femmes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (un de 18 à 21 ans, trois de 22 à 25 ans).

⁴⁸ D'après son acception : « prêt à admettre et à accepter quelque chose de nouveau » (en polonais : « gotowy na przyjęcie i zaakceptowanie czegoś nowego ») (SJP PWN 2012)

On relève trois fois l'adjectif *zamknięty* (fermé)⁴⁹ attribut du sujet :

x 1 : - E. *są dość zamknięci na inne kultury, np. japońską, arabską.* → - E. sont assez fermés aux autres cultures, par ex. japonaise, arabe.

x 1 : - E. *są zamknięci na cywilizacje afrykańskie i azjatyckie.* → - E. sont fermés aux civilisations africaines et asiatiques.

x 1 : - E. *są zamknięci na Wschód.* *→ - E. sont fermés à l'Est.

Le verbe *otworzyć się* (s'ouvrir), marqué par l'adverbe de négation *nie*, apparaît aussi une fois :

x 1 : - E. - *niektóre narody nie chcą się otworzyć na inne kultury.* → - E. - certaines nations ne veulent pas s'ouvrir à d'autres cultures.

Nous observons dans ces réponses que différentes cultures sont mentionnées : les cultures japonaise, arabe, africaine, asiatique mais aussi de l'Europe de l'Est.

• **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension du gentilé *Europejczycy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles relatives à l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : une mauvaise opinion de la Russie (2), la volonté d'améliorer le monde (1), des jeunes qui ne jugent pas les personnes en fonction de leur nation (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : le fait d'avoir des stéréotypes (2), la méconnaissance des autres cultures (1), une attitude négative envers les étrangers (1), une distance envers les autres (1) et la méconnaissance de leurs voisins européens (1).

⁴⁹ D'après son acception : « celui à qui on ne peut accéder ou qui s'isole » (en polonais : « taki, do którego nie ma dostępu lub który się izoluje ») (WSJP 2007-2010)

3.5. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Nous observons dans notre enquête une influence des différents facteurs sociaux et environnementaux sur la compréhension des 4 gentilés dans leur aspect du rapport à l'altérité.

- **Influence du sexe des répondants**

Le sexe des répondants a une influence notable sur l'attribution des différentes caractéristiques relatives à l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension des gentilés. Les femmes attribuent nettement plus de caractéristiques liées au rapport à l'altérité que les hommes aux différents groupes : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques liées au rapport à l'altérité dont les répondants ont indiqué leur sexe, 61% des occurrences sont indiquées par des femmes et 39% par des hommes, or les femmes représentent 52% de l'échantillon des enquêtés et les hommes 48%⁵⁰. En premier lieu, elles comprennent davantage dans leur aspect du rapport à l'altérité le gentilé *Europejczycy* (72% d'occurrences indiquées par des femmes pour 28% par des hommes), puis le gentilé *Francuzi* (64% d'occurrences indiquées par des femmes pour 36% par des hommes), le gentilé *Niemcy* (58% d'occurrences indiquées par des femmes pour 42% par des hommes) et enfin *Polacy* (54% d'occurrences indiquées par des femmes contre 46% par des hommes).

Le sexe des répondants n'a pas eu d'influence notable sur l'attribution de caractéristiques particulières relatives au gentilé *Polacy*. Par contre, pour les gentilés d'ordre hétéro-stéréotypique, les femmes se sont démarquées dans l'attribution d'un grand nombre de traits. En ce qui concerne les Allemands, elles leur attribuent en particulier les trois traits de type négatif que sont les pensées stéréotypées (deux hommes, 8 femmes), un mauvais traitement des étrangers (deux hommes, 5 femmes) et un renfermement sur soi (un homme, 4 femmes, un non renseigné). Relativement aux Français, elles avancent davantage deux traits de type positif ou essentiellement positif : l'ouverture d'esprit (4 hommes, 14 femmes, un non renseigné) et une certaine affection pour les Polonais (un homme, 4 femmes). Quant aux Européens, elles appuient sur trois traits de type positif ou essentiellement positif : l'ouverture d'esprit (5 hommes, 11 femmes, un non renseigné), le cosmopolitisme (un homme, 5 femmes) et les voyages (4 hommes, 11 femmes).

⁵⁰ Sur l'ensemble des 86 occurrences de caractéristiques (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 44 sont indiquées par des femmes et 38 par des hommes (pour les 4 autres, le sexe des répondants n'est pas renseigné). Pour les 72 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 39 sont indiquées par des femmes et 28 par des hommes (pour les 5 autres, le sexe des répondants n'est pas renseigné). Pour les 48 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 30 sont indiquées par des femmes et 17 par des hommes (pour un des répondants, le sexe n'est pas renseigné). Pour les 54 occurrences de caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 38 ont été formulées par des femmes et 15 par des hommes (pour un des répondants, le sexe n'est pas renseigné).

- **Influence de l'âge des répondants**

Les répondants les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans) sont plus nombreux que les plus jeunes (de 18 à 21 ans) à comprendre l'ensemble des gentilés dans leur aspect du rapport à l'altérité. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques liées au rapport à l'altérité dont les répondants ont indiqué leur âge, 62% des occurrences sont indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 38% par des jeunes de 18 à 21 ans, or les jeunes de 22 à 25 ans représentent 53% de l'échantillon des enquêtés et ceux de 18 à 21 ans 47%⁵¹. Tout d'abord, les répondants les plus âgés de l'échantillon comprennent dans leur aspect du rapport à l'altérité davantage que les plus jeunes le gentilé *Niemcy* (75% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 25% par des jeunes de 18 à 21 ans), puis *Francuzi* (61% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 39% par des jeunes de 18 à 21 ans) et le gentilé *Polacy* (59% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 41% par des jeunes de 18 à 21 ans). Cependant les plus jeunes comprennent un peu plus que les plus âgés le gentilé *Europejczycy* dans son aspect du rapport à l'altérité - en regard de leur proportion dans l'échantillon (50% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 50% par des jeunes de 18 à 21 ans).

En ce qui concerne l'attribution de caractéristiques particulières aux différents gentilés, les répondants les plus âgés de l'échantillon sont majoritaires dans l'attribution aux Polonais du racisme (4 de 18 à 21 ans, 10 de 22 à 25 ans), aux Allemands d'un manque d'affection pour les Polonais (4 de 18 à 21 ans, 18 de 22 à 25 ans), de pensées stéréotypées (deux de 18 à 21 ans, 8 de 22 à 25 ans), d'un mauvais traitement des étrangers (un de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans), de l'intolérance (un de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans) mais aussi de la tolérance (5 de 22 à 15 ans, un non renseigné). Ils attribuent aussi en plus grand nombre aux Français : une attitude fermée aux autres cultures (10 de 22 à 25 ans uniquement), la discrimination des étrangers (un de 18 à 25 ans, trois de 22 à 25 ans), et aux Européens : les voyages (5 de 18 à 21 ans, 9 de 22 à 25 ans, un non renseigné), une attitude favorable aux étrangers (un de 18 à 21 ans, trois de 22 à 25 ans) et une attitude fermée aux autres cultures (un de 18 à 21 ans, trois de 22 à 25 ans). Les plus jeunes se distinguent uniquement dans l'attribution aux Européens du cosmopolitisme (5 de 18 à 21 ans, un de 22 à 25 ans).

- **Influence du niveau d'études des répondants**

Les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures comprennent les différents gentilés dans leur

⁵¹ Sur l'ensemble des 86 occurrences de caractéristiques (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 48 sont indiquées par les plus âgés et 33 par les plus jeunes (pour les 5 autres, l'âge n'est pas renseigné). Pour les 72 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 50 sont indiquées par les plus âgés et 17 par les plus jeunes (pour les 5 autres, l'âge des répondants n'est pas renseigné). Pour les 48 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 28 sont indiquées par les plus âgés et 18 par les plus jeunes (pour les 2 autres l'âge n'est pas renseigné). Enfin, pour les 54 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 26 ont été indiquées par les plus âgés, 26 par les plus jeunes (pour 2 répondants le sexe n'a pas été renseigné).

aspect du rapport à l'altérité davantage que les jeunes n'ayant pas fait d'études : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques liées au rapport à l'altérité dont les répondants ont indiqué leur niveau d'études, 77% des occurrences sont indiquées par des jeunes faisant ou ayant fait des études et 23% par des jeunes n'ayant pas fait d'études, or les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures représentent 66% de l'échantillon d'enquêtés et ceux n'ayant pas fait d'études 34%⁵². Il y a assez peu d'écart entre les différents gentils sur ce point : les répondants qui font ou ont fait des études supérieures comprennent davantage dans leur aspect du rapport à l'altérité les gentils *Francuzi* (83% avec études, 17% sans), *Europejczy* (79% avec études, 21% sans), *Niemcy* (77% avec études, 23% sans) et *Polacy* (73% avec études, 27% sans).

Seuls les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures se sont distingués dans l'attribution aux différents gentils de caractéristiques particulières relevant du rapport à l'altérité. Les répondants avec études attribuent en plus grand nombre aux Polonais : un esprit fermé (7 avec études, aucun sans, un non renseigné) et de nombreux préjugés (4 avec études, un sans) ; aux Allemands : des pensées stéréotypées (7 avec études, un sans), la tolérance (5 avec études, un sans), un désintérêt pour la Pologne (5 avec études uniquement) et le rejet des autres nations (trois avec études, aucun sans) ; aux Français : l'ouverture d'esprit (17 avec études, un sans, un non renseigné), une attitude fermée aux autres cultures (9 avec études, un sans) et la discrimination des étrangers (4 avec études uniquement) ; et aux Européens : l'ouverture d'esprit (16 avec études, un sans) ainsi qu'une attitude fermée aux autres cultures (4 avec études uniquement).

- **Influence de l'origine géographique occidentale ou orientale des répondants**

Les jeunes de Pologne occidentale comprennent un peu plus que ceux de Pologne orientale les gentils dans leur aspect du rapport à l'altérité. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques liées au rapport à l'altérité dont les répondants ont indiqué leur région d'origine, 67% des occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale et 33% par des jeunes de Pologne orientale, or les jeunes de Pologne occidentale représentent 64% de l'échantillon d'enquêtés et ceux de Pologne orientale 36%⁵³. Tout d'abord, les jeunes de Pologne occidentale comprennent

⁵² Sur les 86 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Polacy*, répétées au moins à 3 reprises, 23 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 61 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (les 2 autres occurrences sont indiquées par des répondants dont le niveau d'études n'est pas indiqué). Pour les 72 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Niemcy*, 16 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures contre 55 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour une occurrence le niveau d'études du répondant n'est pas renseigné). Pour les 48 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Francuzi*, 8 ont été attribuées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 38 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (le niveau d'études des répondants ayant indiqué les 2 autres occurrences n'a pas été renseigné). Pour les 54 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Europejczy*, 11 occurrences ont été indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures, 42 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (et une occurrence par un jeune n'ayant pas renseigné cette information).

⁵³ Sur les 86 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Polacy*, 51 sont attribuées par des jeunes provenant de Pologne occidentale et 29 provenant de Pologne orientale (les 6 autres occurrences ont été

davantage dans leur aspect du rapport à l'altérité les gentilés *Francuzi* (76% d'occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 24% de Pologne orientale), puis *Niemcy* (68% de Pologne occidentale pour 32% de Pologne orientale) et *Europejczycy* (65% de Pologne occidentale pour 35% de Pologne orientale). Les jeunes de Pologne occidentale comprennent cependant tout autant que ceux de Pologne orientale dans son aspect du rapport à l'altérité le gentilé *Polacy*, en regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés (64% de Pologne occidentale pour 36% de Pologne orientale).

Certaines de ces caractéristiques liées au rapport à l'altérité sont cependant avancées davantage par des jeunes de l'ouest ou de l'est de la Pologne : les jeunes de l'ouest de la Pologne sont particulièrement nombreux à attribuer aux Polonais les traits de type négatif que sont le racisme (11 de l'ouest, deux de l'est, un non renseigné) et de nombreux préjugés (4 de l'ouest, aucun de l'est, un non renseigné), tandis que ceux de l'est de la Pologne leur attribuent en plus grande proportion le trait de type positif qu'est l'ouverture d'esprit (12 de l'ouest, 13 de l'est – en notant que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon). Chez les Allemands, les jeunes de l'ouest de la Pologne insistent plutôt sur le rejet des autres nations (trois de l'ouest uniquement) alors que ceux de l'est insistent sur un désintérêt pour la Pologne (deux de l'ouest, trois de l'est). Concernant les Français, les jeunes de Pologne occidentale se distinguent dans l'attribution de deux caractéristiques, avec l'ouverture d'esprit (13 de l'ouest, trois de l'est, trois non renseigné) et la discrimination des étrangers (4 de l'ouest uniquement). Quant aux Européens, les jeunes de Pologne orientale mettent davantage en avant le cosmopolitisme (deux de l'ouest, 4 de l'est).

- **Influence de la taille des villes des répondants**

En observant le nombre d'occurrences de caractéristiques formulées par les jeunes en fonction de la taille des villes dont ils proviennent, on remarque que les jeunes provenant des plus grandes villes comprennent davantage les gentilés dans leur aspect du rapport à l'altérité : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques liées au rapport à l'altérité dont les répondants ont indiqué leur ville d'origine, 37% ont été attribuées par des jeunes originaires de villes de moins de 100 000 habitants (or ces derniers représentent 47% de l'échantillon d'enquêtés) et 63% par des jeunes

formulées par des répondants qui n'ont pas indiqué leur origine géographique). Sur les 72 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 48 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 23 par des jeunes de Pologne orientale (une autre occurrence a été formulée par un jeune n'ayant pas renseigné son origine géographique). Sur les 48 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 34 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 11 par des jeunes de Pologne orientale (les 3 autres occurrences ont été formulées par des jeunes n'ayant pas renseigné leur origine géographique). Enfin, pour les 54 occurrences relatives au gentilé *Europejczycy*, 33 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 18 par des jeunes de Pologne orientale (3 autres occurrences ont été formulées par des répondants qui n'ont pas indiqué leur origine géographique).

de villes de plus de 100 000 habitants (53% de l'échantillon d'enquêtés)⁵⁴. Les jeunes issus des plus grandes villes attribuent en particulier des traits liés au rapport à l'altérité des Européens (71% des occurrences sont indiquées par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants, 29% par des jeunes de villes de moins de 100 000), aux Français (65% de plus de 100 000 habitants, 35% de moins de 100 000), aux Allemands (63% de plus de 100 000 habitants, 37% de moins de 100 000) et aux Polonais (57,5% de plus de 100 000 habitants et 42,5% de moins de 100 000).

Concernant l'attribution de caractéristiques particulières en fonction de la taille des villes d'origine des répondants, on remarque que les jeunes originaires des plus grandes villes insistent en majorité sur l'esprit fermé des Polonais (un de moins de 100 000, 5 de plus de 100 000, deux non renseigné). Concernant les Allemands, ils insistent sur un mauvais traitement des étrangers (un de moins de 100 000, 5 de plus de 100 000, un non renseigné), un renfermement sur soi (un de moins de 100 000, 5 de plus de 100 000, un non renseigné) et la tolérance (un de moins de 100 000, 5 de plus de 100 000, un non renseigné). Concernant le gentilé *Francuzi* ils présentent en grand nombre la discrimination des étrangers (4 de plus de 100 000 uniquement) et concernant le gentilé *Europejczycy* l'ouverture d'esprit (deux de moins de 100 000, 13 de plus de 100 000, deux non renseigné) ainsi qu'une attitude favorable aux étrangers (4 de plus de 100 000).

Les jeunes issus des plus petites villes se distinguent uniquement dans l'attribution aux Allemands du rejet des autres nations (trois de moins de 100 000 uniquement).

- **Influence du niveau de connaissance des personnes et des territoires décrits par les répondants**

Qu'il s'agisse de l'Allemagne et des Allemands ou de la France et des Français, le fait de connaître le pays et/ou ses habitants favorise chez les jeunes Polonais l'attribution de caractéristiques liées au rapport à l'altérité, relatives aux gentilés *Niemcy* et *Francuzi*. En ce qui concerne le gentilé *Niemcy*, si les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de l'Allemagne sont environ 50% à y avoir été et 50% à ne pas y avoir été, on observe que 63% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique liée au rapport à l'altérité, relative au gentilé *Niemcy*, ont été en

⁵⁴ Sur l'ensemble des 86 occurrences de caractéristiques de type psychique relatives au gentilé *Polacy*, 34 sont indiquées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 46 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour 6 occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée). Sur les 72 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 26 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 45 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour une occurrence, l'origine géographique du répondant n'a pas été renseignée). Sur les 48 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 16 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 30 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour 2 occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée). Enfin, sur les 54 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 15 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 36 par des jeunes de villes de plus de 100 000 (pour 3 occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée).

Allemagne, pour seulement 37% qui n'y ont jamais été⁵⁵. Il en est de même pour le niveau de connaissance des Allemands des jeunes leur ayant conféré une/des caractéristique(s) liée(s) au rapport à l'altérité. Si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 41% à avoir fait la connaissance d'un Allemand et 59% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on observe que 50% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique liée au rapport à l'altérité ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, pour seulement 50% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁵⁶. On retrouve ce même écart de proportion quant au gentilé *Francuzi*. Les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de la France sont environ 21% à y avoir été et 79% à ne pas y avoir été, et on observe que 23% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique liée au rapport à l'altérité, relative au gentilé *Francuzi*, ont été en France, pour 77% qui n'y ont jamais été (l'écart de proportion entre ceux qui ont été en France ou non reste cependant très faible)⁵⁷. De même, si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 25% à avoir fait la connaissance d'un Français et 75% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on note que 49% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique liée au rapport à l'altérité ont déjà fait la connaissance d'un Français, pour seulement 51% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁵⁸.

Quant à l'attribution des différentes caractéristiques en fonction du niveau de connaissance des habitants et pays, on remarque que chez les Allemands, les jeunes Polonais qui ont déjà fait la connaissance de l'un d'eux attribuent en grand nombre un mauvais traitement des étrangers (4 ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, un jamais, deux non renseigné). Les jeunes qui ont déjà été en Allemagne insistent pour leur part sur un manque d'affection pour les Polonais (12 déjà en Allemagne, 6 jamais, 4 non renseigné), un renfermement sur soi (5 déjà en Allemagne, un jamais), l'intolérance (5 déjà en Allemagne, un jamais, un non renseigné) et le goût des voyages (4 déjà en Allemagne, un jamais, un non renseigné). Relativement aux Français, on note que les jeunes Polonais qui ont déjà fait connaissance avec l'un d'eux attribuent en plus grand nombre l'ouverture d'esprit (6 ont déjà fait la connaissance d'un Français, 5 jamais, 8 non renseigné), une attitude fermée aux autres cultures (6 ont déjà fait connaissance avec un Français, 5 jamais, 8 non renseigné) et une affection pour les Polonais (trois ont déjà fait connaissance avec un Français, deux jamais).

⁵⁵ Sur les 72 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 34 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en Allemagne, 20 par des jeunes n'y ayant jamais été et 18 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance du pays.

⁵⁶ Sur les 72 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 27 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand, 27 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Allemand et 18 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance des habitants.

⁵⁷ Sur les 48 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 8 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en France, 27 par des jeunes n'y ayant jamais été et 13 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance du pays.

⁵⁸ Sur les 48 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 17 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Français, 18 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Français et 13 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance des habitants.

IV. ASPECT SOCIAL

D'après la définition du terme *social*, « relatif à la vie des hommes en société » (TLFi 2003), les réponses classées dans le groupe d'aspect social comportent les expressions désignant le rapport aux gens et le comportement social, c'est-à-dire tous les termes désignant les qualités sociales (amitié, bonté, sociabilité, sympathie, gentillesse, honnêteté, volonté d'aider, bienveillance), l'union sociale (solidarité, coopération et entraide, entente entre les membres du groupe national), la hiérarchie sociale, la fraternité, la capacité de communiquer, le rapport à la famille, les rapports homme/femme, le sens de l'accueil. Ce groupe inclut aussi ce qui a trait à l'amour, l'amitié, les attirances et le respect. L'ensemble de ces expressions désigne des relations sociales établies avec des personnes que les habitants décrits peuvent considérer comme faisant partie de leur entourage, de leur endogroupe.

Sur l'ensemble des 2699 occurrences de caractéristiques formulées par les 137 jeunes Polonais de notre échantillon, 300 relèvent de l'aspect social dans la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens).

Les descriptions d'ordre social représentent donc 11% de l'ensemble des occurrences attribuées aux 4 gentilés par les jeunes Polonais : il est invoqué en 4^{ème} position. Les écarts d'attribution sont cependant considérables entre le gentilé *Polacy* et les autres : 170 des occurrences d'ordre social concernent le gentilé *Polacy* (soit 57%), pour seulement 37 le gentilé *Niemcy* (12%), 54 le gentilé *Francuzi* (18%) et enfin 39 le gentilé *Europejczycy* (13%) (cf. graphique n°22).

Sur l'ensemble des occurrences d'ordre social, on observe un total de 216 occurrences de caractéristiques positives pour 84 négatives. Ainsi, environ 72% des occurrences d'ordre social présentent des traits positifs et 28% des traits négatifs : en considérant la proportion d'occurrences positives relative à chaque aspect, l'aspect social arrive en 2^{ème} position. Les jeunes Polonais évaluent le plus favorablement leurs compatriotes sur le plan social (80% des occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect social, relatives aux Polonais, sont jugées positivement)¹, suivis des Européens (77%, avec peu de réponses de ce type)² et des Français (67%)³. Les Allemands sont ici les

¹ 136 occurrences de type positif (dont 131 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 34 occurrences de type négatif (dont 16 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

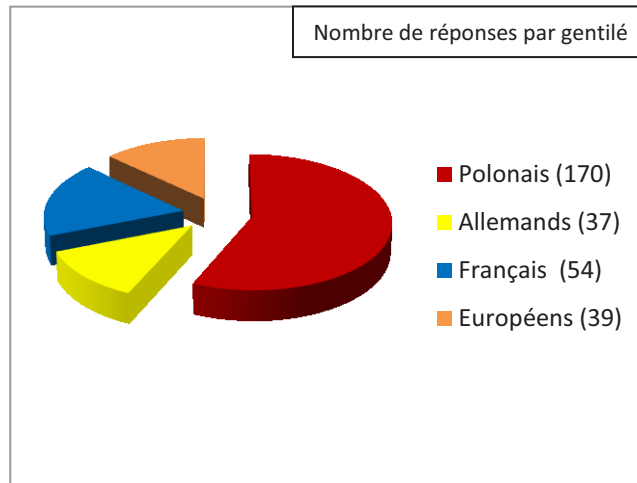
² 30 occurrences de type positif (dont 19 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 9 occurrences de type négatif (dont 1 occurrence de caractéristique répétée au moins à 3 reprises)

plus mal jugés (38%)⁴ (cf. graphique n°23).

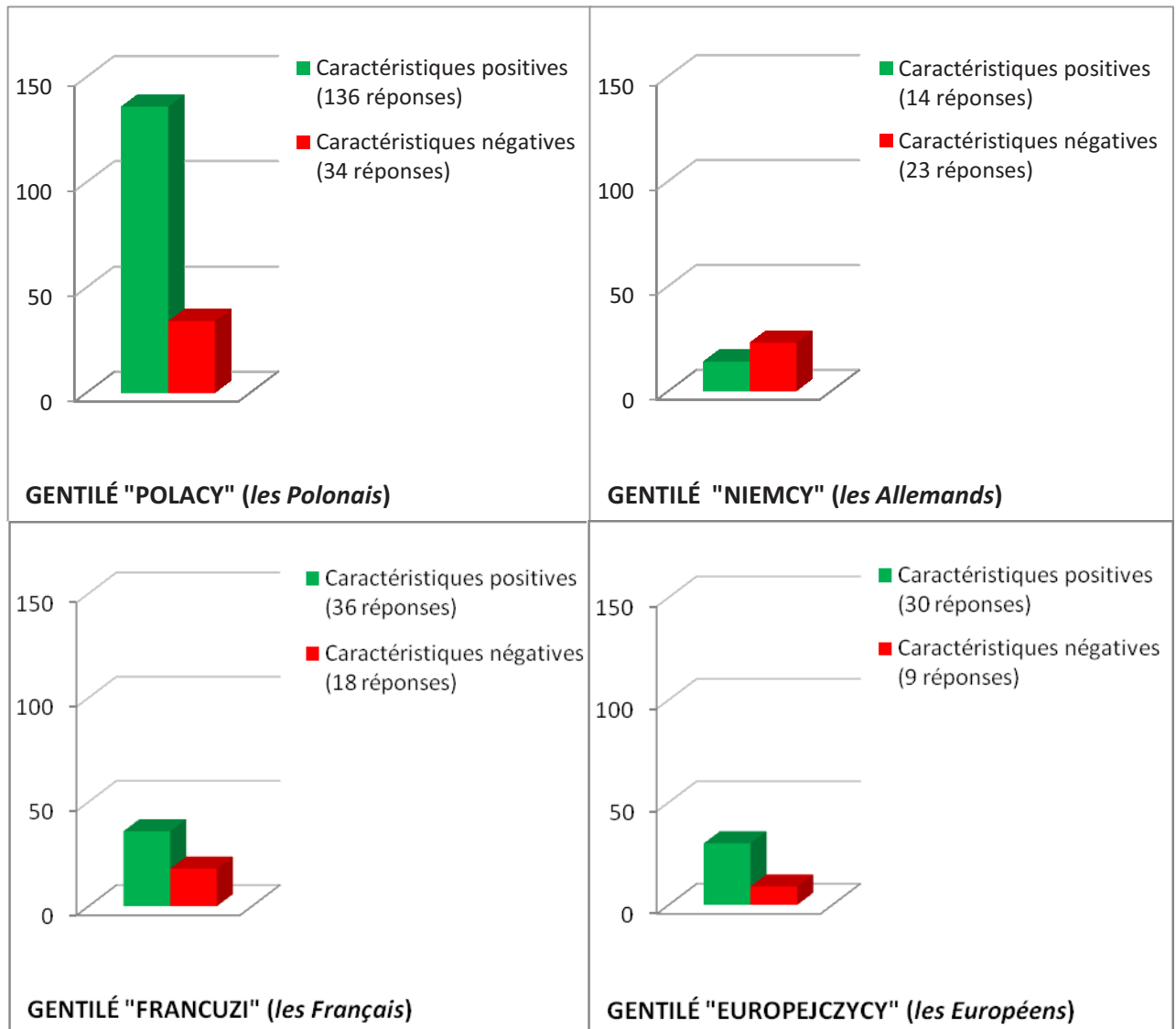
³ 36 occurrences de type positif (dont 23 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 18 occurrences de type négatif (dont 10 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

⁴ 14 occurrences de type positif (aucune occurrence de caractéristique n'est répétée à 3 reprises) pour 23 occurrences de type négatif (dont 13 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

Graphique n°22. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect social



Graphique n°23. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect social



4.1. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *POLACY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 170 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect social, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais - nous rappelons qu'il s'agit de caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique, contrairement aux trois autres gentilés. Parmi ces réponses, 147 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°24).

- **L'hospitalité**

« *Polacy są gościnni* » → *Les Polonais sont accueillants*

Le sens de l'accueil entre dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. Il est attribué aux Polonais dans 41 réponses, toujours comme caractéristique positive.

Ce trait est présenté majoritairement par des femmes (12 hommes pour 29 femmes), de profils variés.

On relève 40 fois l'adjectif *gościnni* (accueillant)⁵, qui 39 fois n'est précisé par aucun complément :

x 39 : + P. *są gościnni*. → + P. sont accueillants.

x 1 : + P. *są gościnni (zazwyczaj się starają)*. ☺ → + P. sont accueillants (d'habitude, ils font des efforts). ☺

On note également une phrase de sens similaire :

x 1 : + P. *lubią i potrafią przyjmować gości*. → + P. aiment et savent accueillir des invités.

- **L'attachement à la famille**

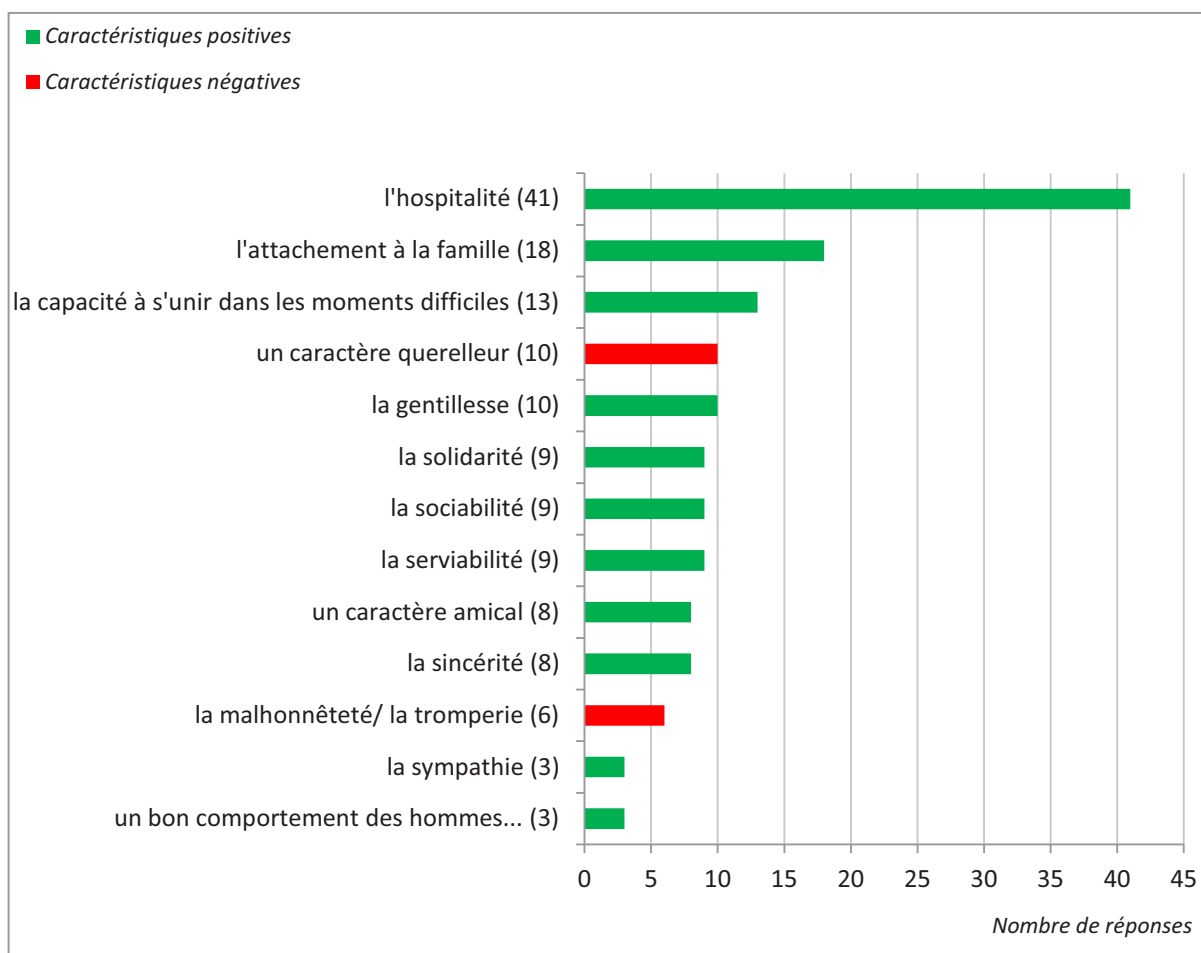
« *Polacy są rodzinni* » → *Les Polonais sont attachés à la famille*

L'attachement à la famille des Polonais revient 18 fois dans les réponses des jeunes Polonais, comme caractéristique positive.

Il est exprimé avant tout par répondants de sexe féminin (deux hommes pour 15 femmes et un jeune dont le sexe n'est pas renseigné), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (6 de 18 à 21 ans, 11

⁵ D'après son acception : « qui reçoit volontiers quelqu'un chez lui » (en polonais : « chętnie przyjmujący kogoś u siebie ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°24. Caractéristiques relevant de l'aspect social - gentilé « Polacy »



de 22 à 25 ans, un non renseigné) et faisant ou ayant fait des études supérieures (4 jeunes sans études, 13 avec études - ces derniers étant tout de même près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon, un non renseigné).

L'adjectif *rodzinny* (attaché à la famille)⁶ est employé 5 fois comme attribut du sujet :

x 5 : + P. *są rodzinni*. → + P. sont attachés à la famille.

Dans 5 autres réponses, il est question de l'attachement aux valeurs et aux traditions familiales, avec : *wartości rodzinne* (les valeurs familiales), *tradycje rodzinne* (les traditions familiales), ou encore : *tradycyjne wartości takie jak [...] rodzina* (les valeurs traditionnelles telles que [...] la famille).

x 2 : + P. *pielegnują wartości rodzinne*. → + P. entretiennent les valeurs familiales.

x 1 : + P. *stawiają na wartości rodzinne*. → + P. tiennent aux valeurs familiales.

x 1 : + P. *doceniają tradycyjne wartości takie jak małżeństwo i rodzina*. *→ + P. estiment les valeurs traditionnelles comme le mariage et la famille.

x 1 : + P. *kultywują tradycje rodzinne*. → + P. cultivent les traditions familiales.

La phrase suivante dans laquelle figure l'adjectif *konserwatywny* (conservateur)⁷, pour décrire l'attitude des Polonais envers la famille, nous paraît faire écho aux phrases ci-dessus :

x 1 : + P. *są konserwatywni w stosunku do rodziny*. → + P. sont conservateurs par rapport à la famille.

On peut encore relever parmi les réponses la répétition de l'expression *cenić sobie rodzinę* (apprécier/estimer la famille) :

x 1 : + P. *cenią sobie rodzinę i dom*. → + P. apprécient la famille et la maison.

x 1 : + P. *cenią sobie rodzinę*. → + P. estiment la famille.

Nous comprenons dans un même sens la phrase suivante répétée deux fois.

x 2 : + P. *rodzina jest dla nich ważna*. → + P. la famille est importante pour eux.

L'attachement à la famille est aussi exprimé avec l'expression *więź rodzinna* (le lien familial) :

x 1 : + P. *czują silną więź rodzinną*. → + P. ressentent un fort lien familial.

⁶ D'après son acception : « qui aime la vie de famille » (en polonais : « lubiący życie rodzinne ») (SJP PWN 2012)

⁷ D'après son acception : « attaché à la tradition et réticent aux changements » (en polonais : « przywiązany do tradycji i niechętny zmianom ») (SJP PWN 2012)

Le temps passé avec la famille/à la maison est aussi évoqué dans deux phrases avec l'expression *spędzać czas* (passer du temps) :

x 1 : + P. *spędzają święta w domu.* * → + P. passent les fêtes à la maison.

x 1 : + P. *spędzają dużo czasu z rodziną.* → + P. passent beaucoup de temps avec la famille.

- **La capacité de s'unir dans les moments difficiles**

« *Polacy potrafią się zjednoczyć w trudnych chwilach* » → *Les Polonais savent s'unir dans les moments difficiles*

La capacité de s'unir dans les moments difficiles est une caractéristique qui figure dans 13 réponses positives des jeunes Polonais.

Elle est soulignée le plus souvent par les répondants les plus âgés de notre échantillon (deux de 18 à 21 ans, 11 de 22 à 25 ans), faisant ou ayant fait des études supérieures (un sans études, 12 avec études) et habitant les plus grandes villes (trois originaires de villes de moins de 100 000 habitants, 10 de plus de 100 000 habitants).

Le verbe *(z)jednoczyć się* (s'unir)⁸ est employé en complément du verbe *potrafić* (savoir, parvenir à) à 10 reprises, associé le plus souvent à un complément circonstanciel de temps ou de lieu, indiquant un moment ou une situation difficile. Ces compléments sont nombreux : *w trudnych chwilach* (dans les instants difficiles), *w trudnych momentach* (dans les moments difficiles), *w trudnych sytuacjach* (dans les situations difficiles), *w chwilach kryzysowych* (dans les instants de crise) ou encore *w momentach najistotniejszych* (dans les moments les plus essentiels).

x 3 : + P. *potrafią się zjednoczyć w trudnych chwilach.* → + P. savent s'unir dans les instants difficiles.

x 2 : + P. *potrafią się (z)jednoczyć w trudnych momentach.* → + P. savent s'unir dans les moments difficiles.

x 1 : + P. *potrafią zjednoczyć się w trudnych sytuacjach.* → + P. savent s'unir dans les situations difficiles.

x 1 : + P. *potrafią się zjednoczyć w chwilach kryzysowych.* → + P. savent s'unir dans les instants de crise.

x 1 : + P. *potrafią się zjednoczyć w momentach najistotniejszych.* → + P. savent s'unir dans les moments les plus essentiels.

x 1 : + P. *potrafią się zjednoczyć.* → + P. savent s'unir.

x 1 : + P. *potrafią się chwilowo zjednoczyć.* → + P. savent s'unir momentanément.

⁸ D'après son acception : « se joindre à quelqu'un dans le but d'une action commune » (en polonais : « łączyć się z kimś w celu wspólnego działania ») (SJP PWN 2012)

Le verbe *jednoczyć się* (s'unir) et sa forme nominale *jedność* (l'unité)⁹ sont encore employés dans les phrases suivantes :

x 1 : + P. *jednoczą się w trudnych chwilach*. → + P. s'unissent dans les moments difficiles.

x 1 : + P. *jako jedność są silni*. → + P. comme unité ils sont forts.

On remarque aussi la phrase suivante où le verbe *zintegrować się* (s'intégrer)¹⁰ se présente comme parasynonyme de *jednoczyć się* (s'unir) introduit à nouveau par le verbe *potrafić* (parvenir à, savoir) et précisé également par un complément circonstanciel de lieu *w sytuacji zagrożenia* (dans une situation risquée, de menace), dans un sens similaire à celui des compléments évoqués précédemment :

x 1 : + P. *w sytuacji zagrożenia potrafią się zintegrować*. → + P. dans une situation de menace parviennent à s'intégrer.

- **Un caractère querelleur**

« *Polacy są kłótniwi* » → *Les Polonais sont querelleurs*

Une certaine tendance à la dispute est attribuée par les jeunes aux Polonais dans 10 réponses négatives.

Ce caractère querelleur est surtout mis en avant par les répondants les plus âgés (deux de 18 à 21 ans, 7 de 22 à 25 ans, un non renseigné)

Le verbe *klócić się* (se disputer)¹¹ est employé 5 fois, notamment avec un adverbe d'intensité comme *często* (souvent), *wciąż* (tout le temps, sans arrêt) ou *cały czas* (tout le temps) :

x 1 : - P. *klócą się*. → - P. se disputent.

x 1 : - P. *często się ze sobą klócą*. → - P. se disputent souvent entre eux.

x 1 : - P. *często się klócą*. → - P. se disputent souvent.

x 1 : - P. *wciąż się klócą*. → - P. se disputent sans arrêt.

x 1 : - P. *klócą się cały czas*. → - P. se disputent tout le temps.

⁹ D'après son acception : « unanimité en ce qui concerne des opinions, des besoins ou des devoirs » (en polonais : « *jednomysłność w opiniach, potrzebach lub żądaniach* ») (SJP PWN 2012)

¹⁰ D'après son acception : « procéder à une intégration » (en polonais : « *ulec integracji* ») et d'après l'acception d'*integracja* (l'intégration) : « processus de formation d'un tout à partir d'une partie » (en polonais : « *proces tworzenia się całości z części* ») (SJP PWN 2012)

¹¹ D'après son acception : « se disputer/se quereller » (en polonais : « *toczyć spór* ») (SJP PWN 2012)

Formé sur le même radical, on note trois fois l'adjectif *klótlivy* (querelleur)¹², attribut du sujet :

x 2 : - P. *są klótlivi*. → - P. sont querelleurs.

x 1 : - P. *nie potrafią dyskutować, są klótlivi*. → - P. ne savent pas discuter, sont querelleurs.

On relève aussi deux fois un adjectif parasynonyme de *klótlivy*, *konfliktowy* (qui cherche les conflits)¹³.

x 2 : - P. *są konfliktowi*. → - P. cherchent les conflits.

- **La gentillesse**

« *Polacy są mili* » → *Les Polonais sont gentils*

Toujours présentée de manière positive, la gentillesse est soulignée dans 10 réponses des jeunes Polonais comme caractéristique de leurs compatriotes.

Elle est accordée essentiellement par des répondants comptant parmi les plus jeunes de l'échantillon (7 de 18 à 21 ans, trois de 22 à 25 ans) et n'ayant pas fait d'études supérieures (6 sans études, 4 avec études - en tenant compte du fait que ces derniers sont près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon). Les jeunes originaires de l'est de la Pologne sont aussi nombreux à donner ce type de réponse (trois de l'ouest, 7 de l'est - ces derniers sont près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon).

La gentillesse est 5 fois avancée au moyen de l'adjectif *miły* (gentil)¹⁴.

x 3 : + P. *są mili*. → + P. sont gentils.

x 1 : + P. *są miłymi ludźmi*. → + P. sont des gens gentils.

x 1 : + P. *są przyjaźni i mili dla innych narodów*. * → + P. sont amicaux et gentils envers les autres nations.

Elle est aussi exprimée avec un parasynonyme de *miły*, l'adjectif *uprzejmy* (gentil, aimable)¹⁵.

x 4 : + P. *są uprzejmi*. → + P. sont gentils, aimables.

x 1 : + P. *są uprzejmi w stosunku do innych*. → + P. sont gentils, aimables envers les autres.

¹² D'après son acception : « enclin à se quereller » (en polonais : « skłonny do kłótni ») (SJP PWN 2012)

¹³ D'après l'acception de *konflikt* (le conflit): « désaccord prolongé entre des parties » (en polonais : « przedłużająca się niezgoda między stronami ») (SJP PWN 2012)

¹⁴ D'après son acception : « proche de quelqu'un sur le plan émotionnel » (en polonais : « bliski komuś uczuciowo ») (SJP PWN 2012)

¹⁵ D'après son acception : « qui se comporte poliment, amicalement avec les autres » (en polonais : « zachowujący się grzecznie, przyjaźnie w stosunku do innych ») (SJP PWN 2012)

- **La solidarité**

« *Polacy są solidarni* » → *Les Polonais sont solidaires*

La solidarité est présentée dans 9 réponses par les jeunes, comme caractéristique positive des Polonais. Elle est évoquée par des répondants aux profils très diversifiés.

L'adjectif *solidarny* (solidaire)¹⁶ apparaît 7 fois comme attribut du sujet. De même que le verbe *jednoczyć się* (s'unir), l'adjectif *solidarny* est souvent associé à un complément circonstanciel indiquant un moment ou une situation difficile : *w trudnych chwilach* (dans les instants difficiles), *w potrzebie* (dans le besoin), *gdy pojawia się problem* (quand un problème de se présente). Et comme le verbe *jednoczyć się*, l'adjectif *solidarny* est plusieurs fois introduit par le verbe *potrafić* (parvenir à, savoir) ou son parasynonyme *umieć* (savoir) :

x 2 : + P. *są solidarni*. → + P. sont solidaires.

x 1 : + P. *są solidarni w potrzebie*. → + P. sont solidaires dans le besoin.

x 1 : + P. *są solidarni szczególnie gdy pojawia się problem*. → + P. sont solidaires en particulier quand un problème se présente.

x 2 : + P. *potrafią być solidarni*. → + P. parviennent à être solidaires.

x 1 : + P. *umieją być solidarni w trudnych chwilach*. → + P. savent être solidaires dans les instants difficiles.

Le verbe *solidaryzować się* (se solidariser)¹⁷, formé à partir du même radical que *solidarny*, revient deux fois dans les réponses, à nouveau associé à des compléments circonstanciels relatant un moment difficile *w ciężkich momentach* (dans les moments difficiles) et *w trudnych chwilach* (dans les instants difficiles). On souligne, dans l'un des cas, l'emploi du verbe *potrafić* (parvenir à, savoir) :

x 1 : + P. *potrafią się solidaryzować w ciężkich momentach*. → + P. savent se solidariser dans les moments difficiles.

x 1 : + P. *solidaryzują się w trudnych chwilach*. → + P. se solidarisent dans les moments difficiles.

¹⁶ D'après son acception : « qui éprouve une responsabilité partagée avec quelqu'un, qui s'engage à coopérer et à soutenir quelqu'un » (en polonais : « *poczuwający się do współodpowiedzialności, współdziałania i wspierania kogoś* ») (SJP PWN 2012)

¹⁷ D'après son acception : « éprouver de la solidarité » (en polonais : « *poczuwać się do solidarności* ») (SJP PWN 2012)

- **La sociabilité**

« *Polacy są towarzyscy* » → *Les Polonais sont sociables*

La sociabilité des Polonais apparaît dans 9 réponses des jeunes Polonais comme caractéristique positive. Ce trait est surtout évoqué par des répondants de sexe féminin (trois hommes, 6 femmes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (trois de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans).

L'adjectif *towarzyski* (sociable)¹⁸ est employé dans 7 réponses comme attribut du sujet.

x 6 : + P. *są towarzyscy*. → + P. sont sociables.

x 1 : + P. *są bardzo towarzyscy*. → + P. sont très sociables.

On relève encore deux phrases qui expriment cette sociabilité des Polonais :

x 1 : + P. *łatwo nawiązują kontakty z innymi*. → + P. lient facilement contact avec les autres.

x 1 : + P. *lubią zawierać nowe znajomości*. → + P. aiment faire de nouvelles connaissances.

- **La serviabilité**

« *Polacy są pomocni* » → *Les Polonais sont serviables*

La serviabilité des Polonais figure dans 9 réponses des jeunes comme trait positif.

Cette caractéristique est accordée principalement par des jeunes femmes (deux hommes, 7 femmes).

L'adjectif *pomocny* (serviable, disposé à aider)¹⁹ est 7 fois attribut du sujet. On remarque dans l'un des cas la précision *w nagłych sytuacjach* (dans les situations imprévues), qui fait une fois de plus écho aux compléments circonstanciels évoquant les moments difficiles, lors desquels les Polonais seraient unis ou solidaires (cf. caractéristiques précédentes) :

x 6 : + P. *są pomocni*. → + P. sont serviables.

x 1 : + P. *są pomocni w nagłych sytuacjach*. → + P. sont disposés à aider dans les situations imprévues.

¹⁸ D'après son acception : « qui éprouve du plaisir à fréquenter les gens » (en polonais : « znajdujący upodobanie w obcowaniu z ludźmi ») (SJP PWN 2012)

¹⁹ D'après son acception : « qui peut aider ou qui aide en quelque chose » (en polonais : « mogący pomóc lub pomagający w czymś ») (SJP PWN 2012)

Deux autres phrases expriment cette disposition des Polonais, incluant le substantif *pomoc* (l'aide)²⁰ ou le groupe verbal *pomagać sobie* (s'entraider), formés également à partir du même radical :

x 1 : + P. *są chętni do pomocy*. → + P. apportent volontiers leur aide.

x 1 : + P. *pomagają sobie*. → + P. s'entraident.

- **Un caractère amical**

« *Polacy są przyjaźni* » → *Les Polonais sont amicaux*

Un caractère amical est accordé par les jeunes aux Polonais dans 8 réponses, comme caractéristique positive. Cette caractéristique est souvent mise en avant par des répondants de sexe féminin (un homme, 7 femmes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (deux hommes, 6 femmes) et provenant des plus grandes villes (deux issus de villes de moins de 100 000 habitants, 6 de plus de 100 000 habitants).

L'adjectif *przyjazny* (amical)²¹ apparaît 5 fois comme attribut du sujet :

x 4 : + P. *są przyjaźni*. → + P. sont amicaux.

x 1 : + P. *są przyjaźni i mili dla innych narodów*. *→ + P. sont amicaux et gentils envers les autres nations.

L'adverbe *przyjaźnie* (de manière amicale), formé sur le même radical, est aussi employé dans une des réponses :

x 1 : + P. *są przyjaźnie nastawieni do obcokrajowców (no do prawie wszystkich)*. *→ + P. ont une attitude amicale envers les étrangers (enfin envers presque tous).

On relève aussi deux fois l'adjectif *przyjacielski* (amical, sympathique)²², parasynonyme de *przyjazny* (amical), attribut du sujet :

x 2 : + P. *są przyjacielscy*. → + P. sont amicaux.

²⁰ D'après son acception : « action réalisée au profit d'une autre personne » (en polonais : « działanie podjęte dla dobra innej osoby ») (SJP PWN 2012)

²¹ D'après son acception : « nourrissant pour quelqu'un un sentiment d'amitié » (en polonais : « żywiący dla kogoś uczucie przyjaźni ») (SJP PWN 2012)

²² D'après son acception : « qui se rapporte à des amis » (en polonais : « odnoszący się do przyjaciół ») (SJP PWN 2012)

- **La sincérité**

« *Polacy są szczerzy* » → *Les Polonais sont sincères*

La sincérité est, dans 8 réponses, mentionnée par les jeunes Polonais comme caractéristique positive de leurs compatriotes.

Ce trait est présenté le plus souvent par des répondants de sexe féminin (deux hommes pour 6 femmes), issus des plus grandes villes (un répondant d'une ville de moins de 100 000 habitants, 6 de villes de plus de 100 000 habitants, un non renseigné).

L'adjectif *szczerzy* (sincère)²³ est à 4 reprises attribut du sujet (sans complément).

x 4 : + P. *są szczerzy*. → + P. sont sincères.

L'adjectif *prawdomówny* (sincère, qui dit la vérité)²⁴, parasynonyme de *szczerzy*, est aussi employé comme attribut du sujet :

x 1 : + P. *są prawdomówni*. → + P. sont sincères.

A trois reprises, l'expression « *mówią (to), co myślą* » ([ils] disent ce qu'ils pensent) figure dans les réponses pour signifier cette sincérité des Polonais.

x 1 : + P. *mówią to, co myślą (co nie zawsze jest dyplomatyczne i na miejscu)*. → + P. disent ce qu'ils pensent (ce qui n'est pas toujours diplomatique et convenable).

x 1 : + P. *mówią, co myślą*. → + P. disent ce qu'ils pensent.

x 1 : + P. *mówią co myślą, nawet jeśli byłoby lepiej milczeć*. → + P. disent ce qu'ils pensent, même quand il serait mieux de se taire.

- **La malhonnêteté/ la tromperie**

« *Polacy są nieuczciwi* » → *Les Polonais sont malhonnêtes/trompent les gens*

La malhonnêteté est accordée aux Polonais par les jeunes dans 6 réponses, de manière négative.

Ce trait est souligné par des répondants principalement de sexe féminin (un homme pour 5 femmes), aux profils très variés.

²³ D'après son acception : « qui ne cache pas ses pensées, ses sentiments, ses intentions, etc. » (en polonais : « nieukrywający swych myśli, uczuć, zamiarów itp. ») (SJP PWN 2012)

²⁴ D'après son acception : « qui dit toujours la vérité » (en polonais : « mówiący zawsze prawdę ») (SJP PWN 2012)

L'adjectif *nieuczciwy* (malhonnête, déloyal)²⁵ est employé 4 fois comme attribut du sujet, sans complément :

x 4 : - P. *są nieuczciwi*. → - P. sont malhonnêtes.

De sens similaire, le verbe *oszukiwać* (tromper les gens)²⁶ est relevé à deux reprises :

x 2 : - P. *oszukują*. → - P. trompent les gens.

- **La sympathie**

« *Polacy są sympatyczni* » → *Les Polonais sont sympathiques*

La sympathie est reconnue par les jeunes Polonais dans trois réponses, comme caractéristique positive des Polonais.

Elle est évoquée par les répondants les plus jeunes de l'échantillon (de 18 à 21 ans uniquement).

L'adjectif *sympatyczny* (sympathique)²⁷ est dans ces trois réponses attribut du sujet :

x 3 : + P. *są sympatyczni*. → + P. sont sympathiques.

- **Un bon comportement des hommes envers les femmes**

« *Polacy (mężczyźni) potrafią dobrze zachowywać się w stosunku do kobiet* » → *Les Polonais (les hommes) savent bien se comporter envers les femmes*

Un bon comportement vis-à-vis des femmes est présenté par les jeunes Polonais dans trois réponses, comme caractéristique positive des hommes polonais.

Ce bon comportement est mis en avant par des jeunes aux profils variés.

Le nom commun *mężczyzna* (l'homme) est trois fois accolé au sujet de la phrase *Polacy* (les Polonais) pour prendre la fonction de sujet. Les trois phrases incluent le nom commun *kobieta* (la femme) ou

²⁵ D'après son acception : « qui agit en violant l'éthique, le droit » (en polonais : « postępujący niezgodnie z etyką, z prawem ») (SJP PWN 2012)

²⁶ D'après son acception : « induire quelqu'un en erreur pour son propre bénéfice » (en polonais : « wprowadzić kogoś w błąd dla własnej korzyści ») (SJP PWN 2012)

²⁷ D'après son acception : « qui suscite la sympathie » (en polonais : « wzbudzający sympatię ») (SJP PWN 2012) et l'acception de *sympatia* (la sympathie) : « sentiment qui consiste en ce que l'on apprécie quelqu'un ou quelque chose » (en polonais : « uczucie polegające na tym, że się kogoś lub coś lubi ») (SJP PWN 2012)

Pani (la dame) pour mettre en avant ce comportement des hommes envers les femmes. Les deux premières phrases comprennent l'expression *przepuszczać kogoś* (laisser passer quelqu'un) :

x 1 : + P. - *mężczyźni są dżentelmenami np. przepuszczają kobietę w drzwiach.* → + P. - les hommes sont des gentlemen, ils laissent passer les femmes en premier par la porte.

x 1 : + P. - *mężczyźni zazwyczaj przepuszczają Panię przodem.* → + P. - les hommes laissent habituellement passer les dames en premier.

La troisième phrase comprend également un verbe d'action, *zachowywać się* (se comporter) :

x 1 : + P. - *mężczyźni potrafią dobrze zachowywać się w stosunku do kobiet.* → + P. - les hommes savent bien se comporter par rapport aux femmes.

- **Occurrences uniques ou doubles de caractéristiques relevant de l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Polacy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : la bienveillance (2), le fait de savoir coopérer (1), de savoir écouter (1) et l'honnêteté (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : l'égoïsme (2), la perfidie (2), un caractère chicaneur (1), le fait de faire peu d'enfants (1), le fait d'utiliser les plus faibles (1), un caractère peu amical (1), le manque d'unité lors des tragédies nationales (1), un comportement énervant (1), l'indifférence aux problèmes des autres (1), l'agressivité (1), le manque de respect envers les personnes plus âgées (1), un manque d'assertivité avec les enfants (1), la méfiance (1), les commérages (1), les pistons (1) et le fait d'ignorer les cyclistes sur la route (1).

4.2. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *NIEMCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 37 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect social, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais (caractéristiques cette fois d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 13 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois - toutes de type négatif - que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°25).

- **La tromperie**

« *Niemcy są zakłamani/obłudni* » → *Les Allemands sont trompeurs/hypocrites*

La tromperie entre dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais. Elle revient aux Allemands dans 5 réponses de type négatif.

Cette caractéristique est évoquée par une majorité de répondants de sexe féminin (un homme pour 4 femmes), n'ayant pas fait d'études supérieures (trois jeunes sans études, deux avec études – ces derniers étant près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon).

Deux adjectifs parasyonymes expriment ce manque de sincérité : *zakłamany* (hypocrite)²⁸, *obłudny* (hypocrite, également)²⁹, ainsi qu'un de leur antonyme *szczerzy* (sincère)³⁰ marqué par l'adverbe de négation *nie* :

x 1 : - N. *są zakłamani*. → - A. sont hypocrites.

x 1 : - N. *są obłudni*. → - A. sont hypocrites.

x 1 : - N. *są nie szczerzy*. → - A. ne sont pas sincères.

Deux autres phrases expriment également ce caractère trompeur :

x 1 : - N. *mówią że lubią Polaków a tak nie jest*. *→ - A. disent qu'ils aiment les Polonais mais il n'en est pas ainsi.

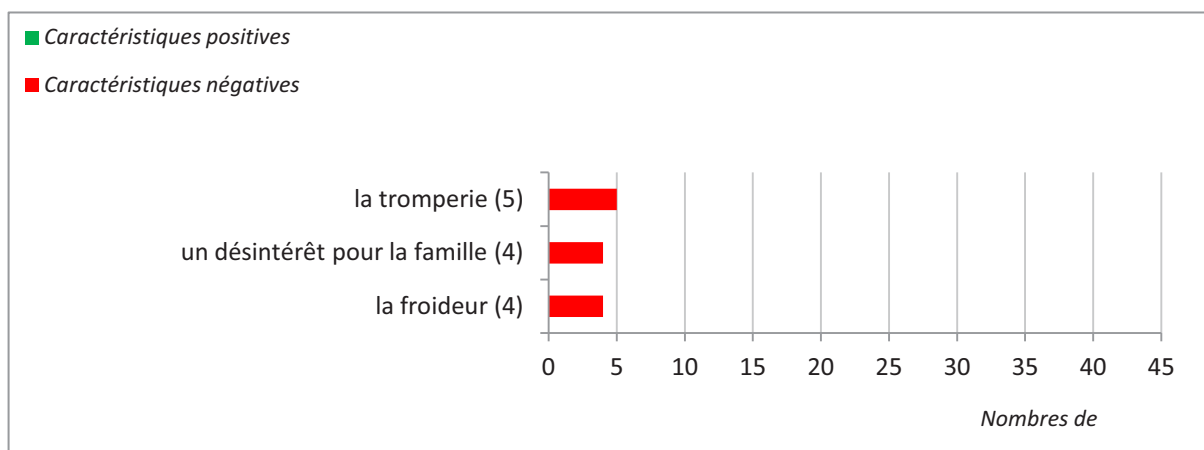
x 1 : - N. *mają fałszywe intencje*. → - A. ont de fausses intentions.

²⁸ D'après son acception : « insincère » (en polonais : « *nieszczery* ») (SJP PWN 2012)

²⁹ D'après son acception : « insincère, hypocrite » (en polonais : « *nieszczery, dwulicowy* ») (SJP PWN 2012)

³⁰ D'après son acception : « qui ne cache pas ses pensées, ses sentiments, ses intentions, etc. » (en polonais : « *nieukrywający swych myśli, uczuć, zamiarów itp.* ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°25. Caractéristiques relevant de l'aspect social - gentilé « Niemcy »



- **Un désintérêt pour la famille**

« Niemcy zaniedbują rodzinę » → *Les Allemands négligent la famille*

Les Allemands négligeraient la famille d'après 4 réponses des jeunes Polonais. Cette caractéristique est toujours dépréciée par les répondants.

Elle est évoquée uniquement par des répondants de sexe féminin.

Le nom commun *rodzina* (la famille)³¹ ou son parasyononyme *ród* (la famille, la lignée)³² sont ici employés. Dans ces phrases, différentes expressions expriment la négligence, le manque d'intérêt ou de soin : *mało czasu poświęcać (rodzinie)* (accorder peu de temps à la famille), *zaniedbać (dom, rodzinie)* (négliger la maison, la famille), *nie chcieć przedłużać (rodu)* (ne pas vouloir agrandir la famille), *nie dbać (o rodzinę)* (ne pas prendre soin de la famille)³³ :

x 1 : - N. *mało czasu poświęcają rodzinie.* → - A. accordent peu de temps à la famille.

x 1 : - N. *zaniedbują dom i rodzinę, poświęcają się pracy w zbyt dużym stopniu.* *→ - A. négligent la maison et la famille, ils se consacrent à leur travail à un degré trop important.

x 1 : - N. *nie chcą mieć dzieci - przedłużać rodu.* → - A. ne veulent pas avoir d'enfants - agrandir la famille.

x 1 : - N. *kobiety nie dbają o rodzinę i dom.* → - A. - les femmes ne prennent pas soin de la famille et de la maison.

- **La froideur**

« Niemcy są chłodni » → *Les Allemands sont froids*

La froideur est une caractéristique accordée aux Allemands par les jeunes Polonais dans 4 réponses de type négatif.

Elle est mise en avant par des répondants aux profils diversifiés.

L'adjectif *chłodny* (froid)³⁴ figure dans trois réponses comme attribut du sujet :

x 2 : - N. *są chłodni.* → - A. sont froids.

x 1 : - N. *wydają się chłodni.* → - A. ont l'air froid.

³¹ D'après son acception : « les conjoints et leurs enfants » (en polonais : « małżonkowie i ich dzieci ») (SJP PWN 2012)

³² D'après son acception : « groupe de personnes apparentées, provenant d'un même ancêtre » (en polonais : « zespół ludzi spokrewnionych ze sobą, pochodzących od jednego przodka ») (SJP PWN 2012)

³³ D'après l'acception de *dbać* (prendre soin de, veiller à) : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou à quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

³⁴ D'après son acception : « qui donne une impression de froideur » (en polonais : « wywołujący wrażenie chłodu ») (SJP PWN 2012)

On observe également un parasynonyme de l'adjectif *chłodny, zimny* (froid) :

x 1 : - N. *sq zimni*. → - A. sont froids.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Niemcy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : un caractère agréable (2), la sympathie (2), un caractère amical (2), la gentillesse (2) le fait d'apprécier parfois les autres (1), de susciter la confiance (1), la générosité (1), l'hospitalité (1), le sourire (1) et un certain franc-parler (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : le manque de respect pour les personnes âgées (2), la méchanceté (2), la malhonnêteté (1), le manque de galanterie (1), le manque de contact avec leurs voisins (1), le manque de serviabilité (1), l'égoïsme (1), l'individualisme (1).

4.3. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *FRANCUZI*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 54 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect social, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 33 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°26).

- **La gentillesse**

« *Francuzi są miłi/uprzejmi* » → *Le Français sont gentils*

La gentillesse est conférée aux Français dans 10 réponses, toujours comme caractéristique positive. Ce trait est principalement évoqué par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Français (5 ont déjà rencontré un Français, 4 jamais - ces derniers étant près de trois fois plus nombreux dans l'échantillon, un non renseigné). On observe aussi que 6 d'entre eux sont des étudiants de philologie romane, provenant de différentes universités polonaises.

L'adjectif *miły* (gentil)³⁵ revient 5 fois :

x 3 : + F. *są miłi* . → + F. sont gentils.

x 1 : + F. *są bardzo miłi* . → + F. sont très gentils.

x 1 : + F. *są miłe nastawieni do obcokrajowców* . *→ + F. ont une attitude gentille envers les étrangers.

Dans les 5 autres cas, on retrouve l'adjectif *uprzejmy* (gentil, agréable)³⁶ attribut du sujet :

x 3 : + F. *są uprzejmi* . → + F. sont gentils.

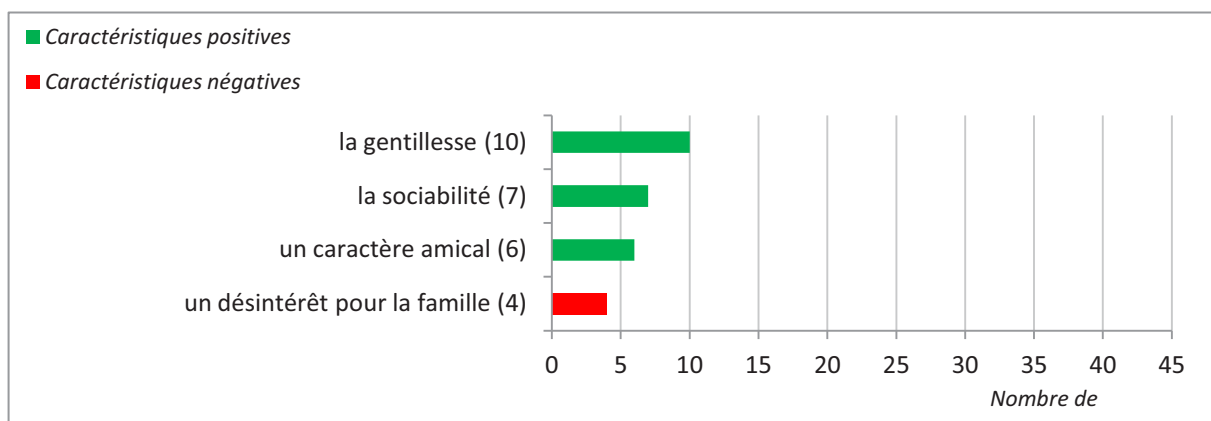
x 1 : + F. *są uprzejmi wobec nieznanym* . → + F. sont gentils envers les inconnus.

x 1 : + F. *wyglądają na uprzejmych* . → + F. ont l'air gentil.

³⁵ D'après son acception : « proche de quelqu'un sur le plan émotionnel » (en polonais : « bliski komuś uczuciowo ») (SJP PWN 2012)

³⁶ D'après son acception : « qui se comporte poliment, amicalement avec les autres » (en polonais : « zachowujący się grzecznie, przyjaźnie w stosunku do innych ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°26. Caractéristiques relevant de l'aspect social - gentilé « Francuzi »



- **La sociabilité**

« *Francuzi są towarzyscy* » → *Les Français sont sociables*

La sociabilité revient 7 fois selon les jeunes Polonais comme caractéristique positive des Français. Elle est évoquée par une majorité de femmes (un homme pour 6 femmes). Tous ont fait des études supérieures (et trois d'entre eux sont des étudiants de philologie romane).

L'adjectif *towarzyski* (sociable)³⁷ est 6 fois attribut du sujet dans ces réponses :

x 6 : + F. *są towarzyscy*. → + F. sont sociables.

La phrase suivante exprime également ce caractère sociable des Français :

x 1 : + F. *lubią poznawać nowych ludzi*. → + F. aiment faire connaissance avec de nouvelles personnes.

- **Un caractère amical**

« *Francuzi są przyjaźni* » → *Le Français sont amicaux*

Le caractère amical des Français est souligné par les jeunes Polonais dans 6 réponses comme une caractéristique positive.

Ce trait est mis en avant principalement par des répondants originaires des plus grandes villes (un jeune provenant d'une ville de moins de 100 000 habitants, 5 de plus de 100 000 habitants).

L'adverbe *przyjaźnie* (de manière amicale) est employé dans l'expression *być przyjaźnie nastawionym* (avoir une approche amicale) qui est répétée trois fois.

x 1 : + F. *są przyjaźnie nastawieni*. → + F. ont une approche amicale.

x 1 : + F. *są przyjaźnie nastawieni do turystów*. → + F. ont une approche amicale des touristes.

x 1 : + F. *są przyjaźnie nastawieni do Polaków*. *→ + F. ont une approche amicale des Polonais.

L'adjectif *przyjazny* (amical)³⁸ est aussi deux fois attribut du sujet.

x 2 : + F. *są przyjaźni*. → + F. sont amicaux.

³⁷ D'après son acception : « qui éprouve du plaisir à fréquenter les gens » (en polonais : « znajdujący upodobanie w obcowaniu z ludźmi ») (SJP PWN 2012)

³⁸ D'après son acception : « nourrissant pour quelqu'un un sentiment d'amitié » (en polonais : « żywiący dla kogoś uczucie przyjaźni ») (SJP PWN 2012)

On trouve une occurrence de son parasynonyme *przyjacielski* (amical, sympathique)³⁹ :

x 1 : + F. *są przyjacielscy*. → + F. sont amicaux.

- **Un désintérêt pour la famille**

Francuzi zaniedbują rodzinę → *Les Français négligent la famille*

Un manque d'attention envers la famille est avancé par les jeunes Polonais dans 4 réponses, comme caractéristique négative des Français.

Il est évoqué par des répondants comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans), provenant des plus grandes villes (de plus de 100 000 habitants).

Les formulations sont différentes et touchent divers aspects de la famille : *więzi rodzinne* (les liens familiaux), *dzieci* (les enfants), *osoby starsze* (les personnes âgées) et *rozwód* (le divorce) :

x 1 : - F. *nie dbają o utrzymywanie więzów rodzinnych*. → - F. ne veillent pas au maintien des liens familiaux.

x 1 : - F. *wolą zatrudnić nianię niż samemu opiekować się dziećmi*. → - F. préfèrent embaucher une nourrice plutôt que de s'occuper eux-mêmes de leurs enfants.

x 1 : - F. *osoby starsze wysyłają do domu starców*. → - F. envoient les personnes âgées dans des maisons de retraite.

x 1 : - F. *często się rozwodzą*. → - F. divorcent souvent.

- **Le fait de ne pas tenir parole**

« *Francuzi są mało słowni* » → *Les Français tiennent peu parole*

À trois reprises, le fait de ne pas tenir parole est attribué par les jeunes Polonais aux Français de manière négative.

Cette caractéristique est présentée par des jeunes comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans), originaires de l'ouest de la Pologne et qui ont tous déjà été en France.

³⁹ D'après son acception : « qui se rapporte à des amis » (en polonais : « odnoszący się do przyjaciół ») (SJP PWN 2012)

L'adjectif *słowny* (qui tient parole)⁴⁰ est employé trois fois dans les réponses, complété par l'adverbe d'intensité *malo* (peu) ou marqué par le préfixe *nie-*, qui marque l'opposition :

x 1 : - F. *sq malo słowni*. → - F. tiennent peu parole.

x 1 : - F. *sq raczej malo słowni*. → - F. tiennent généralement peu parole.

x 1 : - F. *sq niesłowni*. → - F. ne tiennent pas parole.

- **L'hypocrisie**

« *Francuzi są obłudni/malo słowni* » → *Les Français sont hypocrites*

L'hypocrisie entre à trois reprises dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais, comme trait négatif.

Cette caractéristique est présentée par des jeunes originaires des plus grandes villes (de plus de 100 000 habitants) de l'ouest de la Pologne.

On relève l'adjectif *obłudny* (hypocrite)⁴¹ pour exprimer le manque d'honnêteté des Français :

x 1 : - F. *sq obłudni*. → - F. sont hypocrites.

Deux phrases expriment encore ce manque de sincérité :

x 1 : - F. *ciągle pytają czy « ca va? » a mają to tak naprawdę głęboko gdzieś*. → - F. demandent tout le temps si « ça va ? » et ils n'en ont en fait vraiment rien à foutre.

x 1 : - F. *nie przyznają się, że czegoś nie wiedzą*. → - F. ne reconnaissent pas quand ils ne savent pas quelque chose.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Francuzi***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : la sympathie (2), le fait de jouer un double jeu/de montrer deux visages (2), un caractère serviable (2), l'hospitalité (2), le fait de parler sans détour (1),

⁴⁰ D'après son acception : « qui tient parole » (en polonais : « dotrzymujący danego słowa ») (SJP PWN 2012)

⁴¹ D'après son acception : « insincère, hypocrite » (en polonais : « nieszczerzy, dwulicowy ») (SJP PWN 2012)

l'absence de tabous (1), des compétences interpersonnelles (1), l'attachement à la famille (1) et l'honnêteté (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : l'égoïsme (2), l'individualisme (1), des relations trop conventionnelles (1), la perfidie (1), un caractère trop direct (1), un caractère querelleur (1) et des hommes trop insistants avec les femmes (1).

4.4. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *EUROPEJCZYCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 39 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect social, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre à la fois auto- et hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 20 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°27).

- **L'entraide/l'aide**

« *Europejczycy pomagają sobie* » → *Les Européens s'entraident*

L'entraide est conférée aux Européens par les jeunes Polonais à 8 reprises, comme caractéristique positive.

Les jeunes qui n'ont pas fait d'études supérieures sont nombreux à avoir évoqué cette caractéristique (5 sans études, trois avec - ces derniers étant près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon), de même que les jeunes provenant de l'est de la Pologne (trois de l'ouest, 5 de l'est - ces derniers étant également près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon).

On relève 4 fois le verbe *pomagać sobie* (s'entraider) :

x 3 : + E. *pomagają sobie*. → + E. s'entraident.

x 1 : + E. *chcą sobie pomagać* (UE). *→ + E. veulent s'entraider (UE).

On trouve aussi l'expression *wspierać się wzajemnie* (se soutenir mutuellement), de sens équivalent :

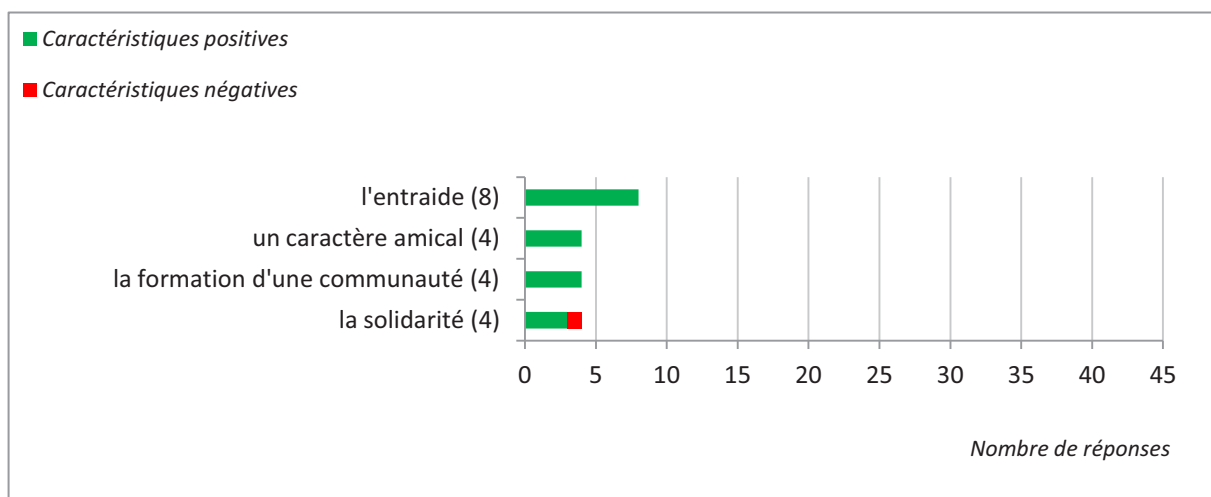
x 1 : + E. *wspierają się wzajemnie*. → + E. se soutiennent mutuellement.

L'adjectif *pomocny* (serviable, qui aide)⁴² est employé trois fois :

x 3 : + E. *są pomocni* → + E. aident.

⁴² D'après son acception : « qui peut aider ou qui aide en quelque chose » (en polonais : « mogący pomóc lub pomagający w czymś ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°27. Caractéristiques relevant de l'aspect social - gentilé « Europejczyzy »



- **Un caractère amical**

« *Europejczycy są przyjaźni* » → *Les Européens sont amicaux*

Un caractère amical entre dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais. Il est accordé aux Européens dans 4 réponses comme une caractéristique positive.

Cette caractéristique est évoquée par des répondants comptant parmi les plus jeunes de l'échantillon (de 18 à 21 ans), principalement originaires de l'est de la Pologne (un de l'ouest, trois de l'est - ces derniers étant près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon).

L'adjectif *przyjazny* (amical)⁴³ est trois fois attribut du sujet :

x 3 : + E. *są przyjaźni*. → + E. sont amicaux.

La phrase suivante prend un sens similaire avec l'adverbe *przyjacielsko* (amicalement, de manière amicale) :

x 1 : + E. *są przyjacielsko nastawieni*. → + E. ont une approche amicale.

- **La formation d'une communauté**

« *Europejczycy tworzą wspólnotę* » → *Les Européens forment une communauté*

Le fait de former une communauté est attribué par les jeunes Polonais comme caractéristique positive des Européens, dans 4 réponses.

Ce trait est évoqué par des répondants aux profils diversifiés.

On retrouve trois fois l'expression *tworzyć wspólnotę* (former une communauté)⁴⁴, avec dans les deux premières phrases l'emploi de la première personne du pluriel, alors que le verbe devrait être conjugué à la troisième personne du pluriel. L'emploi de la première personne renforce aussi cette idée de communauté et d'identification des répondants aux Européens.

x 1 : + E. - *tworzymy wspólnotę, dobrze zgrani*. → + E. - nous formons une communauté, bien soudés.

x 1 : + E. - *tworzymy wspólnotę*. → + E. - nous formons une communauté.

x 1 : + E. *tworzą wspólnotę*. → + E. forment une communauté.

⁴³ D'après son acception : « nourrissant pour quelqu'un un sentiment d'amitié » (en polonais : « żywiący dla kogoś uczucie przyjaźni ») (SJP PWN 2012)

⁴⁴ D'après l'acception de *wspólnota* (la communauté) : « groupe de personnes liées par une origine commune, une culture commune ou des intérêts communs, une propriété commune » (en polonais : « grupa osób związana wspólnym pochodzeniem, wspólną kulturą lub wspólnymi interesami, wspólną własnością ») (SJP PWN 2012)

Le nom commun *wspólnota* (la communauté) est employé une 4^{ème} fois dans la phrase suivante :

x 1 : + E. sq rozwijającą się wspólnotą. *→ + E. sont une communauté qui se développe.

- **La solidarité**

« *Europejczycy są solidarni* » → *Les Européens sont solidaires*

La solidarité apparaît dans 4 réponses des jeunes Polonais - trois réponses de type positif et une de type négatif.

Elle revient chez des répondants aux profils variés.

Dans les trois cas positifs, l'adjectif *solidarny* (solidaire)⁴⁵ est attribut du sujet :

x 1 : + E. sq ze sobą solidarni i zjednoczeni – UE. *→ + E. sont solidaires et unis entre eux – UE.

x 1 : + E. sq solidarni w UE. *→ + E. sont solidaires dans l'UE.

x 1 : + E. sq ze sobą solidarni kiedy są problemy finansowe (UE). *→ + E. sont solidaires entre eux quand il y a des problèmes financiers (UE).

Dans l'énoncé de type négatif, on trouve le substantif *solidarność* (la solidarité), avec l'idée d'une solidarité limitée :

x 1 : - E. wykazują za małe zrozumienie idei solidarności w UE. *→ + E. manifestent une compréhension trop réduite de l'idée de solidarité dans l'UE.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Europejczycy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : l'attachement à la famille (2), la sociabilité (2), la gentillesse (2), l'éloquence (1), la volonté de s'entendre entre eux (1), le respect de la personne (1), une baisse de la natalité (1), une manière d'être communicative (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : l'incapacité à s'entendre entre eux (1), l'hypocrisie (1), l'égoïsme (1), un caractère impitoyable (1), l'impudence (1), l'individualisme (1) le respect des

⁴⁵ D'après son acception : « qui éprouve une responsabilité partagée avec quelqu'un, qui s'engage à coopérer et à soutenir quelqu'un » (en polonais : « poczuwający się do współodpowiedzialności, współdziałania i wspierania kogoś ») (SJP PWN 2012)

femmes⁴⁶ (1) et la malhonnêteté (1).

⁴⁶ L'évaluation négative de cette caractéristique est comprise comme ironique, en raison d'une émoticône indiquant le sourire à la fin de la phrase.

4.5. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Une influence des différents facteurs sociaux et environnementaux sur la compréhension des gentilés dans leur aspect social est décelable dans notre enquête, à l'exception du gentilé *Niemcy* - peu de caractéristiques de type social ayant été attribuées aux Allemands. Comme nous l'avons vu, en comparaison des gentilés *Polacy*, *Francuzi* et *Europejczy*, les occurrences de caractéristique de type social attribuées au moins à trois reprises relativement aux gentilés *Niemcy* sont très peu nombreuses : 13 au total. Pour ce gentilé, l'influence des facteurs sociaux et environnementaux sur l'attribution des caractéristiques de type social n'est donc pas aussi clairement décelable, l'échantillon d'enquêtés n'est ici pas suffisamment représentatif. Par souci de régularité, nous indiquons tout de même l'ensemble des données statistiques qui se rapportent aux 4 gentilés, tout en relativisant la représentativité des résultats relatifs au gentilé *Niemcy*.

- **Influence du sexe des répondants**

Le sexe des répondants a une influence notable sur l'attribution des différentes caractéristiques relatives à l'aspect social de la compréhension des gentilés. Les femmes attribuent nettement plus de caractéristiques de type social que les hommes aux différents groupes : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques sociales dont les répondants ont indiqué leur sexe, 70% des occurrences sont indiquées par des femmes et 30% par des hommes, or les femmes représentent 52% de l'échantillon des enquêtés et les hommes 48%⁴⁷. En premier lieu, elles comprennent davantage que les hommes dans leur aspect social les gentilés *Niemcy* (77% d'occurrences indiquées par des femmes pour 23% par des hommes), puis *Polacy* (72% d'occurrences indiquées par des femmes pour 28% par des hommes) et *Francuzi* (70% d'occurrences indiquées par des femmes pour 30% par des hommes). Il n'y a par contre pas eu de différence notable entre hommes et femmes en ce qui concerne le gentilé *Europejczy* (50% d'occurrences indiquées par des femmes contre 50% par des hommes).

Par ailleurs, aucune caractéristique des 4 gentilés n'a été attribuée par une nette majorité de jeunes hommes. Les femmes se distinguent par contre nettement dans l'attribution aux Polonais de nombreuses caractéristiques de type positif : l'hospitalité (12 hommes, 29 femmes), l'attachement à la famille (deux hommes, 15 femmes, un non renseigné), la sociabilité (trois hommes, 6 femmes), la serviabilité (deux hommes, 7 femmes), un caractère amical (un homme, 7 femmes), la sincérité (deux

⁴⁷ Sur l'ensemble des 147 occurrences de caractéristiques de type social (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 103 sont indiquées par des femmes et 41 par des hommes (pour les trois autres, le sexe des répondants n'est pas renseigné). Pour les 13 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 10 sont indiquées par des femmes et trois par des hommes. Pour les 33 occurrences de caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 23 ont été formulées par des femmes et 10 par des hommes. Pour les 20 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczy*, 10 sont indiquées par des femmes et 10 par des hommes.

hommes, 6 femmes), ainsi qu'une caractéristique de type négatif : la malhonnêteté (un homme, 5 femmes). Elles soulignent aussi en grand nombre chez les Allemands les deux caractéristiques négatives que sont la tromperie (un homme, 4 femmes) et un désintérêt pour la famille (4 femmes uniquement). Chez les Français, elles insistent en particulier sur le trait de type positif qu'est la sociabilité (un homme pour 6 femmes).

- **Influence de l'âge des répondants**

Les répondants les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans) sont un peu plus nombreux que les plus jeunes (de 18 à 21 ans) à comprendre l'ensemble des gentilés dans leur aspect social. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type social dont les répondants ont indiqué leur âge, 55% des occurrences sont indiquées par les jeunes de 22 à 25 ans pour 45% par des jeunes de 18 à 21 ans, or les jeunes de 22 à 25 ans représentent 53% de l'échantillon des enquêtés et ceux de 18 à 21 ans 47%⁴⁸. Tout d'abord, les répondants les plus âgés de l'échantillon comprennent dans leur aspect social davantage que les plus jeunes le gentilé *Polacy* (57% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 43% par des jeunes de 18 à 21 ans), puis *Francuzi* (56% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 44% par des jeunes de 18 à 21 ans) et le gentilé *Niemcy* (54% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 46% par des jeunes de 18 à 21 ans). Cependant les plus jeunes comprennent un peu plus que les plus âgés le gentilé *Europejczycy* dans son aspect social (40% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 60% par des jeunes de 18 à 21 ans).

Certaines caractéristiques de type social sont tantôt mises en avant par les répondants les plus âgés et tantôt par les plus jeunes de l'échantillon. Les plus jeunes insistent en particulier chez les Polonais sur deux caractéristiques de type positif : la gentillesse (7 de 18 à 21 ans, trois de 22 à 25 ans) et la sympathie (trois de 18 à 21 ans uniquement) et chez les Européens sur une caractéristique de type positif également : un caractère amical (4 de 18 à 21 ans uniquement). Les jeunes de 22 à 25 ans se distinguent pour leur part dans l'attribution aux Polonais d'autres caractéristiques positives de type social : l'attachement à la famille (6 de 18 à 21 ans, 11 de 22 à 25 ans, un non renseigné), la capacité à s'unir dans les moments difficiles (deux de 18 à 21 ans, 11 de 22 à 25 ans), la sociabilité (trois de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans) et un caractère amical (deux de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans). Ils leur attribuent aussi en grand nombre la caractéristique de type négatif qu'est un caractère querelleur (deux de 18 à 21 ans, 7 de 22 à 25 ans, un non renseigné). Ils se distinguent aussi dans l'attribution de deux

⁴⁸ Sur l'ensemble des 147 occurrences de caractéristiques de type social (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 82 sont indiquées par les plus âgés et 62 par les plus jeunes (pour les 3 autres, l'âge n'est pas renseigné). Pour les 13 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 7 sont indiquées par les plus âgés et 6 par les plus jeunes. Pour les 33 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 18 sont indiquées par les plus âgés et 14 par les plus jeunes (pour une occurrence l'âge du répondant n'est pas renseigné). Enfin, pour les 20 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 8 ont été indiquées par les plus âgés, 12 par les plus jeunes.

traits de type négatif chez les Français : un désintérêt pour la famille (4 de 22 à 25 ans uniquement) et le fait de ne pas tenir parole (trois de 22 à 25 ans uniquement).

- **Influence du niveau d'études des répondants**

Les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures comprennent les différents gentilés dans leur aspect social un peu plus que les jeunes n'ayant pas fait d'études : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type social dont les répondants ont indiqué leur niveau d'études, 69% sont indiquées par des jeunes faisant ou ayant fait des études et 31% par des jeunes n'ayant pas fait d'études, or les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures représentent 66% de l'échantillon d'enquêtés et ceux n'ayant pas fait d'études 34%⁴⁹. Les répondants qui font ou ont fait des études supérieures comprennent davantage que ceux qui n'ont pas fait d'études dans leur aspect social les gentilés *Francuzi* (84% avec études, 16% sans) et *Polacy* (70% avec études, 30% sans). Par contre, les jeunes qui n'ont pas fait d'études sont, en regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés, un peu plus nombreux à comprendre dans leur aspect social les gentilés *Europejczycy* (55% avec études, 45% sans) et *Niemcy* (54% avec études, 46% sans).

Les jeunes qui font ou ont fait des études supérieures attribuent en particulier aux Polonais l'attachement à la famille (4 sans études, 13 avec, un non renseigné), la capacité à s'unir dans les moments difficiles (un sans études, 12 avec) et la sociabilité (7 avec études uniquement), tandis que ceux qui n'ont pas fait d'études insistent sur leur gentillesse (6 sans études, 4 avec). Les jeunes sans études supérieures évoquent aussi notablement chez les Allemands la tromperie (trois sans études, deux avec) comme trait de type négatif et chez les Européens l'entraide (5 sans études, trois avec) comme trait de type positif.

- **Influence de l'origine géographique occidentale ou orientale des répondants**

Les jeunes de Pologne orientale comprennent un peu plus souvent que ceux de Pologne occidentale les gentilés dans leur aspect social. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type social dont les répondants ont indiqué leur région d'origine, 62% des occurrences sont indiquées

⁴⁹ Sur les 147 occurrences de caractéristiques de type social relatives au gentilé *Polacy*, répétées au moins à 3 reprises, 43 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 98 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (les 6 autres occurrences sont indiquées par des répondants dont le niveau d'études n'est pas indiqué). Pour les 13 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 6 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures contre 7 par des jeunes faisant ou ayant fait des études. Pour les 33 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 5 ont été attribuées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 27 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour une occurrence, le niveau d'études du répondant n'a pas été renseigné). Pour les 20 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 9 occurrences ont été indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures et 11 par des jeunes faisant ou ayant fait des études.

par des jeunes de Pologne occidentale et 38% par des jeunes de Pologne orientale, or les jeunes de Pologne occidentale représentent 64% de l'échantillon des enquêtés et ceux de Pologne orientale 36%⁵⁰. En regard de leur proportion dans l'échantillon, les jeunes de Pologne orientale comprennent dans leur aspect social davantage que ceux de Pologne occidentale les gentilés *Europejczycy* (45% d'occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 55% de Pologne orientale), puis *Polacy* (38% d'occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 62% de Pologne orientale). Les jeunes de Pologne occidentale comprennent cependant davantage dans leur aspect social les gentilés *Francuzi* (87% d'occurrences indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 13% de Pologne orientale), puis *Niemcy* (69% d'occurrences indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 31% de Pologne orientale).

Les jeunes de Pologne orientale insistent notablement dans leur description des Polonais sur leur gentillesse (trois de l'ouest, 7 de l'est) et dans leur description des Européens sur l'entraide (trois de l'ouest, 5 de l'est) ainsi qu'un caractère amical (un de l'ouest, trois de l'est) - toutes des caractéristiques de type positif. Les jeunes de Pologne occidentale évoquent pour leur part en grand nombre chez les Français deux traits de type négatif : le fait de ne pas tenir parole (trois de l'ouest uniquement) et l'hypocrisie (trois de l'ouest uniquement).

- **Influence de la taille des villes des répondants**

En observant le nombre d'occurrences de caractéristiques formulées par les jeunes en fonction de la taille des villes dont ils proviennent, on remarque que les jeunes provenant des plus grandes villes comprennent davantage les gentilés dans leur aspect social : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type social dont les répondants ont indiqué leur ville d'origine, 38% ont été attribuées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants (or ces derniers représentent 47% de l'échantillon d'enquêtés) et 62% par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (53% de l'échantillon d'enquêtés)⁵¹. Les jeunes issus des plus grandes villes attribuent en

⁵⁰ Sur les 147 occurrences de caractéristiques de type social relatives au gentilé *Polacy*, 87 sont attribuées par des jeunes provenant de Pologne occidentale et 54 provenant de Pologne orientale (les 6 autres occurrences ont été formulées par des répondants qui n'ont pas indiqué leur origine géographique). Sur les 13 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 9 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 4 par des jeunes de Pologne orientale. Sur les 33 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 26 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 4 par des jeunes de Pologne orientale (les 3 autres occurrences ont été formulées par des jeunes n'ayant pas renseigné leur origine géographique). Enfin, pour les 20 occurrences relatives au gentilé *Europejczycy*, 9 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 11 par des jeunes de Pologne orientale.

⁵¹ Sur l'ensemble des 147 occurrences de caractéristiques de type social relatives au gentilé *Polacy*, 57 sont indiquées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 84 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour 6 occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée). Sur les 13 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 6 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 7 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants. Sur les 33 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 6 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 24 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour 3 occurrences, l'origine géographique

particulier des traits de type social aux Français (80% des occurrences sont indiquées par des jeunes originaires de villes de plus de 100 000 habitants, 20% par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants), puis aux Européens et aux Polonais (60% de plus de 100 000 habitants, 40% de moins de 100 000, dans les deux cas) et enfin aux Allemands (54% de plus de 100 000 habitants, 46% de moins de 100 000).

Les jeunes originaires des plus grandes villes appuient fortement chez les Polonais sur trois traits de type positif : la capacité à s'unir dans les moments difficiles (trois originaires de villes de moins de 100 000 habitants, 10 de plus de 100 000), un caractère amical (deux de villes de moins de 100 000 habitants, 6 de plus de 100 000) et la sincérité (un d'une ville de moins de 100 000 habitants, 6 de plus de 100 000, un non renseigné). Ils soulignent aussi chez les Français un caractère amical (un d'une ville de moins de 100 000 habitants, 5 de plus de 100 000) comme caractéristique de type positif, mais aussi un désintérêt pour la famille (4 de plus de 100 000 habitants) et l'hypocrisie (trois de plus de 100 000 uniquement) comme traits de type négatif.

- **Influence du niveau de connaissance des personnes et des territoires décrits par les répondants**

Qu'il s'agisse de l'Allemagne et des Allemands ou de la France et des Français, le fait de connaître le pays et/ou ses habitants favorise chez les jeunes Polonais l'attribution de caractéristiques de type social relatives aux gentils *Niemcy* et *Francuzi*. En ce qui concerne le gentilé *Niemcy*, si les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de l'Allemagne sont environ 50% à y avoir été et 50% à ne pas y avoir été, on observe que 62% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type social relative au gentilé *Niemcy* ont été en Allemagne, pour seulement 38% qui n'y ont jamais été⁵². Il en est de même pour le niveau de connaissance des Allemands des jeunes leur ayant conféré une/des caractéristique(s) de type social. Si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 41% à avoir fait la connaissance d'un Allemand et 59% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on observe que 54% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type social ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, pour seulement 46% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁵³. On retrouve ce même écart de proportion quant au gentilé *Francuzi*. Les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de la France sont environ 21% à y avoir été et 79% à ne pas y

des répondants n'a pas été renseignée). Enfin, sur les 20 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczyzy*, 8 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 12 par des jeunes de villes de plus de 100 000.

⁵² Sur les 13 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 8 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en Allemagne et 5 par des jeunes n'y ayant jamais été.

⁵³ Sur les 13 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 7 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand, 6 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Allemand.

avoir été, et on observe que 36% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type social relative au gentilé *Francuzi* ont été en France, pour 64% qui n'y ont jamais été⁵⁴. De même, si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 25% à avoir fait la connaissance d'un Français et 75% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on note que 48% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type social ont déjà fait la connaissance d'un Français, pour seulement 52% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁵⁵.

Les seules caractéristiques qui ressortent distinctement dans les descriptions des jeunes connaissant ou non les deux pays et leurs habitants concernent les Français. Il s'agit de la gentillesse, mise en avant par un nombre important de jeunes ayant déjà fait la connaissance de Français (en regard de leur proportion dans l'échantillon) (5 ont rencontré un Français, 4 jamais, un non renseigné) et le fait de ne pas tenir parole, mis en avant par des jeunes qui ont déjà été en France (trois ont déjà été en France uniquement).

⁵⁴ Sur les 33 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 9 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en France, 16 par des jeunes n'y ayant jamais été (et 8 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance du pays).

⁵⁵ Sur les 33 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 12 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Français, 13 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Français (et 8 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance des habitants).

V. ASPECT GÉOGRAPHIQUE ET ÉCONOMIQUE

Le groupe d'aspect géographique¹ et économique² comprend des expressions liées à la Pologne, à l'Allemagne, à la France ou à l'Europe (c'est-à-dire les atouts et contraintes du territoire, le rapport des habitants avec leur territoire, la beauté des paysages), à leurs ressources et à leurs richesses, leurs industries, leurs infrastructures, au mode de vie qu'ils offrent à leurs habitants. Il comprend également les occurrences se rapportant au développement, au système social, au système de santé, au rapport à l'environnement, à la propreté mais aussi aux niveaux de vie (salaires, possession de biens matériels, prospérité/pauvreté), à l'économie (rapport à l'économie, commerce, épargne) ainsi que le rapport à l'argent et à la consommation (matérialisme, consumérisme, générosité, avarice). Les biens matériels possédés par les habitants d'un pays donné relèvent aussi de ce groupe, puisqu'ils trouvent selon nous des liens directs avec les ressources du pays, ses productions et le niveau de vie des habitants.

Sur l'ensemble des 2699 occurrences de caractéristiques formulées par les 137 jeunes Polonais de notre échantillon, 264 relèvent de l'aspect géographique et économique dans la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens). Les descriptions d'ordre géographique et économique représentent donc 10% de l'ensemble des occurrences attribuées aux 4 gentilés par les jeunes Polonais : l'aspect géographique et économique est invoqué en 5^{ème} position par les jeunes Polonais. Les écarts d'attribution sont cependant considérables entre le gentilé *Niemcy* et les autres : 102 des occurrences d'ordre géographique et économique concernent le gentilé *Niemcy* (soit 39%), 50 le gentilé *Polacy* (19%), 56 le gentilé *Francuzi* (21%) et enfin 56 le gentilé *Europejczycy* (21%) (cf. graphique n°28).

Sur l'ensemble des descriptions d'ordre géographique et économique, on note 153 occurrences de type positif et 111 de type négatif : environ 58% sont positives, 42% négatives. En considérant la

¹ En référence à la définition de *géographie* suivante : « ensemble des réalités physiques, humaines, biologiques qui constituent l'objet de la géographie » (TLFi 2003). Dans l'article « géographie » du TLFi est aussi citée une phrase d'Eric Dardel relative à cette acception : « Le paysage est la géographie comprise comme ce qui est autour de l'homme, comme environnement terrestre » (E. Dardel (1952), *L'Homme et la terre*, P.U.F., Paris : 41).

² En référence à la définition de *l'économie* suivante : « ensemble de ce qui concerne la production, la répartition et la consommation des richesses et de l'activité que les hommes vivant en société déploient à cet effet » (TLFi 2003).

proportion d'occurrences positives pour chaque aspect, l'aspect géographique et économique arrive en 5^{ème} position. Les différences entre les groupes sont importantes : les jeunes Polonais n'attribuent à leurs compatriotes que 16%³ de caractéristiques de type positif. Les Européens (45%)⁴, les Français (68%)⁵ et surtout les Allemands (80%)⁶ sont bien mieux évalués (cf. graphique n°29).

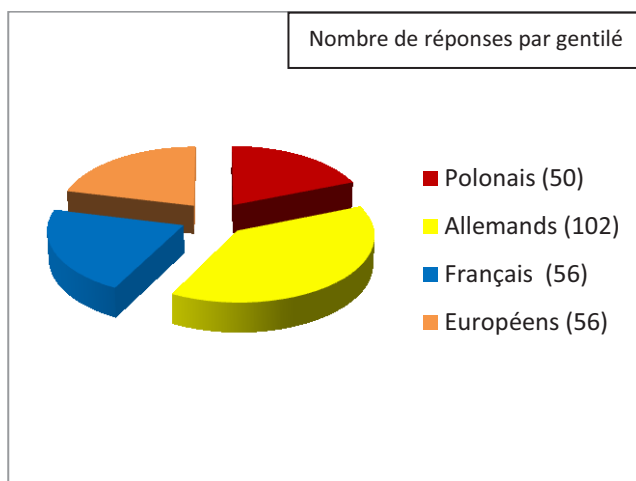
³ 8 occurrences de type positif (dont 6 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)
pour 42 occurrences de type négatif (dont 27 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

⁴ 25 occurrences de type positif (dont 13 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)
pour 31 occurrences de type négatif (dont 18 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

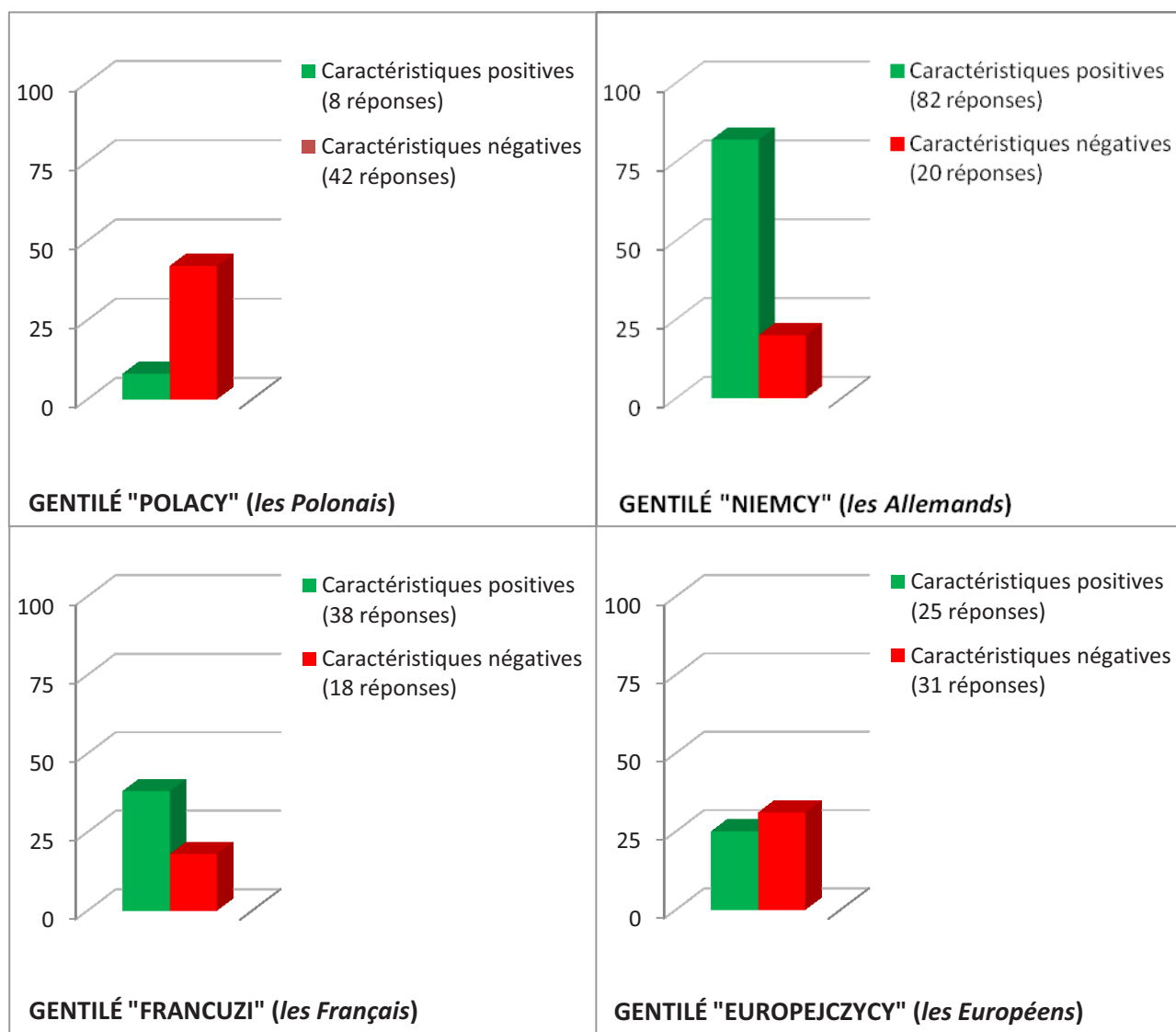
⁵ 38 occurrences de type positif (dont 27 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)
pour 18 occurrences de type négatif (dont 11 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

⁶ 82 occurrences de type positif (dont 75 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)
pour 20 occurrences de type négatif (dont 17 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

Graphique n°28. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect géographique et économique



Graphique n°29. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect géographique et économique



5.1. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *POLACY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 50 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect géographique et économique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais (nous rappelons qu'il s'agit de caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique, contrairement aux trois autres gentilés). Parmi ces réponses, 33 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°30).

- **De faibles salaires**

« *Polacy mało zarabiają* » → *Les Polonais gagnent peu d'argent*

Le fait de gagner peu d'argent entre dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. Il est attribué aux Polonais 9 fois comme caractéristique négative, par des répondants majoritairement de sexe masculin (7 hommes pour deux femmes).

On retrouve 6 fois l'expression *mało zarabiać* (gagner peu d'argent) :

x 5 : - P. *mało zarabiają*. → - P. gagnent peu d'argent.

x 1 : - P. *mało zarabiają w stosunku do wykonywanej pracy*. → - P. gagnent peu en regard du travail effectué.

On relève aussi comme attribut du sujet l'adjectif *zamożny* (riche)⁷, complété par l'adverbe *średnio* (moyennement), ainsi que son antonyme *biedny* (pauvre)⁸ :

x 1 : - P. *sq narodem średnio zamożnym*. → - P. sont une nation moyennement riche.

x 1 : - P. *sq biedni*. → - P. sont pauvres.

Une phrase exprime ce manque d'argent en d'autres termes :

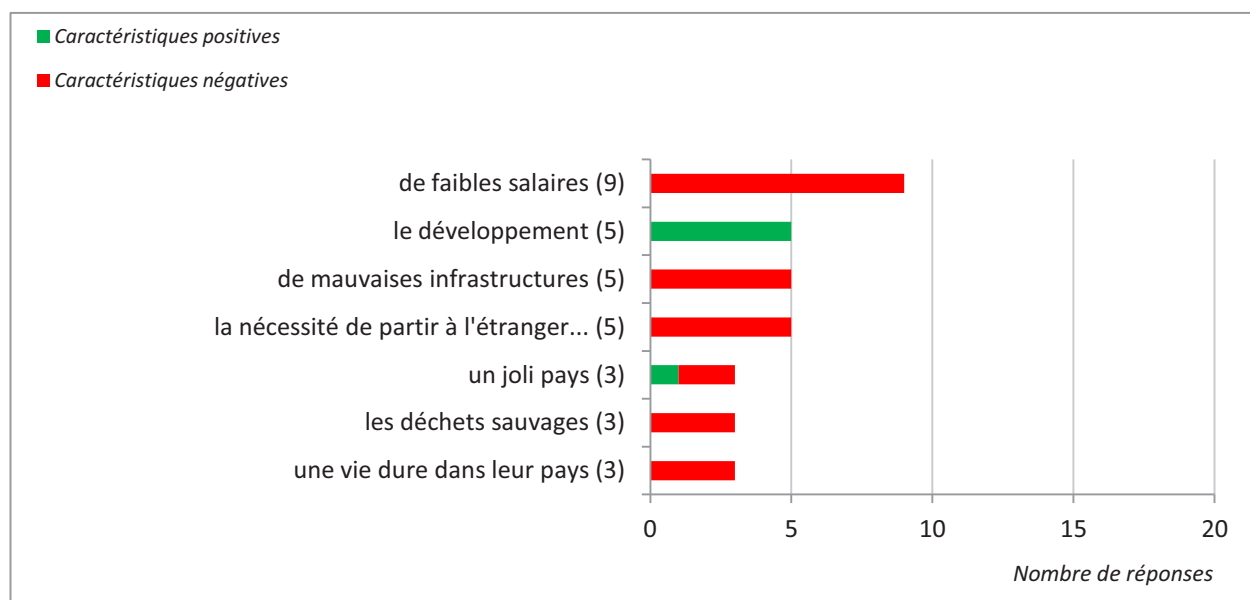
x 1 : - P. - *zawsze brak im pieniędzy*. → - P. - il leur manque tout le temps de l'argent.

⁷ D'après son acception : « qui perçoit un gros revenu » (en polonais : « mający duże dochody ») (SJP PWN 2012)

⁸ D'après son acception : « qui n'a pas de quoi vivre » (en polonais : « niemający środków do życia ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°30. Caractéristiques relevant de l'aspect géographique et économique - gentilé

« Polacy »



- **Le développement**

« *Polacy rozwijają się* » → *Les Polonais se développent*

Le développement est accordé aux Polonais par les jeunes dans 5 réponses de type positif.

Il est évoqué par des jeunes hommes, qui pour la majorité n'ont pas fait d'études supérieures (4 jeunes sans études, un avec études).

On trouve 4 fois le verbe *rozwijać się* (se développer)⁹, associé à des adverbes de temps tels que *cały czas* (tout le temps), *ciągłe* (tout le temps) ou à l'adverbe de manière *dynamicznie* (dynamiquement) :

x 1 : + P. *rozwijają się*. → + P. se développent.

x 1 : + P. *rozwijają się dynamicznie*. → + P. se développent de façon dynamique.

x 1 : + P. *cały czas się rozwijają*. → + P. se développent tout le temps.

x 1 : + P. *ciągłe się rozwijają*. → + P. se développent continuellement.

Nous comprenons dans un même sens la phrase suivante où il est question de profiter des fonds européens qui favorisent le développement de la Pologne.

x 1 : + P. *wykorzystują środki z UE*. → + P. profitent des fonds européens (note : fonds structurels et fonds de cohésion).

- **De mauvaises infrastructures**

« *Polacy mają złą infrastrukturę* » → *Les Polonais ont une mauvaise infrastructure*

De mauvaises infrastructures sont accordées par les jeunes Polonais à leurs compatriotes, dans 5 réponses négatives.

Elles sont mises en avant par des jeunes de différents profils.

Dans deux phrases, on relève le nom commun *infrastruktura* (une infrastructure)¹⁰ associé à l'adjectif *zły* (mauvais) ou à sa forme adverbiale *źle* (mal) :

x 1 : - P. *mają złą infrastrukturę*. → - P. ont une mauvaise infrastructure.

⁹ D'après son acception : « subir un changement qui entraîne la croissance, la maturation » (en polonais : « ulec zmianom powodującym wzrost, dojrzewanie ») (SJP PWN 2012)

¹⁰ D'après son acception : « ensemble d'équipements de base et d'institutions de service, nécessaires au bon fonctionnement de la société et aux secteurs productifs de l'économie » (en polonais : « zespół podstawowych urządzeń i instytucji usługowych, niezbędnych do należytego funkcjonowania społeczeństwa i produkcyjnych działów gospodarki ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - P. *mają źle rozwiniętą infrastrukturę*. → - P. ont une infrastructure peu développée.

Dans trois autres phrases, il est question plus précisément des routes avec le nom commun *droga* (la route), qui dans des termes différents sont présentées comme de mauvaise (voire très mauvaise) qualité. On note ainsi l'adjectif *dziurawy* (troué, avec des trous) et le groupe prépositionnel *do d...* que nous comprenons comme *do dupy* (expression familière équivalente à « de merde »). La dernière phrase nie l'existence même des routes avec la négation portant sur le verbe *mieć* (avoir) :

x 1 : - P. *mają dziurawe drogi*. → - P. ont des routes avec des trous.

x 1 : - P. *nie mają dróg*. → - P. n'ont pas de routes.

x 1 : - P. *mają drogi do d...* → - P. ont des routes de m...

- **La nécessité de partir à l'étranger pour gagner de l'argent**

« *Polacy muszą wyjeżdżać za granicę za pieniędzmi* » → *Les Polonais doivent partir à l'étranger pour gagner de l'argent*

Le fait de partir travailler à l'étranger est associé aux Polonais par les jeunes Polonais, 5 fois de manière négative.

Ce phénomène est évoqué uniquement par des répondants de sexe masculin. Ces derniers proviennent essentiellement des plus petites villes (4 répondants originaires de villes de moins de 100 000 habitants, un d'une ville de plus de 100 000 habitants).

Dans les deux premières phrases, on observe le groupe verbal *wyjeżdżać za granicę* (partir à l'étranger) complété par un groupe prépositionnel indiquant le but, avec *w celach* (dans le but) ou *za* (pour), suivi d'un adjectif ou d'un nom évoquant l'argent comme *zarobkowy* (lié au salaire)¹¹ et *pieniędzy* (l'argent) :

x 1 : - P. *wyjeżdżają za granicę w celach zarobkowych jednocześnie nabijając innym krajom PKB*. → - P. partent à l'étranger pour gagner de l'argent, en boostant en même temps le PNB des autres pays.

x 1 : - P. *muszą wyjeżdżać za granicę za pieniędzmi*. → - P. doivent aller à l'étranger pour l'argent.

Deux autres phrases comprennent le nom commun *praca* (le travail) et le groupe prépositionnel *za granicę* (à l'étranger), ainsi qu'un groupe de mots indiquant une situation défavorable *praca poniżej*

¹¹ D'après l'acception de *zarobek* (le salaire): « rémunération obtenue pour la réalisation d'un travail » (en polonais : « wynagrodzenie otrzymywane za wykonaną pracę ») (SJP PWN 2012)

swoich kwalifikacji (un travail en dessous de leurs qualifications) et *nie mieć innego wyjścia* (ne pas avoir d'autres solutions).

x 1 : - P. *podejmują za granicą pracę poniżej swoich kwalifikacji*. → - P. occupent des emplois à l'étranger en dessous de leurs qualifications.

x 1 : - P. *niektórzy muszą wyjechać za granicę do pracy bo nie mają innego wyjścia*. → - P. certains doivent partir travailler à l'étranger parce qu'ils n'ont pas d'autre solution.

Dans cette dernière réponse, on retrouve dans des termes différents l'idée de quitter la Pologne, avec *wyjeżdżać z kraju* (quitter le pays), associée à une expression évoquant une situation difficile dans ce pays : *zamiast naprawiać ojczyznę* (réparer/remettre sur pied la patrie).

x 1 : - P. *zamiast naprawiać ojczyznę, wyjeżdżają masowo z kraju*. → - P. plutôt que de remettre sur pied la patrie, ils partent en masse du pays.

- **Un joli pays**

« *Polacy mają ładny kraj* » → *Les Polonais ont un joli pays*

La beauté de la Pologne est présentée par les jeunes Polonais dans deux réponses de type négatif et dans une de type positif.

Cette caractéristique est mise en avant par des jeunes aux profils variés.

Dans les deux réponses de type négatif, on relève l'adjectif *piękny* (beau)¹², qualifiant le nom propre *Polska* (la Pologne) ou *polska przyroda* (la nature polonaise). On comprend dans ces réponses que le jugement négatif porte sur le fait de ne pas prendre soin de la nature, de l'environnement, avec la répétition de l'expression *nie dbać* (ne pas prendre soin, ne pas veiller)¹³ alors que la Pologne est présentée comme un beau pays :

x 1 : - P. *nie dbają o środowisko a szkoda, bo Polska jest taka piękna!* *→ - P. ne veillent pas à l'environnement (et c'est dommage, car la Pologne est si belle !).

x 1 : - P. *nie dbają o piękną polską przyrodę*. *→ - P. ne prennent pas soin de la belle nature polonaise.

x 1 : + P. *mają ładny kraj*. → - P. ont un joli pays.

¹² D'après son acception : « qui se caractérise par la beauté des formes, des couleurs, des sons » (en polonais : « odznaczający się pięknem kształtów, barw, dźwięków itp. ») (SJP PWN 2012)

¹³ D'après l'acception de *dbać* (prendre soin, veiller) : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

- **Les déchets sauvages**

« *Polacy śmieć* » → *Les Polonais salissent/jettent leurs déchets n'importe où*

Les déchets sauvages dont sont responsables les Polonais sont évoqués dans trois réponses des jeunes Polonais, comme caractéristique négative.

Ces occurrences sont formulées par trois jeunes femmes de types différents.

Le verbe *śmiecić* (salir, polluer)¹⁴ est employé dans ces trois phrases :

x 1 : - P. *śmieć*. → - P. jettent leur déchets n'importe où.

x 1 : - P. *dużo śmieć*. → - P. salissent beaucoup.

x 1 : - P. *śmieć na ulicach*. → - P. abandonnent leurs déchets dans les rues.

- **Une vie dure dans leur pays**

« *Polacy mają ciężko w tym kraju* » → *Les Polonais ont la vie dure dans ce pays*

Une vie dure en Pologne est présentée dans trois réponses négatives des jeunes Polonais.

Elle est uniquement mise en avant par des jeunes hommes, originaires des plus petites villes (de moins de 100 000 habitants).

Dans les deux premières phrases, on relève l'adverbe *ciężko* (difficilement) et sa forme adjectivale *ciężki* (difficile)¹⁵, ainsi que le groupe prépositionnel *w (tym) kraju* (dans ce pays) :

x 1 : - P. *mają ciężko w tym kraju*. → - P. ont la vie dure dans ce pays.

x 1 : - P. *mieszkają w kraju, gdzie panują ciężkie warunki do życia*. → - P. habitent dans un pays où dominant des conditions de vie difficiles.

De même dans la phrase suivante, on observe l'adverbe *łatwo* (facilement)¹⁶, antonyme de *ciężko*, marqué par l'adverbe de négation *nie* et à nouveau le groupe prépositionnel *w kraju* (dans ce pays) :

x 1 : - P. - *nie jest łatwo żyć w kraju*. → - P. - il n'est pas facile de vivre dans le pays.

¹⁴ D'après son acception : « causer du désordre en jetant ses ordures quelque part » (en polonais : « robić nieporządek rozrzucając gdzieś śmieci ») (SJP PWN 2012)

¹⁵ D'après ses acceptions : « qui demande un gros effort » (en polonais : « wymagający dużo wysiłku ») et « difficile à supporter » (en polonais : « trudny do zniesienia ») (SJP PWN 2012)

¹⁶ D'après son acception : « sans effort, sans difficulté » (en polonais : « bez wysiłku, bez trudu ») (SJP PWN 2012)

- **Occurrences uniques ou doubles de caractéristiques relevant de l'aspect géographique et économique dans la compréhension du gentilé *Polacy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect économique et géographique dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. .

Comme caractéristiques positives, on relève : une main d'œuvre pas chère (1) et le fait que les Polonais rentrent en Pologne (1).

Comme caractéristiques négatives, on trouve : le manque de fierté pour leur pays (2), un retard de développement (2), l'absence de voitures polonaises (2), de mauvais soins de santé (1), une mauvaise image de leur pays à l'étranger (1), le peu de soin qu'ils accordent à leur santé (1), le manque de perspectives d'avenir (1), un pays à la limite de l'effondrement (1), le fait d'être peu économe (1), Varsovie comme capitale (1), le matérialisme (1), le fait d'acheter des voitures françaises (1).

5.2. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *NIEMCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 102 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect économique et géographique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais (caractéristiques cette fois d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 92 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°31).

- **De bonnes voitures**

« *Niemcy robią dobre samochody* » → *Les Allemands font de bonnes voitures*

La fabrication de voitures de qualité entre dans la compréhension du gentilé *Niemcy*. Elle est conférée aux Allemands comme caractéristique positive, dans 15 réponses des jeunes Polonais.

Ces voitures sont évoquées par une très grande majorité de répondants de sexe masculin (14 hommes, une femme), aux profils variés.

Dans 7 phrases, le nom commun *samochód* (une voiture) ou son parasyonyme *auto* (une voiture, une auto) sont qualifiés par des adjectifs exprimant la valorisation, avec 5 fois *dobry* (bon), une fois son superlatif *najlepszy* (le meilleur) et une autre fois son parasyonyme en langage familier *porządny* (bon, comme il faut)¹⁷. Ces groupes nominaux sont tous employés en complément du verbe *robić* (faire) :

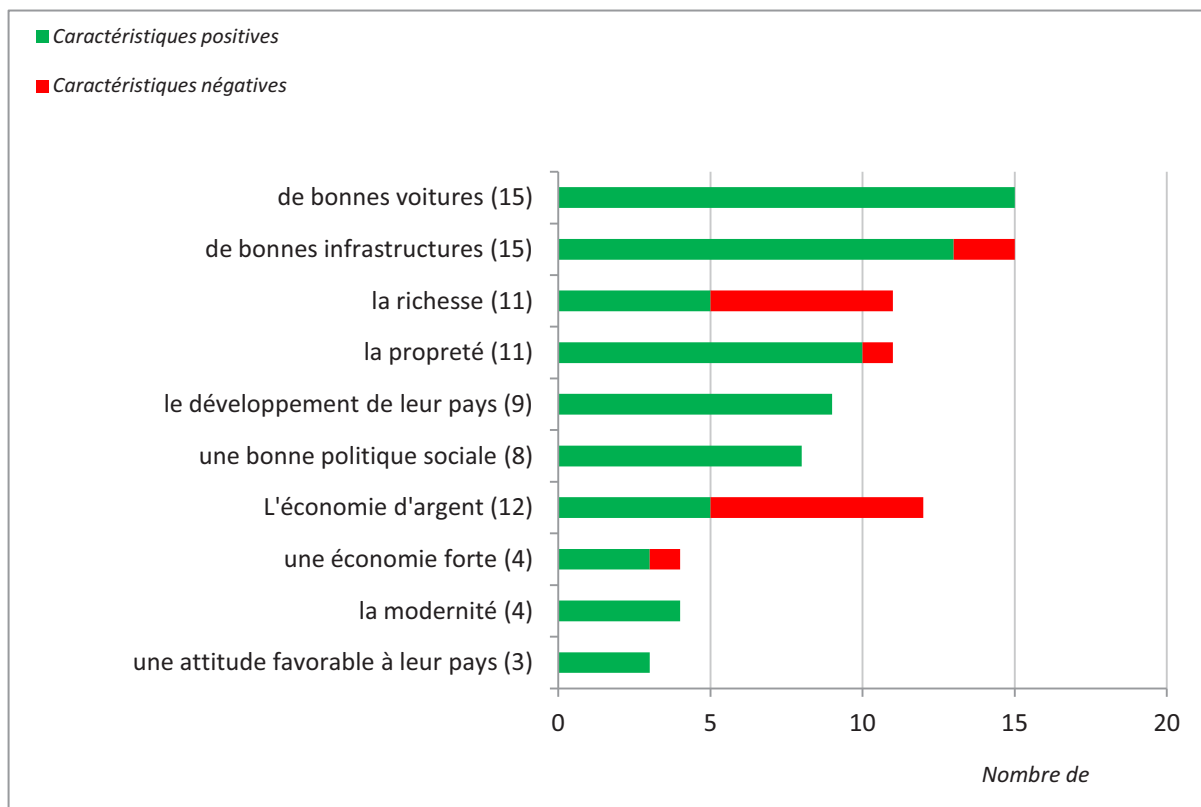
- x 3 : + N. *robią dobre samochody*. → + A. font de bonnes voitures.
- x 1 : + N. *robią dobre samochody i drogi*. *→ + A. font de bonnes voitures et de bonnes routes.
- x 1 : + N. *robią dobre auta i autostrady*. *→ + A. font de bonnes voitures et autoroutes.
- x 1 : + N. *robią najlepsze samochody*. → + A. font les meilleures voitures.
- x 1 : + N. *robią porządne samochody*. → + A. font des voitures comme il faut.

On relève aussi un parasyonyme de *robić*, *produkować* (produire), également complété par le nom *samochód* (la voiture) qualifié par un adjectif familier exprimant la valorisation : *zajebisty* (que l'on peut traduire familièrement par « putain de bien ») :

- x 1 : + N. *produkują zajebiste samochody*. ;) → + A. produisent des putains de bonnes voitures. ;)

¹⁷ D'après son acception : « jugé positivement en raison de son utilité, de sa solidité, de son bon état, etc. » (en polonais : « oceniany pozytywnie ze względu na przydatność, solidność, dobry stan itp. ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°31. Caractéristiques relevant de l'aspect géographique et économique - gentilé
« Niemcy »



On remarque également dans 5 phrases le nom commun *samochód* (une voiture) ou *auto* (une voiture, une auto) qualifiés par un adjectif de valorisation comme *dobry* (bon), *światny* (formidable)¹⁸, *porządny* (bon, comme il faut) et *ekstra* (extra)¹⁹, en complément du verbe *mieć* (avoir) :

x 1 : + N. *mają dobre auta.* → + A. ont de bonnes voitures.

x 1 : + N. *mają dobre firmy samochodowe.* → + A. ont de bonnes entreprises automobiles.

x 1 : + N. *mają świetne auta (no i bezpłatne autostrady.)* : *→ + A. ont des voitures fantastiques (et des autoroutes gratuites.) :)

x 1 : + N. *mają porządne auta.* → + A. ont de bonnes voitures.

x 1 : + N. *mają ekstra samochody.* → + A. ont des voitures extra.

Deux autres phrases incluant les noms communs *auto* et *samochód* évoquent aussi une valorisation des voitures allemandes :

x 1 : + N. - *lubią ich auta.* → + A. - j'aime leurs voitures.

x 1 : + N. - *niemieckie samochody* → + A. – les voitures allemandes

- **De bonnes infrastructures**

« *Niemcy mają dobrą infrastrukturę* » → *Les Allemands ont de bonnes infrastructures*

De bonnes infrastructures sont accordées par les jeunes Polonais aux Allemands dans 15 réponses, 13 fois comme une caractéristique positive et deux fois comme une caractéristique négative.

Ce trait est présenté par une majorité de répondants de sexe masculin (11 hommes, 4 femmes), de différents types.

Les 6 premières phrases de type positif portent sur les autoroutes, avec le nom commun *autostrada* (une autoroute) qualifié 4 fois par l'adjectif *dobry* (bon), en complément du verbe *mieć* (avoir) ou *robić* (faire) :

x 3 : + N. *mają dobre autostrady.* → + A. ont de bonnes autoroutes.

x 2 : + N. *mają autostrady.* → + A. ont des autoroutes.

x 1 : + N. *robią dobre auta i autostrady.* *→ + A. font de bonnes voitures et autoroutes.

¹⁸ D'après son acception : « parfait, délicieux, excellent » (en polonais : « doskonały, wyborny, wyśmienity ») (SJP PWN 2012)

¹⁹ D'après son acception : « extraordinaire, remarquable » (en polonais : « nadzwyczajny, niezwykły ») (SJP PWN 2012)

Cinq fois, il est question des routes avec le nom commun *droga* (une route) qualifié à nouveau par l'adjectif *dobry* (bon) ou son comparatif de supériorité *lepszy* (meilleur), toujours en complément du verbe *mieć* (avoir) ou *robić* (faire). On remarque que les deux phrases où est employé un comparatif indiquant la supériorité par rapport aux routes polonaises avec les groupes prépositionnels *niż my* et *od nas* (que l'on peut chacun traduire par 'que nous'), marquent une évaluation négative :

x 1 : + N. *mają dobre drogi*. → + A. ont de bonnes routes.

x 1 : + N. *robią dobre samochody i drogi*. *→ + A. font de bonnes voitures et de bonnes routes.

x 1 : + N. *mają dobre drogi w porównaniu do naszych...* → + A. ont de bonnes routes en comparaison des nôtres.

x 1 : - N. *mają lepsze drogi niż my*. → - A. ont de meilleures routes que nous.

x 1 : - N. *mają lepsze drogi od nas*. → - A. ont de meilleures routes que nous.

Dans deux autres phrases, il s'agit plus généralement des infrastructures avec le nom commun *infrastruktura* (une infrastructure)²⁰ qualifié par l'adjectif *dobry* (bon), complément du verbe *mieć* (avoir) :

x 1 : + N. *mają dobrą infrastrukturę*. → + A. ont une bonne infrastructure.

x 1 : + N. *mają dobrze rozwiniętą infrastrukturę*. → + A. ont une infrastructure bien développée.

Concernant les infrastructures allemandes, on en trouve une mention positive dans la phrase suivante, relativement à la gratuité des autoroutes :

x 1 : + N. *mają świetne auta (no i bezpłatne autostrady.)* : *→ + A. ont des voitures fantastiques (et des autoroutes gratuites.) :

Une dernière réponse positive fait, elle, référence aux transports ferroviaires avec le nom *kolej* (les transports ferroviaires) qualifié par l'adjectif *szybki* (rapide), toujours en complément du verbe *mieć* (avoir) :

x 1 : + N. *mają szybką kolej*. → + A. ont des transports ferroviaires rapides.

²⁰ D'après son acception : « ensemble d'équipements de base et d'institutions de service, nécessaires au bon fonctionnement de la société et aux secteurs productifs de l'économie » (en polonais : « zespół podstawowych urządzeń i instytucji usługowych, niezbędnych do należytego funkcjonowania społeczeństwa i produkcyjnych działów gospodarki ») (SJP PWN 2012)

- **L'économie d'argent**

« *Niemcy są oszczędni* » → *Les Allemands sont économes*

Le fait d'être économe est, dans 12 réponses des jeunes Polonais, attribué aux Allemands (5 réponses positives pour 7 négatives).

Il est avancé par des répondants aux profils diversifiés.

Dans ces 5 énoncés, on relève l'adjectif *oszczędny* (économe)²¹ employé 5 fois comme attribut du sujet. Quatre de ces réponses sont de type positif. La cinquième, de type négatif, comprend aussi l'adverbe *strasznie* (extrêmement, terriblement) qui indique l'excès de cette propriété :

x 4 : + N. *są oszczędni*. → + A. sont économes.

x 1 : - N. *są strasznie oszczędni*. → - A. sont extrêmement économes.

On note l'emploi de l'adverbe *oszczędnie* (de manière économe), formé à partir du même radical. L'emploi de l'adverbe *zbyt* (trop), rend à nouveau compte de l'excès dans cette réponse négative :

x 1 : - N. *potrafią żyć zbyt oszczędnie*. → - A. parviennent à vivre de façon trop économe.

On note encore une occurrence du verbe *oszczędzać* (économiser), dans la réponse de type positif suivante :

x 1 : + N. *oszczędzają*. → + A. économisent.

L'avarice, en tant que caractère d'une personne souhaitant à l'excès faire des économies d'argent, est aussi accordée aux Allemands, à trois reprises avec l'adjectif *skąpy* (radin)²² et une fois avec l'expression synonymique *duśgrosz* (radin, littéralement: « étouffe-centimes »)²³.

x 3 : - N. *są skąpi*. → - A. sont radins.

x 1 : - N. *są duśgroszami*. → - A. sont radins.

Nous comprenons aussi une autre expression, non usuelle, comme ayant la même signification dans l'énoncé suivant.

²¹ D'après son acception : « qui ne gaspille pas son argent, ses biens » (en polonais : « *nietrwoniący pieniędzy, majątku* ») (SJP PWN 2012)

²² D'après son acception : « excessivement économe, qui n'accorde rien à soi-même et aux autres » (en polonais : « *nadmiernie oszczędny, żałujący wszystkiego sobie i innym* ») (SJP PWN 2012)

²³ D'après son acception : « personne avide d'argent » (en polonais : « *człowiek chciwy na pieniądze* ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - N. *są lakomi na pieniądze.* → - A. sont gourmands d'argent.

- **La richesse**

« *Niemcy są bogaci* » → *Les Allemands sont riches*

La richesse est une caractéristique admise 11 fois aux Allemands par les jeunes Polonais, dans 6 réponses négatives et 5 réponses positives.

Elle est soulignée par un nombre important de jeunes de l'est de la Pologne (5 de l'ouest, 6 de l'est - ces derniers étant près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon).

L'adjectif *bogaty* (riche)²⁴ leur est associé 6 fois, 4 fois comme attribut du sujet et deux fois comme épithète du nom commun *kraj* (le pays). Dans les 4 premières phrases de type négatif, on observe le comparatif de supériorité *bogatszy* (plus riche) à trois reprises ainsi qu'une occurrence de son superlatif *najbogatszy* (le plus riche) :

x 1 : + N. *są bogaci.* → + A. sont riches.

x 1 : + N. *po dwóch przegranych wojnach światowych są jednym z najbogatszych krajów na świecie.*

→ + A. après deux guerres mondiales perdues, ils sont un des pays les plus riches du monde.

x 1 : - N. *mają taki bogaty kraj.* → - A. ont un pays si riche.

x 2 : - N. *są bogatsi.* → - A. sont plus riches.

x 1 : - N. *są bogatsi od Polaków.* → - A. sont plus riches que les Polonais.

Les quelques phrases précédentes faisant mention d'une comparaison entre la richesse des Allemands et des Polonais trouvent aussi un écho dans la phrase suivante avec le comparatif de supériorité de *dobry* (bon), *lepszy* (meilleur), qui qualifie le groupe nominal *poziom życia* (le niveau de vie) complété par le groupe prépositionnel *niż Polacy* (que les Polonais) :

x 1 : + N. *mają lepszy poziom życia niż Polacy.* → + A. ont un meilleur niveau de vie que les Polonais.

On trouve aussi deux fois le verbe *zarabiać* (gagner de l'argent) complété par l'adverbe de quantité *dużo* (beaucoup) ou l'adverbe *dobrze* (bien) exprimant la valorisation, dans une phrase positive et une négative :

x 1 : + N. *dobrze zarabiają.* → + A. gagnent bien leur vie.

x 1 : - N. *za dużo zarabiają.* → - A. gagnent trop d'argent.

²⁴ D'après son acception : « qui a un gros revenu, des biens importants » (en polonais : « mający duże dochody, znaczny majątek ») (SJP PWN 2012)

Deux autres phrases signifient aussi en des termes différents que les Allemands ont de l'argent et un certain niveau de vie. A nouveau l'une est négative et l'autre positive :

x 1 : - N. *mają dużo kasy*. → - A. ont beaucoup de fric.

x 1 : + N. *mają duże mieszkania*. → + A. ont de grands appartements.

- **La propreté**

« *Niemcy dbają o czystość* » → *Les Allemands veillent à la propreté*

La propreté est conférée aux Allemands et à leur pays par les jeunes Polonais dans 11 réponses (10 positives et une négative).

Elle revient souvent chez des répondants ayant déjà été en Allemagne (7 répondants ont déjà été en Allemagne, trois jamais, un non renseigné), originaires de l'ouest de la Pologne (10 répondants de l'ouest, un de l'est) et comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (trois répondants de 18 à 21 ans, 8 de 22 à 25 ans).

Dans 4 phrases, le nom commun *czystość* (la propreté)²⁵ est employé en complément de verbes marquant l'attachement, comme *dbać* (veiller, prendre soin)²⁶ à deux reprises, mais aussi *cenić* (estimer) et *lubić* (aimer) :

x 1 : + N. *dbają o czystość*. → + A. veillent à la propreté.

x 1 : + N. *dbają o czystość swojego kraju*. → + A. veillent à la propreté de leur pays.

x 1 : + N. *cenią czystość*. → + A. estiment la propreté.

x 1 : + N. *lubią czystość*. → + A. aiment la propreté.

On relève aussi 4 fois l'adjectif *czysty* (propre), formé à partir du même radical. L'une de ces réponses, complétée par l'adverbe *pedantycznie* (de façon maniaque, avec maniaquerie) indiquant un certain excès, est négative :

x 1 : + N. *są czysti*. → + A. sont propres.

x 1 : - N. *są pedantycznie czysti*. → - A. sont des maniaques de la propreté.

x 1 : + N. *mają czyste miasta*. → + A. ont des villes propres.

x 1 : + N. *przykładają dużo uwagi do tego, aby ich otoczenie i kraj były czyste i uporządkowane*. *

²⁵ D'après l'acception de *czysty* (propre): « qui n'est pas sale » (en polonais : « niezabrudzony ») (SJP PWN 2012), en tenant compte du fait que *czystość* est un « nom formé à partir de l'adjectif *czysty* » (en polonais : « rzeczownik od czysty ») (SJP PWN 2012)

²⁶ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou à quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

→ + A. accordent beaucoup d'importance à ce que leur environnement et pays soient propres et ordonnés.

Deux autres adjectifs parasyonymes de *czysty* sont repérés comme attribut du sujet, il s'agit de *schludny* (propre, soigné)²⁷ et *higieniczny* (hygiénique, propre)²⁸ :

x 1 : + N. *sq schludni*. → + A. sont propres.

x 1 : + N. *sq higieniczni*. → + A. sont hygiéniques.

Une phrase exprime avec d'autres mots cet attachement à la propreté :

x 1 : + N. *sprzątają po sobie*. → + A. nettoient après leur passage.

- **Le développement de leur pays**

« *Niemcy rozwijają swój kraj* » → *Les Allemands développent leur pays*

Le développement est 9 fois attribué aux Allemands par les jeunes Polonais, dans des réponses de type positif.

Cette caractéristique est avancée par un nombre important de répondants de sexe féminin (7 femmes, un homme, un répondant dont le sexe n'est pas renseigné), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (deux de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans, un non renseigné) et originaires de Pologne orientale (4 jeunes de l'ouest, 5 de l'est - ces derniers étant près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon).

Dans toutes ces phrases, on relève des termes formés à partir du même radical, avec le verbe *rozwijać* (développer) ou sa forme pronominale *rozwijać się* (se développer)²⁹ employés 7 fois, ainsi que l'adjectif *rozwinięty* (développé) employé deux fois.

Dans les trois premières phrases, le verbe *rozwijać (się)* (se développer) est complété ou associé au nom commun *gospodarka* (l'économie)³⁰, à sa forme adverbiale *gospodarczo* (économiquement) ou encore adjectivale *gospodarczy* (économique) :

x 1 : + N. *rozwijają gospodarkę*. → + A. développent l'économie.

²⁷ D'après son acception : « qui veille à la propreté, à l'ordre » (en polonais : « dbający o czystość, porządek »)

²⁸ D'après son acception : « qui a un lien avec l'hygiène » (en polonais : « mający związek z higieną »), et d'après l'acception de *higiena* (l'hygiène) : « respect de la propreté » (en polonais : « przestrzeganie czystości »)

²⁹ D'après son acception : « subir un changement qui entraîne la croissance, la maturation » (en polonais : « ulec zmianom powodującym wzrost, dojrzewanie ») (SJP PWN 2012)

³⁰ D'après son acception : « organisation et production de biens et de services » (en polonais : « organizacja i produkcja towarów i usług ») (SJP PWN 2012)

x 1 : + N. *rozwijają się gospodarczo*. → + A. se développent économiquement.

x 1 : + N. *prężnie rozwijają się pod względem gospodarczym*. → + A. se développent rapidement au niveau économique.

On observe deux fois le verbe *rozwijać się* (se développer) complété par l'adverbe *technicznie* (techniquement) ou associé à l'adjectif *techniczny* (technique) :

x 1 : + N. *rozwijają się technicznie*. → + A. se développent techniquement.

x 1 : + N. *rozwijają się w niesamowitym tempie (rozwój techniczny)*. → + A. se développent à une vitesse incroyable (développement technique).

Dans une autre phrase le verbe *rozwijać się* (se développer) fait référence au tourisme, avec le groupe prépositionnel *pod względem turystycznym* (relativement au tourisme) :

x 1 : + N. *rozwijają się coraz bardziej pod względem turystycznym*. → + A. se développent de plus en plus sur le plan du tourisme.

La dernière occurrence du verbe *rozwijać* (développer) reste plus générale avec le complément *swój kraj* (leur pays) :

x 1 : + N. *rozwijają swój kraj*. → + A. développent leur pays.

On note aussi deux fois l'adjectif *rozwinięty* (développé) qualifiant *gospodarka* (l'économie) ou *kraj* (le pays) :

x 1 : + N. *mają dobrze rozwiniętą gospodarkę*. → + A. ont une économie bien développée.

x 1 : + N. *mają rozwinięty kraj*. → + A. ont un pays développé.

- **Une bonne politique sociale**

« *Niemcy mają dobrą politykę socjalną* » → *Les Allemands ont une bonne politique sociale*

Une bonne politique sociale est reconnue dans 8 réponses aux Allemands par les jeunes Polonais, comme trait positif.

Elle est évoquée principalement par des répondants ayant fait des études supérieures (un jeune sans études, 7 avec), originaires des plus grandes villes (deux originaires de villes de moins de 100 000 habitants, 6 de plus de 100 000 habitants), toutes à l'ouest de la Pologne. La plupart a aussi déjà été en Allemagne (5 déjà en Allemagne, un jamais, deux non renseigné) ou a fait la connaissance d'un

Allemand (5 ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, un jamais, deux non renseigné).

Dans ces énoncés, on relève 5 fois l'adjectif *socjalny* (social)³¹ et trois fois l'adjectif parasynonyme *społeczny* (social, également)³².

Dans deux réponses, il est directement question de la politique sociale allemande avec le nom commun *polityka* (la politique) et les adjectifs *socjalny* (social) et *prospołeczny* (pro-social) :

x 1 : + N. *mają dobrą politykę socjalną*. → + A. ont une bonne politique sociale.

x 1 : + N. *potrafią zadbać o społeczeństwo (polityka prospołeczna)*. → + A. savent prendre soin de la société (politique pro-sociale).

Dans deux autres phrases, il est fait référence à l'Etat allemand avec le nom *państwo* (l'Etat) et au gouvernement avec le nom *rząd* (le gouvernement), associés directement ou indirectement à l'adjectif *socjalny* (social) :

x 1 : + N. *mają państwo socjalne*. → + A. ont un État social.

x 1 : + N. - (*rząd*) *pomaga i zwraca uwagę na problemy społeczne i socjalne*. → + A. - (le gouvernement) aide et se préoccupe des problèmes sociétaux et sociaux.

Les aides sociales sont aussi évoquées comme caractéristiques positives dans deux autres phrases avec les groupes nominaux *szpital* (le système de santé), *opieka społeczna* (la sécurité sociale) et *świadczenia socjalne* (les aides sociales) :

x 1 : + N. *mają dobrze rozwiniętą służbę zdrowia i opiekę społeczną*. → + A. ont un système de santé et une sécurité sociale bien développés.

x 1 : + N. *dbają o swoich obywateli (świadczenia socjalne)*. → + A. veillent à leurs citoyens (aides sociales).

Deux phrases encore évoquent des différences avec le système social polonais jugées positives. Elles rendent compte de la situation sociale en général avec le groupe nominal *sytuacja socjalna* (la situation sociale) et la possibilité de faire un volontariat plutôt que de faire un service militaire : *odbyć wolontariat zamiast iść do wojska* (faire un volontariat plutôt que d'aller à l'armée).

x 1 : + N. *mają lepszą sytuację socjalną*. → + A. ont une meilleure situation sociale.

x 1 : + N. *mogą odbyć wolontariat zamiast iść do wojska*. → + A. peuvent faire un volontariat au lieu d'aller

³¹ D'après son acception : « lié à la satisfaction de besoins matériels et vitaux des membres d'une société » (en polonais : « związany z zaspokajaniem potrzeb materialnych i bytowych członków społeczeństwa ») (SJP PWN 2012)

³² D'après son acception : « qui concerne la société ou une partie de la société » (en polonais : « dotyczący społeczeństwa lub jego części ») (SJP PWN 2012)

à l'armée.

- **Une économie forte**

« *Niemcy mają silną gospodarkę* » → *Les Allemands ont une économie forte*

Une économie forte apparaît à 4 reprises comme caractéristique des Allemands selon les jeunes Polonais, trois fois de manière positive et une fois de manière négative.

Ce trait leur est conféré par des jeunes aux profils variés.

L'énoncé négatif est formulé de manière similaire à l'un des énoncés positifs, avec le nom commun *gospodarka* (l'économie)³³ qualifié par l'adjectif *silny* (fort) ou son parasynonyme *mocny* (que nous traduisons également par « fort »), en complément du verbe *mieć* (avoir) :

x 1 : - N. *mają silną gospodarkę*. → - A. ont une économie forte.

x 1 : + N. *mają mocną gospodarkę*. → + A. ont une économie forte.

Nous comprenons aussi cette idée d'économie forte accordée aux Allemands dans la phrase suivante, avec l'expression *utrzymać w ryzach* (contrôler, avoir le contrôle de) complétée à nouveau par le nom *gospodarka* (l'économie) :

x 1 : + N. *pomimo społeczeństwa starzejącego się, potrafią utrzymać gospodarkę w ryzach*. → + A. malgré une société qui vieillit, ils parviennent à contrôler l'économie.

Formé à partir du même radical, on relève aussi l'adjectif *gospodarczy* (qui a le sens de l'économie, doué dans les affaires liées à l'économie), attribut du sujet :

x 1 : + N. *są bardzo gospodarczy*. → + A. ont un très bon sens de l'économie.

- **La modernité**

« *Niemcy są nowoczesni* » → *Les Allemands sont modernes*

La modernité revient dans 4 réponses des jeunes Polonais, comme caractéristique positive des Allemands.

Elle est évoquée par différents types de jeunes.

³³ D'après son acception : « organisation et production de biens et de services » (en polonais : « organizacja i produkcja towarów i usług ») (SJP PWN 2012)

L'adjectif *nowoczesny* (moderne) est employé dans ces 4 phrases, deux fois comme attribut du sujet et deux fois comme épithète du nom commun *kraj* (pays).

x 2 : + N. *są nowoczesni*. → + A. sont modernes.

x 1 : + N. *są nowoczesnym krajem*. → + A. sont un pays moderne.

x 1 : + N. *mają nowoczesny kraj*. → + A. ont un pays moderne.

- **Une attitude favorable à leur pays**

« *Niemcy mają dobry stosunek do swojego kraju* » → *Les Allemands ont une bonne attitude envers leur pays*

Une attitude des Allemands favorable à leur pays est évoquée par les jeunes Polonais, dans trois réponses comme trait positif.

Elle est présentée par des jeunes aux profils variés.

On observe dans ces trois phrases le groupe nominal *swój kraj* (son pays), en complément d'expressions signifiant une attitude favorable, telles que *być dumnym z* (être fier de), *dbać o* (prendre soin de, veiller à)³⁴ et *mieć szacunek do* (avoir du respect pour) :

x 1 : + N. *są dumni ze swojego kraju*. → + A. sont fiers de leur pays.

x 1 : + N. *dbają o swój kraj*. → + A. prennent soin de leur pays.

x 1 : + N. *mają szacunek do swojego kraju*. → + A. ont du respect pour leur pays.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect géographique et économique dans la compréhension du gentilé *Niemcy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect géographique et économique dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : des produits de bonne qualité (1), une grande diversité de produits dans les magasins (1), la possibilité de vivre sainement (1), de belles villes à la frontière polonaise (1), le fait de ne pas dépenser bêtement de l'argent (1), une coopération économique avec les Polonais (1) et l'absence de limites de vitesses sur l'autoroute (1).

Comme caractéristique négative, on trouve : le matérialisme (2) et le fait d'être des voleurs (1).

³⁴ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou à quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

5.3. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *FRANCUZI*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 56 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect géographique et économique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 38 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°32).

- **Un attachement à leur pays**

Francuzi są przywiązani do swojego kraju → Les Français sont attachés à leur pays

L'attachement des Français pour leur pays entre dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais. C'est une caractéristique qui revient dans 14 réponses relevées (13 sont de type positif et une de type négatif).

Ce trait est mis en avant par un grand nombre de jeunes comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (4 de 18 à 21 ans, 9 de 22 à 25 ans, un non renseigné), ayant fait des études supérieures (deux sans études, 12 avec études). Ils sont pour la majorité originaires des plus grandes villes (deux de villes de moins de 100 000 habitants, 12 de villes de plus de 100 000 habitants) de l'ouest de la Pologne (13 de l'ouest, un de l'est). En regard de leur proportion dans l'échantillon, les jeunes qui ont eu un contact avec la France ou ses habitants sont nombreux à avoir indiqué cette caractéristique (5 ont déjà été en France, 4 jamais, 5 non renseigné ; 6 ont déjà fait la connaissance d'un Français, trois jamais, 5 non renseigné).

On retrouve tout d'abord 5 fois l'adjectif *dumny* (fier), complété par le groupe prépositionnel *ze swojego kraju* (de leur pays) dans les énoncés suivants :

x 1 : + F. *są dumni ze swojego kraju i języka*. *→ + F. sont fiers de leur pays et de leur langue.

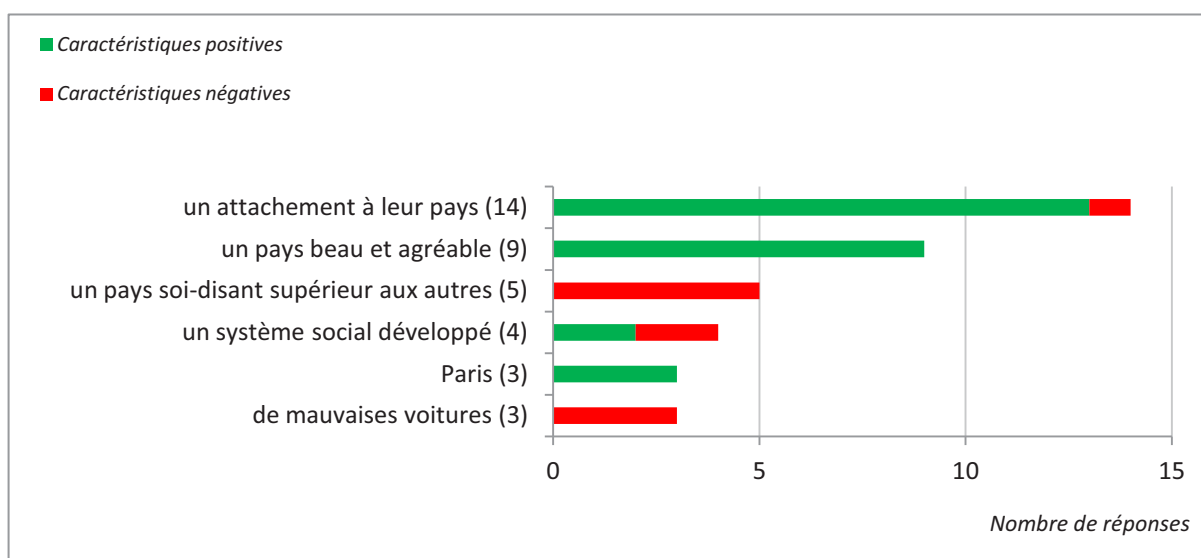
x 1 : + F. *są dumni ze swojego kraju*. → + F. sont fiers de leur pays.

x 1 : + F. *są dumni ze swojej kultury, kraju*. → + F. sont fiers de leur culture, pays.

x 1 : + F. *są dumni ze swojego kraju, nie mają kompleksów*. → + F. sont fiers de leur pays, n'ont pas de complexes.

x 1 : + F. *są dumni ze swojego kraju i jego specyfiki oraz swoich produktów*. → + F. sont fiers de leur pays et de ses spécificités ainsi que de ses produits.

Graphique n°32. Caractéristiques relevant de l'aspect géographique et économique - gentilé
« Francuzi »



Le verbe *kochać* (aimer), complété également par le groupe nominal *swój kraj* (son/leur pays), est repéré deux fois :

x 2 : + F. *kochają swój kraj*. → + F. aiment leur pays.

On relève aussi deux fois le verbe *cenić* (estimer) complété par le groupe nominal *swój kraj* (son pays) :

x 1 : + F. *cenią swój kraj* → + F. estiment leur pays.

x 1 : + F. *cenią swój kraj, są patriotami*. *→ + F. estiment leur pays, sont patriotes.

Toujours avec le groupe nominal *swój kraj* (leur pays) en complément du verbe, on relève l'expression *potrafić wypromować* (savoir faire la promotion) :

x 1 : + F. *potrafią wypromować swój kraj*. → + F. savent promouvoir leur pays.

Parmi les occurrences de type positif, on relève trois fois le verbe *dbać* (veiller, prendre soin)³⁵, dans les phrases suivantes :

x 1 : + F. *dbają o wizerunek swojego kraju, potrafią zrobić żywą legendę z byle pierdółki*. *→ + F. veillent à l'image de leur pays, ils savent faire une légende vivante de n'importe quel truc.

x 1 : + F. *dbają o swój kraj, o zabytki, itd.* → + F. prennent soin de leur pays, monuments, etc.

x 1 : + F. *dbają o rozwój swojego kraju*. *→ + F. veillent au développement de leur pays.

Une phrase de type négatif rend encore compte d'un attachement exagéré pour la France de la part de ses habitants :

x 1 : - F. - *zbyt zafiksowani na punkcie własnego kraju i języka* *→ - F. - trop fixés sur leur propre pays et langue

- **Un pays beau et agréable**

Francuzi mają piękny i przyjemny kraj → *Les Français ont un pays beau et agréable*

La France, en tant que beau pays bénéficiant d'éléments naturels favorables et d'un climat agréable, est une caractéristique évoquée par les jeunes Polonais positivement dans les 9 réponses repérées.

³⁵ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou à quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

Elle est soulignée par des répondants principalement de sexe masculin (7 hommes, deux femmes), originaires de l'ouest de la Pologne (8 de l'ouest, un de l'est). En considérant leur proportion dans l'échantillon, les jeunes ayant déjà été en France sont nombreux à avoir rendu compte de cette caractéristique (4 ont déjà été en France, 5 jamais).

On remarque tout d'abord la répétition à trois reprises de la phrase suivante, où apparaît l'adjectif *piękny* (beau)³⁶ qualifiant le nom commun *kraj* (pays) :

x 3 : + F. *mają piękny kraj*. → + F. ont un beau pays.

Le verbe *mieć* (avoir) répété dans la phrase ci-dessus, est aussi employé dans la phrase suivante (dont on peut noter le caractère très familier) :

x 1 : + F. *mają zajebiste góry i wybrzeże*. → + F. ont des montagnes et une côte méditerranéenne
« putain de bien ».

L'adjectif très familier *zajebisty* (que l'on peut traduire en français par « putain de bien ») relevé dans la phrase précédente marque une évaluation positive des éléments naturels de la France que sont la mer et les montagnes. On retrouve un autre adjectif relativement familier, l'adjectif *fajny* (chouette), marquant également une évaluation positive :

x 1 : + F. *żyją w fajnym zakątku Europy*. → + F. vivent dans un chouette coin de l'Europe.

La chaleur du pays ou de la mer française est par ailleurs signalée dans trois autres réponses de type positif :

x 1 : + F. *mają dostęp do ciepłego morza*. → + F. ont accès à une mer chaude.

x 1 : + F. *mają ciepłe morze* → + F. ont une mer chaude.

x 1 : + F. *są krajem śródziemnomorskim i ciepłym* → + F. sont un pays méditerranéen et chaud.

On retrouve encore, parmi ces descriptions positives de la France, le radical *kraj* (qui signifie 'le pays', comme nous l'avons indiqué ci-dessus) dans le nom commun *krajobraz* (paysage), mentionné sans phrase construite dans la réponse suivante :

x. 1 : + F. - *krajobraz* → + F. - le paysage.

³⁶ D'après son acception : « qui se caractérise par la beauté des formes, des couleurs, des sons » (en polonais : « odznaczający się pięknem kształtów, barw, dźwięków itp. ») (SJP PWN 2012)

- **Un pays soi-disant supérieur aux autres**

Francuzi myślą że ich kraj jest najlepszy → *Les Français pensent que leur pays est le meilleur*

Le sentiment des Français que leur pays est supérieur aux autres revient dans 5 réponses des jeunes Polonais, de manière négative. L'attribution de cette caractéristique concernant l'Hexagone fait écho au sentiment de supériorité des Français vis-à-vis des autres nations, évoqué dans le groupe d'aspect psychosocial.

Il est mis en avant par des jeunes de différents profils.

On relève à plusieurs reprises deux verbes paronymes : *myśleć* (penser) et *uważać* (considérer), suivis de superlatifs :

x 2 : - F. *myślą, że ich kraj jest najlepszy.* → - F. pensent que leur pays est le meilleur.

x 1 : - F. *myślą, że są najwspanialszym krajem w Europie.* → - F. pensent qu'ils sont le pays d'Europe le plus formidable.

x 1 : - F. *uwważają swój kraj za najwspanialszy.* → - F. pensent que leur pays est le plus formidable.

x 1 : - F. *uwważają ich kraj za najlepszy.* → - F. pensent que leur pays est le meilleur.

- **Un système social développé**

Francuzi mają rozbudowany system socjalny → *Les Français ont un système social développé*

Un système social développé revient 4 fois comme caractéristique attribuée par les jeunes Polonais à la France et aux Français. Il est évoqué dans deux réponses de type positif et deux de type négatif.

Ce trait est évoqué par les jeunes les plus âgés de l'échantillon (tous de 22 à 25 ans), ayant pour la plupart déjà été en France ou fait la connaissance d'un Français (trois ont déjà été en France, un jamais et tous ont déjà fait la connaissance d'un Français).

Parmi les occurrences de type positif, on retrouve les groupes nominaux *pomoc socjalna* (une aide sociale) et *socjal* (que nous comprenons ici comme « le social, le système social »)³⁷ :

x 1 : + F. *oferują pomoc socjalną studentom, w tym obcokrajowcom (CAF, bourse sociale etc).*

→ + F. offrent une aide sociale aux étudiants, y compris aux étrangers (CAF, bourse sur critères sociaux, etc.).

x 1 : + F. *mają dobry « socjal ».* → + F. ont un bon « social ».

³⁷ D'après l'acception de *socjalny* (social) : « lié à la satisfaction de besoins matériels et vitaux des membres d'une société » (en polonais : « związany z zaspokajaniem potrzeb materialnych i bytowych członków społeczeństwa ») (SJP PWN 2012)

Parmi les occurrences de type négatif, ont trouve cette fois les groupes nominaux *socjalna gospodarka* (l'économie sociale) et *system socjalny* (le système social) :

x 1 : - F. - *socjalna gospodarka Francji* → - F. - l'économie sociale de la France

x 1 : - F. *maja zbyt rozwiniety system socjalny.* → - F. ont un système social trop développé.

- **Paris**

« *Francuzi maja Paryż* » → *Les Français ont Paris*

La ville de Paris est exprimée comme caractéristique de type positif des Français dans trois réponses des jeunes Polonais.

Ces énoncés sont formulés par différents types de jeunes.

x 1 : + F. *maja Paryż.* → + F. ont Paris.

x 1 : + F. *posiadaja Paryż.* ☺ → + F. possèdent Paris. ☺

x 1 : + F. - *Paryż - stolica mody.* * → + F. - *Paris* - capitale de la mode.

- **De mauvaises voitures**

Francuzi maja marne auta → *Les Français ont de mauvaises voitures*

Les mauvaises voitures des Français sont évoquées par les jeunes Polonais comme caractéristique de type négatif dans trois réponses.

Cette caractéristique est présentée uniquement par des jeunes hommes.

On retrouve trois formulations différentes de signification proche :

x 1 : - F. - *marne auta.* → - F. - mauvaises voitures.

x 1 : - F. *maja wadliwe samochody.* → - F. ont des voitures défectueuses.

x 1 : - F. *maja samochody, które szybko się psują.* → - F. ont des voitures qui se cassent vite.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect géographique et économique dans la compréhension du gentilé *Francuzi***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect géographique et économique

dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : un bon mode de vie (2), le TGV (2), le développement de leur pays (2), de belles voitures (1), des voitures confortables (1), le soutien de leur économie nationale (1), des autoroutes payantes (1) et un tourisme développé (1).

Parmi les caractéristiques négatives : une trop grande importance accordée à l'argent (2), le matérialisme (1), le consumérisme (1), des bouchons sur la route (1), un bon niveau de vie en regard de leur travail (1) et le fait de ne pas nettoyer les crottes de chien (1).

5.4. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *EUROPEJCZYCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 56 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect géographique et économique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre à la fois auto- et hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 31 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°33).

- **Le développement**

« *Europejczycy rozwijają się* » → *Les Européens se développent*

L'idée de développement entre dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais. Le développement revient en effet dans 7 énoncés comme trait positif des Européens.

Il est mis en avant par des jeunes de différents profils.

Dans trois phrases, on note l'emploi du verbe *rozwijać się* (se développer)³⁸ :

x 1 : + E. *szybko się rozwijają*. → + E. se développent vite.

x 1 : + E. *są rozwijającą się wspólnotą*. → + E. sont une communauté qui se développe.

x 1 : + E. *rozwijają się duchowo*. → + E. se développent spirituellement.

Dans deux autres phrases, on trouve le verbe *finansować* (financer) associé aux noms *rozwój* (le développement)³⁹ et *region* (la région) :

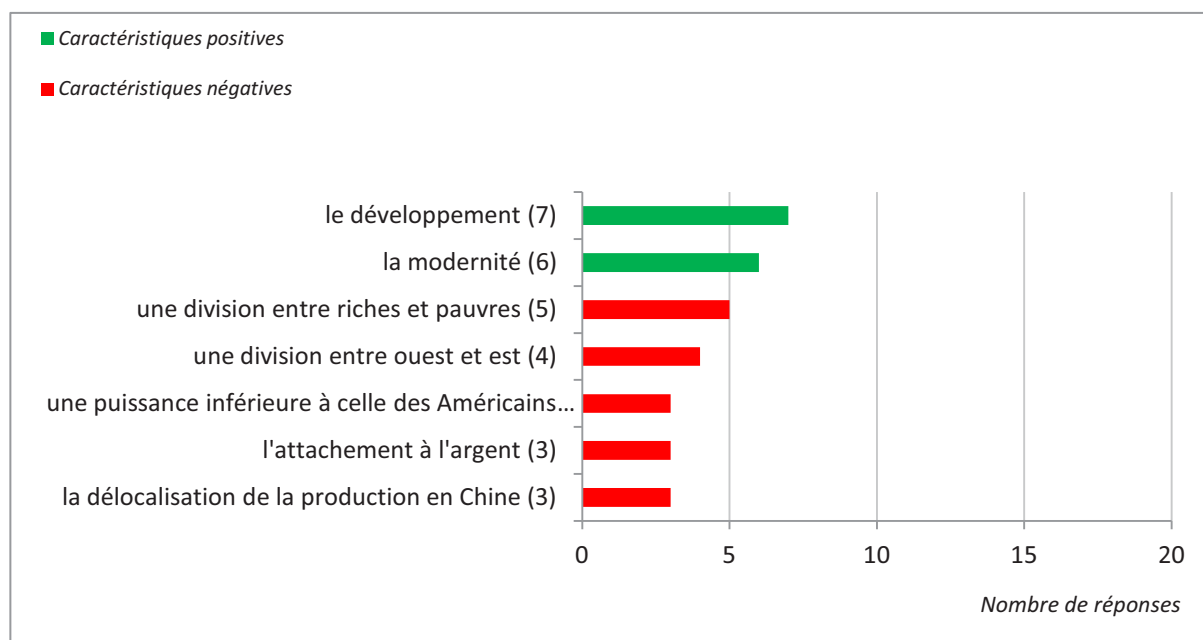
x 1 : + E. *finansują projekty rozwoju biedniejszych regionów*. → + E. financent des projets de développement des régions les plus pauvres.

x 1 : + E. *finansują rozwój naszego regionu*. → + E. financent le développement de notre région (note: la répondante de cette enquête était de Podlachie).

³⁸ D'après son acception : « subir un changement qui entraîne la croissance, la maturation » (en polonais : « ulec zmianom powodującym wzrost, dojrzewanie ») (SJP PWN 2012)

³⁹ D'après son acception : « progrès accompli, amélioration » (en polonais : « postęp w doskonaleniu się ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°33. Caractéristiques relevant de l'aspect géographique et économique
gentilé « Europejczycy »



Toujours avec le nom commun *rozwój*, les deux phrases suivantes expriment la volonté ou l'effort fourni en vue du développement, avec les verbes *chcieć* (vouloir) et *kultywować* (cultiver) :

x 1 : + E. *chcą rozwoju swojego i Europy*. → + E. veulent leur développement et celui de l'Europe.

x 1 : + E. *kultywują rozwój naukowy*. → + E. cultivent le développement scientifique.

- **La modernité**

« *Europejczycy są nowocześni* » → *Les Européens sont modernes*

La modernité est attribuée par les jeunes Polonais dans 6 réponses aux Européens, comme caractéristique positive.

Elle est évoquée par différents types de jeunes.

On relève trois fois l'adjectif *nowoczesny* (moderne)⁴⁰, prenant la fonction d'attribut du sujet :

x 3 : + E. *są nowocześni*. → + E. sont modernes.

Trois autres phrases présentent aussi cette idée de modernité des Européens à l'aide de différentes expressions, telles que : *iść z postępem czasu* (aller avec les progrès du temps), *myśleć przyszłościowo* (être tourné vers l'avenir) et *być twórcami współczesnej cywilizacji* (être les créateurs de la civilisation contemporaine).

x 1 : + E. *idą z postępem czasu* (*technologicznym, z modą*). *→ + E. vont avec les progrès du temps (technologiques, avec la mode).

x 1 : + E. *myślą przyszłościowo*. → + E. sont tournés vers l'avenir.

x 1 : + E. *są twórcami współczesnej cywilizacji*. → + E. sont les créateurs de la civilisation contemporaine.

- **Une division entre riches et pauvres**

« *Europejczycy dzielą się na bogatych i biednych* » → *Les Européens sont divisés entre riches et pauvres*

Une division entre riches et pauvres parmi les Européens est reconnue par les jeunes Polonais dans 5 réponses comme caractéristique négative.

⁴⁰ D'après ses acceptions : « propre à des temps nouveaux » (en polonais : « właściwy nowym czasom ») (SJP PWN 2012) et « progressiste » (en polonais : « postępowy ») (SJP PWN 2012)

Ce trait est avancé par des jeunes aux profils diversifiés.

Dans les trois premières phrases, l'opposition est marquée par l'emploi de l'adjectif *bogaty* (riche)⁴¹ et de son antonyme *biedny* (pauvre)⁴². On note aussi dans deux phrases la répétition du verbe *dzielić się* (être divisé, partagé)⁴³.

x 1 : - E. *dzielią się na bogatych i biednych*. → - E. sont divisés entre riches et pauvres.

x 1 : - E. *dzielią się na bogaty zachód i biedny wschód*. → - E. sont divisés entre l'ouest riche et l'est pauvre.

x 1 : - E. - *są kraje bogate i kraje bardzo biedne*. → - E. - il y a des pays riches et des pays très pauvres.

Formés à partir du même radical, on retrouve les termes *dzielić* (diviser) et *podzielony* (divisé) associés au nom commun *ekonomia* (l'économie) ou à sa forme adjectivale *ekonomiczny* (économique) :

x 1 : - E. *wiele ich dzieli pod względem ekonomii*. → - E. beaucoup les séparent sur le plan de l'économie.

x 1 : - E. *są tak bardzo wewnętrznie podzieleni (chodzi mi tu głównie o te różnice polityczne i czysto ekonomiczne)*. *→ - E. sont aussi divisés sur le plan intérieur (il s'agit ici pour moi principalement des différences politiques et proprement économiques).

- **Une division entre Ouest et Est**

Europejczycy są podzieleni między zachodem i wschodem → *Les Européens sont divisés entre l'ouest et l'est*

Une division entre Ouest et Est est présentée par les jeunes Polonais dans 4 réponses de type négatif. Elle est évoquée par les répondants les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans), faisant ou ayant fait des études supérieures et provenant de grandes villes (de plus de 100 000 habitants).

La première phrase évoque une division générale entre Ouest et Est avec l'emploi du nom *podział* (une division)⁴⁴, précisé par le groupe prépositionnel *na Europę Zachodnią i Wschodnią* (entre Europe de l'Ouest et de l'Est).

⁴¹ D'après son acception : « qui a un gros revenu, des biens importants » (en polonais : « mający duże dochody, znaczny majątek ») (SJP PWN 2012)

⁴² D'après son acception : « qui n'a pas de quoi vivre » (en polonais : « niemający środków do życia ») (SJP PWN 2012)

⁴³ D'après son acception : « scinder un tout en parties » (en polonais : « rozkładać całość na części ») (SJP PWN 2012)

⁴⁴ D'après son acception : « partage de quelque chose en parties ou entre des personnes » (en polonais : « podzielenie czegoś na części lub między kogoś ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - E. *utrzymują podział na Europę Zachodnią i Wschodnią.* → - E. maintiennent une division entre Europe de l'Ouest et de l'Est.

Les trois autres énoncés, avec des termes différents, avancent d'après nous une scission entre Ouest et Est due au regard ou à l'attitude des Européens de l'Ouest :

x 1 : - E. - *Europejczycy z zachodu traktują lekceważąco Europejczków ze wschodu.* → - E. - Les Européens de l'ouest considèrent les Européens de l'Est comme des ignorants.

x 1 : - E. *są zamknięci na Wschód.* *→ - E. sont fermés à l'Est.

x 1 : - E. *uwważają, że Europa kończy się na linii Odry.* → - E. considèrent que l'Europe se termine sur la ligne de l'Oder.

- **Une puissance inférieure à celle des Américains**

« *Europejczycy nie są tak mocni jak Amerykanie* » → *Les Européens ne sont pas aussi puissants que les Américains*

Une puissance (que nous comprenons essentiellement comme puissance économique) inférieure à celle des Américains est attribuée trois fois par les jeunes Polonais, comme caractéristique négative des Européens.

Ce trait est indiqué par des répondants de sexe masculin, comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans).

Les Américains sont évoqués deux fois dans ces énoncés par le nom propre *Amerykanin* (un Américain) et une autre fois au travers du nom propre *Stany* (qui renvoie aux Etats-Unis). Cette faiblesse par rapport aux Etats-Unis est exprimée par l'adjectif *slaby* (faible)⁴⁵ avec son comparatif de supériorité *slabszy* (plus faible), ainsi que les adjectifs *zaczofany* (en retard)⁴⁶ et *mocny* (fort)⁴⁷ complété par les adverbes *nie...tak* (pas aussi) :

x 1 : - E. *są słabsi od Amerykanów.* → - E. sont plus faibles que les Américains.

x 1 : - E. *są zaczofani w stosunku do Stanów, czy Japonii.* → - E. sont en retard par rapport aux Etats-Unis ou au Japon.

x 1 : - E. *nie są tak mocni jak Amerykanie.* → - E. ne sont pas aussi puissants que les Américains.

⁴⁵ D'après son acception : « dépourvu de pouvoir, d'influence, qui n'a pas de grandes possibilités défensives ou offensives » (en polonais : « *pozbawiony władzy, wpływów, niemający większych możliwości obronnych lub ofensywnych* ») (SJP PWN 2012)

⁴⁶ D'après son acception : « en retard de développement, par ex. social » (en polonais : « *opóźniony w rozwoju, np. społecznym* ») (SJP PWN 2012)

⁴⁷ D'après son acception : « qui se distingue par une grande force, puissance » (en polonais : « *odznaczający się dużą siłą, mocą* ») (SJP PWN 2012)

- **L'attachement à l'argent**

Europejczycy są bardzo przywiązani do pieniędzy → *Les Européens sont très attachés à l'argent*

L'importance accordée à l'argent est présentée dans trois réponses des jeunes Polonais, comme caractéristique négative des Européens.

Elle est évoquée par de jeunes étudiants originaires des plus grandes villes (de plus de 100 000 habitants).

Dans les deux premières phrases, on note l'emploi du nom commun *pieniądze* (l'argent) ainsi que de deux expressions indiquant une attitude radicale *poddać się kultowi* (s'adonner au culte de) et *stawiać na pierwszym miejscu* (mettre à la première place) :

x 1 : - E. *poddają się kultowi pieniądza*. → - E. s'adonnent au culte de l'argent.

x 1 : - E. *stawiają na pierwszym miejscu wartość pieniądza*. → - E. mettent à la première place la valeur de l'argent.

Dans cet autre énoncé, on trouve l'adjectif *materialny* (matériel)⁴⁸, associé à l'adverbe *bardzo* (très) et au groupe nominal *podejście do życia* (l'approche de la vie), induisant aussi selon nous une grande importance accordée à l'argent :

x 1 : - E. - *Europa jest smutna, bardzo materialne podejście do życia*. *→ - E. - l'Europe est triste, une approche de la vie très matérielle.

- **La délocalisation de la production en Chine**

Europejczycy przenieśli produkcję do Chin → *Les Européens ont délocalisé la production en Chine*

La délocalisation en Chine, et plus généralement la coopération avec la Chine, apparaît dans trois réponses des jeunes Polonais comme caractéristique négative des Européens.

Elle est mentionnée par des répondants comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans).

Le nom propre *Chiny* (la Chine) est employé dans ces trois énoncés, associé dans l'un des cas aux noms *Tajwan* (la Taïwan) et *Indie* (l'Inde).

x 1 : - E. *przenieśli całą produkcję do Chin*. → - E. ont délocalisé toute la production en Chine.

⁴⁸ D'après son acception : « relatif aux biens économiques » (en polonais : « odnoszący się do dóbr ekonomicznych ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - E. *instalują wszystkie fabryki w Azji (Chiny, Indie, Tajwan etc)*. → - E. installent toutes les fabriques en Asie (Chine, Inde, Taïwan).

x 1 : - E. *współpracują z Chinami !!!* → - E. coopèrent avec les Chinois !!!

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect géographique et économique dans la compréhension du gentilé *Europejczycy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect géographique et économique dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : un haut niveau de vie (2), un marché du travail ouvert (2), un lieu de vie privilégié (2), une monnaie commune (2), la diversité des Etats (2), la mise en place d'une économie commune (1), de belles voitures (1).

Parmi les caractéristiques négatives : le fait de ne pas savoir économiser (2), une crise économique sans fin (1), une essence chère (1), l'absence d'un code de la route unifié (1), la saleté (1), de nombreuses voitures qui polluent (1), un mauvais fonctionnement pour les pays moins développés (1), le fait de ne pas se développer sur certains points (1), une trop grande importance accordée aux futilités (1), la concurrence (1), une estime trop faible de l'Europe (1) et le fait de ne pas cultiver de bananes (1).

5.5. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Une influence des différents facteurs sociaux et environnementaux sur la compréhension des 4 gentils dans leur aspect géographique et économique est décelable dans notre enquête.

- **Influence du sexe des répondants**

Le sexe des répondants a une influence notable sur l'attribution des différentes caractéristiques relatives à l'aspect géographique et économique de la compréhension des gentils. Les hommes attribuent davantage de caractéristiques de type géographique et économique que les femmes aux différents groupes. En effet, en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type géographique et économique dont les répondants ont indiqué leur sexe, 60% sont indiquées par des hommes et 40% par des femmes, or les femmes représentent 52% de l'échantillon des enquêtés et les hommes 48%⁴⁹. En premier lieu, ils comprennent davantage que les femmes dans leur aspect géographique et économique le gentil *Polacy* (73% d'occurrences indiquées par des hommes pour 27% par des femmes), puis le gentil *Francuzi* (59% par des hommes pour 41% par des femmes), *Niemcy* (58% par des hommes pour 42% par des femmes) et enfin *Europejczycy* (53% par des hommes contre 47% par des femmes).

Les hommes se distinguent dans l'attribution de nombreuses caractéristiques aux différents groupes. Aux Polonais, ils attribuent nettement plus souvent que les femmes 4 caractéristiques. Trois sont de type négatif, il s'agit de faibles salaires (7 hommes, deux femmes), de la nécessité de partir à l'étranger pour gagner de l'argent (5 hommes uniquement), ainsi que d'une vie dure dans leur pays (trois hommes uniquement). Un trait est de type positif : le développement (5 hommes uniquement). Aux Allemands, ils attribuent en grand nombre les deux traits de type positif que sont de bonnes voitures (14 hommes, une femme) et de bonnes infrastructures (11 hommes, 4 femmes). Aux Français, les hommes attribuent plus souvent également un pays beau et agréable (7 hommes, deux femmes) comme trait de type positif, et de mauvaises voitures (trois hommes uniquement) comme trait de type négatif. Enfin, aux Européens, ils sont les seuls à leur attribuer une puissance inférieure à celle des Américains (trois hommes uniquement). Les femmes sont pour leur part les seules à attribuer aux

⁴⁹ Sur l'ensemble des 33 occurrences de caractéristiques de type géographique et économique (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentil *Polacy*, 24 sont indiquées par des hommes et 9 par des femmes. Pour les 92 occurrences relatives à la compréhension du gentil *Niemcy*, 53 sont indiquées par des hommes et 38 par des femmes (pour une occurrence le sexe du répondant n'est pas renseigné). Pour les 38 occurrences de caractéristiques relatives à la compréhension du gentil *Francuzi*, 22 ont été formulées par des hommes et 15 par des femmes (pour une occurrence le sexe du répondant n'est pas renseigné). Pour les 31 occurrences relatives à la compréhension du gentil *Europejczycy*, 16 sont indiquées par des hommes et 14 par des femmes (pour une occurrence le sexe du répondant n'est pas renseigné).

Polonais des déchets sauvages (trois femmes uniquement) comme trait de type négatif, et elles sont en majorité à attribuer aux Allemands le développement de leur pays (un homme, 7 femmes, un non renseigné) comme trait de type positif.

- **Influence de l'âge des répondants**

Les répondants les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans) sont plus nombreux que les plus jeunes (de 18 à 21 ans) à comprendre l'ensemble des gentilés dans leur aspect géographique et économique. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type géographique et économique dont les répondants ont indiqué leur âge, 61% sont indiquées par les jeunes de 22 à 25 ans pour 39% par des jeunes de 18 à 21 ans, or les jeunes de 22 à 25 ans représentent 53% de l'échantillon des enquêtés et ceux de 18 à 21 ans 47%⁵⁰. Tout d'abord, les répondants les plus âgés de l'échantillon comprennent dans leur aspect géographique et économique davantage que les plus jeunes le gentilé *Europejczycy* (73% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 27% par des jeunes de 18 à 21 ans), puis *Francuzi* (64% de 22 à 25 ans pour 36% de 18 à 21 ans) et le gentilé *Niemcy* (61% de 22 à 25 ans pour 39% de 18 à 21 ans). Cependant les plus jeunes comprennent tout autant que les plus âgés le gentilé *Polacy* dans son aspect géographique et économique (47% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 63% par des jeunes de 18 à 21 ans, ce qui correspond à leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés).

Seuls les répondants comptant parmi les plus âgés de l'échantillon se distinguent dans l'attribution de caractéristiques de type géographique et économique particulières. Aux Allemands, ils sont en majorité à conférer deux traits de type positif : la propreté (trois de 18 à 21 ans, 8 de 22 à 25 ans) et le développement de leur pays (deux de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans, un non renseigné). Chez les Français, ils soulignent aussi en particulier deux traits de type positif ou essentiellement positif : un attachement à leur pays (4 de 18 à 21 ans, 9 de 22 à 25 ans, un non renseigné) et un système social développé (4 de 22 à 25 ans uniquement). Enfin, chez les Européens, ils sont les seuls à appuyer sur les trois traits de type négatif suivant : une division entre Ouest et Est (4 de 22 à 25 ans uniquement), une puissance inférieure à celle des Américains (trois de 22 à 25 ans uniquement), la délocalisation de la production en Chine (trois de 22 à 25 ans uniquement).

⁵⁰ Sur l'ensemble des 33 occurrences de caractéristiques de type géographique et économique (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 15 sont indiquées par les plus âgés et 17 par les plus jeunes (pour l'autre occurrence, l'âge n'est pas renseigné). Pour les 92 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 55 sont indiquées par les plus âgés et 35 par les plus jeunes (pour 2 occurrences l'âge des répondants n'est pas renseigné). Pour les 38 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 23 sont indiquées par les plus âgés et 13 par les plus jeunes (pour 2 occurrences l'âge du répondant n'est pas renseigné). Enfin, pour les 31 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 22 ont été indiquées par les plus âgés, 8 par les plus jeunes (pour une occurrence l'âge du répondant n'est pas renseigné).

- **Influence du niveau d'études des répondants**

Les jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures comprennent les différents gentils dans leur aspect géographique et économique un peu plus souvent que les jeunes faisant ou ayant fait des études : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type géographique et économique dont les répondants ont indiqué leur niveau d'études, 64% sont indiquées par des jeunes faisant ou ayant fait des études et 36% par des jeunes n'ayant pas fait d'études, or les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures représentent 66% de l'échantillon des enquêtés et ceux n'ayant pas fait d'études 34%⁵¹. En regard de leur proportion dans l'échantillon, les répondants qui n'ont pas fait d'études supérieures comprennent dans leur aspect géographique et économique davantage que ceux qui font ou ont fait des études les gentils *Polacy* (55% sans études, 45% avec) et *Europejczycy* (35% sans études, 65% avec). Par contre, les jeunes qui font ou ont fait des études sont plus nombreux à comprendre dans leur aspect géographique et économique les gentils *Niemcy* (32% sans études, 68% avec) et *Francuzi* (30% sans études, 70% avec).

En ce qui concerne l'attribution de caractéristiques particulières, les jeunes qui font ou ont fait des études supérieures attribuent davantage que ceux qui n'ont pas fait d'études une bonne politique sociale aux Allemands (un sans études, 7 avec) et un attachement des Français à leur pays (deux sans études, 12 avec), deux traits de type positif. Par contre, chez les Européens, ils sont les seuls à mentionner le trait de type négatif suivant : une division entre Ouest et Est (4 avec études uniquement). Les jeunes qui n'ont pas fait d'études attribuent pour leur part en grand nombre le développement aux Polonais (4 sans études, un avec), comme trait de type positif.

- **Influence de l'origine géographique occidentale ou orientale des répondants**

Les jeunes de Pologne occidentale comprennent un peu plus souvent que ceux de Pologne orientale les gentils dans leur aspect géographique et économique. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type géographique et économique dont les répondants ont indiqué leur région d'origine, 69% des occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale et 31% par des jeunes de Pologne orientale, or les jeunes de Pologne occidentale représentent 64% de

⁵¹ Sur les 33 occurrences de caractéristiques de type géographique et économique relatives au gentil *Polacy*, répétées au moins à trois reprises, 18 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 15 par des jeunes faisant ou ayant fait des études. Pour les 92 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Niemcy*, 28 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures contre 60 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour 4 occurrences, le niveau d'études des répondants n'a pas été renseigné). Pour les 38 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Francuzi*, 11 ont été attribuées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 26 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour une occurrence, le niveau d'études du répondant n'a pas été renseigné). Pour les 31 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Europejczycy*, 11 occurrences ont été indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures et 20 par des jeunes faisant ou ayant fait des études.

l'échantillon des enquêtés et ceux de Pologne orientale 36%⁵². Les jeunes de Pologne occidentale comprennent dans leur aspect géographique et économique davantage que ceux de Pologne orientale les gentilés *Francuzi* (82% d'occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 18% de Pologne orientale), puis *Niemcy* (67% d'occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 33% de Pologne orientale) et *Europejczycy* (65% d'occurrences indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 35% de Pologne orientale). En regard de leur proportion dans l'échantillon, les jeunes de Pologne orientale comprennent cependant un peu plus souvent dans leur aspect géographique et économique le gentilé d'ordre auto-stéréotypique *Polacy* (62,5% d'occurrences indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 37,5% de Pologne orientale).

Les jeunes de Pologne occidentale soulignent davantage que ceux de Pologne orientale la propreté (10 de l'ouest, un de l'est) et une bonne politique sociale chez les Polonais (8 de l'ouest uniquement), ainsi que chez les Français un attachement à leur pays (13 de l'ouest, un de l'est) et un pays beau et agréable (8 de l'ouest, un de l'est), toutes des caractéristiques de type positif. Ceux de Pologne orientale se distinguent pour leur part dans l'attribution aux Allemands de la richesse (5 de l'ouest, 6 de l'est) et du développement de leur pays (4 de l'ouest, 5 de l'est), également des traits de type positif.

- **Influence de la taille des villes des répondants**

En observant le nombre d'occurrences de caractéristiques formulées par les jeunes en fonction de la taille des villes dont ils proviennent, on remarque que les jeunes provenant des plus grandes villes comprennent un peu plus les gentilés dans leur aspect géographique et économique que ceux des petites villes : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type géographique et économique dont les répondants ont indiqué leur ville d'origine, 45% ont été attribuées par des jeunes originaires de villes de moins de 100 000 habitants (or ces derniers représentent 47% de l'échantillon d'enquêtés) et 55% par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (53% de l'échantillon d'enquêtés)⁵³. Les jeunes issus des plus grandes villes attribuent en

⁵² Sur les 33 occurrences de caractéristiques de type géographique et économique relatives au gentilé *Polacy*, 20 sont attribuées par des jeunes provenant de Pologne occidentale et 12 provenant de Pologne orientale (une occurrence a été formulée par un répondant qui n'a pas indiqué son origine géographique). Sur les 92 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 60 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 30 par des jeunes de Pologne orientale (2 occurrences ont été formulées par des répondants n'ayant pas renseigné leur origine géographique). Sur les 38 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 31 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 7 par des jeunes de Pologne orientale. Enfin, pour les 31 occurrences relatives au gentilé *Europejczycy*, 20 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 11 par des jeunes de Pologne orientale.

⁵³ Sur l'ensemble des 33 occurrences de caractéristiques de type géographique et économique relatives au gentilé *Polacy*, 18 sont indiquées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 14 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour une occurrence, l'origine géographique du répondant n'a pas été renseignée). Sur les 92 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 40 sont indiquées par des jeunes issus de villes

particulier des traits de type géographique et économique aux Français et aux Européens (dans les deux cas, 61% des occurrences sont indiquées par des jeunes originaires de villes de plus de 100 000 habitants, 39% par des jeunes de villes de moins de 100 000), puis aux Allemands (56% de plus de 100 000 habitants, 44% de moins de 100 000). Les jeunes issus des plus petites villes attribuent cependant davantage de traits de type géographique et économique aux Polonais (44% de plus de 100 000 habitants, 56% de moins de 100 000).

En ce qui concerne l'attribution de caractéristiques particulières, les jeunes des plus grandes villes attribuent davantage que ceux des petites villes une bonne politique sociale aux Allemands (deux originaires de villes de moins de 100 000 habitants, 6 de plus de 100 000 habitants), ainsi qu'un attachement à leur pays aux Français (deux de moins de 100 000 habitants, 12 de plus de 100 000), deux traits de type positif. Chez les Européens, ils insistent en particulier sur deux traits de type négatif : une division entre Ouest et Est (4 de plus de 100 000 habitants uniquement) et l'attachement à l'argent (3 de plus de 100 000 habitants). Quant aux jeunes des plus petites villes, ils se distinguent dans l'attribution aux Polonais des caractéristiques de type négatif suivantes : la nécessité de partir à l'étranger pour gagner de l'argent (4 de moins de 100 000 habitants, un de plus de 100 000) et une vie dure dans leur pays (trois originaires de villes de moins de 100 000 habitants uniquement).

- **Influence du niveau de connaissance des personnes et des territoires décrits par les répondants**

Relativement au gentilé *Niemcy*, le fait de connaître ou non le pays n'a pas favorisé l'attribution par les jeunes Polonais de caractéristiques de type géographique et économique. Si les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de l'Allemagne sont environ 50% à y avoir été et 50% à ne pas y avoir été, on observe également que 50% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type géographique et économique relative au gentilé *Niemcy* ont été en Allemagne, pour 50% qui n'y ont jamais été⁵⁴. Le niveau de connaissance que les jeunes Polonais ont des Allemands a cependant une influence sur leurs réponses. Les jeunes qui n'ont jamais fait la connaissance d'un Allemand ont tendance à attribuer davantage de caractéristiques de type géographique et économique : si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de

de moins de 100 000 habitants et 50 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour 2 occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée). Sur les 38 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 15 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 23 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants. Enfin, sur les 31 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczyzy*, 12 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 19 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants.

⁵⁴ Sur les 92 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 40 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en Allemagne et 40 par des jeunes n'y ayant jamais été (12 occurrences ont été indiquées par des jeunes qui n'ont pas renseigné cette information).

connaissance des habitants sont environ 41% à avoir fait la connaissance d'un Allemand et 59% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on observe que seulement 35% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type géographique et économique ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, pour 65% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁵⁵.

Par contre, en ce qui concerne le gentilé *Francuzi*, les jeunes qui ont déjà fait connaissance avec des Français ou leur pays ont tendance à attribuer davantage de caractéristiques de type géographique et économique que ceux qui n'ont jamais été en France ou qui n'ont jamais rencontré de Français : les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de la France sont environ 21% à y avoir été et 79% à ne pas y avoir été, et on observe que 50% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type géographique et économique relative au gentilé *Francuzi* ont été en France, pour 50% qui n'y ont jamais été⁵⁶. De même, si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 25% à avoir fait la connaissance d'un Français et 75% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on note que 44% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type géographique et économique ont déjà fait la connaissance d'un Français, pour seulement 56% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux.⁵⁷

Relativement au gentilé *Niemcy*, on remarque que les jeunes qui ont déjà fait la connaissance d'un Allemand ont tendance à attribuer davantage que ceux qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux une bonne politique sociale (5 ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, un jamais, deux non renseigné). Ceux qui ont déjà été en Allemagne, eux, insistent aussi davantage que ceux qui n'y ont jamais été sur cette bonne politique sociale (5 déjà en Allemagne, un jamais, deux non renseigné), ainsi que sur la propreté (7 déjà en Allemagne, trois jamais, un non renseigné). Relativement au gentilé *Francuzi*, on observe que les jeunes qui ont déjà fait la connaissance d'un Français appuient plus sur un attachement à leur pays (6 ont déjà fait la connaissance d'un Français, trois jamais, 5 non renseigné) et un système social développé (4 qui ont déjà fait la connaissance d'un Français uniquement). De même, ceux qui ont déjà été en France évoquent plus que ceux qui n'y ont jamais été cet attachement à leur pays (5 ont déjà été en France, 4 jamais, 5 non renseigné) et ce système social développé (trois déjà en France, un jamais), ainsi qu'un pays beau et agréable (4 ont déjà été en France, 5 jamais).

⁵⁵ Sur les 92 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 28 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand, 52 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Allemand (12 occurrences ont été indiquées par des jeunes qui n'ont pas renseigné cette information).

⁵⁶ Sur les 38 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 16 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en France, 16 par des jeunes n'y ayant jamais été (et 6 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance du pays).

⁵⁷ Sur les 38 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 14 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Français, 18 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Français (et 6 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance des habitants).

VI. ASPECT PSYCHOSOCIAL

Nous comprenons le terme *psychosocial*, comme ce qui est « relatif à l'interaction entre les faits psychologiques et les faits sociaux » (TLFi 2003), entre le développement psychologique et l'environnement social. En se référant à cette définition, nous avons inscrit dans le groupe d'aspect psychosocial les expressions désignant le rapport des habitants décrits vis-à-vis d'eux-mêmes et de leur groupe (national ou européen), tous les éléments liés à l'auto-perception ainsi que la perception des autres groupes par les habitants décrits : la fierté et la honte, l'estime de soi et de son groupe national/européen, l'identité et le sentiment identitaire, le rapport à la nation/la communauté, le rapport aux symboles nationaux et communautaires, le sentiment de supériorité ou d'infériorité, l'admiration, l'imitation ou la volonté de se démarquer des autres groupes, la prétention et l'arrogance, l'humilité, mais aussi les jugements portés par d'autres nations/pays sur les groupes d'habitants en question (perception positive ou négative, niveau de connaissance du groupe d'habitants par les autres) ou encore les jugements que les habitants croient attribués à leur groupe par les autres.

Sur l'ensemble des 2699 occurrences de caractéristiques formulées par les 137 jeunes Polonais de notre échantillon, 245 relèvent de l'aspect psychosocial dans la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens). Les descriptions d'ordre psychosocial représentent donc 9% de l'ensemble des occurrences attribuées aux 4 gentilés par les jeunes Polonais : l'aspect psychosocial est invoqué en 6^{ème} position par les jeunes Polonais. On note cependant des écarts d'attribution entre les gentilés : 93 des occurrences d'ordre psychique concernent le gentilé *Polacy* (soit 38%), 53 le gentilé *Niemcy* (22%), 60 le gentilé *Francuzi* (24%) et enfin 39 le gentilé *Europejczycy* (16%) (cf. graphique n°34).

Sur l'ensemble des occurrences d'ordre psychosocial, on relève 48 occurrences de caractéristiques de type positif pour 197 de type négatif. De cette façon, 20% seulement de ces occurrences présentent des caractéristiques positives et 80% de type négatif : en considérant la proportion d'occurrences positives relative à chaque aspect, l'aspect psychosocial arrive en 10^{ème} et dernière position, c'est donc l'aspect appréhendé le plus négativement par les jeunes Polonais. Les Allemands sont les plus durement évalués (seulement 8% des occurrences de caractéristiques de type

psychosocial sont jugées positivement)¹ suivis de près des Français (10%)². Les Européens (26%)³ et les Polonais (30%)⁴ sont mieux jugés, bien que leurs caractéristiques psychosociales restent surtout évaluées négativement (cf. graphique n°35). Cette forte proportion d'occurrences de type négatif relatives au gentilé *Polacy* reste en effet surprenante dans la mesure où elle se rapporte à l'auto-stéréotype des Polonais.

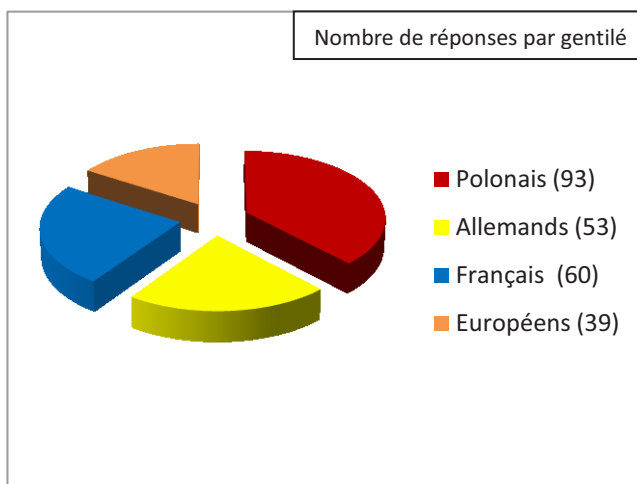
¹ 4 occurrences de type positif (dont 3 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 49 occurrences de type négatif (dont 47 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

² 6 occurrences de type positif (dont 4 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 54 occurrences de type négatif (dont 53 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

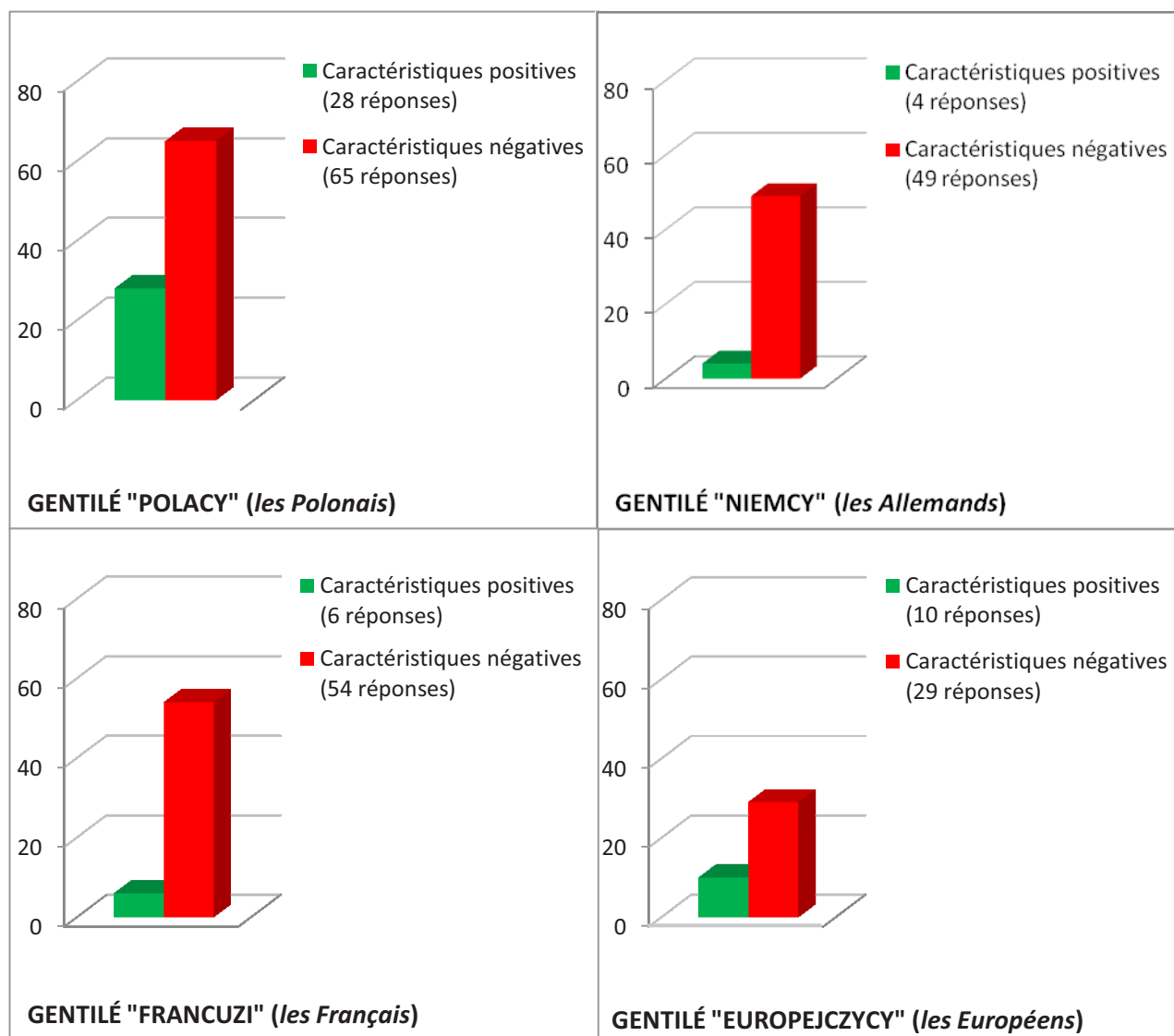
³ 10 occurrences de type positif (aucune occurrence de caractéristique répétée au moins à 3 reprises) pour 29 occurrences de type négatif (dont 24 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

⁴ 28 occurrences de type positif (dont 17 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 65 occurrences de type négatif (dont 58 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

Graphique n°34. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect psychosocial



Graphique n°35. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect psychosocial



6.1. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *POLACY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 93 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect psychosocial, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. Nous rappelons qu'il s'agit de caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique, contrairement aux trois autres gentilés. Parmi ces réponses, 75 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°36).

- **Une nature envieuse**

« *Polacy są zazdrosni* » → *Les Polonais sont envieux*

Une nature envieuse entre dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. Elle apparaît dans 19 réponses comme caractéristique négative des Polonais.

Cette caractéristique est davantage mise en avant par les répondants les plus âgés de l'échantillon (7 jeunes de 18 à 21 ans, 12 de 22 à 25 ans).

L'adjectif *zawistny* (envieux, jaloux)⁵ est 11 fois attribut du sujet :

x 8 : - P. *są zazdrosni*. → - P. sont envieux.

x 1 : - P. *bywają zazdrosni*. → - P. sont de temps en temps envieux.

x 1 : - P. *są zazdrosni i zazdrośni*. *→ - P. sont envieux et jaloux.

x 1 : - P. *są zbyt zazdrosni*. → - P. sont trop envieux.

L'adjectif *zazdrosny* (jaloux)⁶, qui a un sens proche de l'adjectif *zawistny*, est aussi 8 fois attribut du sujet :

x 6 : - P. *są zazdrośni*. → - P. sont jaloux.

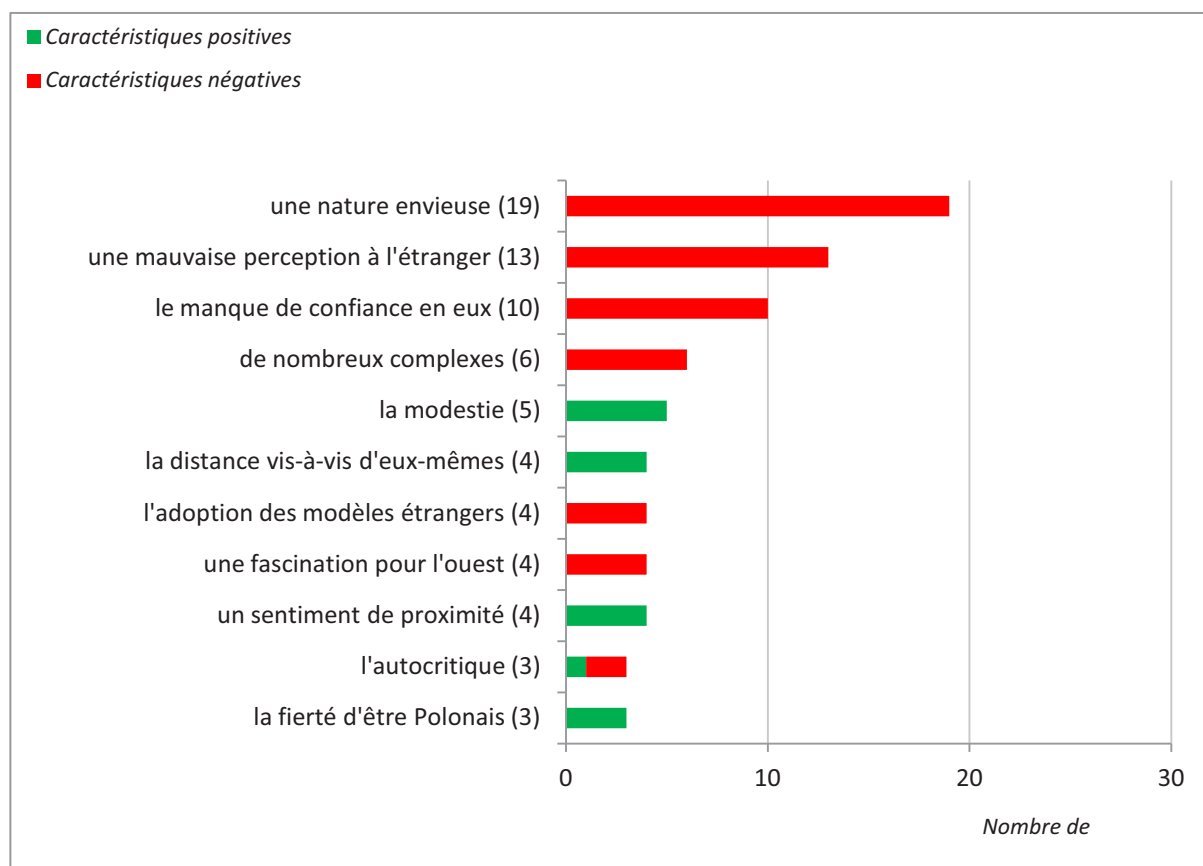
x 1 : - P. *są chorobliwie zazdrośni*. → - P. sont maladivement jaloux.

[x 1] : - P. *są zazdrosni i zazdrośni*. *→ - P. sont jaloux et envieux.

⁵ D'après son acception : « plein d'envie/jalousie » (en polonais : « pełen zawiści ») et une acception de *zawiść* (l'envie/la jalousie) : « sentiment de forte aversion pour quelqu'un dont on jalouse quelque chose » (en polonais : « uczucie silnej niechęci do osoby, której się czegoś zazdrości ») (SJP PWN 2012)

⁶ D'après son acception : « qui ressent de la jalousie » (en polonais : « odczuwający zazdrość ») et une acception de *zazdrość* (la jalousie) : « sentiment de douleur, de chagrin et de ressentiment envers quelqu'un en raison de son succès, de son bonheur, de ce qu'il possède » (en polonais : « uczucie przykrości, żalu i niechęci do kogoś na widok jego powodzenia, szczęścia, z powodu jego stanu posiadania itp. ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°36. Caractéristiques relevant de l'aspect psychosocial – gentilé « Polacy »



On relève aussi une phrase de sens équivalent :

x 1 : - P. *nie akceptują, że ktoś może mieć się lepiej.* → - P. n'acceptent pas que quelqu'un puisse se porter mieux qu'eux.

- **Une mauvaise perception à l'étranger**

« *Polacy są źle postrzegani za granicą* » → *Les Polonais sont mal vus à l'étranger*

Le regard porté sur les Polonais à l'étranger revient 13 fois comme un élément négatif, selon les jeunes Polonais.

Il est mis en avant en particulier par les répondants les plus jeunes de l'échantillon (9 jeunes de 18 à 21 ans pour 4 de 22 à 25 ans) de Pologne occidentale (11 de l'ouest, un de l'est, un dont l'origine n'est pas renseignée).

Dans 5 phrases, on note l'adjectif *zły* (mauvais) associé aux noms communs *opinia* (l'image, la perception) ou *obraz* (l'image), ainsi que l'adverbe *źle* (mal) précisant le terme *postrzegany* (perçu). Ces 5 phrases comprennent chacune un groupe prépositionnel complément circonstanciel de lieu : *za granicą* (à l'étranger), *na świecie* (dans le monde) ou *w Europie* (en Europe) :

x 1 : - P. *dają zły obraz siebie za granicą.* → - P. donnent une mauvaise image d'eux à l'étranger.

x 1 : - P. *są źle postrzegani za granicą.* → - P. sont mal vus à l'étranger.

x 1 : - P. *są przez stereotypy źle postrzegani na świecie.* → - P. sont au travers des stéréotypes mal perçus dans le monde.

x 1 : - P. *mają złą opinię na świecie.* → - P. ont une mauvaise image dans le monde.

x 1 : - P. *mają złą opinię w Europie.* → - P. ont une mauvaise image en Europe.

Cette mauvaise perception des Polonais correspond selon trois phrases à une image de voleurs, exprimée par un complément comportant le nom commun *złodziej* (le voleur), introduit par la préposition *jako* (comme). On relève à nouveau le terme *postrzegany* (perçu) ou son parasynonyme *traktowany* (traité) :

x 1 : - P. *są postrzegani jako złodzieje.* → - P. sont perçus comme des voleurs.

x 1 : - P. *są postrzegani jako pijacy i złodzieje.** → - P. sont perçus comme des ivrognes et des voleurs.

x 1 : - P. *są traktowani jak złodzieje za granicą.* → - P. sont traités comme des voleurs à l'étranger.

Dans trois phrases, la mauvaise perception est aussi relative à une image d'ivrognes, exprimée à nouveau à l'aide du terme *postrzegany* (perçu), complété par le nom commun *pijak* (ivrogne) ou

alkoholik (l'alcoolique) :

x 1 : - P. *sa postrzegani jako pijacy*. → - P. sont perçus comme des ivrognes.

[x 1] : - P. *są postrzegani jako pijacy i złodzieje*. * → - P. sont perçus comme des ivrognes et des voleurs.

x 1 : - P. *są postrzegani jako alkoholicy*. → - P. sont perçus comme des alcooliques.

On peut encore citer trois autres phrases qui, avec des formulations différentes, signifient également une mauvaise perception des Polonais par les autres nations :

x 1 : - P. *nie potrafią zburzyć stereotypów panujących za granicami naszego kraju*. → - P. ne parviennent pas à détruire les stéréotypes régnant en dehors des frontières de notre pays.

x 1 : - P. *są zbyt często oczerniani przez innych*. → - P. sont trop souvent dénigrés par les autres.

x 1 : - P. *są postrzegani jako naród leniwy*. → - P. sont perçus comme une nation paresseuse.

- **Le manque de confiance en eux**

« *Polacy nie wierzą w siebie* » → *Les Polonais ne croient pas en eux*

Le manque de confiance en soi, en sa nation, ou le manque d'estime de soi et de sa nation, sont avancés par les jeunes Polonais dans 10 réponses de type négatif.

Il est évoqué par une majorité de répondants de sexe masculin (7 hommes, trois femmes).

L'expression *nie wierzyć w siebie* (ne pas croire en soi)⁷ est relevée trois fois :

x 2 : - P. *nie wierzą w siebie*. → - P. ne croient pas en eux.

x 1 : - P. *nie wierzą w siebie i w swoje możliwości*. → - P. ne croient pas en eux et en leurs possibilités.

Dans les 7 autres phrases, on observe des expressions variées, exprimant toutes ce manque d'estime des Polonais pour leur propre nation.

x 1 : - P. *często nie doceniają siebie i swojego kraju*. * → - P. souvent ils ne s'apprécient pas (n'ont pas d'estime pour) eux et leur pays.

x 1 : - P. *nie znają swojej wartości, brak szacunku do siebie samego*. * → - P. ne connaissent pas leur valeur, un manque de respect envers eux-mêmes.

x 1 : - P. - *brak pewności siebie* → P. - un manque de confiance en eux

x 1 : - P. *mają złe zdanie o swoich rodakach*. → - P. ont une mauvaise opinion de leurs compatriotes.

⁷ D'après l'acception de *wierzyć w kogoś* (croire en quelqu'un) : « être convaincu que quelqu'un a beaucoup de possibilités et qu'il finira par rencontrer le succès » (en polonais : « być przekonany, że ktoś ma duże możliwości i w końcu odniesie sukces ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - P. *nie lubią siebie nawzajem.* → - P. ne s'aiment pas les uns les autres.

x 1 : - P. *są zbyt często oczerniani przez siebie samych.* → - P. se dénigrent trop souvent eux-mêmes.

x 1 : - P. *wstydzą się swoich rodaków.* → - P. ont honte de leurs compatriotes.

- **De nombreux complexes**

« *Polacy mają wiele kompleksów* » → *Les Polonais ont beaucoup de complexes*

Le fait d'avoir des complexes revient 6 fois d'après les jeunes Polonais comme caractéristique négative de leurs compatriotes.

Cette attitude est mentionnée par une majorité de répondants de sexe masculin (5 hommes, une femme), n'ayant pas fait d'études supérieures (4 sans études, deux avec études - ces derniers étant près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon).

Le nom commun *kompleks* (le complexe)⁸ est employé 4 fois en complément du verbe *mieć* (avoir), souvent associé à un adverbe de quantité : *tyle* (autant de), *za dużo* (trop de) ou *wiele* (de nombreux) :

x 1 : - P. *mają tyle kompleksów i nie potrafią ich się wyzbywać.* → - P. ont tant de complexes et ne parviennent pas à s'en débarrasser.

x 1 : - P. *mają za dużo kompleksów.* → - P. ont trop de complexes.

x 1 : - P. *mają wiele kompleksów.* → - P. ont de nombreux complexes.

x 1 : - P. *mają kompleks zachodu.* → - P. ont un complexe vis-à-vis de l'ouest.

On note aussi deux fois l'adjectif *zako kompleksiony* (complexé) attribut du sujet, formé de même sur le radical *kompleks* :

x 1 : - P. *są zako kompleksieni.* → - P. sont complexés.

x 1 : - P. *są wobec siebie zbyt krytyczni, zako kompleksieni.* * → - P. sont envers eux-mêmes trop critiques, complexés.

⁸ D'après son acception : « ensemble d'associations très marquées sur le plan émotionnel, qui se font dans le subconscient d'une personne pendant une longue période, particulièrement en raison d'un malheur durable, d'un déboire, d'une déception » (en polonais : « silnie zabarwiony uczuciowo zespół skojarzeń, występujący w podświadomości człowieka przez dłuższy czas, zwłaszcza w następstwie doznanego nieszczęścia, zawodu, rozczarowania itp. ») (SJP PWN 2012)

- **La modestie**

« *Polacy są skromni* » → *Les Polonais sont modestes*

La modestie est observée 5 fois par les jeunes comme trait positif des Polonais.

Elle est décrite par une majorité de répondants de sexe féminin (4 femmes pour un homme), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (un de 18 à 21 ans, 4 de 22 à 25 ans).

L'adjectif *skromny* (modeste)⁹ est deux fois attribut du sujet :

x 2 : + P. *są skromni*. → + P. sont modestes.

On relève son parasynonyme *bezpretensjonalny* (sans prétention)¹⁰, toujours attribut du sujet, dans une autre phrase :

x 1 : + P. *są bezpretensjonalni*. → + P. sont sans prétention.

Deux phrases expriment avec d'autres termes cette modestie des Polonais :

x 1 : + P. *mają w sobie dużo pokory*. → + P. ont en eux beaucoup d'humilité.

x 1 : + P. *nie mają poczucia wyższości*. → + P. n'ont pas un sentiment de supériorité.

- **La distance vis-à-vis d'eux-mêmes**

« *Polacy mają do siebie dystans* » → *Les Polonais ont de la distance vis-à-vis d'eux-mêmes*

La distance vis-à-vis de soi-même et de sa nation est 4 fois présentée par les jeunes comme trait positif des Polonais.

Elle est évoquée principalement par des jeunes qui n'ont pas fait d'études supérieures (trois sans études, un avec études – ces derniers étant près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon) et qui proviennent des plus petites villes (trois originaires de villes de moins de 100 000 habitants, un d'une ville de plus de 100 000 habitants).

On trouve trois fois l'expression *mieć dystans* (avoir de la distance)¹¹, suivie d'un groupe prépositionnel relatif aux Polonais, tel que *do (samy) siebie* (ici: vis-à-vis d'eux-mêmes) ou *do*

⁹ D'après son acception : « indifférent à la notoriété, qui n'a pas une estime de soi exagérée » (en polonais : « *niedbający o rozgłos, niemający wygórowanego mniemania o sobie* ») (SJP PWN 2012)

¹⁰ D'après son acception : « naturel, modeste » (en polonais : « *naturalny, skromny* ») (SJP PWN 2012)

¹¹ D'après l'acception de *dystans* (la distance) : « approche prudente, dénuée d'émotions, d'un sujet » (en polonais : « *ostrożny, pozbawiony emocji stosunek do jakichś spraw* ») (SJP PWN 2012)

polских realiów (vis-à-vis des réalités polonaises) :

x 1 : + P. *mają do siebie drafią mieć dystans do samych siebie.* → + P. quand ils veulent, ils savent avoir de la distance vis-à-vis d'eux-mêmes *systemans.* → + P. ont de la distance vis-à-vis d'eux-mêmes.

x 1 : + P. *kiedy chcą, pot.*

x 1 : + P. *mają dystans do polskich realiów.* → + P. ont de la distance par rapport aux réalités polonaises.

La phrase suivante avec des termes différents présente la même idée, avec l'expression *nie przejmować się* (ne pas s'inquiéter de)¹², proche sémantiquement de *mieć dystans* (avoir de la distance). Cette expression est suivie également d'un complément relatif aux Polonais : *powszechnie stereotypy na swój temat* (des stéréotypes généralisés à leur sujet).

x 1 : + P. *nie przejmują się powszechnymi poza granicami Polski stereotypami na swój temat.* → + P. se moquent des stéréotypes généralisés en dehors des frontières de la Pologne à leur sujet.

• L'adoption de modèles étrangers

« *Polacy przyjmują obce wzorce* » → *Les Polonais adoptent des modèles étrangers*

Le fait que les Polonais adoptent des modèles étrangers apparaît 4 fois d'après les jeunes Polonais comme caractéristique négative.

Ce trait est évoqué par des jeunes aux profils diversifiés.

L'idée d'imiter, de copier d'autres modèles, est exprimée dans 4 phrases différentes avec les expressions : *naśladować* (imiter, copier)¹³, *przejmować wzorce* (adopter des modèles)¹⁴, *próbować upodobnić siebie do kogoś lub czegoś* (essayer de ressembler à quelqu'un ou quelque chose)¹⁵. Les modèles pris en compte sont évoqués par les groupes nominaux *zachód/kraje zachodnie* (l'ouest/les pays de l'ouest), *obce wzorce* (les modèles étrangers) ou *inne narodowości* (les autres nations) :

x 1 : - P. *przejmują obce wzorce bez zastanowienia.* → - P. adoptent des modèles étrangers sans réflexion.

x 1 : - P. *zaczynają naśladować zachód.* *→ - P. commencent à imiter l'ouest.

¹² D'après l'acception de *przejmować się* (s'inquiéter de) : « s'inquiéter de quelque chose, être ému par quelque chose, s'intéresser beaucoup à quelque chose » (en polonais : « zaniepokoić się czymś, wzruszyć się, bardzo się zainteresować ») (SJP PWN 2012)

¹³ D'après son acception : « prendre modèle sur quelqu'un, quelque chose, agir de la même manière que quelqu'un d'autre » (en polonais : « wzorować się na kimś, na czymś, postępować podobnie jak ktoś inny ») (SJP PWN 2012)

¹⁴ D'après l'acception de *przejmować* (prendre, adopter) : « prendre modèle sur quelqu'un ou quelque chose, assimiler quelque chose » (en polonais : « wzorując się na kimś lub na czymś, przyswoić sobie coś ») (SJP PWN 2012)

¹⁵ D'après l'acception de *upodobnić się* (se mettre à ressembler à, se conformer à) : « devenir semblable à quelqu'un ou quelque chose » (en polonais : « stać się podobnym do kogoś lub do czegoś ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - P. często za wszelką cenę próbują upodobnić siebie do innych ; repertuar zachowań zaczerpnięty od innych narodowości. → - P. essayent souvent d'être semblables à d'autres ; répertoire de comportements empruntés à d'autres nations.

x 1 : - P. naśladowują kraje zachodnie. *→ - P. imitent les pays de l'ouest.

- **Une fascination pour l'ouest**

Polacy są wpatrzeni w zachód → *Les Polonais sont obnubilés par l'ouest*

Le fait d'être rivé sur l'ouest est admis aux Polonais par les jeunes, dans 4 réponses négatives.

Cette caractéristique est mise en avant par des jeunes Polonais de différents profils.

Cette caractéristique trouve des liens directs avec le trait précédent. Nous pouvons citer à nouveau deux phrases où sont employés les compléments *zachód* (« l'ouest », c'est-à-dire les pays d'Europe occidentale, les Etats-Unis et le Canada)¹⁶ et *kraje zachodnie* (les pays de l'ouest) :

x 1 : - P. naśladowują kraje zachodnie. *→ - P. imitent les pays de l'ouest.

x 1 : - P. zaczynają naśladować zachód. *→ - P. commencent à imiter l'ouest.

On retrouve cette orientation vers l'ouest dans une phrase également citée dans un autre paragraphe (toujours avec le nom commun « *zachód* »):

x 1 : - P. mają kompleks zachodu. *→ - P. ont un complexe vis-à-vis de l'ouest.

Une autre phrase incluant le nom *zachód* exprime aussi cette « fixation » sur l'ouest :

x 1 : - P. są zbyt wpatrzeni w zachód. → - P. sont trop obnubilés par l'ouest.

- **Un sentiment de proximité**

« Polacy są blisko mnie » → *Les Polonais me sont proches*

Un sentiment de proximité entre les Polonais est exprimé par les jeunes Polonais dans 4 réponses comme trait positif.

Il est évoqué uniquement par des répondants de sexe masculin.

¹⁶ D'après son acception : « les pays d'Europe occidentale, les Etats-Unis et le Canada reconnus comme un ensemble culturel et politique » (en polonais : « kraje Europy Zachodniej, Stany Zjednoczone i Kanada ujmowane jako całość kulturowa i polityczna ») (SJP PWN 2012)

On relève dans deux phrases l'expression de ce sentiment avec l'emploi du pronom *ja* (moi) en complément de *blisko* (proche) ou *podobny* (semblable) :

x 1 : + P. *są blisko mnie*. → + P. me sont proches.

x 1 : + P. *są do mnie podobni*. → + P. me sont semblables.

Deux autres phrases mettent en avant le lien national, voire une forme de lien familial, qui unit les Polonais :

x 1 : + P. *to moi rodacy*. ;) → + P. se sont mes compatriotes. ;)

x 1 : + P. *są jedną wielką rodziną*. → + P. sont une grande famille.

• L'autocritique

« *Polacy są krytyczni wobec siebie* » → *Les Polonais sont critiques vis-à-vis d'eux-mêmes*

L'autocritique est soulignée par les jeunes comme caractéristique des Polonais dans deux réponses négatives et dans une positive.

Ces réponses sont formulées par des jeunes Polonais de différents profils.

Les deux énoncés négatifs expriment un excès avec les adverbes *zbyt* et *za* (que l'on peut tous deux traduire par « trop ») qui complètent l'expression *być krytycznym wobec siebie* (être critique envers soi-même)¹⁷ :

x 1 : - P. *są wobec siebie zbyt krytyczni*. → - P. sont trop critiques entre eux.

x 1 : - P. *są za krytyczni wobec siebie*. ☹ → - P. sont trop critiques envers eux-mêmes. ☹

La réponse positive est, elle, formulée avec l'adjectif *samokrytyczny* (autocritique)¹⁸, attribut du sujet :

x 1 : + P. *są samokrytyczni*. → + P. sont autocritiques.

¹⁷ D'après l'acception de l'adjectif *krytyczny* (critique) : « qui détecte les côtés négatifs » (en polonais : « doszukujący się stron ujemnych ») (SJP PWN 2012)

¹⁸ D'après l'acception de l'adjectif *samokrytyczny* (critique) : « critique vis-à-vis de soi-même » (en polonais : « krytyczny w stosunku do samego siebie ») (SJP PWN 2012)

- **La fierté d'être Polonais**

« *Polacy są dumni, że są Polakami* » → Les Polonais sont fiers d'être Polonais

Dans trois réponses, la fierté est mentionnée par les jeunes comme trait positif des Polonais.

Ce trait est évoqué par des jeunes hommes originaires des plus petites villes ou de villages (moins de 10 000 habitants).

L'adjectif *dumny* (fier)¹⁹ est trois fois attribut du sujet, associé à une proposition où l'identité polonaise est mentionnée à deux reprises avec *być Polakiem* (être Polonais), et une fois *podkreślać swoją polskość* (mettre en avant son caractère polonais).

1 : + P. *są dumni, że są Polakami*. → + P. sont fiers d'être Polonais.

x 1 : + P. *są dumni, że podkreślają swoją polskość poza granicą Polski*. → + P. sont fiers de mettre en avant leur caractère polonais en dehors des frontières de la Pologne.

x 1 : + P. *są dumni z tego, że są Polakami*. → + P. sont fiers du fait d'être polonais.

- **Occurrences uniques ou doubles de caractéristiques relevant de l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Polacy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : une image positive à l'étranger (2), un sentiment identitaire national (2), une nation connue à l'étranger (2), le soin des symboles nationaux (1), le respect des héros nationaux (1), des différences et des ressemblances avec les autres nations (1), la volonté de changer leur stéréotype (1) et le respect du drapeau polonais (1).

Parmi les caractéristiques négatives : un caractère imbu d'eux-mêmes (2), un manque de respect vis-à-vis d'eux-mêmes (1), un manque de distance vis-à-vis d'eux-mêmes (1), la volonté de plaire à tout prix (1), la facilité à leur faire perdre leur identité nationale (1) et leur manque d'importance dans le monde (1).

¹⁹ D'après son acception : « qui a une certaine estime de soi, le sentiment de sa propre valeur » (en polonais : « mający poczucie własnej godności i wartości ») (SJP PWN 2012)

6.2. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *NIEMCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 53 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect psychosocial, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais (caractéristiques cette fois d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 50 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°37).

- **Un sentiment de supériorité**

« *Niemcy myślą, że są najlepsi* » → *Les Allemands pensent qu'ils sont les meilleurs*

Un sentiment de supériorité entre dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais. Il est reconnu aux Allemands dans 20 réponses comme caractéristique négative.

Cette caractéristique a été exprimée en particulier par des jeunes originaires de villages ou des plus petites villes (12 originaires de villes de moins de 100 000 habitants, 6 de villes de plus de 100 000 habitants, deux dont l'origine n'est pas renseignée).

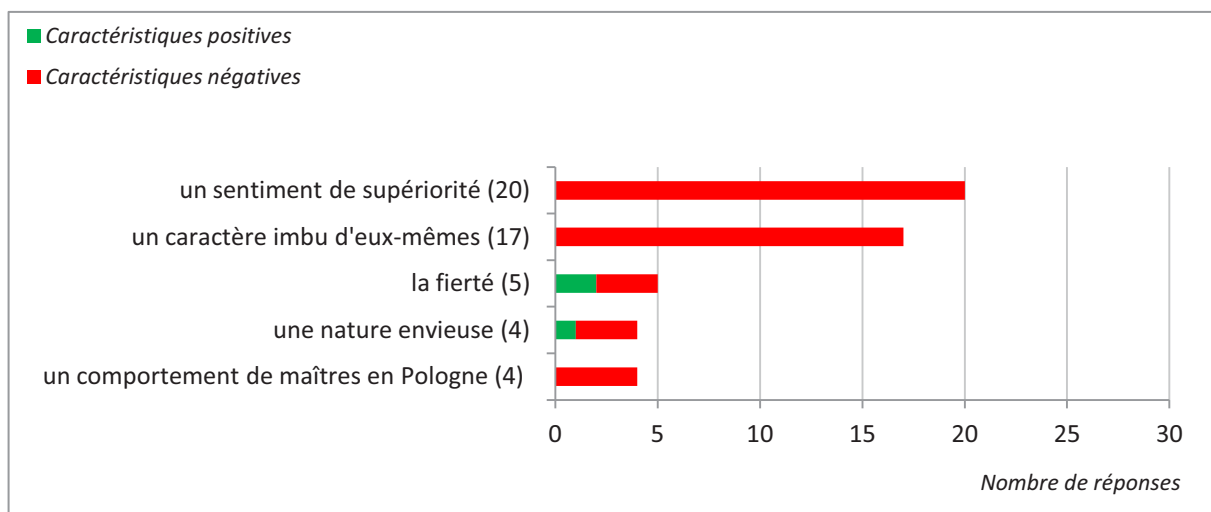
Dans ces réponses, on remarque 4 fois l'emploi de l'adjectif *dobry* (bon) au comparatif de supériorité *lepszy* (meilleur) complété par *od innych* (que les autres), ou au superlatif *najlepszy* (le meilleur). Dans ces 4 phrases on relève les verbes parasyonymes *uważać się* (se considérer), *czuć* (sentir), *myśleć* (penser), qui indiquent la subjectivité, le sentiment :

- x 1 : - N. *uważają się za lepszych od innych*. → - A. se considèrent comme meilleurs que les autres.
- x 1 : - N. *czują, że są lepsi od innych*. → - A. ont le sentiment d'être meilleurs que les autres.
- x 1 : - N. *myślą, że są lepsi od innych*. → - A. pensent qu'ils sont meilleurs que les autres.
- x 1 : - N. *myślą, że są najlepsi*. → - A. pensent qu'ils sont les meilleurs.

Toujours avec les verbes exprimant la subjectivité *uważać się* (se considérer) et *myśleć* (penser), on retrouve différents adjectifs ainsi qu'un groupe nominal évoquant la supériorité *idealny* (idéal), *najmądrzejszy* (le plus intelligent) et *król Europy* (le roi de l'Europe) :

- x 1 : - N. *uważają się za idealnych*. → - A. se croient idéals.
- x 1 : - N. *myślą, że są najmądrzejsi*. → - A. pensent qu'ils sont les plus intelligents.
- x 1 : - N. *myślą, że są królami Europy*. → - A. pensent qu'ils sont les rois de l'Europe.

Graphique n°37. Caractéristiques relevant de l'aspect psychosocial - gentilé « Niemcy »



On relève deux fois le nom commun *wyższość* (la supériorité)²⁰ dans des phrases exprimant également la subjectivité, le sentiment, avec le verbe *traktować* (traiter, considérer) et le nom commun *poczucie* (le sentiment) :

x 1 : - N. *traktują niektóre narody z wyższością.* → - A. traitent certaines nations avec supériorité.

x 1 : - N. *czasami ich poczucie wyższości przemienia się w pogardę.* → - A. de temps en temps leur sentiment de hauteur se transforme en mépris.

On note aussi la phrase suivante qui, avec des termes différents, trouve une signification similaire aux précédentes :

x 1 : - N. *mają potrzebę dominacji.* → - A. ont le besoin de dominer.

Deux autres phrases, qui établissent un lien entre un actuel sentiment de supériorité des Allemands et l'idéologie nazie, ont aussi retenue notre attention. On trouve dans une de ces phrases le groupe nominal *rasa panów* (la race des maîtres) qui désigne la théorie de l'*Herrenvolk* reprise par Hitler dans *Mein Kampf*. Dans l'autre phrase, le terme *nadczłowiek* (un surhomme)²¹ est employé en référence à la notion d'*Übermensch* développée par Nietzsche et falsifiée par les Nazis afin de justifier la supériorité de la race aryenne.

x 1 : - N. *wciąż jeszcze uważają się za « rasę panów ».* → - A. se prennent toujours pour la race des maîtres.

x 1 : - N. *mają się za nadczłowieka.* → - A. se prennent pour des surhommes.

Notre attention fut aussi attirée par 8 occurrences faisant explicitement allusion à un sentiment de supériorité des Allemands envers les Polonais. On retrouve des verbes ou expressions évoquant la subjectivité, le sentiment, avec : *uważać* (considérer), *traktować* (traiter, considérer), *myśleć* (penser), *czuć się* (se sentir), *patrzeć* (regarder, considérer) ou encore *mieć poczucie* (avoir le sentiment). Dans les 4 phrases suivantes, on relève l'adjectif *dobry* (bon) au comparatif de supériorité *lepszy* (meilleur) ou d'infériorité *gorszy* (pire) pour exprimer la comparaison que les Allemands feraient entre eux et les Polonais :

x 1 : - N. *uważają Polaków za gorszych od siebie.* → - A. considèrent les Polonais comme pires qu'eux.

x 1 : - N. *traktują Polaków jako gorszy naród.* → - A. traitent les Polonais comme une nation moins bien.

x 1 : - N. *- myślą, że mają wszystko lepsze niż my.* → - A. - ils pensent qu'ils ont tout de mieux que nous.

²⁰ D'après son acception : « supériorité à certains égards sur quelqu'un ou quelque chose » (en polonais : « przewaga pod jakimś względem nad kimś lub nad czymś ») (SJP PWN 2012)

²¹ D'après son acception : « selon Nietzsche : personne impérieuse, impitoyable, que les normes éthiques communes ne concernent pas » (en polonais : « wg Nietzschego : osobnik władczy, bezwzględny, którego nie dotyczą powszechne normy etyczne ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - N. *czują się lepsi od nas.* → - A. se sentent meilleurs que nous.

Dans deux autres phrases, on observe le groupe prépositionnel *z góry* (de haut)²² pour exprimer le sentiment de supériorité des Allemands envers les Polonais :

x 1 : - N. *patrzą na Polaków z góry.* → - A. regardent les Polonais de haut.

x 1 : - N. *traktują Polaków z góry.* *→ - A. prennent les Polonais de haut.

On relève encore le nom commun *wyższość* (la hauteur) deux fois, dans un même ordre d'idée :

x 1 : - N. *mają poczucie wyższości nad innymi narodami (zwłaszcza Polakami).* → - A. se sentent supérieurs aux autres nations (en particulier aux Polonais).

x 1 : - N. *traktują z wyższością obywateli krajów wschodnich.* → - A. traitent avec hauteur les citoyens des pays de l'Est.

• Un caractère imbu d'eux-mêmes

« *Niemcy są zadufani w sobie* » → *Les Allemands sont imbus d'eux-mêmes*

Une haute estime de soi revient d'après les jeunes Polonais dans 17 réponses, comme trait négatif des Allemands.

Elle revient notamment chez les jeunes issus des plus grandes villes (4 de villes de moins de 100 000 habitants, 12 de plus de 100 000 habitants, un dont l'origine n'est pas renseignée).

Le nom commun *mniemanie* (une opinion)²³ est employé 5 fois en complément du verbe *mieć*, précisé par les termes *wysoki* (haut) ou *zawyżony* (exagéré, surestimé)²⁴ :

x 3 : - N. *mają wysokie mniemanie o sobie.* → - A. ont une haute opinion d'eux-mêmes.

x 1 : - N. *mają o sobie za wysokie mniemanie.* → - A. ont une trop haute opinion d'eux-mêmes.

x 1 : - N. *mają zawyżone mniemanie na temat swojej osoby.* → - A. ont une trop haute opinion d'eux-mêmes.

²² D'après l'acception des expressions *traktować kogoś z góry* (littéralement : traiter quelqu'un avec supériorité) ou *patrzeć na kogoś, na coś z góry* (littéralement : regarder quelqu'un, quelque chose avec supériorité) : « montrer à quelqu'un sa supériorité ou son mépris » (en polonais : « *okazywać komuś swą wyższość lub lekceważenie* ») (SJP PWN 2012)

²³ D'après son acception : « conviction, jugement, opinion » (en polonais : « *przekonanie, sąd, opinia* ») (SJP PWN 2012)

²⁴ D'après l'acception du verbe *zawyżyć* (gonfler, exagérer) : « définir la valeur ou la grandeur de quelque chose comme plus élevée que ce qu'elle ne l'est en réalité » (en polonais : « *określić wartość lub wielkość czegoś jako wyższą niż faktycznie jest* ») (SJP PWN 2012)

La phrase suivante, où sont également employés le verbe *mieć* et l'adjectif *wysoki*, prend un sens similaire avec un parasynonyme de *mniemanie*, *samoocena* (l'estime de soi)²⁵.

x 1 : - N. *mają wysoką samoocenę*. → - A. ont une haute estime d'eux-mêmes.

On retrouve aussi 4 phrases formulées dans des termes de sens similaire, avec l'expression *być zadufanym w sobie* (être imbu de soi-même)²⁶ :

x 4 : - N. *są zadufani w sobie*. → - A. sont imbus d'eux-mêmes.

L'adjectif *zarozumiały* (vaniteux)²⁷ est aussi employé comme attribut du sujet :

x 2 : - N. *są zarozumiali*. → - A. sont vaniteux.

x 1 : - N. - *nadęci i zarozumiali* → - A. - hautains et imbus d'eux-mêmes

On relève deux autres phrases avec des adjectifs parasynonymes de *zarozumiały* : *wyniosły* (vaniteux, hautain)²⁸ et *nadęty* (vaniteux, pompeux)²⁹.

x 1 : - N. *są wyniośli*. → - A. sont vaniteux.

x 1 : - N. *bywają nadęci*. → - A. sont de temps en temps vaniteux.

Les deux phrases suivantes expriment aussi en des termes différents une trop haute opinion de soi. On relève le caractère péjoratif et familier des termes *cham*³⁰ et *gbur*³¹ (que l'on peut traduire tous deux en français par « péquenaud » ou « bouffon ») employés dans la première phrase :

x 1 : - N. *splacają kredyty całe życie i się noszą na bogaczy, chamy, gbury*. → - A. paient toute leur vie des crédits et ils se comportent comme des riches, péquenauds, bouffons.

x 1 : - N. *zbyt duże poczucie własnej wartości*. → - A. ont un trop grand sentiment de leur propre valeur.

²⁵ D'après son acception : « évaluation de soi-même » (en polonais : « ocenianie samego siebie ») (SJP PWN 2012)

²⁶ D'après l'acception de *zadufany* (imbu de soi-même) : « convaincu de sa valeur » (en polonais : « przeświadczony o swojej wartości ») (SJP PWN 2012)

²⁷ D'après son acception : « qui a une trop grande estime de soi, qui se considère supérieur aux autres » (en polonais : « mający zbyt wysokie mniemanie o sobie, wynoszący się nad innych ») (SJP PWN 2012)

²⁸ D'après son acception : « qui se considère supérieur aux autres » (en polonais : « wynoszący się nad innych ») (SJP PWN 2012)

²⁹ D'après ses acceptions : « vaniteux » (en polonais : « zarozumiały ») et « dépourvu de naturel, exagéré » (en polonais : « nienaturalny, przesadny ») (SJP PWN 2012)

³⁰ D'après son acception : « personne grossière » (en polonais : « człowiek ordynarny ») (SJP PWN 2012)

³¹ D'après son acception : « personne désagréable, qui manque de tact » (en polonais : « człowiek nieuprzejmy, nietaktowny ») (SJP PWN 2012)

- **La fierté**

« *Niemcy są dumni z siebie* » → *Les Allemands sont fiers d'eux*

Dans 5 réponses, les Allemands sont présentés par les jeunes Polonais comme fiers d'eux. Il s'agit dans deux cas d'une caractéristique perçue positivement et dans trois cas négativement.

Ce trait est évoqué par des jeunes de différents profils.

Toutes ces réponses comprennent l'adjectif *dumny* (fier)³² comme attribut du sujet. Dans les trois réponses négatives, l'adjectif est deux fois complété par l'adverbe *zbyt* (trop) et une fois par le groupe prépositionnel *z siebie* (de soi) :

- x 1 : - N. *są dumni z siebie*. → - A. sont fiers d'eux.
- x 1 : - N. *są zbyt dumni*. → - A. sont trop fiers.
- x 1 : - N. *są zbyt dumni z siebie*. → - A. sont trop fiers d'eux.

Dans les deux réponses positives, l'adjectif *dumny* est associé à la même proposition : *że są Niemcami* (qu'ils sont/d'être Allemands).

- x 1 : + N. *są dumni z tego, że są Niemcami*. → + A. sont fiers du fait d'être Allemands.
- x 1 : + N. *są dumni, że są Niemcami*. → + A. sont fiers d'être Allemands.

- **Une nature envieuse**

« *Niemcy są zazdrosni* » → *Les Allemands sont envieux*

L'envie, la jalousie revient dans 4 réponses des jeunes Polonais, trois fois comme caractéristique négative des Allemands et une fois comme caractéristique positive.

Elle est mise en avant par des jeunes de différents profils.

L'adjectif *zawistny* (envieux, jaloux)³³ leur est attribué trois fois :

- x 2 : - N. *są zazdrosni*. → - A. sont envieux.
- x 1 : - N. *są narodem zazdrosnym*. → - A. sont une nation envieuse.

³² D'après son acception : « qui a une certaine estime de soi, le sentiment de sa propre valeur » (en polonais : « mający poczucie własnej godności i wartości ») (SJP PWN 2012)

³³ D'après son acception : « plein d'envie/jalousie » (en polonais : « pełen zazdrości ») et une acception de *zawiść* (l'envie/la jalousie) : « sentiment de forte aversion pour quelqu'un dont on jalouse quelque chose » (en polonais : « uczucie silnej niechęci do osoby, której się czegoś zazdrości ») (SJP PWN 2012)

On relève aussi une phrase exprimant ce caractère envieux des Allemands, avec le verbe *zazdrościć* (jalouser)³⁴ concernant les jolies filles polonaises. Dans cette phrase, nous comprenons que l'évaluation positive est à la faveur des Polonais et non des Allemands.

x 1 : + N. *zazdroszczą nam ładnych dziewczyn.* → + A. nous jalouent les jolies filles.

- **Un comportement de maîtres en Pologne**

Niemcy zachowują się w Polsce jak Pany → *Les Allemands se comportent comme des maîtres en Pologne*

Le fait de se comporter comme des maîtres en Pologne, avec une attitude ou un mode de vie supérieur à celui des Polonais, est associé 4 fois par les jeunes Polonais aux Allemands dans des réponses de type négatif.

Cette caractéristique est présentée uniquement par des jeunes originaires de l'ouest de la Pologne.

On relève deux verbes parasynonymes exprimant une attitude supérieure, *sżpanować* (frimer) et *panoszyć się* (régner)³⁵, complétés par des compléments circonstanciels désignant la Pologne : *w Polsce* (en Pologne) et *w naszym kraju* (dans notre pays).

x 1 : - N. *sżpanują jak są w Polsce.* → - A. friment quand ils sont en Pologne.

x 1 : - N. *panoszą się w naszym kraju.* → - A. règnent dans notre pays.

Dans deux autres phrases, on observe l'expression *przyjeżdżać do Polski* (aller en Pologne) suivie d'une proposition indiquant un mode de vie ou une attitude supérieure, *żyć jak bogowie* (vivre comme des dieux) et *wymagać od nas znajomości ich języka* (exiger de nous la connaissance de leur langue) :

x 1 : - N. *przyjeżdżają do Polski i żyją jak bogowie.* → - A. vont en Pologne et vivent comme des dieux.

x 1 : - N. *przyjeżdżając do Polski wymagają od nas znajomości ich języka.* → - A. en venant en Pologne ils exigent de nous la connaissance de leur langue.

³⁴ D'après son acception : « ressentir de la jalousie » (en polonais : « odczuwać zazdrość ») (SJP PWN 2012)

³⁵ D'après son acception : « abuser de sa supériorité, régner » (en polonais : « nadużywać swojej przewagi, rządzić się ») (SJP PWN 2012)

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Niemcy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais.

Comme caractéristique positive, on relève la confiance en eux (1).

Comme caractéristiques négatives, on relève une trop grande confiance en eux (1) et l'égoïsme (1).

6.3. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *FRANCUZI*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 60 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect psychosocial, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 57 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°38).

- **Un caractère imbu d'eux-mêmes**

« *Francuzi są zadufani w sobie* » → *Les Français sont imbus d'eux-mêmes*

Le fait d'être imbu de soi-même entre dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais. Cette caractéristique est relevée 28 fois comme trait négatif des Français.

Elle est présentée par une majorité de répondants de sexe féminin (9 hommes, 19 femmes), ayant fait des études supérieures (6 sans études, 21 avec études, un dont le niveau d'études n'est pas renseigné).

Un bon nombre d'entre eux a déjà rencontré un Français, en regard de leur proportion dans l'échantillon (9 ont déjà fait la connaissance d'un Français, 16 jamais - ces derniers sont 4 fois plus nombreux dans l'échantillon, et trois n'ont pas renseigné cette information).

L'expression *być zadufanym w sobie* (être imbu de soi-même)³⁶ est employée 7 fois :

x 5 : - F. *są zadufani w sobie*. → - F. sont imbus d'eux-mêmes.

x 1 : - F. *są trochę zadufani w sobie*. → - F. sont un peu imbus d'eux-mêmes.

x 1 : - F. *są zadufani w sobie, co przejawia się m.in. nieznaną znajomością języków obcych*. *→ - F. sont imbus d'eux-mêmes, ce qui se manifeste entre autres par la méconnaissance des langues étrangères.

On relève aussi 4 fois l'adjectif *zarozumiały* (vaniteux)³⁷ attribut du sujet, deux fois son parasynonyme *wyniosły* (vaniteux, hautain)³⁸, et deux fois encore son parasynonyme *nadęty* (vaniteux, pompeux)³⁹.

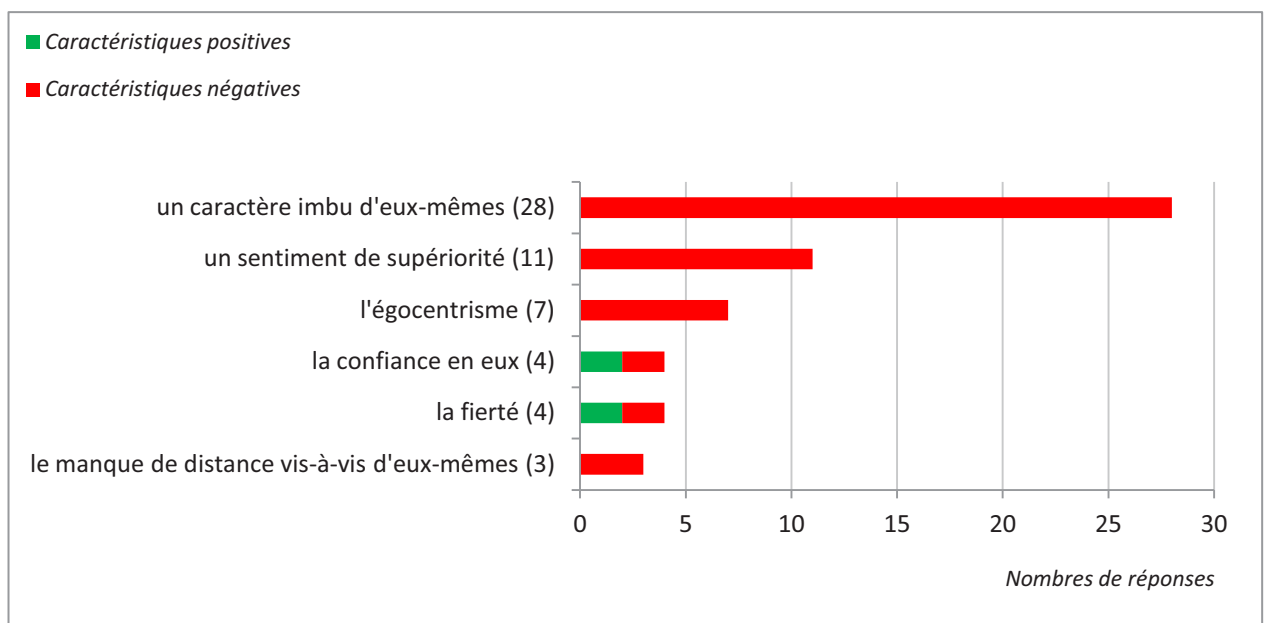
³⁶ D'après l'acception de *zadufany* (imbu de soi-même): « convaincu de sa valeur » (en polonais : « *przeświadczony o swojej wartości* ») (SJP PWN 2012)

³⁷ D'après son acception : « qui a une trop grande estime de soi, qui se considère supérieur aux autres » (en polonais : « *mający zbyt wysokie mniemanie o sobie, wynoszący się nad innych* ») (SJP PWN 2012)

³⁸ D'après son acception : « qui se considère supérieur aux autres » (en polonais : « *wynoszący się nad innych* ») (SJP PWN 2012)

³⁹ D'après ses acceptions : « vaniteux » (en polonais : « *zarozumiały* ») et « dépourvu de naturel, exagéré » (en polonais : « *nienaturalny, przesadny* ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°38. Caractéristiques relevant de l'aspect psychosocial - gentilé « Francuzi »



- x 3** : - F. *są zarozumiali*. → - F. sont vaniteux.
- x 1** : - F. *bywają zarozumiali*. → - F. sont de temps en temps vaniteux.
- x 2** : - F. *są wyniośli*. → - F. sont vaniteux.
- x 2** : - F. *są nadęci*. → - F. sont vaniteux.

On trouve encore deux autres adjectifs attribués du sujet, que nous comprenons comme ayant un sens proche : *nieprzystępny* (inaccessible)⁴⁰ et *arogant* (arrogant)⁴¹ :

- x 1** : - F. *są nieprzystępni*. → - F. sont inaccessibles.
- x 1** : - F. *są arogancy*. → - F. sont arrogants.

Le nom commun *snob* (un snob)⁴² est trois fois attribué du sujet :

- x 2** : - F. *są snobami*. → - F. sont des snobs.
- x 1** : - F. *czasami są snobami*. → - F. sont parfois des snobs.

On observe aussi les expressions *zadzierać nosa* et *mieć zadarty nos* (que l'on peut toutes deux traduire littéralement par « avoir le nez camus/relevé » mais qui caractérisent en polonais une personne prétentieuse)⁴³ :

- x 1** : - F. *zadzierają nosa*. → - F. prennent les gens de haut.
- x 1** : - F. *mają zadarty nos*. → - F. prennent les gens de haut.

Deux phrases contiennent l'expression *uważać się za* (se prendre pour) afin d'exprimer la vanité des Français :

- x 1** : - F. *uważają się za nie wiadomo kogo*. → - F. se prennent pour on ne sait qui.
- x 1** : - F. *uważają się za niezwykle ważnych i że ich sprawy też takie są*. *→ - F. se considèrent comme extraordinairement importants, de même que leurs affaires.

On retrouve 4 autres phrases signifiant aussi la prétention des Français en des termes différents.

⁴⁰ D'après son acception : « qui évite les relations étroites avec les gens » (en polonais : « unikający bliższych stosunków z ludźmi ») (SJP PWN 2012)

⁴¹ D'après son acception : « personne que l'arrogance caractérise » (en polonais : « człowiek, którego cechuje arogancja ») et d'après l'acception d'*arogancja* (l'arrogance) : « excès de confiance en soi associé à un mépris des autres » (en polonais : « zbytńia pewność siebie połączone z lekceważeniem innych ») (SJP PWN 2012)

⁴² D'après son acception : « personne se présentant comme un expert dans un domaine en vogue ou imitant aveuglément des manières d'être, des goûts ou des points de vue de gens qui l'impressionnent » (en polonais : « człowiek pozujący na znawcę jakiejś modnej dziedziny lub bezkrytycznie naśladowujący sposób bycia, gusty lub poglądy ludzi, którzy mu imponują ») (SJP PWN 2012)

⁴³ D'après l'acception de *zadarty* : « levé/retroussé » (en polonais : « uniesiony ku górze ») (SJP PWN 2012)

- x 1 : - F. *są czasem zbyt przekonani o swojej wyższości.* → - F. sont parfois trop convaincus de leur grandeur.
- x 1 : - F. *mają o sobie wysokie mniemanie.* → - F. ont une haute opinion d'eux-mêmes.
- x 1 : - F. - *meeegalomania.* → - F. - mééégalomanie.
- x 1 : - F. *wywyższają się.* → - F. se mettent sur un piédestal/fanfaronnent.

- **Un sentiment de supériorité**

« *Francuzi myślą, że są najlepsi* » → *Les Français pensent qu'ils sont les meilleurs*

Un sentiment de supériorité, qui fait écho à la caractéristique précédente, est accordé aux Français par les jeunes Polonais dans 11 réponses négatives. En effet, si la caractéristique précédente (un caractère imbu d'eux-mêmes) présente l'idée que les Français ont une opinion très favorable d'eux-mêmes par rapport aux autres, la caractéristique suivante (un sentiment de supériorité) indique qu'ils se considèrent même comme meilleurs que tous les autres.

Ce trait est cette fois présenté par une majorité de répondants de sexe masculin (7 hommes, 4 femmes). On remarque aussi qu'un bon nombre d'entre eux est originaire de l'est de la Pologne (4 de l'ouest, 7 de l'est – en notant que ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon).

Dans les 8 phrases suivantes, on relève des verbes ou groupes verbaux exprimant la subjectivité avec *myśleć* (penser), *uważać się* (se considérer) ou évoquant la volonté de paraître avec *chcieć pokazać* (vouloir montrer), pouvant induire un décalage avec la réalité. Ces verbes sont associés à des groupes nominaux ou à des propositions comprenant l'adjectif *dobry* (bon) au comparatif de supériorité *lepszy* (meilleur) ou au superlatif *najlepszy* (le meilleur) :

- x 2 : - F. *myślą, że są najlepsi.* → - F. pensent qu'ils sont les meilleurs.
- x 1 : - F. *chcą pokazać, że są najlepsi.* → - F. veulent montrer qu'ils sont les meilleurs.
- x 1 : - F. *chcą pokazać czasami, że są najlepsi.* → - F. veulent montrer de temps en temps qu'ils sont les meilleurs.
- x 1 : - F. *uważają się za najlepszych ludzi w Europie.* → - F. se considèrent comme les meilleures personnes en Europe.
- x 1 : - F. *uważają się za najlepszych na świecie.* → - F. se croient les meilleurs du monde.
- x 1 : - F. *uważają się za lepszych.* → - F. se considèrent comme meilleurs.
- x 1 : - F. *myślą, że mają najlepszą kuchnię na świecie.* → - F. pensent qu'ils ont la meilleure cuisine du monde.

Toujours avec des verbes liés à la subjectivité, à la perception, tels que *myśleć* (penser) et *uważać* (considérer), on trouve les trois phrases suivantes. Elles incluent chacune un adjectif au superlatif : deux fois *najmądrzejszy* (le plus intelligent) et une fois *najważniejszy* (le plus important).

x 2 : - F. *myślą, że są najmądrzejsi.* → - F. pensent qu'ils sont les plus intelligents.

x 1 : - F. *uwważają swoją kulturę za najważniejszą na świecie.* → - F. prennent leur culture pour la plus importante du monde.

- **L'égoïsme**

« *Francuzi są zapatrzeni w siebie* » → *Les Français ne prennent qu'eux-mêmes en considération*

Dans 7 réponses, l'égoïsme est accordé aux Français par les jeunes Polonais comme trait négatif. Cette caractéristique est admise par une majorité de répondants comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (un de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans), originaires des plus grandes villes (deux originaires de villes de moins de 100 000 habitants, 5 de villes de plus de 100 000 habitants), toutes à l'ouest de la Pologne.

L'expression *zapatrzonym w siebie* (centré sur soi-même)⁴⁴ apparaît deux fois dans les énoncés :

x 2 : - F. *są zapatrzeni w siebie.* → - F. sont centrés sur eux-mêmes.

On relève dans deux énoncés l'expression *uważać się za pępek świata* (se prendre pour le nombril du monde)⁴⁵, qui est même répétée 5 fois dans l'une des phrases citées ci-dessous :

x 1 : - F. *uwważają się za pępek świata, uwważają się za pępek świata, uwważają się za pępek świata, uwważają się za pępek świata, uwważają się za pępek świata.* → - F. se prennent pour le nombril du monde, se prennent pour le nombril du monde, se prennent pour le nombril du monde, se prennent pour le nombril du monde, se prennent pour le nombril du monde.

x 1 : - F. *uwważają się za pępek Europy.* → - F. se prennent pour le nombril de l'Europe.

D'autres occurrences expriment l'égoïsme des Français :

x 1 : - F. *są egocentryczni.* → - F. sont égoïstes.

x 1 : - F. *mają nadmuchane ego.* → - F. ont un égo surgonflé.

x 1 : - F. *są skoncentrowani na własnym kraju.* → - F. sont concentrés sur leur propre pays.

⁴⁴ D'après son acception : « quelqu'un d'égoïste, tourné vers lui-même » (en polonais : « ktoś egoistyczny, samolubny ») (SJP PWN 2012)

⁴⁵ D'après l'acception de *pępek świata* (littéralement: le nombril du monde) : « ironiquement de quelqu'un qui se considère ou qui est considéré comme très important » (en polonais : « ironicznie o kimś uważającym się lub uważanym za bardzo ważnego ») (SJP PWN 2012)

- **La confiance en eux**

« *Francuzi są pewni siebie* » → *Les Français sont sûrs d'eux*

L'assurance, la confiance en soi est admise 4 fois aux Français par les jeunes Polonais, dans deux réponses de type positif et deux de type négatif.

Ce trait est uniquement mis en avant par des jeunes femmes, de différents profils.

Les deux phrases positives comprennent l'expression *być pewnym siebie* (être sûr de soi) :

x 2 : + F. *są pewni siebie*. → + F. sont sûrs d'eux.

Les deux occurrences négatives emploient cette même expression avec l'ajout de l'adverbe d'intensité *zbyt* (trop) :

x 2 : - F. *są zbyt pewni siebie*. → - F. sont trop sûrs d'eux.

- **La fierté**

« *Francuzi są dumni z siebie* » → *Les Français sont fiers d'eux*

La fierté est présentée 4 fois comme caractéristique des Français par les jeunes Polonais, deux fois de manière positive et deux fois de manière négative.

Cette caractéristique est évoquée par des répondants de différents types.

Les 4 énoncés contiennent l'adjectif *dumny* (fier)⁴⁶. Les phrases positives sont complétées par un mot ou groupe de mots indiquant la nation ou l'identité nationale, avec *swoja narodowość* (leur nationalité) ou *być Francuzami* (être Français) :

x 1 : + F. *potrafią być dumni za swojej narodowości*. → + F. savent être fiers de leur nationalité.

x 1 : + F. - *dumni z tego, że są Francuzami* → + F. - fiers du fait d'être Français

Les phrases négatives sont complétées par le groupe prépositionnel *z siebie* (de soi) :

x 1 : - F. *są dumni z siebie*. → - F. sont fiers d'eux.

x 1 : - F. *są zbyt dumni z samych siebie*. → - F. sont trop fiers d'eux.

⁴⁶ D'après son acception : « qui a une certaine estime de soi, le sentiment de sa propre valeur » (en polonais : « mający poczucie własnej godności i wartości ») (SJP PWN 2012)

- **Le manque de distance vis-à-vis d'eux-mêmes**

« *Francuzi nie mają dystansu do siebie* » → *Les Français n'ont pas de distance vis-à-vis d'eux-mêmes*

Le manque de distance vis-à-vis de soi est relevé trois fois par les jeunes Polonais comme trait négatif des Français.

Il est évoqué par des répondants de l'ouest de la Pologne uniquement.

Ces phrases en des termes différents avancent un manque de distance des Français envers eux-mêmes, avec notamment les expressions suivantes : *nie mieć dystansu do siebie* (ne pas avoir de distance vis-à-vis de soi-même)⁴⁷, *nie potrafić śmiać się z siebie* (ne pas savoir rire de soi-même) :

x 1 : - F. *nie mają dystansu do siebie*. → - F. n'ont pas de distance vis-à-vis d'eux-mêmes.

x 1 : - F. *nie potrafią śmiać się z siebie*. → - F. ne savent pas rire d'eux-mêmes.

x 1 : - F. *są tak podatni na « strojenie fochów », kiedy ktoś podważy ich nieprzejętność*. → - F. sont à ce point susceptibles pour se mettre en rogne quand quelqu'un remet en question leur caractère exceptionnel.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Francuzi***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais.

Comme caractéristiques positives, on relève : un attachement aux biens nationaux (1) et un attachement à leur âme nationale (1).

Comme caractéristique négative : la revendication que Frédéric Chopin et Marie Skłodowska-Curie étaient Français (1).

⁴⁷ D'après l'acception de *dystans* (la distance) : « approche prudente, dénuée d'émotions, d'un sujet » (en polonais : « ostrożny, pozbawiony emocji stosunek do jakichś spraw ») (SJP PWN 2012)

6.4. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *EUROPEJCZYCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 39 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect psychosocial, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais. Parmi ces réponses, 24 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°39).

- **Une fascination pour les États-Unis**

« *Europejczycy są zafascynowani Stanami Zjednoczonymi* » → *Les Européens sont fascinés par les États-Unis*

La fascination des Européens pour les États-Unis entre dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais. Elle apparaît 13 fois comme caractéristique négative.

Cette caractéristique est soulignée par une majorité de répondants de sexe féminin (trois hommes, 10 femmes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (4 de 18 à 21 ans, 9 de 22 à 25 ans), faisant ou ayant fait des études supérieures (deux sans études, 11 avec études) et originaires de Pologne occidentale (10 de l'ouest, deux de l'est, un dont l'origine n'est pas renseignée).

Dans ces phrases, les États-Unis sont directement ou indirectement visés avec l'emploi de termes variés tels que : *USA* (les USA) à 5 reprises, *Amerykanin* (un Américain) à trois reprises, *Stany Zjednoczone* (les États-Unis) à deux reprises, *amerykański* (américain) à deux reprises également et *amerykanizacja* (l'américanisation) qui apparaît une fois.

Dans les 6 phrases suivantes, il est question d'une imitation des Américains, au travers d'une grande diversité d'expressions telles que : *podążać za wzorcami* (suivre des modèles), *naśladować* (imiter)⁴⁸, *przejmować* (adopter)⁴⁹, *brać przykład z* (prendre exemple de) et *ulegać* (être sujet à) :

x 1 : - E. często ślepo podążają za wzorcami amerykańskimi, zapominając o własnych wartościach. → - E. ils suivent aveuglément les modèles américains en oubliant leurs propres valeurs.

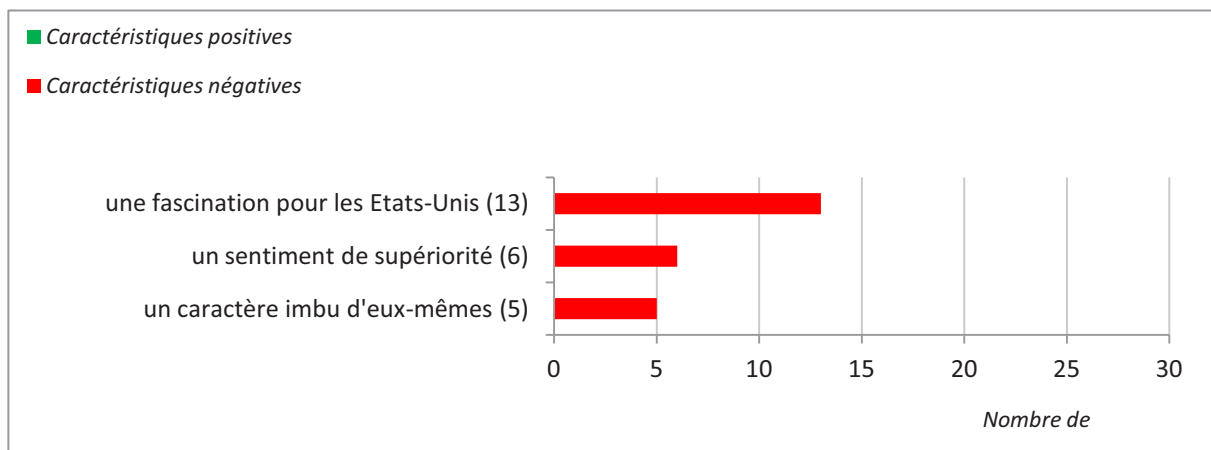
x 1 : - E. wiele cech przejmują od Amerykanów. → - E. prennent beaucoup de caractéristiques des Américains.

x 1 : - E. naśladują Stany Zjednoczone. → - E. imitent les États-Unis.

⁴⁸ D'après son acception : « prendre modèle sur quelqu'un, quelque chose, agir de la même manière que quelqu'un d'autre » (en polonais : « wzorować się na kimś, na czymś, postępować podobnie jak ktoś inny ») (SJP PWN 2012)

⁴⁹ D'après son acception : « prendre modèle sur quelqu'un ou quelque chose, assimiler quelque chose » (en polonais : « wzorując się na kimś lub na czymś, przyswoić sobie coś ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°39. Caractéristiques relevant de l'aspect psychosocial - gentilé « Europejczycy »



x 1 : - E. *przejmują kulturę amerykańską*. → - E. adoptent la culture américaine.

x 1 : - E. *biorą przykład z USA*. → - E. prennent exemple sur les USA.

x 1 : - E. *ulegają amerykanizacji*. → - E. sont américanisés.

Dans 4 phrases, la fascination voire l'obsession envers les Etats-Unis est évoquée, avec des adjectifs attributs du sujet comme *zafascynowany* (fasciné)⁵⁰ employé deux fois et *zapatrzony* (obnubilé) employé une fois, ou encore avec l'expression *mieć obsesję* (avoir l'obsession) :

x 1 : - E. *czasami są zbyt zafascynowani USA*. → - E. sont parfois trop fascinés par les USA.

x 1 : - E. *są zbyt zafascynowani Stanami Zjednoczonymi*. → - E. sont trop fascinés par les Etats-Unis.

x 1 : - E. *mają obsesję USA*. → - E. ont l'obsession des USA.

x 1 : - E. *są zapatrzeni w Amerykę*. → - E. sont obnubilés par les Américains.

Dans deux autres cas, un complexe vis-à-vis des États-Unis est évoqué, avec le nom commun *kompleks* (un complexe)⁵¹ :

x 1 : - E. *często odczuwają pewnego rodzaju kompleksy w stosunku do USA*. → - E. ressentent souvent un certain genre de complexe vis-à-vis des USA.

x 1 : - E. *mają kompleksy względem Amerykanów*. → - E. ont des complexes vis-à-vis des Américains.

Une dernière phrase exprime la confiance aveugle des Européens envers les Américains, allant également dans le sens d'une certaine fascination, d'un certain modèle que peut représenter pour eux les États-Unis :

x 1 : - E. *ślepo ufają Amerykanom*. → - E. font aveuglément confiance aux Américains.

• Un sentiment de supériorité sur les habitants des autres continents

« *Europejczycy uważają się za lepszych od mieszkańców innych kontynentów* » → *Les Européens se considèrent comme meilleurs que les habitants des autres continents*

Un sentiment de supériorité est associé aux Européens dans 6 réponses négatives des jeunes Polonais. Ce trait est évoqué par des répondants aux profils variés.

⁵⁰ D'après l'acception de *zafascynować* (fasciner) : « susciter un immense intérêt ou l'admiration » (en polonais : « *wzbudzić ogromne zainteresowanie lub podziw* ») (SJP PWN 2012)

⁵¹ D'après son acception : « ensemble d'associations très marquées sur le plan émotionnel, qui se font dans le subconscient d'une personne pendant une longue période, particulièrement en raison d'un malheur durable, d'un déboire, d'une déception » (en polonais : « *silnie zabarwiony uczuciowo zespół skojarzeń, występujący w podświadomości człowieka przez dłuższy czas, zwłaszcza w następstwie doznanego nieszczęścia, zawodu, rozczarowania itp.* ») (SJP PWN 2012)

Dans 4 occurrences, on retrouve l'expression *uważać się za* (se considérer comme), complétée par un groupe nominal comprenant l'adjectif *dobry* (bon) au comparatif de supériorité avec *lepszy* (meilleur) ou au superlatif avec *najlepszy* (le meilleur) :

x 1 : - E. *uważają się za lepszych od Afrykanów, Azjatów.* → - E. se considèrent meilleurs que les Africains, les Asiatiques.

x 1 : - E. *uważają się za lepszych od pozostałych kontynentów.* ☺ → - E. se croient meilleurs que les continents restants. ☺

x 1 : - E. *uważają się za lepszych od mieszkańców innych kontynentów.* → - E. se croient meilleurs que les habitants des autres continents.

x 1 : - E. *uważają swoją kulturę za najlepszą na świecie.* → - E. pensent que leur culture est la meilleure du monde.

On observe que dans ces réponses il est avant tout question d'une comparaison avec les habitants d'autres continents, comme l'indiquent les groupes prépositionnels *od Afrykanów, Azjatów* (que les Africains, les Asiatiques), *od pozostałych kontynentów* (que les continents restant), *od mieszkańców innych kontynentów* (que les habitants des autres continents) ou encore *na świecie* (du monde).

Deux phrases attirent aussi notre attention en raison de leurs similitudes. Elles contiennent toutes deux le verbe *patrzeć* (regarder) suivi d'un groupe prépositionnel indiquant la hauteur, *z góry* (de haut) ou *z wyższością* (avec supériorité)⁵², complété par un second groupe prépositionnel, *na inne narody* (les autres nations) :

x 1 : - E. *patrzą z góry na inne narody.* → - E. prennent les autres nations de haut.

x 1 : - E. *patrzą z wyższością na inne narody.* → - E. regardent les autres nations avec supériorité.

- **Un caractère imbu d'eux-mêmes**

« *Europejczycy są zadufani w sobie* » → *Les Européens sont imbus d'eux-mêmes*

Le fait d'être imbu de sa personne revient 5 fois comme trait négatif des Européens, selon les jeunes Polonais.

Il est mentionné par une majorité de jeunes originaires de Pologne orientale (un de l'ouest de la Pologne, 4 de l'est - ces derniers étant près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon d'enquêtés).

⁵² D'après son acception : « supériorité à certains égards sur quelqu'un ou quelque chose » (en polonais : « *przewaga pod jakimś względem nad kimś lub nad czymś* ») (SJP PWN 2012)

On relève deux fois l'expression *zadufany w sobie* (imbu de soi-même)⁵³ attribut du sujet :

x 2 : - E. *sq zadufani w sobie*. → - E. sont imbus d'eux-mêmes.

Le nom commun *snob* (un snob)⁵⁴ et sa forme adjectivale *snobistyczny* (snob) sont aussi employés :

x 1 : - E. *sa snobistyczni*. → - E. sont snobs.

x 1 : - E. *sq snobami*. → - E. sont des snobs.

Un autre adjectif attribut du sujet exprime la prétention et même le mépris, il s'agit d'*arogancki* (arrogant)⁵⁵ :

x 1 : - E. *sq arogancy*. → - E. sont arrogants.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Europejczycy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on trouve : l'humilité (2), la volonté de ne pas imiter les Etats-Unis (2), un sentiment identitaire européen (1), le sentiment de leur propre valeur (1), l'absence de complexe vis-à-vis des Américains (1), le fait d'être connus dans le monde (1), une différenciation par rapport aux Asiatiques (1) et la fierté de leurs origines (1).

Parmi les caractéristiques négatives : la volonté de devenir artificiellement une nation (1), la volonté de se démarquer du reste du monde (1), la volonté de dominer le monde (1), une identité européenne sans espoir (1) et la perte des identités nationales (1).

⁵³ D'après l'acception de *zadufany* (imbu de soi-même) : « convaincu de sa valeur » (en polonais : « *przeświadczony o swojej wartości* ») (SJP PWN 2012)

⁵⁴ D'après son acception : « personne se présentant comme un expert dans un domaine en vogue ou imitant aveuglément des manières d'être, des goûts ou des points de vue de gens qui l'impressionnent » (en polonais : « *człowiek pozujący na znawcę jakiejś modnej dziedziny lub bezkrytycznie naśladowujący sposób bycia, gusty lub poglądy ludzi, którzy mu imponują* ») (SJP PWN 2012)

⁵⁵ D'après l'acception de *arogancja* (l'arrogance) : « excès de confiance en soi associé à un mépris des autres » (en polonais : « *zbyttnia pewność siebie połączona z lekceważeniem innych* ») (SJP PWN 2012)

6.5. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Une influence des différents facteurs sociaux et environnementaux sur la compréhension des 4 gentilés dans leur aspect psychosocial est décelable dans notre enquête.

- **Influence du sexe des répondants**

Le sexe des répondants n'a pas d'influence notable sur le niveau global d'attribution de caractéristiques relatives à l'aspect psychosocial de la compréhension des gentilés. Les hommes attribuent à peine plus de caractéristiques de type psychosocial que les femmes aux différents groupes, en regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés. En effet, en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type psychosocial dont les répondants ont indiqué leur sexe, 49% sont indiquées par des hommes et 51% par des femmes, or les femmes représentent 52% des répondants et les hommes 48%⁵⁶. Cependant les écarts entre gentilés sont relativement considérables : les hommes comprennent nettement plus que les femmes dans leur aspect psychosocial les gentilés *Polacy* (57% d'occurrences indiquées par des hommes pour 43% par des femmes), puis le gentilé *Niemcy* (54% par des hommes pour 46% par des femmes). Les femmes, pour leur part, comprennent davantage que les hommes dans leur aspect psychosocial les gentilés *Francuzi* (63% par des femmes pour 37% par des hommes) et *Europejczycy* (62,5% par des femmes contre 37,5% par des hommes).

Les hommes se distinguent dans l'attribution aux Polonais d'un manque de confiance en eux (7 hommes, trois femmes) et de nombreux complexes (5 hommes, une femme) en tant que traits de type négatif, et de la fierté d'être polonais (trois hommes uniquement), en tant que trait positif. Ils sont aussi en plus grand nombre à attribuer aux Français le trait de type négatif qu'est pour eux un sentiment de supériorité (7 hommes, 4 femmes). Les femmes quant à elles insistent chez les Polonais sur un trait de type positif : la modestie (un homme, 4 femmes) et chez les Français sur un trait de type négatif : un caractère imbu d'eux-mêmes (9 hommes, 19 femmes, un non renseigné). Elles leur attribuent aussi la confiance en eux (4 femmes uniquement) - trait positif pour certaines et négatif pour d'autres. Enfin, chez les Européens, elles sont majoritaires dans la description d'une fascination pour les Etats-Unis (trois hommes, 10 femmes), trait qu'elles jugent de manière négative.

⁵⁶ Sur l'ensemble des 75 occurrences de caractéristiques de type psychosocial (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 43 sont indiquées par des hommes et 32 par des femmes. Pour les 50 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 26 sont indiquées par des hommes et 22 par des femmes (pour deux occurrences le sexe du répondant n'est pas renseigné). Pour les 57 occurrences de caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 21 ont été formulées par des hommes et 36 par des femmes. Pour les 24 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 9 sont indiquées par des hommes et 15 par des femmes.

- **Influence de l'âge des répondants**

Les répondants les plus jeunes (de 18 à 21 ans) comprennent tout autant l'ensemble des gentilés dans leur aspect psychosocial que les répondants les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans). En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type psychosocial dont les répondants ont indiqué leur âge, 47% des occurrences sont indiquées par des jeunes de 18 à 21 ans pour 53% par des jeunes de 22 à 25 ans, or les jeunes de 18 à 21 ans représentent également 47% de l'échantillon des enquêtés et les jeunes de 22 à 25 ans 53%⁵⁷. Les écarts restent aussi faibles entre les différents gentilés. En regard de leur proportion dans l'échantillon, les répondants les plus jeunes comprennent dans leur aspect psychosocial à peine plus que les plus âgés le gentilé *Niemcy* (49% d'occurrences indiquées par des jeunes de 18 à 21 ans pour 51% par des jeunes de 22 à 25 ans), puis *Polacy* (48% d'occurrences indiquées par des jeunes de 18 à 21 ans pour 52% par des jeunes de 22 à 25 ans). De leur côté, les répondants les plus âgés comprennent à peine plus que les plus jeunes dans leur aspect psychosocial le gentilé *Francuzi* (55% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 45% par des jeunes de 18 à 21 ans) et le gentilé *Europejczycy* (54% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 46% par des jeunes de 18 à 21 ans).

Les répondants les plus âgés sont en majorité dans l'attribution des traits de type négatif suivants : aux Polonais, ils attribuent une nature envieuse (7 de 18 à 21 ans, 12 de 22 à 25 ans) et la modestie (un de 18 à 21 ans, 4 de 22 à 25 ans), aux Français, l'égoïsme (un de 18 à 21 ans, 6 de 22 à 25 ans) et aux Européens, une fascination pour les Etats-Unis (4 de 18 à 21 ans, 9 de 22 à 25 ans). Les répondants les plus jeunes se distinguent seulement dans l'attribution d'une mauvaise perception à l'étranger (9 de 18 à 21 ans, 4 de 22 à 25 ans) aux Polonais, également en tant que trait de type négatif.

- **Influence du niveau d'études des répondants**

Les jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures comprennent les différents gentilés dans leur aspect psychosocial un peu plus que les jeunes faisant ou ayant fait des études : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type psychosocial dont les répondants ont indiqué leur niveau d'études, 63% des occurrences sont indiquées par des jeunes faisant ou ayant fait des études et 37% par des jeunes n'ayant pas fait d'études, or les jeunes faisant ou ayant fait des études

⁵⁷ Sur l'ensemble des 75 occurrences de caractéristiques de type psychosocial (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 36 sont indiquées par les plus jeunes et 39 par les plus âgés. Pour les 50 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 23 sont indiquées par les plus jeunes et 24 par les plus âgés (pour 3 occurrences l'âge des répondants n'est pas renseigné). Pour les 57 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 25 sont indiquées par les plus jeunes et 31 par les plus âgés (pour une occurrence l'âge du répondant n'est pas renseigné). Enfin, pour les 24 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 11 ont été indiquées par les plus jeunes, 13 par les plus âgés.

supérieures représentent 66% de l'échantillon d'enquêtés et ceux n'ayant pas fait d'études 34%⁵⁸. En regard de leur proportion dans l'échantillon, les répondants qui n'ont pas fait d'études supérieures comprennent davantage que ceux qui font ou ont fait des études les gentilés *Polacy* (46% sans études, 54% avec) et *Niemcy* (37% sans études, 63% avec) dans leur aspect psychosocial. Par contre, les jeunes qui font ou ont fait des études sont plus nombreux à comprendre dans cet aspect les gentilés *Francuzi* et *Europejczycy* (29% sans études, 71% avec dans les deux cas).

En ce qui concerne l'attribution de caractéristiques particulières, on observe que les jeunes qui font ou ont fait des études supérieures attribuent en plus grand nombre aux Français un caractère imbu d'eux-mêmes (6 sans études, 21 avec) et aux Européens une fascination pour les Etats-Unis (deux sans études, 11 avec), des traits de type négatif. Les jeunes qui n'ont pas fait d'études attribuent pour leur part davantage aux Polonais de nombreux complexes (4 sans études, deux avec études) et une distance vis-à-vis d'eux-mêmes (trois sans études, un avec études), également de type négatif.

- **Influence de l'origine géographique occidentale ou orientale des répondants**

Les jeunes de Pologne occidentale comprennent tout autant que ceux de Pologne orientale les gentilés dans leur aspect psychosocial. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type psychosocial dont les répondants ont indiqué leur région d'origine, 64% des occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale et 36% par des jeunes de Pologne orientale, or les jeunes de Pologne occidentale représentent également 64% de l'échantillon des enquêtés et ceux de Pologne orientale 36%⁵⁹. Cependant on trouve quelques écarts en fonction des gentilés. Les jeunes de

⁵⁸ Sur les 75 occurrences de caractéristiques de type psychosocial relatives au gentilé *Polacy*, répétées au moins à trois reprises, 34 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 40 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour une occurrence le niveau d'études du répondant n'a pas été renseigné). Pour les 50 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 17 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures contre 29 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour 4 occurrences, le niveau d'études des répondants n'a pas été renseigné). Pour les 57 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 16 ont été attribuées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 39 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour 2 occurrences, le niveau d'études des répondants n'a pas été renseigné). Pour les 24 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 7 occurrences ont été indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures et 17 par des jeunes faisant ou ayant fait des études.

⁵⁹ Sur les 75 occurrences de caractéristiques de type psychosocial relatives au gentilé *Polacy*, 50 sont attribuées par des jeunes provenant de Pologne occidentale et 24 provenant de Pologne orientale (une occurrence a été formulée par un répondant qui n'a pas indiqué son origine géographique). Sur les 50 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 27 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 19 par des jeunes de Pologne orientale (4 occurrences ont été formulées par des répondants n'ayant pas renseigné leur origine géographique). Sur les 57 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 36 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 19 par des jeunes de Pologne orientale (2 occurrences ont été formulées par des répondants n'ayant pas renseigné leur origine géographique). Enfin, pour les 24 occurrences relatives au gentilé *Europejczycy*, 14 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 9 par des jeunes de Pologne

Pologne occidentale comprennent dans leur aspect psychosocial davantage que ceux de Pologne orientale les gentilés *Polacy* (68% d'occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 32% de Pologne orientale), puis *Francuzi* (65% de Pologne occidentale pour 35% de Pologne orientale). En regard de leur proportion dans l'échantillon, les jeunes de Pologne orientale comprennent cependant un peu plus dans leur aspect psychosocial le gentilé *Niemcy* (59% de Pologne occidentale pour 41% de Pologne orientale) et *Europejczycy* (61% de Pologne occidentale pour 39% de Pologne orientale).

Les jeunes de Pologne occidentale sont les plus nombreux à évoquer les traits de type négatif que sont la mauvaise perception à l'étranger des Polonais (11 de l'ouest, un de l'est, un non renseigné), le comportement de « maîtres en Pologne » des Allemands (4 de l'ouest uniquement), l'égoïsme des Français (7 de l'ouest uniquement) ainsi que leur manque de distance vis-à-vis d'eux-mêmes (trois de l'ouest uniquement) et une fascination pour les Etats-Unis des Européens (10 de l'ouest, deux de l'est, un non renseigné). Les jeunes de Pologne orientale se distinguent dans l'attribution de deux autres caractéristiques de type négatif : un sentiment de supériorité chez les Français (4 de l'ouest, 7 de l'est) et un caractère imbu d'eux-mêmes chez les Européens (un de l'ouest, 4 de l'est).

- **Influence de la taille des villes des répondants**

En observant le nombre d'occurrences de caractéristiques formulées par les jeunes en fonction de la taille des villes dont ils proviennent, on remarque que les jeunes provenant des plus petites villes comprennent à peine plus les gentilés dans leur aspect psychosocial que ceux des plus grandes villes : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type psychosocial dont les répondants ont indiqué leur ville d'origine, 49% ont été attribuées par des jeunes originaires de villes de moins de 100 000 habitants (ces derniers représentent 47% de l'échantillon d'enquêtés) et 51% par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (53% de l'échantillon d'enquêtés)⁶⁰. Les jeunes issus des plus petites villes attribuent davantage de traits de type psychosocial aux Européens (62,5% des occurrences sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants, 37,5% par des jeunes de villes de plus de 100 000) puis aux Allemands (52% de moins de 100 000 habitants, 48% de

orientale (pour une occurrence l'origine du répondant n'est pas renseignée).

⁶⁰ Sur l'ensemble des 75 occurrences de caractéristiques de type psychosocial relatives au gentilé *Polacy*, 35 sont indiquées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 39 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour une occurrence, l'origine géographique du répondant n'a pas été renseignée). Sur les 50 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 24 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 22 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour 4 occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée). Sur les 57 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 24 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 31 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour 4 occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée). Enfin, sur les 24 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 15 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 9 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants.

plus de 100 000). Les jeunes originaires des plus grandes villes attribuent cependant davantage de caractéristiques de type psychosocial aux Français (56% de plus de 100 000 habitants, 44% de moins de 100 000). Enfin, les jeunes des plus petites villes attribuent autant de traits de type psychosocial que ceux des plus grandes villes aux Polonais, toujours en regard de leur proportion dans l'échantillon (47% de moins de 100 000 habitants, 53% de plus de 100 000).

On remarque que les jeunes originaires des plus grandes villes insistent davantage sur le caractère imbu d'eux-mêmes des Allemands (4 de moins de 100 000 habitants, 12 de plus de 100 000, un non renseigné) et l'égocentrisme des Français (deux de moins de 100 000 habitants, 5 de plus de 100 000), des caractéristiques qu'ils jugent négativement. De leur côté, les jeunes originaires des plus petites villes soulignent chez leurs compatriotes sur la distance vis-à-vis d'eux-mêmes (trois de moins de 100 000 habitants, un de plus de 100 000) et la fierté d'être Polonais (trois de moins de 100 000 habitants uniquement), des caractéristiques cette fois de type positif. Ils sont aussi les plus nombreux à rendre compte du trait de type négatif qu'est pour eux le sentiment de supériorité des Allemands (12 de moins de 100 000 habitants, 6 de plus de 100 000, deux non renseigné).

- **Influence du niveau de connaissance des personnes et des territoires décrits par les répondants**

Qu'il s'agisse de l'Allemagne et des Allemands ou de la France et des Français, le fait de connaître le pays et/ou ses habitants favorise chez les jeunes Polonais l'attribution de caractéristiques de type psychosocial relatives aux gentilés *Niemcy* et *Francuzi*. En ce qui concerne le gentilé *Niemcy*, si les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de l'Allemagne sont environ 50% à y avoir été et 50% à ne pas y avoir été, on observe que 54% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type psychique relative au gentilé *Niemcy* ont été en Allemagne, pour seulement 46% qui n'y ont jamais été⁶¹. Il en est de même pour le niveau de connaissance des Allemands des jeunes leur ayant conféré des caractéristiques de type psychosocial. Si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 41% à avoir fait la connaissance d'un Allemand et 59% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on observe que 54% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type psychosocial ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, pour seulement 46% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁶². On retrouve ce même écart de proportion quant au gentilé *Francuzi*. Les jeunes Polonais

⁶¹ Sur les 50 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 22 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en Allemagne, 19 par des jeunes n'y ayant jamais été et 9 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance du pays.

⁶² Sur les 50 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 22 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand, 19 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Allemand et 9 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance des habitants.

de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de la France sont environ 21% à y avoir été et 79% à ne pas y avoir été. Cependant on observe que 31% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type psychosocial relative au gentilé *Francuzi* ont été en France, pour seulement 69% qui n'y ont jamais été⁶³. De même, si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 25% à avoir fait la connaissance d'un Français et 75 % à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on note que 38% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type psychique ont déjà fait la connaissance d'un Français, pour seulement 62% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁶⁴.

La seule caractéristique où le niveau de connaissance des pays ou de leurs habitants à une nette incidence en ce qui concerne son attribution est le caractère imbu d'eux-mêmes des Français (9 jeunes ont déjà fait la connaissance d'un Français, 16 jamais, trois non renseigné - or les jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Français sont 4 fois moins nombreux dans l'échantillon d'enquêtés).

⁶³ Sur les 57 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 14 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en France, 31 par des jeunes n'y ayant jamais été et 12 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance du pays.

⁶⁴ Sur les 57 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 17 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Français, 28 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Français et 12 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance des habitants.

VII. ASPECT POLITIQUE

Le groupe d'aspect politique réunit les expressions désignant les affaires de l'Etat/des Etats, l'idéologie politique (adhésion à des courants, systèmes ou partis politiques, patriotisme, nationalisme), l'appareil étatique, l'administration, la citoyenneté (engagement, participation, rapport à l'état et au gouvernement), la protection de l'environnement ou encore les personnalités politiques. On y trouve aussi les mentions du pouvoir, du gouvernement, du droit et de l'autorité, de l'armée, des frontières (expansions géographiques), de l'indépendance ainsi que de la coopération européenne ou internationale.

Sur l'ensemble des 2699 occurrences de caractéristiques formulées par les 137 jeunes Polonais de notre échantillon, 206 relèvent de l'aspect politique dans la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens). Les descriptions d'ordre politique représentent donc 8% de l'ensemble des occurrences attribuées aux 4 gentilés par les jeunes Polonais : l'aspect politique est invoqué en septième position par les jeunes Polonais. Les gentilés *Polacy* et surtout *Europejczycy* se démarquent ici des deux autres : 81 des occurrences d'ordre psychique concernent le gentilé *Europejczycy* (soit 39%), 56 le gentilé *Polacy* (27%), 35 le gentilé *Niemcy* (17%) et 34 le gentilé *Francuzi* (17%) également (cf. graphique n°40).

Sur l'ensemble des occurrences d'ordre politique, on compte 102 occurrences de caractéristiques de type positif pour 104 de type négatif. Ainsi environ 50% des occurrences d'ordre politique présentent des caractéristiques positives et 50% des caractéristiques négatives : en considérant la proportion d'occurrences positives relative à chaque aspect, l'aspect politique arrive en 6^{ème} position. Les Polonais sont les plus sévères par rapport aux Français (32% d'occurrences de caractéristiques de type positif sur l'ensemble des descriptions politiques)¹ et aux Polonais (34%)². Les

¹ 11 occurrences de type positif (dont une occurrence de caractéristique répétée au moins à 3 reprises) pour 23 occurrences de type négatif (dont 10 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

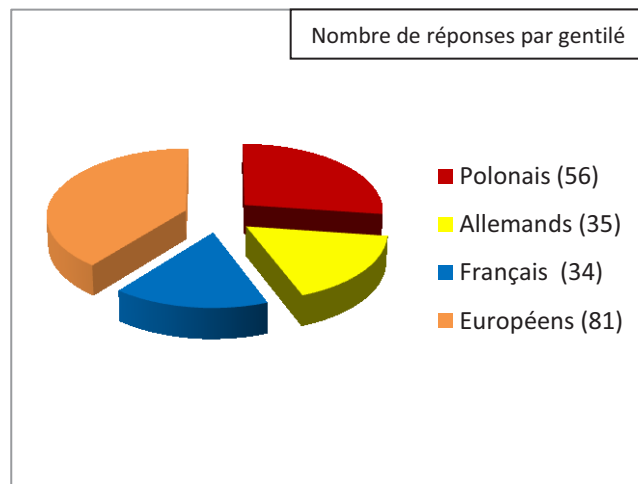
² 19 occurrences de type positif (dont 15 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 37 occurrences de type négatif (dont 29 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

Allemands (54%)³ sont eux bien mieux évalués sur ce point et sont encore devancés par les Européens, perçus de manière nettement favorable (65%)⁴ (cf. graphique n°41).

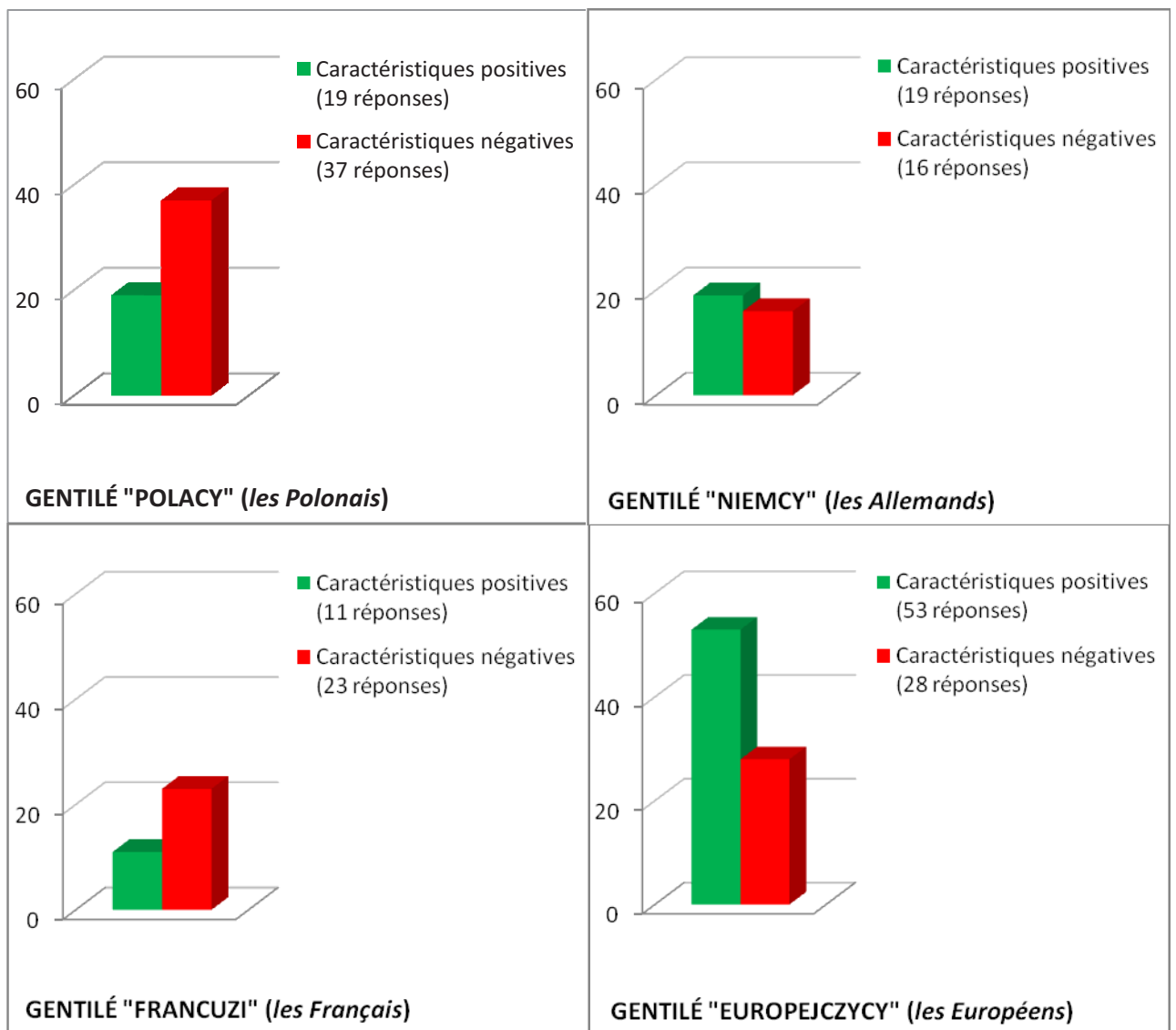
³ 19 occurrences de type positif (dont 11 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)
pour 16 occurrences de type négatif (dont 5 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

⁴ 53 occurrences de type positif (dont 42 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)
pour 28 occurrences de type négatif (dont 16 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

Graphique n°40. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect politique



Graphique n°41. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect politique



7.1. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *POLACY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 56 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect politique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. Nous rappelons qu'il s'agit de caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique, contrairement aux trois autres gentilés. Parmi ces réponses, 44 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°42).

- **Des dysfonctionnements sur la scène politique nationale**

« *Polacy mają problem z polityką państwa* » → *Les Polonais ont un problème avec la politique de l'Etat*

L'idée de dysfonctionnements sur la scène politique nationale entre dans la compréhension du gentilé *Polacy*. Ces dysfonctionnements sont attribués aux Polonais dans 14 réponses, 12 fois dans des occurrences de type négatif et deux fois de type positif.

La majeure partie des répondants ayant exprimé cette caractéristique proviennent de grandes villes (4 de villes de moins de 100 000 habitants, 10 de plus de 100 000 habitants) de l'ouest de la Pologne (13 de l'ouest, un de l'est), font ou ont fait des études supérieures (deux sans études, 12 avec études) et comptent parmi les plus âgés de l'échantillon (4 de 18 à 21 ans, 10 de 22 à 25 ans).

Deux énoncés incluant le verbe *umieć* (savoir), complété par l'adverbe de négation *nie*, ainsi que le nom commun *polityka* (la politique)⁵ expriment tout d'abord l'incapacité des Polonais à faire de la politique. Ces phrases contiennent des verbes parasynonymes en complément du verbe *umieć*, il s'agit des verbes *uprawiać* (faire, pratiquer) et *tworzyć* (faire, créer) :

x 1 : - P. *nie umieją uprawiać polityki*. → - P. ne savent pas faire de la politique.

x 1 : - P. *nie umieją tworzyć polityki*. → - P. ne savent pas faire de la politique.

Trois autres phrases comprenant également le nom commun *polityka* rendent plus généralement compte des dysfonctionnements sur la scène politique nationale polonaise :

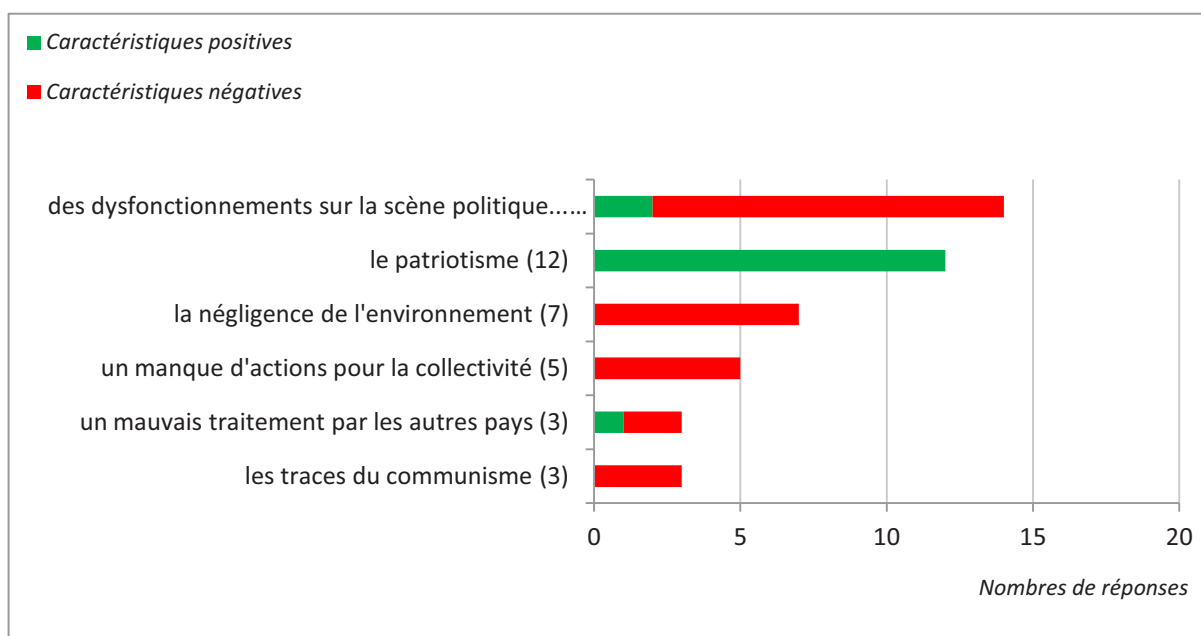
x 1 : - P. *mają bardzo chaotyczną politykę*. → - P. ont une politique très chaotique.

x 1 : - P. *mają problem z polityką państwa*. → - P. ont un problème avec la politique de l'Etat.

x 1 : - P. *są w konflikcie przez politykę*. → - P. sont en conflit à cause de la politique.

⁵ D'après son acception : « activité du pouvoir étatique, surtout du gouvernement » (en polonais : « działalność władz państwowych, zwłaszcza rządu ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°42. Caractéristiques relevant de l'aspect politique - gentilé « Polacy »



On relève par ailleurs trois phrases ciblant les hommes politiques polonais avec le substantif *politycy* (les hommes politiques)⁶. Avec des termes différents, elles présentent leur manque de compétences ou d'engagement pour leurs fonctions :

x 1 : - P. *mają polityków którzy zamiast dobrze rządzić państwem, kłócą się nieustannie.* → - P. ont des hommes politiques qui au lieu de bien gouverner le pays se disputent tout le temps.

x 1 : - P. *troszczą się o swoje dobro (szczególnie politycy).* *→ - P. se préoccupent de leur bien (en particulier les Politiques).

x 1 : - P. *są kiepskimi politykami.* → - P. sont de piètres politiciens.

Deux autres énoncés de type négatif se concentrent sur ce que les répondants considèrent comme de mauvais choix électoraux, avec les verbes parasynonymes *głosować* (voter) et *wybrać* (choisir). Ces deux verbes prennent pour objet le nom propre *Kaczyński* (que nous comprenons ici comme faisant référence à Jarosław Kaczyński) et le groupe nominal *nieopowiedni prezydent* (« un président qui ne convient pas », en référence à Bronisław Komorowski).

x 1 : - P. *głosują na Kaczyńskiego.* → - P. votent pour Kaczyński.

x 1 : - P. *wybrali nieopowiedniego prezydenta.* → - P. n'ont pas choisi le président qui convenait.

Trois phrases enfin expriment le caractère influençable, la naïveté voire la bêtise des citoyens, des hommes politiques ou du gouvernement en matière de politique, avec des expressions telles que *naiwniak* (un naïf)⁷, *naiwny* (naïf)⁸, *dać sobą manipulować* (se laisser manipuler)⁹ et *idiota* (un idiot)¹⁰ :

Les deux réponses de type positif présentent un contraste ironique entre la description favorable des citoyens polonais et défavorable des hommes politiques au gouvernement :

x 1 : - P. *to najwięksi polityczni naiwniacy na arenie międzynarodowej.* *→ - P. ce sont les plus grands naïfs en matière politique sur la scène internationale.

x 1 : - P. *są naiwni w polityce.* *→ + P. sont naïfs en politique.

x 1 : + P. *nie dają sobą manipulować (nie chodzi mi tu o rząd. ;)* *→ - P. ne se laissent pas manipuler (je ne parle pas ici du gouvernement. ;)

⁶ D'après l'acception de *polityk* (un homme politique) : « personne qui s'occupe de la politique sur le plan professionnel » (en polonais : « osoba zawodowo zajmująca się polityką ») (SJP PWN 2012)

⁷ D'après son acception : « personne naïve, inexpérimentée » (en polonais : « człowiek naiwny, niedoświadczony ») (SJP PWN 2012)

⁸ D'après son acception : « qui présente une trop grande simplicité, candeur, crédulité » (en polonais : « odznaczający się zbytnią prostotą, szczerością, łatwowiernością ») (SJP PWN 2012)

⁹ D'après l'acception de *manipulować* (manipuler) : « se servir de quelqu'un ou de quelque chose dans le but d'atteindre des objectifs déterminés » (en polonais : « posługiwać się kimś lub czymś w celu osiągnięcia określonych celów ») (SJP PWN 2012)

¹⁰ D'après son acception : « personne mentalement handicapée ; familièrement : un imbécile » (en polonais : « człowiek upośledzony umysłowo; potocznie: głupiec ») (SJP PWN 2012)

x 1 : + P. *nie jest naszą winą tak do końca, że rządzą nami idioci.* *→ + P. ce n'est pas complètement de notre faute si des idiots nous gouvernent.

Dans les deux derniers énoncés de type positif, on observe que l'élément apprécié est évoqué dans la première partie des phrases qui porte sur les citoyens polonais (« J'apprécie que les Polonais ne se laissent pas manipuler ... », « J'apprécie que ce ne soit pas de notre faute si... »). Les deuxièmes parties des phrases portent cependant sur le gouvernement polonais (« ... je ne parle pas ici du gouvernement », « ... que des idiots nous gouvernent »). Nous comprenons donc bien que par contraste avec l'appréciation des Polonais exprimée, une évaluation négative du gouvernement est entendue.

- **Le patriotisme**

« *Polacy są patriotami* » → *Les Polonais sont patriotes*

Le patriotisme revient dans 12 réponses comme caractéristique positive des Polonais.

Ce trait est souligné en particulier par des jeunes originaires de petites villes (9 de villes de moins de 100 000 habitants, pour trois de plus de 100 000 habitants).

Formés à partir du même radical, on relève 9 fois le nom *patriota* (un patriote)¹¹, une fois l'adjectif *patriotyczny* (patriote)¹² et le nom *patriotyzm* (le patriotisme)¹³ :

x 10 : + P. *są patriotami.* → + P. sont des patriotes.

x 1 : + P. *są patriotyczni.* → + P. sont patriotes.

x 1 : + P. - *u wielu Polaków bardzo silny jest patriotyzm.* → + P. - chez de nombreux Polonais le patriotisme est très fort.

- **La négligence de l'environnement**

« *Polacy nie dbają o środowisko* » → *Les Polonais ne prennent pas soin de l'environnement*

Un manque de soin accordé à l'environnement, à la nature, apparaît comme caractéristique négative des Polonais dans 7 réponses.

¹¹ D'après son acception : « personne qui aime sa patrie et sa nation, prête à se sacrifier pour leur bien » (en polonais : « człowiek kochający swoją ojczyznę i swój naród, gotów do poświęceń dla ich dobra ») (SJP PWN 2012)

¹² D'après son acception : « propre au patriote, qui exprime le patriotisme » (en polonais : « właściwy patriotcie, wyrażający patriotyzm ») (SJP PWN 2012)

¹³ D'après son acception : « amour de la patrie et de sa propre nation, associé à une disposition à se sacrifier pour elles » (en polonais : « miłość ojczyzny i własnego narodu, połączona z gotowością ofiar dla nich ») (SJP PWN 2012)

Cette caractéristique est présentée principalement par des répondants de sexe féminin (deux hommes, 5 femmes), comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (deux de 18 à 21 ans, 5 de 22 à 25 ans).

Dans les 5 phrases suivantes, on note la répétition du verbe *dbać* (veiller)¹⁴ complété par l'adverbe de négation *nie* ou la locution adverbiale d'intensité *za mało* (trop peu). Ce verbe prend pour complément *środowisko* (l'environnement)¹⁵ à trois reprises et *przyroda* (la nature)¹⁶ à deux reprises :

- x 1 : - P. *nie dbają o piękną polską przyrodę*. *→ - P. ne prennent pas soin de la belle nature polonaise.
- x 1 : - P. *nie dbają o przyrodę*. → - P. ne prennent pas soin de la nature.
- x 1 : - P. *nie dbają o środowisko (a szkoda, bo Polska jest taka piękna !)*. *→ - P. ne veillent pas à l'environnement (et c'est dommage, car la Pologne est si belle !).
- x 1 : - P. *nie dbają o środowisko, porządek w mieście*. → - P. ne font pas attention à l'environnement, à l'ordre dans la ville.
- x 1 : - P. *za mało dbają o środowisko naturalne i nie segregują śmieci*. → - P. veillent trop peu à l'environnement naturel et ne trient pas les déchets.

On relève aussi l'adjectif *niezadbany* (mal entretenu, négligé)¹⁷ qualifiant les éléments naturels *morze* (la mer) et *plaża* (la plage) :

- x 1 : - P. *mają niezadbane morze i plaże*. → - P. ont une mer et des plages peu entretenues.

Un autre adjectif attribut du sujet, *nieekologiczny* (non écologique)¹⁸, signifie également ce manque d'attention prêté à l'environnement :

- x 1 : - P. *są nieekologiczni*. → - P. ne sont pas écologiques.

¹⁴ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

¹⁵ D'après son acception : « ensemble de facteurs variés qui agissent sur les organismes vivants » (en polonais : « zespół różnorodnych czynników działających na organizmy żywe ») (SJP PWN 2012)

¹⁶ D'après son acception : « la terre, l'eau, l'air ainsi que les plantes et les animaux qui y vivent » (en polonais : « ziemia, woda i powietrze wraz z żyjącymi na nich i w nich roślinami i zwierzętami ») (SJP PWN 2012)

¹⁷ D'après l'acception de *zadbany* (soigné) : « qui prend soin de soi ou qui est l'objet du soin continu de quelqu'un » (en polonais : « dbający o siebie lub będący przedmiotem czyjejs nieustannej dbałości ») (SJP PWN 2012)

¹⁸ D'après l'acception de son antonyme *ekologiczny* (écologique) : « qui ne nuit pas à l'environnement ou qui a sa protection pour but » (en polonais : « nieniszczący środowiska lub mający na celu jego ochronę ») (SJP PWN 2012)

- **Un manque d'actions pour la collectivité**

« *Polacy nie potrafia działac dla dobra ich społeczności* » → *Les Polonais ne savent pas agir en faveur de leur collectivité*

Le manque de mobilisation des Polonais pour leur communauté, leur faible engagement citoyen, est attribué dans 5 réponses comme trait négatif.

Il est uniquement souligné par des jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures, issus des plus grandes villes (plus de 100 000 habitants). La majorité de ces répondants comptent parmi les plus âgés de l'échantillon (un de 18 à 21 ans, 4 de 22 à 25 ans).

Ces 5 énoncés portent sur différents aspects de la conscience et de l'engagement collectif et citoyen. Dans les deux premières phrases, on observe la répétition du verbe *potrafic* (parvenir à, savoir) complété par l'adverbe de négation *nie*. Dans l'une, on relève l'expression *walczyć o swoje prawa* (se battre pour ses droits)¹⁹ et dans l'autre *strajkować* (faire la grève)²⁰ :

x 1 : - P. *nie potrafia walczyć o swoje prawa*. → - P. ne savent pas se battre pour leurs droits.

x 1 : - P. *nie potrafia strajkować, kiedy im się coś nie podoba*. → - P. ne savent pas faire la grève quand quelque chose ne leur plaît pas.

Dans les trois autres phrases, l'adverbe de négation *nie* est répété. Les expressions *chodź na wybory* (aller voter), *być odpowiedzialnymi obywatelami* (être des citoyens responsables)²¹ et *mieć poczucie świadomości społecznej* (avoir le sentiment d'une conscience collective) sont employées.

x 1 : - P. *nie chodzą na wybory*. → - P. ne vont pas voter.

x 1 : - P. *nie są odpowiedzialnymi obywatelami*. → - P. ne sont pas des citoyens responsables.

x 1 : - P. *nie mają poczucia świadomości społecznej*. → - P. n'ont pas le sentiment d'une conscience collective.

¹⁹ D'après l'acception de *walczyć* (se battre) : « s'efforcer d'obtenir ou de conserver quelque chose » (en polonais : « dążyć do osiągnięcia lub zachowania czegoś ») (SJP PWN 2012)

²⁰ D'après son acception : « prendre part à une grève » (en polonais : « brać udział w strajku ») (SJP PWN 2012)

²¹ D'après l'acception de *obywatel* (un citoyen) : « membre de la société d'un pays donné, qui a des droits et des devoirs définis, assurés par le droit et la constitution » (en polonais : « członek społeczeństwa danego państwa, mający określone uprawnienia i obowiązki zastrzeżone przez prawo i konstytucję ») (SJP PWN 2012)

- **Un mauvais traitement par les autres pays, aujourd'hui et dans le passé**

Polacy są/byli źle traktowani przez inne kraje → Les Polonais sont/furent maltraités par les autres pays

Le fait d'être ou d'avoir été malmenés par d'autres pays apparaît dans trois énoncés, deux fois dans des réponses de type négatif et une fois dans une réponse de type positif.

Cette caractéristique est présentée par des répondants de sexe masculin, n'ayant pas fait d'études supérieures et originaires des plus petites villes ou villages (de moins de 100 000 habitants).

Deux phrases expriment en des termes différents ce mauvais traitement, voire cette menace que d'autres pays représentent aujourd'hui pour les Polonais:

x 1 : - P. *są przez niektóre kraje traktowani jako przedmiot do własnych celów.* → - P. sont considérés par certains pays comme des objets pour atteindre leurs propres buts.

x 1 : - P. *są zawsze zagrożeni przez swoich sąsiadów.* → - P. sont toujours menacés par leurs voisins.

Une autre phrase, avec le verbe *poddać się* (se rendre, déposer les armes)²² au passé, présente aussi l'idée que la Pologne fut attaquée par différentes nations : *Niemcy* (les Allemands), *Rosjanie* (les Russes), *inne narody* (d'autres nations).

x 1 : + P. *nie poddali się nigdy Niemcom, Rosjanom lub innym narodom.* → + P. ne se sont jamais rendus aux Allemands, aux Russes ou autres nations.

La phrase est cependant de type positif : le verbe *poddać się* est complété par la locution adverbiale de temps *nigdy nie* (jamais) et avance l'idée que malgré les attaques les Polonais ne se sont « jamais » rendus.

- **Les traces du communisme**

« *Polacy nie wywietrzeli z oparów komunizmu* » → Les Polonais n'ont pas ventilé les fumées du communisme

La présence de vestiges du communisme dans la société polonaise est accordée comme caractéristique négative dans trois réponses.

Ce trait est évoqué uniquement par des répondants comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans).

²² D'après son acception : « au combat, dans un jeu : s'avouer vaincu » (en polonais : « w walce, w grze : uznać się za zwyciężonego ») (SJP PWN 2012)

Les traces du communisme sont indiquées par les groupes nominaux *opary komunizmu* (les fumées du communisme), *pozostałości po komunizmie* (les restes du communisme) mais aussi *ciuchy z czasów komuny* (les fringues du temps de la commune) :

x 1 : - P. *nie wywietrzeli jeszcze z oparów komunizmu.* → - P. n'ont pas encore ventilé les fumées du communisme.

x 1 : - P. *- nadal widać u ludzi pozostałości po komunizmie.* → - P. - on voit toujours chez les gens des restes du communisme.

x 1 : - P. *(starsi) trzymają w szafie ciuchy jeszcze z czasów komuny.* *→ - P. (les plus vieux) gardent dans leur armoire des fringues datant encore du temps de la commune.

- **Occurrences uniques ou doubles de caractéristiques relevant de l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Polacy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on trouve : l'engagement citoyen (1), le fait de se sentir de plus en plus courageux dans l'UE (1), le fait de former une nation libérée (1) et d'avoir peu d'immigration (1).

Parmi les caractéristiques négatives : le manque de respect pour les biens publics (2), une mauvaise bureaucratie (2), un manque de respect pour le pouvoir (1), un manque de reconnaissance pour les initiatives locales (1), la coopération avec les Allemands et les Russes (1) et le fait de « politiquer » (1).

7.2. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *NIEMCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 35 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect politique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais (caractéristiques cette fois d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 16 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°43).

- **L'attachement à l'écologie**

« *Niemcy dbają o ekologię* » → *Les Allemands veillent à l'écologie*

L'attachement à l'écologie, à la protection de l'environnement, entre dans la compréhension du gentilé *Niemcy*. Il est admis aux Allemands avec 8 réponses de type positif.

Ce trait est évoqué par une majorité de répondants comptant parmi les plus jeunes de l'échantillon (6 de 18 à 21 ans, deux de 22 à 25 ans).

Dans les phrases suivantes, on remarque la répétition du verbe *dbać* (prendre soin, veiller)²³. Ce verbe prend alors pour complément le nom commun *ekologia* (l'écologie)²⁴ ou *środowisko* (l'environnement)²⁵ :

x 4 : + N. *dbają o ekologię*. → + A. veillent à l'écologie.

x 1 : + N. *nic mi się nie podoba oprócz ich dbania o ekologię*. → + A. rien ne me plaît en dehors de leur soin de l'écologie.

x 1 : + N. *dbają o swój kraj i środowisko, wykorzystują energię odnawialną*. → + A. prennent soin de leur pays et environnement, utilisent les énergies renouvelables.

On relève aussi une expression parasynonyme de *dbać* : *przywiązać uwagę* (attacher de l'importance) avec pour complément *ochrona środowiska* (la protection de l'environnement).

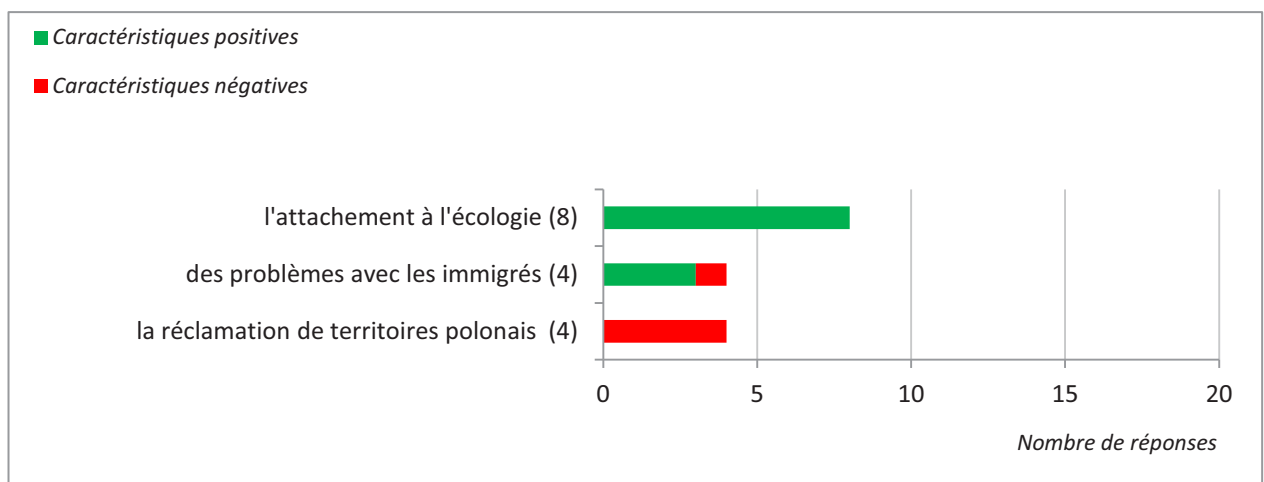
x 1 : + N. *przywiązują dużą uwagę do ochrony środowiska*. → + A. attachent beaucoup d'importance à la protection de l'environnement.

²³ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

²⁴ D'après son acception : « mesures visant à promouvoir la protection de l'environnement » (en polonais : « działania propagujące ochronę środowiska ») (SJP PWN 2012)

²⁵ D'après son acception : « ensemble de facteurs variés qui agissent sur les organismes vivants » (en polonais : « zespół różnorodnych czynników działających na organizmy żywe ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°43. Caractéristiques relevant de l'aspect politique - gentilé « Niemcy »



L'adjectif *ekologiczny* (écologique)²⁶ apparaît aussi une fois comme attribut du sujet :

x 1 : + N. *sq ekologiczni*. → + A. sont écologiques.

- **Des problèmes avec les immigrés**

« *Niemcy mają problemy z imigrantami* » → *Les Allemands ont des problèmes avec les immigrés*

Des problèmes avec les immigrés sont attribués aux Allemands dans 4 réponses, trois fois comme caractéristique positive et une fois comme caractéristique négative.

Ce trait est évoqué uniquement par des répondants de sexe masculin.

Dans les trois énoncés de type positif, on retrouve une référence aux immigrés et plus particulièrement aux immigrés turcs résidant en Allemagne, avec des noms tels qu'*imigrant*²⁷ (un immigré ou un immigrant), *Turek* (un Turc) et *Kebab* (un « Kebab » désignant familièrement un Turc en polonais). Les problèmes que causeraient ces immigrés sont évoqués par les expressions : *musieć się užerać z* (devoir se fatiguer avec) répété deux fois, et *być powoli zalewanym przez* (être lentement submergé par) :

x 1 : + N. *muszą się užerać z imigrantami*. → + A. doivent se fatiguer avec les immigrés.

x 1 : + N. *powoli są zalewani przez Turków*. → + A. sont lentement submergés par les Turques.

x 1 : + N. *muszą się užerać z kebabami*. → + A. doivent se débrouiller avec les « Kebabs ».

Ce décalage entre l'expression d'un problème lié à l'immigration et l'évaluation positive des répondants indique une certaine malveillance envers les Allemands.

Une occurrence de type négatif se distingue cependant parmi ces descriptions. L'évocation d'un problème est faite avec l'expression *nie potrafić poradzić sobie z problemem* (ne pas parvenir à se débrouiller avec un problème). Nous comprenons aussi dans cette phrase que ce problème est causé indirectement par les immigrés d'après l'expression *zanikanie ich kultury, tożsamości, dziedzictwa szeroko rozumianego ze względu na długotrwałą, skrajnie dużą tolerancję* (le dépérissement de leur culture, de leur identité, de leur patrimoine largement compris, en raison d'une tolérance extrême, de longue durée).

²⁶ D'après son acception : « qui ne nuit pas à l'environnement ou qui a sa protection pour but » (en polonais : « nieniszczący środowiska lub mający na celu jego ochronę ») (SJP PWN 2012)

²⁷ D'après son acception : « étranger qui réside dans un pays » (en polonais : « cudzoziemiec osiedlający się w jakimś kraju ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - N. nie potrafią poradzić sobie z problemem zanikania ich kultury, tożsamości, dziedzictwa szeroko rozumianego ze względu na długotrwałą, skrajnie dużą tolerancję. *→ - A. n'arrivent pas à se débrouiller avec le dépérissement de leur culture, de leur identité, de leur patrimoine largement compris, en raison d'une tolérance extrême, de longue durée.

- **La réclamation de territoires polonais**

Niemcy mają roszczenia wobec polskich ziem → Les Allemands ont des revendications concernant des territoires polonais

Des revendications concernant des territoires polonais sont faites par les Allemands d'après 4 réponses. Elles sont avancées comme caractéristique négative.

Ce trait est évoqué uniquement par des répondants de l'ouest de la Pologne, comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans).

On retrouve deux fois le terme *roszczenie* (la réclamation)²⁸. Dans la première phrase il est explicitement fait référence aux territoires qui ont appartenu à l'Allemagne jusqu'à la Seconde Guerre mondiale et qui ont été rendus à la Pologne, avec le groupe nominal *ziemia odzyskana* (la terre récupérée). Dans la deuxième phrase, cette référence est faite implicitement avec l'expression *roszczenie powojenne* (une revendication après la guerre) :

x 1 : - N. *mają roszczenia wobec ziem odzyskanych.* → - A. ont des revendications concernant les terres récupérées.

x 1 : - N. *zgłaszają roszczenia powojenne.* *→ - A. ont des revendications après la guerre.

De manière implicite également, il est question de ces revendications territoriales avec la mention d'Erika Steinbach, femme politique allemande qui a mis en question la légitimité de la frontière germano-polonaise redessinée après la Seconde Guerre mondiale.

x 1 : - N. *nadal pozwalają działać takim osobom jak Erika Steinbach.* → - A. laissent encore faire des personnes comme Erika Steinbach.

Nous voyons aussi dans la phrase suivante une allusion à ces revendications territoriales, avec la mention des territoires de l'ouest de la Pologne, qui seraient considérés par les Allemands comme appartenant à leur pays :

x 1 : - N. *traktują zachód Polski jakby należał do Niemiec.* → - A. considèrent l'ouest de la Pologne comme

²⁸ D'après l'acception de *rościć* (réclamer, revendiquer) : « faire une requête » (en polonais : « występować z żądaniem ») (SJP PWN 2012)

s'il appartenait à l'Allemagne.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Niemcy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : le fait d'aider les pays de l'UE (2), la lutte pour leurs intérêts propres (2), la bienveillance pour leurs citoyens (2), la possibilité de faire un volontariat plutôt que l'armée (1) et une bonne manière de gouverner leur pays (1).

Parmi les caractéristiques négatives : le fascisme (2), le nationalisme (2), le fait de ne pas vouloir aider les autres pays de l'UE (1), une certaine négligence pour l'intégration européenne (1), un pays toujours divisé entre les anciennes RFA et RDA (1), le populisme (1), une trop grande ouverture à la Russie (1), la bureaucratie (1) et un patriotisme trop manifeste (1).

7.3. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *FRANCUZI*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 34 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect politique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 11 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°44).

- **La grève**

« *Francuzi strajkują* » → *Les Français font la grève*

La pratique de la grève entre dans la compréhension du gentilé *Francuzi*. Elle est associée 6 fois aux Français, 5 fois comme caractéristique négative et une fois comme caractéristique positive. Elle est évoquée par des jeunes aux profils diversifiés, ayant déjà été ou non en France.

Le verbe *strajkować* (faire la grève)²⁹ est relevé trois fois :

x 1 : - F. *strajkują*. → - F. font la grève.

x 1 : - F. *cały czas strajkują i nigdy nie są zadowoleni*. → - F. font tout le temps la grève et ne sont jamais contents.

x 1 : - F. *lubią strajkować bez powodu*. → - F. aiment faire la grève sans raison.

Le nom commun *strajk* (la grève)³⁰ leur est aussi associé à trois reprises :

x 1 : - F. *organizują strajki !* → - F. organisent des grèves !

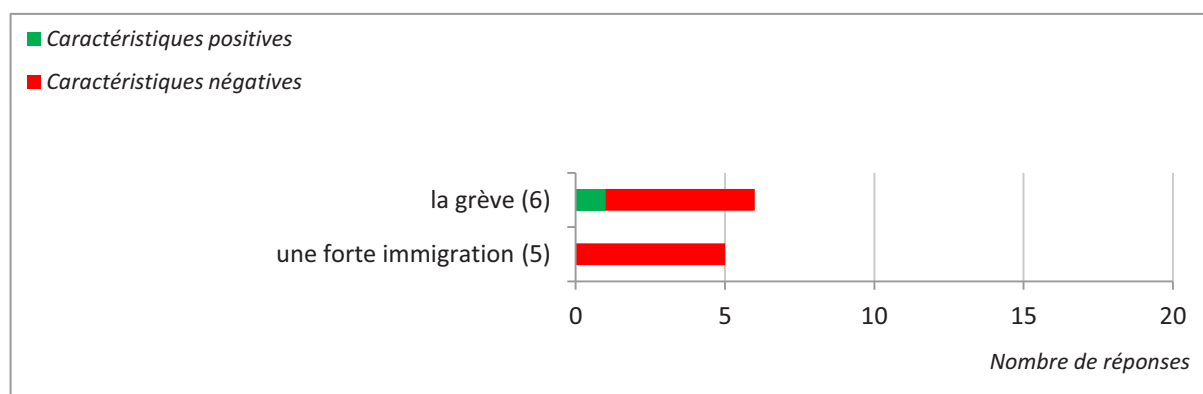
x 1 : - F. *są narodem często niepotrafiącym żyć zgodnie - kłótnie, zwady, spory, strajki, demonstracje*. *→F. sont une nation où les gens ne savent pas vivre en accord les uns avec les autres - disputes, querelles, différends, grèves, manifestations.

x 1 : + F. *są solidarni, jak jest strajk to wszyscy wychodzą na ulicę. ;)* → - F. sont solidaires, quand il y a une grève alors tous sortent dans la rue. ;)

²⁹ D'après son acception : « prendre part à une grève » (en polonais : « brać udział w strajku ») (SJP PWN 2012)

³⁰ D'après son acception : « cessation de travail par les employés d'un ou de plusieurs établissements, qui prend la forme d'une lutte pour effectuer des revendications économiques ou politiques » (en polonais : « zaprzestanie pracy przez pracowników jednego lub wielu zakładów będące formą walki o zrealizowanie żądań ekonomicznych lub politycznych ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°44. Caractéristiques relevant de l'aspect politique - gentilé « Francuzi »



Dans cette dernière phrase, la seule de type positif, on observe que c'est surtout l'esprit de solidarité évoqué par la grève qui est évalué positivement, plutôt que la grève en elle-même.

- **Une forte immigration**

Francuzi mają wielu migrantów → *Les Français ont beaucoup d'immigrés*

Comme ce fut le cas pour les Allemands, on retrouve les populations immigrées associées aux Français et à la France, 5 fois de manière négative.

Cette caractéristique est soulignée par une majorité de jeunes hommes (4 hommes, une femme).

Dans les deux premiers énoncés, une contradiction est présentée par les répondants : dans les deux cas, le nom commun *imigrant* (un immigré ou un immigrant)³¹ est mentionné dans la proposition principale, suivie d'une proposition subordonnée introduite par *mimo że* (bien que) exprimant le racisme des Français ou leur apparente tolérance envers les autres pays :

x 1 : - F. *mają wielu imigrantów, mimo że są rasistami.* *→ - F. ont beaucoup d'immigrés, bien qu'ils soient racistes.

x 1 : - F. *nie potrafią sobie poradzić z imigrantami, mimo że pokazują siebie jako bardzo otwarty i tolerancyjny kraj.* *→ - F. ne parviennent pas à se débrouiller avec les immigrés, bien qu'ils se montrent comme étant un pays très ouvert et tolérant.

Deux phrases soulignent d'après nous un fort degré d'ouverture à l'immigration avec les adverbes *tak* (à ce point) et *za duży* (trop grand). Les populations immigrées mentionnées sont *Arabowie* (les Arabes) et *ludzie innych ras* (les gens d'une autre race).

x 1 : - F. *są tak otwarci na Arabów.* → - F. sont à ce point ouverts aux Arabes.

x 1 : - F. - *za duży odsetek ludzi innych ras* → - F. - trop grand pourcentage de gens d'une autre race

Dans une autre phrase, il est question des immigrés d'Afrique, *Afrykanie* (les Africains) qui mettraient à mal le caractère européen des Français :

x 1 : - F. *są coraz mniej Europejscy (przybywa tam coraz więcej Afrykanów).* → - F. sont de moins en moins européens (de plus en plus d'Africains vivent là-bas).

³¹ D'après son acception : « étranger qui réside dans un pays » (en polonais : « cudzoziemiec osiedlający się w jakimś kraju ») (SJP PWN 2012)

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Francuzi***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : la capacité de lutter pour leurs intérêts (2), le patriotisme (2), l'indépendance politique (2), une contribution financière à l'UE (2), la Marseillaise (1) et le pacifisme (1).

Parmi les caractéristiques négatives : un rapport ambivalent avec les immigrés (2), une politique pro-islamique du gouvernement français (1), un « Etat international » (1), une difficulté à se conformer aux normes européennes (1), une trop grande influence dans l'UE (1), le nationalisme (1), une défense obstinée du droit des travailleurs (1), le manque de patriotisme (1), la Révolution française (1), Sarkozy (1), un trop grand attachement à l'écologie (1) et un bureaucratisme excessif (1) .

7.4. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *EUROPEJCZYCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 81 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect politique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre à la fois auto- et hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 58 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°45).

- **L'union**

« *Europejczycy są zjednoczeni* » → *Les Européens sont unis*

L'union, que nous comprenons avant tout comme une union de type politique, entre dans la compréhension du gentilé *Europejczycy*. Le fait d'être unis revient dans 20 réponses comme caractéristique positive des Européens.

Cette union des Européens est évoquée en grand nombre par des jeunes de Pologne occidentale (16 de l'ouest, 4 de l'est).

L'adjectif *zjednoczony* (uni)³² est relevé 7 fois comme attribut du sujet :

x 6 : + E. *są zjednoczeni*. → + E. sont unis.

x 1 : + E. *są ze sobą solidarni i zjednoczeni* – UE. *→ + E. sont solidaires et unis entre eux – UE.

Sept fois également, on note le verbe *jednoczyć się* (s'unir)³³ :

x 2 : + E. *się jednoczą*. → + E. s'unissent.

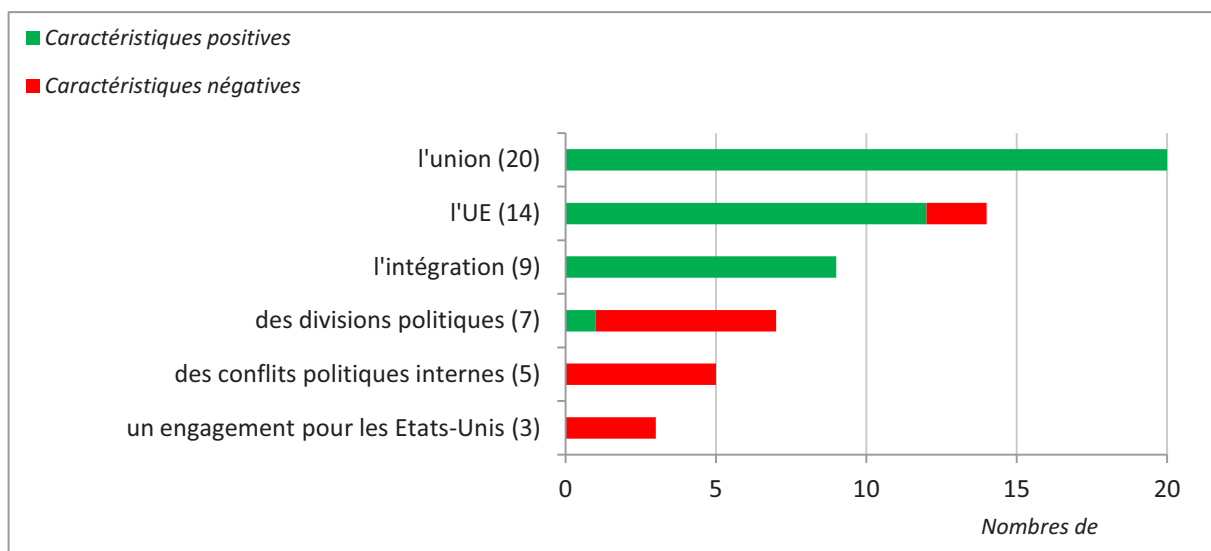
x 1 : + E. *próbują się jednoczyć*. → + E. essaient de s'unir.

x 1 : + E. *coraz łatwiej jednoczą się z innymi Europejczykami*. → + E. s'unissent de plus en plus facilement avec les autres Européens.

³² D'après son acception : « qui a pour but d'unifier des personnes, des choses » (en polonais : « mający na celu zjednoczenie kogoś, czegoś ») (SJP PWN 2012)

³³ D'après son acception : « se joindre à quelqu'un dans le but d'une action commune » (en polonais : « łączyć się z kimś w celu wspólnego działania ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°45. Caractéristiques relevant de l'aspect politique - gentilé « Europejczyzy »



Dans trois exemples, ce verbe *zjednoczyć się* est associé au groupe nominal *Unia Europejska* (l'Union européenne) :

x 1 : + E. *pomimo wielu zawirowań w historii potrafią się zjednoczyć (Unia Europejska)*. *→ + E. malgré les grands tourments de l'Histoire, ils savent s'unir (Union européenne).

x 1 : + E. *potrafili się zjednoczyć ponad podziałami (Unia Europejska)*. *→ + E. ont réussi à s'unir au-delà des divisions (Union européenne).

x 1 : + E. *jednoczą się w ramach Unii Europejskiej*. *→ + E. s'unissent dans le cadre de l'Union européenne.

On remarque également le substantif *jedność* (l'unité)³⁴, mentionné trois fois :

x 1 : + E. *stanowią w UE pewnego rodzaju jedność*. *→ + E. sont porteurs dans l'UE d'un certain genre d'unité.

x 1 : + E. *stanowią jedność*. → + E. constituent une unité.

x 1 : + E. *starają się dążyć do jedności*. → + E. s'efforcent de parvenir à une union.

Trois autres phrases signifiant l'unité des Européens ont aussi été repérées. On trouve deux fois le verbe *unifikować się* (s'unifier)³⁵, parasyndrome de *zjednoczyć się* (s'unir). On relève aussi l'expression *trzymać się razem* (se tenir groupés), qui marque l'union.

x 2 : + E. *unifikują się*. → + E. s'unifient.

x 1 : + E. *trzymają się razem*. → + E. se tiennent groupés/restent unis.

• L'Union européenne

« *Europejczycy tworzą Unię Europejską* » → *Les Européens forment l'Union Européenne*

L'idée d'Union européenne, en tant qu'association d'Etats de type politique et économique, fait partie de la compréhension du gentilé *Europejczycy*. Elle est associée 14 fois aux Européens, principalement de manière positive (12 réponses positives pour deux négatives).

Ce trait est évoqué en particulier par des répondants de sexe féminin (4 hommes, 10 femmes), faisant ou ayant fait des études supérieures (deux sans études, 12 avec études) et originaires des plus grandes villes (4 de villes de moins de 100 000 habitants, 10 de plus de 100 000 habitants).

³⁴ D'après son acception : « unanimité en ce qui concerne des opinions, des besoins ou des devoirs » (en polonais : « *jednomysłność w opiniach, potrzebach lub żądaniach* ») (SJP PWN 2012)

³⁵ D'après son acception : « unifier/unir » (en polonais : « *ujednolicać* ») (SJP PWN 2012)

L'Union européenne est indiquée en polonais par les termes *Unia Europejska* ou son acronyme UE. Dans deux phrases on relève l'idée de création, de formation de l'Union européenne avec le verbe *tworzyć* (former) et *utworzyć* (créer) :

x 1 : + E. *utworzyli Unię Europejską*. → + E. ont créé l'Union Européenne.

x 1 : + E. *tworzą Unię Europejską*. → + E. forment l'Union Européenne.

Dans 4 phrases, elle est associée à l'idée d'unité, avec les termes *jedność* (l'unité), *zjednoczony* (uni)³⁶ et *(z)jednoczyć się* (s'unir)³⁷ :

x 1 : + E. *stanowią w UE pewnego rodzaju jedność*. *→ + E. sont porteurs dans l'UE d'un certain genre d'unité.

x 1 : + E. *pomimo wielu zawirowań w historii potrafią się zjednoczyć (Unia Europejska)*. *→ + E. malgré les grands tourments de l'Histoire, ils savent s'unir (Union européenne).

x 1 : + E. *potrafili się zjednoczyć ponad podziałami (Unia Europejska)*. *→ + E. ont réussi à s'unir au-delà des divisions (Union européenne).

x 1 : + E. *jednoczą się w ramach Unii Europejskiej*. *→ + E. s'unissent dans le cadre de l'Union européenne.

x 1 : + E. *są ze sobą solidarni i zjednoczeni – UE*. *→ + E. sont solidaires et unis entre eux – UE.

Dans une autre phrase, cette idée d'union est niée :

x 1 : + E. *nie myślą, że Unia Europejska to jedność*. *→ + E. ne pensent pas que l'Union européenne soit une unité.

L'Union européenne associée aux Européens est à 4 reprises liée à la solidarité, avec l'adjectif *solidarny* (solidaire)³⁸ :

[x 1] : + E. *są ze sobą solidarni i zjednoczeni – UE*. *→ + E. sont solidaires et unis entre eux – UE.

x 1 : + E. *są solidarni w UE*. *→ + E. sont solidaires dans l'UE.

x 1 : + E. *są ze sobą solidarni kiedy są problemy finansowe (UE)*. *→ + E. sont solidaires quand il y a des problèmes financiers (UE).

x 1 : - E. *wykazują za małe zrozumienie idei solidarności w UE*. *→ + E. manifestent une compréhension trop réduite de l'idée de solidarité dans l'UE.

³⁶ D'après son acception : « qui a pour but d'unifier des personnes, des choses » (en polonais : « mający na celu zjednoczenie kogoś, czegoś ») (SJP PWN 2012)

³⁷ D'après son acception : « se joindre à quelqu'un dans le but d'une action commune » (en polonais : « łączyć się z kimś w celu wspólnego działania ») (SJP PWN 2012)

³⁸ D'après son acception : « qui éprouve une responsabilité partagée avec quelqu'un, qui s'engage à coopérer et à soutenir quelqu'un » (en polonais : « poczuwający się do współodpowiedzialności, współdziałania i wspierania kogoś ») (SJP PWN 2012)

L'Union européenne est aussi mentionnée en lien avec l'entraide :

x 1 : + E. *chcą sobie pomagać (UE)**. → + E. veulent s'entraider (UE).

Enfin, on retrouve deux fois la mention de l'intégration des Européens, associée à leur entrée dans l'Union européenne :

x 1 : + E. *dzięki wejściu do Unii Europejskiej coraz to bardziej integrują się ze sobą*. *→ + E. grâce à l'entrée dans l'Union européenne, ils s'intègrent de plus en plus aux autres.

x 1 : - E. *mimo wejścia do Unii Europejskiej nie umieją ze sobą rozmawiać czy też pójść na kompromis w niektórych kwestiach*. *→ + E. malgré l'entrée dans l'Union européenne, ils ne savent pas parler entre eux mais aussi arriver à des compromis sur certaines questions.

• L'intégration

« *Europejczycy integrują się* » → *Les Européens s'intègrent*

L'intégration est attribuée aux Européens dans 9 réponses de type positif.

Elle est mise en avant par des jeunes de différents profils.

Le verbe *integrować się* (s'intégrer)³⁹ est employé dans ces 9 phrases. Dans 6 de ces phrases, il est conjugué et indique un processus :

x 2 : + E. *integrują się*. → + E. s'intègrent.

x 2 : + E. *integrują się ze sobą*. → + E. s'intègrent entre eux.

x 1 : + E. *integrują się z innymi nacjami*. → + E. s'intègrent aux autres nations.

x 1 : + E. *dzięki wejściu do Unii Europejskiej coraz to bardziej integrują się ze sobą*. *→ + E. grâce à l'entrée dans l'Union européenne, ils s'intègrent de plus en plus aux autres.

Dans trois autres, il est employé en complément du verbe *chcieć* (vouloir) ou *starać się* (s'efforcer de) et marque une intention :

x 2 : + E. *chcą się integrować*. → + E. veulent s'intégrer.

x 1 : + E. *starają się ze sobą integrować*. → + E. s'efforcent de s'intégrer entre eux.

³⁹ D'après son acception : « procéder à une intégration » (en polonais : « ulec integracji ») et d'après l'acception d'*integracja* (l'intégration) : « processus de formation d'un tout à partir d'une partie » (en polonais : « proces tworzenia się całości z części ») (SJP PWN 2012)

- **Des divisions politiques**

« Europejczycy są podzieleni » → *Les Européens sont divisés*

Des divisions sont admises dans 7 réponses aux Européens comme caractéristique principalement négative (6 réponses négatives pour une positive).

Ce trait est évoqué principalement par des répondants comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (6 de 22 à 25 ans, un dont l'âge n'est pas renseigné), faisant ou ayant fait des études supérieures (un sans études, 6 avec) et originaires des plus grandes villes (un de moins de 100 000 habitants, 5 de plus de 100 000 habitants, un dont l'origine n'est pas renseignée) de Pologne occidentale (6 de l'ouest, 1 non renseigné).

L'adjectif *podzielony* (divisé)⁴⁰ est employé deux fois comme attribut du sujet :

x 1 : - E. *są tak podzieleni między sobą.* → - E. sont si divisés entre eux.

x 1 : - E. *są tak bardzo wewnętrznie podzieleni (chodzi mi tu głównie o te różnice polityczne i czysto ekonomiczne).* → - E. sont aussi divisés sur le plan intérieur (il s'agit ici pour moi principalement des différences politiques et proprement économiques).

On remarque de même 4 énoncés indiquant des divisions entre les Européens, qui comprennent l'expression *nie potrafić* (ne pas parvenir à), suivie de compléments exprimant une démarche commune : *zająć wspólne stanowisko* (embrasser une position commune)⁴¹, *znaleźć wspólne stanowisko w kwestiach globalnych* (trouver une position commune dans les questions globales), *działać we wspólnym interesie* (fonctionner dans un intérêt commun) ou encore *wznieść ponad swoje narodowe interesy* (s'élever au-dessus des intérêts nationaux) :

x 1 : - E. *nie potrafią zająć wspólnego stanowiska, być jednością, silni jak USA.* *→ - E. ne parviennent pas à embrasser une position commune, être unis, forts comme les USA.

x 1 : - E. *są czasem lekkomyślni i nie potrafią znaleźć wspólnego stanowiska w kwestiach globalnych.*
→ - E. pensent parfois trop légèrement et ne parviennent pas à trouver une position commune sur les questions globales.

x 1 : - E. *nie potrafią działać we wspólnym interesie, bardziej dbają o interes narodowy.* → - E. ne savent pas fonctionner dans un intérêt commun, font plus attention aux intérêts nationaux.

x 1 : - E. *wciąż nie potrafią się wznieść ponad swoje narodowe interesy.* → - E. ne parviennent toujours pas à s'élever au dessus de leurs intérêts nationaux.

⁴⁰ D'après l'acceptation de *podzielić* (diviser) : « scinder un tout en parties, en groupes » (en polonais : « rozłożyć jakąś całość na części, grupy ») (SJP PWN 2012)

⁴¹ D'après l'acceptation de *wspólny* (commun) : « réalisé ou vécu par de nombreuses personnes, les unes avec les autres » (en polonais : « wykonywany lub przeżywany przez wiele osób, razem z innymi ») (SJP PWN 2012)

L'énoncé de type positif indique aussi cette absence d'unité :

x 1 : + E. *nie myślą, że Unia Europejska to jedność.* *→ + E. ne pensent pas que l'Union européenne est une unité.

- **Des conflits politiques internes**

« *Europejczycy mają konflikty polityczne między sobą* » → *Les Européens ont des conflits politiques entre eux*

Des conflits politiques entre les Européens sont évoqués comme trait négatif dans 5 réponses.

Ils sont mentionnés par des jeunes de différents profils.

Dans trois phrases, on relève le nom commun *konflikt* (un conflit)⁴², précisé dans deux cas comme interne aux Européens :

x 1 : - E. - *często występują konflikty pomiędzy państwami europejskimi.* → - E. - des conflits entre les pays européens se produisent souvent.

x 1 : - E. *często się kłócą i wywołują konflikty między narodami.* → - E. se disputent souvent et provoquent des conflits entre les nations.

x 1 : - E. - *zbyt dużo konfliktów politycznych* → - E. - trop de conflits politiques

Dans ces deux autres phrases, on note des expressions indiquant les conflits : *walczyć* (se battre)⁴³ et *toczyć wojny* (faire la guerre). Elles sont précisées par les groupes prépositionnels *między sobą* et *ze sobą* (que l'on peut tous deux traduire par « entre eux ») qui induisent le caractère interne des conflits :

x 1 : - E. - *niektóre narody walczą między sobą.* → - E. - certaines nations se battent entre elles.

x 1 : - E. *toczą ze sobą wojny (toczyli).* → - E. font la guerre entre eux (faisaient).

- **Un engagement pour les Etats-Unis**

Europejczycy angażują się na rzecz USA → *Les Européens s'engagent pour les USA.*

Un engagement des Européens en faveur des Etats-Unis est décrit trois fois de manière négative par les jeunes Polonais.

⁴² D'après son acception : « désaccord prolongé entre des parties » (en polonais : « przedłużająca się niezgoda między stronami ») (SJP PWN 2012)

⁴³ D'après son acception : « s'efforcer d'obtenir ou de conserver quelque chose » (en polonais : « dążyć do osiągnięcia lub zachowania czegoś ») (SJP PWN 2012)

Ce trait est évoqué uniquement par des jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures et originaires des plus grandes villes (de plus de 100 000 habitants).

Dans deux phrases, le verbe *angażować się* (s'engager)⁴⁴ est employé :

x 1 : - E. *angażują się na rzecz USA.* → - E. s'engagent pour les USA.

x 1 : - E. *za bardzo angażują się na rzecz USA.* → - E. s'engagent trop pour les USA.

Dans une troisième phrase, il est question des relations (que nous comprenons comme des relations diplomatiques) excessives avec les Etats-Unis :

x 1 : - E. *bardziej troszczą się o stosunki z USA niż o swoje własne.* → - E. sont plus préoccupés par les relations avec les Etats-Unis que par les leurs.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Europejczycy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : l'absence de conflits entre les pays européens (2), l'attachement à l'environnement (2), le fait de veiller aux intérêts du continents (1), le partage avec les autres pays du monde (1), le fait de veiller à leurs droits (1), la capacité à sortir des plus grandes crises (1), le respect des droits de l'homme (1), la diversité des Etats (1) et la volonté d'améliorer le monde (1).

Parmi les caractéristiques négatives : un trop grand engagement pour les Etats-Unis (2), une trop grande dépendance vis-à-vis des Russes (2), une puissance inférieure à celle des Etats-Unis (1), l'absence de compromis dans l'UE (1), un trop grand nombre d'immigrés non Européens en Europe (1), les pays du Proche-Orient (1), une politique de gauche (1), des guerres inutiles (1), une trop grande bureaucratie (1) et des frontières ouvertes qui favorisent l'émigration (1).

⁴⁴ D'après son acception : « prendre une part active à quelque chose » (en polonais : « aktywnie się w coś włączać ») (SJP PWN 2012)

7.5. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Une influence des différents facteurs sociaux et environnementaux sur la compréhension des gentilés dans leur aspect politique est décelable dans notre enquête, à l'exception des gentilés *Niemcy* et *Francuzi* - peu de caractéristiques de type politique ayant été attribuées aux Allemands et aux Français. Comme nous l'avons vu, en comparaison des gentilés *Polacy* et *Europejczycy*, les occurrences de caractéristiques de type politique attribuées au moins à trois reprises relativement aux gentilés *Niemcy* et *Francuzi* sont très peu nombreuses : 11 pour les premiers, 10 pour les seconds. Pour ces deux gentilés, l'influence des facteurs sociaux et environnementaux sur l'attribution des caractéristiques de type politique n'est donc pas aussi clairement décelable, l'échantillon n'est ici pas suffisamment représentatif. Par souci de régularité, nous indiquons tout de même l'ensemble des données statistiques qui se rapportent aux 4 gentilés, tout en relativisant la représentativité des résultats relatifs aux gentilés *Niemcy* et *Francuzi*.

- **Influence du sexe des répondants**

Le sexe des répondants n'a pas d'influence notable sur le niveau d'attribution de caractéristiques relatives à l'aspect politique dans la compréhension des gentilés. Les hommes attribuent autant de caractéristiques de type politique que les femmes aux différents groupes : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type politique dont les répondants ont indiqué leur sexe, 48% des occurrences sont indiquées par des hommes et 52% par des femmes, or les femmes représentent également 52% de l'échantillon des enquêtés et les hommes 48%⁴⁵. Cependant des écarts entre les gentilés apparaissent : les hommes comprennent nettement plus que les femmes dans leur aspect politique les gentilés *Francuzi* (64% d'occurrences indiquées par des hommes pour 36% par des femmes), puis le gentilé *Niemcy* (56% d'occurrences indiquées par des hommes pour 44% par des femmes). Les femmes, pour leur part, comprennent davantage que les hommes dans son aspect politique le gentilé *Europejczycy* (58% d'occurrences indiquées par des femmes pour 42% par des hommes). Les hommes et les femmes comprennent enfin tout autant le gentilé *Polacy* dans son aspect politique (48% d'occurrences indiquées par des hommes contre 52% par des femmes).

Les hommes se distinguent par ailleurs dans l'attribution de différentes caractéristiques de type négatif : ils accordent en plus grand nombre aux Polonais un mauvais traitement par les autres pays

⁴⁵ Sur l'ensemble des 44 occurrences de caractéristiques de type politique (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 21 sont indiquées par des hommes et 23 par des femmes. Pour les 16 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 9 sont indiquées par des hommes et 7 par des femmes. Pour les 11 occurrences de caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 7 ont été formulées par des hommes et 4 par des femmes. Pour les 58 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 24 sont indiquées par des hommes et 33 par des femmes (une occurrence est indiquée par un répondant dont le sexe n'est pas renseigné).

aujourd'hui et dans le passé (trois hommes uniquement) et aux Français une forte immigration (4 hommes, une femme). Ils sont aussi les seuls à attribuer aux Allemands des problèmes avec les immigrés (4 hommes uniquement). Ce trait est présenté majoritairement par les jeunes hommes comme une caractéristique positive, ce qui indique clairement une certaine malveillance vis-à-vis des Allemands. Les femmes se distinguent pour leur part dans l'attribution aux Polonais de la négligence de l'environnement (deux hommes, 5 femmes) comme caractéristique de type négatif, et aux Européens de l'Union européenne (4 hommes, 10 femmes) comme caractéristique de type essentiellement positif.

- **Influence de l'âge des répondants**

Les répondants les plus âgés (de 22 à 25 ans) comprennent davantage l'ensemble des gentilés dans leur aspect politique que les répondants les plus jeunes de l'échantillon (de 18 à 21 ans). En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type politique dont les répondants ont indiqué leur âge, 38% sont indiquées par des jeunes de 18 à 21 ans pour 62% par des jeunes de 22 à 25 ans, or les jeunes de 18 à 21 ans représentent 47% de l'échantillon des enquêtés et les jeunes de 22 à 25 ans 53%⁴⁶. Les écarts entre les différents gentilés sont notables. Les répondants les plus âgés comprennent dans leur aspect politique davantage que les plus jeunes le gentilé *Polacy* (68% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 32% par des jeunes de 18 à 21 ans), puis *Europejczycy* (64% de 22 à 25 ans pour 36% de 18 à 21 ans) et *Francuzi* (55% de 22 à 25 ans pour 45% de 18 à 21 ans). De leur côté, en regard de leur proportion dans l'échantillon, les répondants les plus jeunes comprennent plus que les plus âgés le gentilé *Niemcy* dans son aspect politique (56% d'occurrences indiquées par des jeunes de 18 à 21 ans pour 44% par des jeunes de 22 à 25 ans).

Les répondants les plus âgés se distinguent dans l'attribution de nombreuses caractéristiques. Chez les Polonais, ils appuient en particulier sur des dysfonctionnements sur la scène politique nationale (4 de 18 à 21 ans, 10 de 22 à 25 ans), un manque d'actions pour la collectivité (un de 18 à 21 ans, 4 de 22 à 25 ans), des traces du communisme (trois de 22 à 25 ans uniquement) et une négligence de l'environnement (deux de 18 à 21 ans, 5 de 22 à 25 ans) : toutes des caractéristiques de type négatif. Chez les Allemands et les Européens, ils soulignent également en grand nombre deux traits de type négatif : la réclamation de territoires polonais pour les premiers (4 de 22 à 25 ans uniquement) et des divisions politiques pour les seconds (6 de 22 à 25 ans, un non renseigné). Les répondants les plus jeunes de l'échantillon se distinguent uniquement dans l'attribution aux Allemands de l'attachement à

⁴⁶ Sur l'ensemble des 44 occurrences de caractéristiques de type politique (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 14 sont indiquées par les plus jeunes et 30 par les plus âgés. Pour les 16 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 9 sont indiquées par les plus jeunes et 7 par les plus âgés. Pour les 11 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 5 sont indiquées par les plus jeunes et 6 par les plus âgés. Enfin, pour les 58 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 20 ont été indiquées par les plus jeunes, 36 par les plus âgés (pour 2 occurrences l'âge des répondants n'est pas renseigné).

l'écologie (6 de 18 à 21 ans, deux de 22 à 25 ans) en tant que caractéristique de type positif.

- **Influence du niveau d'études des répondants**

Les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures comprennent les différents gentilés dans leur aspect politique davantage que les jeunes n'ayant pas fait d'études : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type politique dont les répondants ont indiqué leur niveau d'études, 71% sont indiquées par des jeunes faisant ou ayant fait des études et 29% par des jeunes n'ayant pas fait d'études, or les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures représentent 66% de l'échantillon d'enquêtés et ceux n'ayant pas fait d'études 34%⁴⁷. Les répondants qui font ou ont fait des études supérieures comprennent plus que ceux qui n'ont pas fait d'études dans leur aspect politique les gentilés *Europejczycy* (77% avec études, 23% sans) et *Polacy* (73% avec études, 27% sans). Par contre, en regard de leur proportion dans l'échantillon, les jeunes qui n'ont pas fait d'études sont plus nombreux à comprendre dans leur aspect politique les gentilés *Niemcy* (44% sans études, 66% avec) et *Francuzi* (45% sans études, 55% avec).

Les jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures se distinguent dans l'attribution d'une caractéristique de type négatif aux Polonais : un mauvais traitement par les autres pays aujourd'hui et dans le passé (trois sans études uniquement). Les jeunes qui font ou ont fait des études insistent en particulier chez les Polonais sur des dysfonctionnements sur la scène politique nationale (deux sans études, 12 avec études) et un manque d'actions pour la collectivité (5 avec études uniquement) en tant que caractéristiques de type négatif également. Chez les Européens, ils décrivent en grand nombre l'Union européenne comme trait de type essentiellement positif (deux sans études, 12 avec), ainsi que des divisions politiques (un sans études, 6 avec) et un engagement pour les Etats-Unis (trois avec études uniquement) comme traits de type essentiellement négatif.

- **Influence de l'origine géographique occidentale ou orientale des répondants**

Les jeunes de Pologne occidentale comprennent davantage que ceux de Pologne orientale les gentilés dans leur aspect politique. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type

⁴⁷ Sur les 44 occurrences de caractéristiques de type politique relatives au gentilé *Polacy*, répétées au moins à trois reprises, 12 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 32 par des jeunes faisant ou ayant fait des études. Pour les 16 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 7 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures contre 9 par des jeunes faisant ou ayant fait des études. Pour les 11 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 5 ont été attribuées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 6 par des jeunes faisant ou ayant fait des études. Pour les 58 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 13 occurrences ont été indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures et 44 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour une occurrence le niveau d'études du répondant n'a pas été renseigné).

politique dont les répondants ont indiqué leur région d'origine, 75% des occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale et 25% par des jeunes de Pologne orientale, or les jeunes de Pologne occidentale représentent 64% de l'échantillon des enquêtés et ceux de Pologne orientale 36%⁴⁸. Les jeunes de Pologne occidentale comprennent dans leur aspect politique davantage que ceux de Pologne orientale les gentilés *Europejczycy* (79% d'occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 21% de Pologne orientale), puis *Polacy* (75% de Pologne occidentale pour 25% de Pologne orientale) et *Niemcy* (69% de Pologne occidentale pour 31% de Pologne orientale). Cependant les jeunes de Pologne occidentale et orientale comprennent tout autant dans son aspect politique le gentilé *Francuzi* (64% de Pologne occidentale pour 36% de Pologne orientale).

Seuls les répondants de Pologne occidentale se distinguent dans l'attribution de caractéristiques d'ordre politique particulières. Chez les Polonais, ils insistent en grand nombre sur des dysfonctionnements sur la scène politique nationale (13 de l'ouest, un de l'est) et chez les Allemands, sur la réclamation de territoires polonais (4 de l'ouest uniquement), en tant que caractéristiques de type négatif ou essentiellement négatif. Chez les Européens ils sont en majorité à souligner l'union comme trait de type positif (16 de l'ouest, 4 de l'est) et des divisions politiques comme trait de type essentiellement négatif (6 de l'ouest, un non renseigné).

- **Influence de la taille des villes des répondants**

En observant le nombre d'occurrences de caractéristiques formulées par les jeunes en fonction de la taille des villes dont ils proviennent, on remarque que ceux provenant des plus grandes villes comprennent un peu plus les gentilés dans leur aspect politique que ceux des plus petites villes. En effet, en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type politique dont les répondants ont indiqué leur ville d'origine, 44% ont été attribuées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants (ces derniers représentent 47% de l'échantillon d'enquêtés) et 56% par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (53% de l'échantillon d'enquêtés)⁴⁹. Les jeunes issus des

⁴⁸ Sur les 44 occurrences de caractéristiques de type politique relatives au gentilé *Polacy*, 33 sont attribuées par des jeunes provenant de Pologne occidentale et 11 provenant de Pologne orientale. Sur les 16 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 11 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 5 par des jeunes de Pologne orientale. Sur les 11 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 7 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 4 par des jeunes de Pologne orientale. Enfin, pour les 58 occurrences relatives au gentilé *Europejczycy*, 44 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 12 par des jeunes de Pologne orientale (pour 2 occurrences l'origine des répondants n'est pas renseignée).

⁴⁹ Sur l'ensemble des 44 occurrences de caractéristiques de type politique relatives au gentilé *Polacy*, 21 sont indiquées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 23 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants. Sur les 16 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 7 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 9 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants. Sur les 11 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 7 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 4 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants. Enfin, sur les 58 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 21 sont indiquées par des

plus grandes villes attribuent davantage de traits de type politique aux Européens (37,5% des occurrences sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants, 62,5% par des jeunes de villes de plus de 100 000) puis aux Allemands (44% de moins de 100 000 habitants, 56% de plus de 100 000). Les jeunes originaires des plus petites villes attribuent cependant davantage de caractéristiques de type politique aux Français (64% de moins de 100 000 habitants, 36% de plus de 100 000) et aux Polonais, en regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés (48% de moins de 100 000 habitants, 52% de plus de 100 000).

Les jeunes originaires des plus grandes villes se distinguent dans l'attribution aux Polonais des dysfonctionnements sur la scène politique nationale (4 de moins de 100 000 habitants, 10 de plus de 100 000) et d'un manque d'actions pour la collectivité (5 de plus de 100 000 habitants uniquement) comme traits de type essentiellement négatifs. Chez les Européens, ils décrivent en grand nombre l'Union européenne (4 de moins de 100 000 habitants, 10 de plus de 100 000) de type positif, ainsi que des divisions politiques (un de moins de 100 000 habitants, 5 de plus de 100 000, un non renseigné) et un engagement pour les Etats-Unis (trois de plus de 100 000 habitants uniquement), de type essentiellement négatif. Les jeunes des plus petites villes se distinguent pour leur part dans la description chez les Polonais du patriotisme comme trait de type positif (9 de moins de 100 000 habitants, trois de plus de 100 000) et d'un mauvais traitement par les autres pays aujourd'hui et dans le passé, comme trait de type essentiellement négatif (trois de moins de 100 000 habitants uniquement).

- **Influence du niveau de connaissance des personnes et des territoires décrits par les répondants**

Le fait de ne pas connaître l'Allemagne et ses habitants a favorisé chez les jeunes Polonais l'attribution de caractéristiques de type politique relatives au gentilé *Niemcy*. Si les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de l'Allemagne sont environ 50% à y avoir été et 50% à ne pas y avoir été, on observe que seulement 45% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type politique relative au gentilé *Niemcy* ont été en Allemagne, pour 55% qui n'y ont jamais été⁵⁰. Les jeunes qui n'ont jamais fait la connaissance d'un Allemand attribuent également davantage de caractéristiques de type politique : si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 41% à avoir fait la connaissance d'un Allemand et 59% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on observe que seulement 9% des

jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 35 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour 2 occurrences, l'origine géographique des répondants n'a pas été renseignée).

⁵⁰ Sur les 16 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 5 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en Allemagne et 6 par des jeunes n'y ayant jamais été (5 occurrences ont été indiquées par des jeunes qui n'ont pas renseigné cette information).

jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type politique ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, pour 91% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁵¹.

Par contre, en ce qui concerne le gentilé *Francuzi*, les jeunes qui ont déjà fait connaissance avec des Français ou leur pays ont tendance à attribuer davantage de caractéristiques de type politique que ceux qui n'ont jamais été en France ou qui n'ont jamais rencontré de Français : les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de la France sont environ 21% à y avoir été et 79% à ne pas y avoir été, et on observe que 40% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type politique relative au gentilé *Francuzi* ont été en France, pour 60% qui n'y ont jamais été⁵². De même, si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 25% à avoir fait la connaissance d'un Français et 75 % à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on note que 30% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type politique ont déjà fait la connaissance d'un Français, pour seulement 70% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁵³.

L'attribution de caractéristiques de type politique particulières, en fonction du niveau de connaissance des pays ou de leurs habitants, n'a pas été observée.

⁵¹ Sur les 16 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, une occurrence a été indiquée par un jeune ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand, 10 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Allemand (5 occurrences ont été indiquées par des jeunes qui n'ont pas renseigné cette information).

⁵² Sur les 11 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 4 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en France, 6 par des jeunes n'y ayant jamais été (et une occurrence par un jeune n'ayant pas renseigné cette information).

⁵³ Sur les 11 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 3 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Français, 7 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Français (et une occurrence par un jeune n'ayant pas renseigné cette information).

VIII. ASPECT PHYSIQUE ET ESTHÉTIQUE

Ce groupe porte sur les caractéristiques physiques et esthétiques attribuées aux différents habitants, d'après les acceptions du terme *physique* : « qui a trait à la matière, à la nature, aux corps en général, à la réalité matérielle perceptible par les sens ou qui peut être observé objectivement » et *esthétique* : « qui est motivé par la perception et la sensation du beau » (TLFi 2003). Il s'agit ainsi de toutes les expressions concernant l'apparence physique (beauté, laideur, poids, taille, charme, soin de l'apparence), ainsi que le vêtement, le style, la mode, le bon ou le mauvais goût ou encore les odeurs et les parfums, mais aussi la sonorité des langues (beauté ou laideur, musicalité, impressions qu'elles donnent).

Sur l'ensemble des 2699 occurrences de caractéristiques formulées par les 137 jeunes Polonais de notre échantillon, 151 relèvent de l'aspect physique et esthétique dans la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens). Les descriptions d'ordre physique et esthétique représentent donc 6% de l'ensemble des occurrences attribuées aux 4 gentilés par les jeunes Polonais : l'aspect physique et esthétique est invoqué en 8^{ème} position par les jeunes Polonais. Les gentilés *Polacy* et surtout *Europejczycy* sont cependant très peu commentés sur la plan physique et esthétique en regard des deux autres gentilés : 68 des occurrences de ce type concernent le gentilé *Francuzi* (45%), 59 le gentilé *Niemcy* (39%), 20 le gentilé *Polacy* (13%), et enfin 4 le gentilé *Europejczycy* (3%) (cf. graphique n°46).

Sur l'ensemble des occurrences d'ordre physique et esthétique, on relève 90 occurrences de caractéristiques de type positif pour 61 de type négatif, c'est-à-dire que 60% des occurrences d'ordre physique et esthétique présentent des caractéristiques positives et 40% des caractéristiques négatives. Ainsi, en considérant la proportion d'occurrences positives relative à chaque aspect, l'aspect physique et esthétique arrive en 4^{ème} position. Les Français remportent la plus grande proportion de descriptions positives (85% d'occurrences de type positif sur l'ensemble des descriptions d'ordre physique et esthétique)¹. Sans insister sur les 75% d'occurrences de type positif relatives aux Européens, qui ne

¹ 58 occurrences de type positif (dont 55 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 10 occurrences de type négatif (dont 6 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

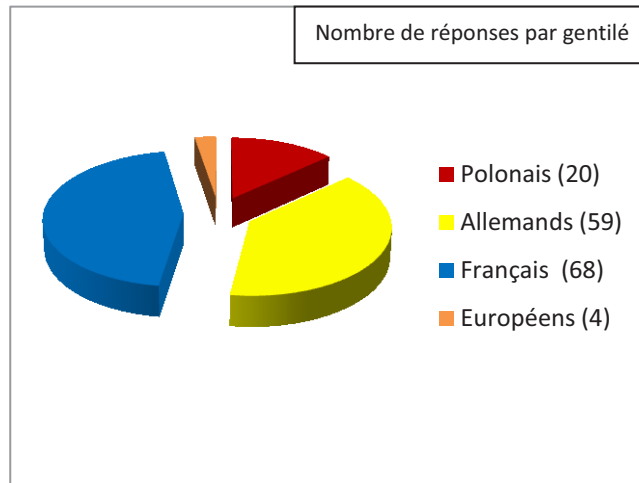
sont calculés que sur 4 uniques occurrences de caractéristiques², on remarque que les Polonais sont ensuite décrits au travers de 65%³ d'occurrences de type positif - ce qui est beaucoup moins que pour les Français. Enfin il n'y a qu'un très faible pourcentage de réponses positives relatives au physique et à l'esthétique des Allemands (27%)⁴ (cf. graphique n°47).

² 3 occurrences de type positif (aucune répétée au moins à 3 reprises) pour 1 occurrence de type négatif (aucune répétée au moins à 3 reprises)

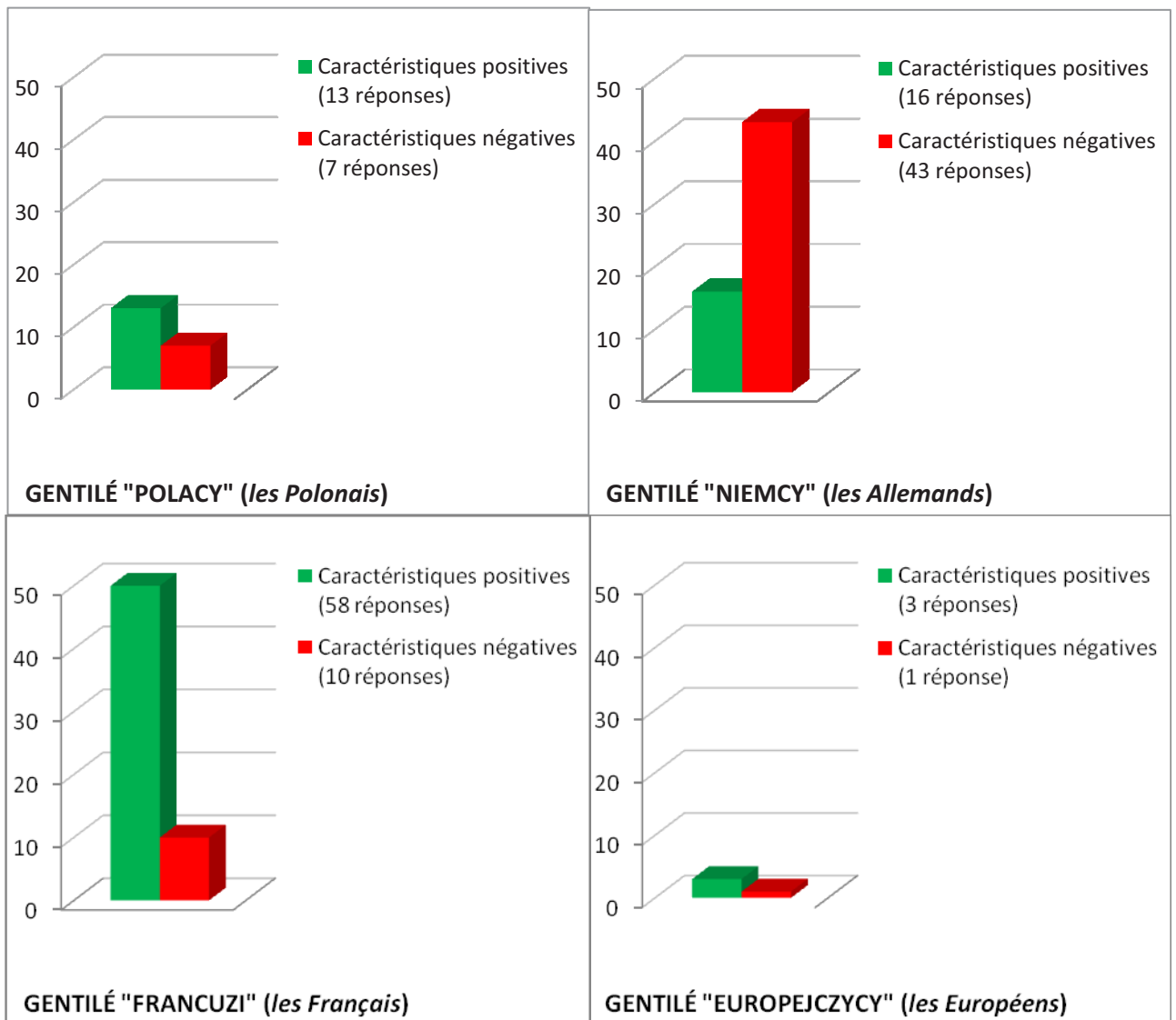
³ 13 occurrences de type positif (dont 7 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 7 occurrences de type négatif (dont 3 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

⁴ 16 occurrences de type positif (dont 12 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 43 occurrences de type négatif (dont 42 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises)

Graphique n°46. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect physique et esthétique



Graphique n°47. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect physique et esthétique



8.1. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *POLACY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 20 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect physique et esthétique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. Nous rappelons qu'il s'agit de caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique, contrairement aux trois autres gentilés. Parmi ces réponses, 10 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°48).

- **La beauté des femmes**

« *Polacy mają piękne kobiety* » → *Les Polonais ont de belles femmes*

La beauté des femmes polonaises entre dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. Elle est évoquée dans 4 réponses comme caractéristique positive.

Ce trait est présenté par des jeunes hommes et des jeunes femmes de différents profils.

On relève deux fois l'adjectif *piękny* (beau)⁵, ainsi qu'une occurrence de son parasynonyme *ładny* (joli)⁶ et de l'adjectif de sens proche *atrakcyjny* (séduisant, attirant)⁷. Les femmes polonaises sont désignées trois fois par le nom commun *kobieta* (une femme) et une fois par le nom propre *Polka* (une Polonaise) :

x 2 : + P. *mają piękne kobiety*. → + P. ont de belles femmes.

x 1 : + P. - *kobiety są ładne*. → + P. - les femmes sont jolies.

x 1 : + P. - *Polki są atrakcyjne*. → + P. - les Polonaises sont séduisantes.

- **Le soin que les Polonaises prennent d'elles**

« *Polki dbają o siebie* » → *Les Polonaises prennent soin d'elles*

Le soin que les femmes polonaises prennent d'elles revient trois fois comme trait positif, selon les jeunes Polonais.

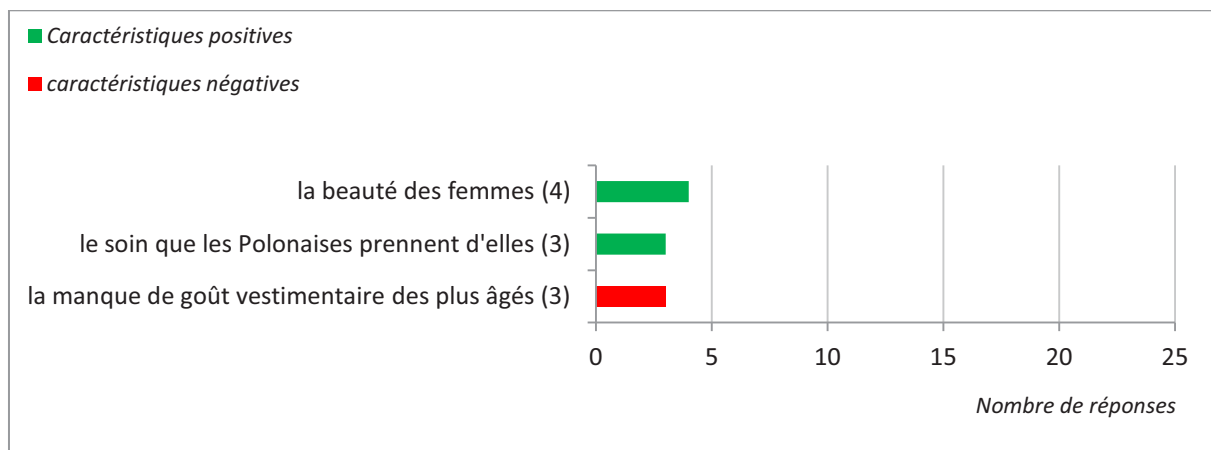
Cette caractéristique est évoquée par des jeunes femmes, aux profils variés.

⁵ D'après son acception : « qui se caractérise par la beauté des formes, des couleurs, des sons » (en polonais : « odznaczający się pięknem kształtów, barw, dźwięków itp. ») (SJP PWN 2012)

⁶ D'après son acception : « qui semble esthétique » (en polonais : « taki, który sprawia estetyczne wrażenie ») (SJP PWN 2012)

⁷ D'après son acception : « attrayant, séduisant, intéressant » (en polonais : « pociągający, nęcący, interesujący ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°48. Caractéristiques relevant de l'aspect physique et esthétique - gentilé « Polacy »



Dans ces trois réponses, elles sont désignées par le nom propre *Polka* (une Polonaise). Les deux premières phrases comprennent le participe *zadbany* (soigné)⁸ ou le verbe *dbać* (soigner)⁹ formé à partir du même radical :

x 1 : + P. - *Polki są zadbane.* → + P. - les Polonaises sont soignées.

x 1 : + P. - *Polki dbają o siebie (bardziej niż mężczyźni).* → + P. - les Polonaises prennent soin d'elles (plus que les hommes).

La phrase suivante avec d'autres termes prend, d'après nous, une signification similaire :

x 1 : + P. - *Polki przywiązują wagę do swojego wyglądu i ubioru.* → + P. - les Polonaises accordent de l'importance à leur apparence et vêtement.

- **Le manque de goût vestimentaire des plus âgés**

« *Polacy (starsze pokolenie) nie umieją się ubierać* » → *Les Polonais (les plus vieux) ne savent pas s'habiller*

Le mauvais goût vestimentaire est admis par les jeunes Polonais aux Polonais, et plus particulièrement aux Polonais les plus âgés, dans trois occurrences négatives.

Ce trait est formulé par différents types de jeunes.

Ce manque de goût est deux fois attribué directement aux personnes âgées. Dans les deux premières phrases, le verbe *potrafić* (savoir, parvenir à) ou son parasynonyme *umieć* (savoir, être capable de) est complété par l'adverbe de négation *nie* puis par le verbe *ubierać się* (s'habiller) :

x 1 : - P. - *starsze pokolenie Polaków nie potrafi się ubierać.* → - P. - l'ancienne génération de Polonais ne sait pas s'habiller.

x 1 : - P. *nie umieją się ubierać.* → - P. ne savent pas s'habiller.

Nous comprenons aussi la phrase de type négatif suivante comme l'affirmation d'un mauvais goût vestimentaire, puisqu'il est question des vêtements avec le nom commun familier *ciuchy* (les fringues)¹⁰ qui seraient d'une époque dépassée d'après le groupe prépositionnel *z czasów komuny* (de l'époque du communisme).

⁸ D'après son acception : « qui prend soin de soi ou qui est l'objet du soin continu de quelqu'un » (en polonais : « dbający o siebie lub będący przedmiotem czyjejs nieustannej dbałości ») (SJP PWN 2012)

⁹ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

¹⁰ D'après son acception : « tout type de vêtement » (en polonais : « jakakolwiek część ubrania ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - P. (*starsi*) *trzymają w szafie ciuchy jeszcze z czasów komuny.* *→ - P. (les plus vieux) ont toujours dans leur armoire des fringues de l'époque de la commune.

Bien que nous ne comptons pas la phrase suivante parmi les occurrences de cette caractéristique, nous notons qu'elle insinue un bon goût vestimentaire relatif des plus âgés, par contraste avec le bon goût des plus jeunes.

[x 1] : + P. *fajnie się ubierają (młodzi).* → + P. s'habillent bien (les jeunes).

- **Occurrences uniques ou doubles de caractéristiques relevant de l'aspect physique et esthétique dans la compréhension du gentilé *Polacy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect physique et esthétique dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : le bon goût vestimentaire des jeunes (1), le bon goût vestimentaire des femmes (1), un physique naturel (1), une belle langue (1), le soin de soi (1) et la beauté des hommes polonais (1).

Parmi les caractéristiques négatives : le manque de soin de l'apparence chez les hommes (2), le manque d'individualité dans l'apparence (1) et la pâleur (1).

8.2. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ NIEMCY

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 59 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect physique et esthétique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 54 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°49).

- **La laideur physique**

« *Niemcy/Niemki są brzydzy/brzydkie* » → *Les Allemand(e)s sont laid(e)s*

La laideur entre dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais. C'est une caractéristique accordée aux Allemands dans 22 réponses, 12 fois comme trait négatif et 10 fois comme trait positif. On remarque que dans la plupart des cas (16 fois), il est directement question des femmes allemandes.

Cette caractéristique est avancée par une grande majorité de répondants de sexe masculin (18 hommes pour 4 femmes). Un bon nombre d'entre eux n'a pas fait d'études supérieures (10 sans études, 12 avec - ces derniers étant près de deux fois plus nombreux dans l'échantillon).

L'adjectif *brzydki* (laid)¹¹ est repéré 14 fois. On observe dans ces premiers exemples que les énoncés de type positif et négatif sont formulés de manière similaire :

x 3 : - N. *są brzydzy*. → - A. sont laids.

x 2 : + N. *mają brzydkie kobiety*. → + A. ont des femmes laides.

x 2 : - N. - *Niemki są brzydkie*. → - A. - les Allemandes sont laides.

x 1 : - N. *mają brzydkie kobiety, wykorzystują i porzucają Polki*. *→ - A. ayant des femmes laides, ils exploitent et abandonnent les Polonaises.

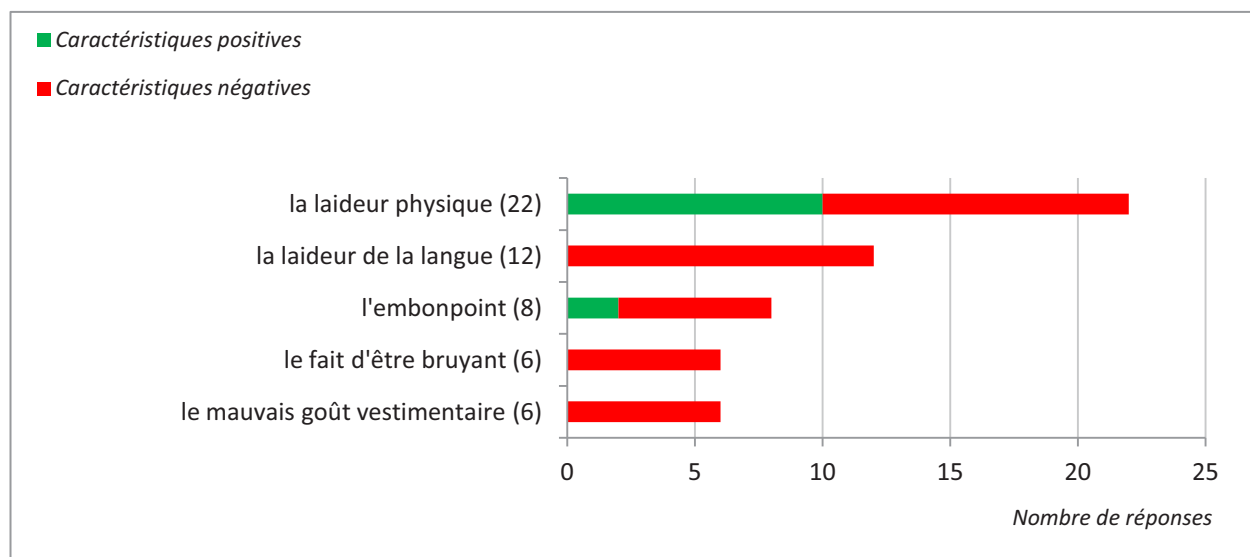
x 1 : - N. *mają brzydką kanclerz*. → - A. ont une chancelière moche.

Dans les autres exemples ci-dessous, l'adjectif *brzydki* (laid) est employé à 4 reprises au comparatif de supériorité *brzydszy* (plus laid) et une fois au superlatif *najbrzydszy* (le plus laid), se référant alors uniquement aux femmes allemandes. Le comparatif de supériorité permet d'établir une comparaison

¹¹ D'après son acception : « qui ne plaît pas » (en polonais : « taki, który się nie podoba ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°49. Caractéristiques relevant de l'aspect physique et esthétique - gentilé

« Niemcy »



avec les femmes polonaises :

x 2 : + N. *mają brzydsze kobiety.* → + A. ont des femmes plus laides (moins belles).

x 1 : + N. *mają brzydsze kobiety niż my.:*) → + A. ont des femmes plus laides (moins belles) que nous. :)

x 1 : + N. - *Niemki są brzydsze od Polek.* → + A. - les Allemandes sont plus laides (moins belles) que les Polonaises.

x 1 : - N. *mają najbrzydsze kobiety.* → - A. ont les femmes les plus laides.

Nous comprenons également la phrase suivante comme allant dans le sens de la laideur attribuée aux Allemandes, qui contraste avec le physique des Polonaises. Dans cette phrase il est question des Allemands qui jaloueraient les belles femmes aux Polonais, ce qui induit que les femmes allemandes ne sont pas (aussi) belles.

x 1 : + N. *zazdroszczą nam ładnych kobiet.* → + A. nous jalouent les belles femmes.

On relève aussi des parasynonymes de l'adjectif *brzydki* (laid), comme *paskudny* (vilain, très laid)¹² et même *obleśny* (répugnant)¹³ :

x 2 : + N. *mają paskudne kobiety.* → + A. ont des femmes très laides.

x 1 : - N. *są obleśni.* → - A. sont répugnants.

x 1 : + N. *mają tak obleśne kobiety.* ;D → + A. ont des femmes à ce point pas attirantes. ;D

Leur antonyme *ładny* (joli)¹⁴ complété par le préfixe *nie*, qui indique l'opposition, est aussi employé deux fois comme attribut du sujet :

x 2 : - N. *są nieładni.* → - A. ne sont pas beaux.

Une dernière phrase nous semble aussi signifier le manque d'attrait physique des allemandes, puisqu'un lien est fait entre l'apparence des femmes allemandes et l'apparence des hommes :

x 1 : - N. *mają kobiety, które wyglądają jak faceci.* → - A. ont des femmes qui ressemblent à des mecs.

¹² D'après son acception : « très laid » (en polonais : « bardzo brzydki ») (SJP PWN 2012)

¹³ D'après son acception : « dégoutant, salace » (en polonais : « nieprzyzwoity, lubieżny ») (SJP PWN 2012)

¹⁴ D'après son acception : « qui semble esthétique » (en polonais : « taki, który sprawia estetyczne wrażenie ») (SJP PWN 2012)

- **La laideur de la langue**

« *Niemcy maja brzydki język* » → *Les Allemands ont une langue laide*

La laideur de la langue, qui fait écho à la laideur physique, est comprise par les jeunes Polonais comme caractéristique négative des Allemands, dans 12 réponses.

Elle est soulignée par des jeunes de différents profils.

On retrouve l'adjectif *brzydki* (laid)¹⁵ 5 fois, qui qualifie le nom commun *język* (une langue) :

- x 2 : - N. *maja brzydki język*. → - A. ont une langue laide.
- x 1 : - N. *mają brzydki język ojczysty*. → - A. ont une langue maternelle laide.
- x 1 : - N. *mają tak brzydki język*. → - A. ont une langue aussi laide.
- x 1 : - N. *mówią brzydkim językiem*. → - A. parlent une langue laide.

On relève aussi une série de parasynonymes de l'adjectif *brzydki* (laid), comme *paskudny* (vilain, très laid)¹⁶, *nieprzyjemny* (désagréable)¹⁷ et même *straszny* (terrible, affreux)¹⁸ *okropny* (horrible, terrible)¹⁹ et *obrzydliwy* (dégoûtant)²⁰ :

- x 1 : - N. *mówią paskudnym językiem*. → - A. parlent une langue très laide.
- x 1 : - N. *mają bardzo nieprzyjemny język*. → - A. ont une langue très désagréable.
- x 1 : - N. *mają straszny język*. → - A. ont une langue terrible.
- x 1 : - N. *mają okropny język*. → - A. ont une langue horrible.
- x 1 : - N. *mają obrzydliwie brzmiący język narodowy*. → - A. ont une langue nationale dégoûtante pour les oreilles.

La phrase suivante indique une évaluation négative du fait de parler l'allemand, ce qui implique aussi selon nous une évaluation négative de sa sonorité :

- x 2 : - N. *mówią po niemiecku*. → - A. parlent allemand.

¹⁵ D'après son acception : « qui ne plaît pas » (en polonais : « taki, który się nie podoba ») (SJP PWN 2012)

¹⁶ D'après son acception : « très laid » (en polonais : « bardzo brzydki ») (SJP PWN 2012)

¹⁷ D'après son acception : « qui ne procure pas de plaisir » (en polonais : « niesprawiający przyjemności ») (SJP PWN 2012)

¹⁸ D'après son acception : « qui suscite la peur, la terreur, l'horreur » (en polonais : « wzbudzający strach, grozę, przerażenie ») (SJP PWN 2012)

¹⁹ D'après son acception : « qui suscite la terreur » (en polonais : « budzący grozę ») (SJP PWN 2012)

²⁰ D'après son acception : « qui suscite l'aversion/le dégoût » (en polonais : « budzący wstręt ») (SJP PWN 2012)

- **L’embonpoint**

« *Niemcy są grubi* » → *Les Allemands sont gros*

Le surpoids revient dans 8 réponses des jeunes Polonais comme caractéristique des Allemands, 6 fois comme trait négatif et deux fois comme trait positif.

Il est mis en avant par une majorité de répondants de sexe masculin (6 hommes, deux femmes), n’ayant pas fait d’études supérieures (5 sans études, trois avec études - ces derniers étant près de deux fois plus nombreux dans l’échantillon) et provenant de villages et petites villes (7 originaires de villes de moins de 100 000 habitants, un d’une ville de plus de 100 000 habitants).

Ces descriptions de type positif et négatif du surpoids des Allemands sont toutes formulées avec l’emploi de l’adjectif *gruby* (gros)²¹ :

x 6 : - N. *są grubi*. → - A. sont gros.

x 1 : + N. *są grubi*. → + A. sont gros.

x 1 : + N. *mają grube kobiety*. → + A. ont des femmes grosses.

- **Le fait d’être bruyant**

« *Niemcy są głośni* » → *Les Allemands sont bruyants*

Le fait que les Allemands soient bruyants est évoqué par les jeunes Polonais dans 6 réponses négatives.

Il est toujours mis en avant par des répondants de sexe masculin, dont un bon nombre est originaire de l’est de la Pologne (deux de l’ouest, 4 de l’est - ces derniers étant près de deux fois moins nombreux dans l’échantillon).

L’adjectif *głośny* (bruyant, braillard)²² est employé deux fois comme attribut du sujet :

x 2 : - N. *są głośni*. → - A. sont braillards.

Dans les deux phrases suivantes, on note la répétition de l’expression *zachowywać się głośno* (« être bruyant » ou plus littéralement « se comporter de manière bruyante ») :

x 1 : - N. *zachowują się głośno i rubasznie*. → - A. sont bruyants et grossiers dans leur comportement.

x 1 : - N. *zachowują się głośno*. → - A. sont bruyants.

²¹ D’après son acception : « obèse/gros » (en polonais : « otyły ») (SJP PWN 2012)

²² D’après son acception : « bruyant/braillard » (en polonais : « hałaśliwy ») (SJP PWN 2012)

On relève deux verbes avec un sens proche de l'expression précédente : *krzyżeć* (crier) et *przekrzykiwać się* (se crier dessus).

x 1 : - N. *krzyżę, gdy mówią.* → - A. crient quand ils parlent.

x 1 : - N. *przekrzykują się.* → - A. se crient dessus.

- **Le manque de goût vestimentaire**

« *Niemcy nie umieją się ubierać* » → *Les Allemands ne savent pas s'habiller*

Le manque de goût, et en particulier de goût vestimentaire, apparaît dans 6 réponses des jeunes Polonais comme trait négatif des Allemands.

Ce trait a été mis uniquement en avant par des femmes.

Le verbe *ubierać się* (s'habiller) est employé deux fois, associé au groupe prépositionnel *bez gustu*²³ (sans goût) ou à l'expression *nie umieć* (ne pas savoir) :

x 1 : - N. *ubierają się praktycznie i bez gustu.* → - A. s'habillent de manière pratique et sans goût.

x 1 : - N. *nie umieją się ubierać.* → - A. ne savent pas s'habiller.

On relève aussi le terme *ubieranie* (l'habillement) dans une occurrence de type négatif :

x 1 : - N. *nie mają stylu ubierania.* → - A. n'ont pas de style vestimentaire.

La phrase suivante, avec des termes différents, nous semble aussi exprimer le manque de goût vestimentaire des Allemands :

x 1 : - N. *chodzą w podartych trampkach, wytartych dżinsach i z plecakami na tyłkach* (a przecież « *Jak Cię widzą, tak Cię piszą* »). :) → - A. se promènent avec des baskets déchirées, des jeans miteux et des sacs-à-dos sur le derrière (et pourtant d'après eux « l'habit fait le moine »). :)

On trouve encore deux phrases signifiant le manque de goût des Allemands de manière générale, avec l'adjectif *kiczowaty* (kitsch)²⁴ et le groupe adjectival *pozbawiony dobrego smaku* (dépourvu de bon goût)²⁵.

²³ D'après l'acception de *gust* (goût) : « sens de la beauté, de l'harmonie, de l'élégance » (en polonais : « *poczucie piękna, harmonii, elegancji* ») (SJP PWN 2012)

²⁴ D'après son acception : « qui a les caractéristiques du kitsch » (en polonais : « *mający cechy kiczu* ») (SJP PWN 2012) et d'après l'acception de *kitsch* « peinture, œuvre littéraire, film, etc. sans valeur » (en polonais : « *bezwartościowy obraz, utwór literacki, film itp.* ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - N. *sq kiczowaci*. → - A. sont kitschs.

x 1 : - N. *sq pozbawieni dobrego smaku*. → - A. sont dépourvus de bon goût.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect physique et esthétique dans la compréhension du gentilé *Niemcy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect physique et esthétique dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais.

Comme caractéristiques positives, on relève : le soin de soi (2), la beauté des hommes (1) et le charme (1).

Comme caractéristique négative, on trouve : une langue difficile (1).

²⁵ D'après l'acception de *smak* (le goût) : « sens de la beauté, de l'harmonie » (en polonais : « poczucie piękna, harmonii ») (SJP PWN 2012)

8.3. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *FRANCUZI*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 68 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect physique et esthétique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 61 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°50).

- **La beauté de la langue**

« *Francuzi mają piękny język* » → *Les Français ont une belle langue*

La beauté de la langue entre dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais. Elle est attribuée aux Français comme caractéristique toujours appréciée dans les 9 réponses relevées.

Ce trait est principalement mis en avant par des répondants de sexe féminin (trois hommes, 6 femmes), comptant majoritairement parmi les plus âgés de l'échantillon (un de 18 à 21 ans, 8 de 22 à 25 ans) et étant essentiellement originaires des plus grandes villes (un d'une ville de moins de 100 000 habitants, 8 de plus de 100 000 habitants) de l'ouest de la Pologne (8 de l'ouest, un de l'est).

On observe dans ces énoncés un grand nombre d'adjectifs marqués par une évaluation positive, qui qualifient le nom commun *język* (langue) ou *francuski* (le français). On note tout d'abord deux fois l'adjectif *piękny* (beau)²⁶ et une fois sa forme adverbiale *pięknie* (de manière jolie) :

x 2 : + F. *mają piękny język*. → + F. ont une belle langue.

x 1 : + F. *mają pięknie brzmiący język*. :) → + F. ont une langue avec une belle sonorité. :)

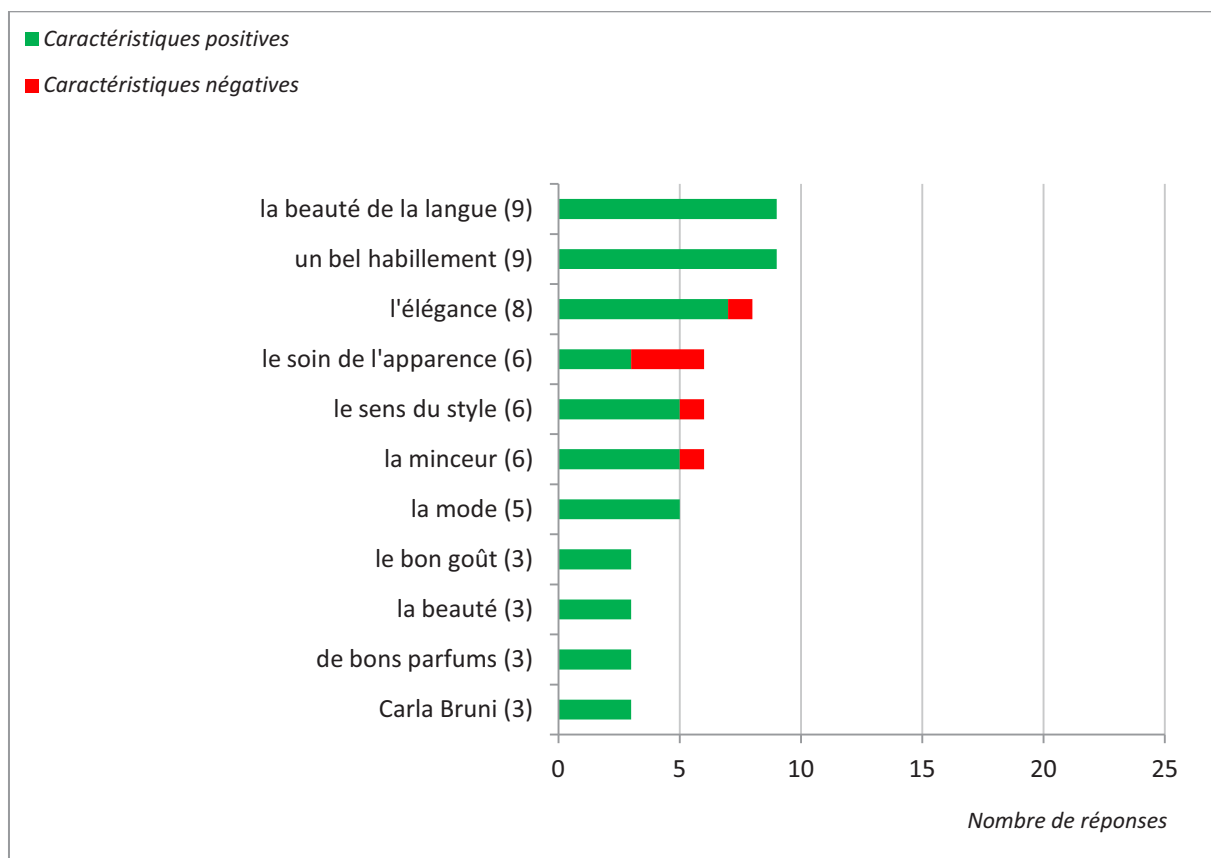
La sonorité de la langue évoquée dans la phrase précédente au moyen du terme *brzmiący* (qui sonne, avec une sonorité) est aussi soulignée dans cette autre phrase, avec le verbe *brzmieć* (sonner) :

x 1 : + F. - *to jak brzmi ich język*. → + F. - c'est la manière dont sonne leur langue.

²⁶ D'après son acception : « qui se caractérise par la beauté des formes, des couleurs, des sons » (en polonais : « odznaczający się pięknem kształtów, barw, dźwięków itp. ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°50. Caractéristiques relevant de l'aspect physique et esthétique - gentilé

« Francuzi »



On note aussi l'adjectif *ładny* (joli)²⁷ répété deux fois, pour rendre compte de la beauté de la langue française :

x 1 : + F. *mają ładny język.* → + F. ont une jolie langue.

x 1 : + F. - *język francuski, ładny, stylowy* → + F. - langue française, jolie, avec du style

On relève encore d'autres adjectifs parasynonymes de *piękny* (beau) ou *ładny* (joli), comme *cudowny* (magnifique)²⁸ et *przecudny* (plus que magnifique)²⁹, *dźwięczny* (que l'on peut traduire par « qui sonne bien »)³⁰ ou encore *stylowy* (qui a du style)³¹ :

x 1 : + F. - *francuski jest przecudny.* → + F. - le français est magnifique.

x 1 : + F. - *język ich cudowny* :) → + F. - leur langue merveilleuse :)

x 1 : + F. *mają dźwięczny język.* → + F. ont une langue qui sonne bien.

• Un bel habillement

« *Francuzi są dobrze ubrani* » → *Les Français sont bien habillés*

Un bel habillement, attribué aux Français par les jeunes Polonais, revient comme caractéristique positive dans les 9 réponses relevées.

Il est présenté par des jeunes de tout profil, majoritairement de sexe féminin (trois hommes, 6 femmes) et originaires de plus grandes villes (deux de villes de moins de 100 000 habitants et 7 de plus de 100 000).

On retrouve ainsi 4 fois le terme *ubrani* (habillé), complété trois fois par les adverbes d'évaluation positive *dobrze* (bien) et *elegancko* (élégamment)³² :

x 2 : + F. *są dobrze ubrani.* → + F. sont bien habillés.

x 1 : + F. *mają elegancko ubrane kobiety.* * → + F. ont des femmes élégamment habillées.

x 1 : + F. - *Francuzki uchodzą w Polsce za kobiety stylowe i dobrze ubrane.* * → + F. - les Françaises passent en Pologne pour des femmes bien habillées qui ont du style.

²⁷ D'après son acception : « qui semble esthétique » (en polonais : « taki, który sprawia estetyczne wrażenie ») (SJP PWN 2012)

²⁸ D'après son acception : « incroyablement beau » (en polonais : « niezwykle piękny ») (SJP PWN 2012)

²⁹ D'après l'acception du préfixe *prze-* : « préfixe qui accentue la signification des adjectifs » (en polonais : « przedrostek intensyfikujący znaczenie przymiotników ») (SJP PWN 2012)

³⁰ D'après son acception : « qui a un son clair et retentissant » (en polonais : « mający czysto, donośne brzmienie ») (SJP PWN 2012)

³¹ D'après son acception : « relatif au style littéraire » (en polonais : « dotyczący stylu literackiego ») (SJP PWN 2012)

³² D'après l'acception de *elegancki* (élégant) : « qui s'habille, qui se comporte d'une manière pleine d'élégance » (en polonais : « ubierający się, zachowujący się w sposób pełen elegancji ») (SJP PWN 2012)

On remarque aussi pour deux des réponses précédentes une spécification concernant les femmes françaises.

Par ailleurs, on relève dans les phrases suivantes la forme verbale de *ubrane* (habillé) : *ubierać się* (s'habiller), complétée par les adjectifs évaluatifs *dobrze* (bien), *ładnie* (joliment)³³ ou encore *świetnie* (formidablement bien)³⁴ :

x 1 : + F. *dobrze się ubierają*. → + F. s'habillent bien.

x 1 : + F. *ładnie się ubierają*. → + F. s'habillent joliment.

x 1 : + F. *świetnie się ubierają !* → + F. s'habillent formidablement bien !

On peut également noter les termes *ubiór* (l'habit) et *ubieranie się* (l'habillement) dans les deux phrases suivantes :

x 1 : + F. *przywiązują uwagę do ubioru*. → + F. accordent de l'attention à l'habit.

x 1 : + F. *mają swój styl ubierania się* → + F. ont leur style vestimentaire.

• L'élégance

« *Francuzi są eleganccy* » → *Les Français sont élégants*

L'élégance, accordée aux Français par les jeunes Polonais, est une caractéristique évoquée majoritairement de manière positive, dans les 8 réponses relevées (7 réponses de type positif pour une de type négatif).

Les 7 réponses positives sont données par des jeunes femmes et la réponse négative par un jeune homme.

Parmi les occurrences de type positif, on relève 4 fois l'adjectif *elegancki* (élégant)³⁵, deux fois sa forme nominale *elegancja* (élégance)³⁶ et une fois sa forme adverbiale *elegancko* (élégamment) :

x 3 : + F. *są eleganccy*. → + F. sont élégants.

x 1 : + F. - *podoba mi się elegancki styl Francuzek*. :) → + F. - le style élégant des françaises me plaît. :)

x 1 : + F. *mają elegancko ubrane kobiety*. * → + F. ont des femmes élégamment habillées.

x 1 : + F. - *elegancja* → + F. - l'élégance

³³ D'après l'acception de *ładny* (joli) : « qui semble esthétique » (en polonais : « taki, który sprawia estetyczne wrażenie ») (SJP PWN 2012)

³⁴ D'après l'acception de *świetny* (formidable) : « parfait, délicieux, excellent » (en polonais : « doskonały, wyborny, wyśmienity ») (SJP PWN 2012)

³⁵ D'après son acception : « qui s'habille, qui se comporte d'une manière pleine d'élégance » (en polonais : « ubierający się, zachowujący się w sposób pełen elegancji ») (SJP PWN 2012)

³⁶ D'après son acception : « bon goût dans l'habillement, raffinement dans le comportement » (en polonais : « dobry smak w ubiorze, wytworność w zachowaniu się ») (SJP PWN 2012)

x 1 : + F. - *Francja elegancja!* → + F. - France élégance !

On relève dans la dernière phrase une expression figée dans la langue polonaise : *Francja elegancja* (France élégance).

La réponse correspondant à une description de type négatif est aussi formulée avec l'adjectif *elegancki* (élégant), cette fois précédé par le groupe prépositionnel *na taki* (à ce point) qui marque une exagération :

x 1 : - F. *stylizują się na takich światowych i eleganckich, co często mija się z rzeczywistością.* *→
- F. se stylisent à un point aussi mondain et élégant, souvent loin de la réalité.

- **Le soin de l'apparence**

« *Francuzi dbają o wygląd* » → *Les Français font attention à l'apparence*

Le soin de l'apparence est accordé par les jeunes Polonais dans 6 réponses aux Français, trois fois comme caractéristique de type positif et trois fois de type négatif.

Un nombre important des répondants est originaire de Pologne orientale (deux de l'ouest, 4 de l'est).

Parmi les occurrences positives, on relève la répétition à deux reprises de l'expression *dbać o wygląd* (prendre soin de son apparence)³⁷ :

x 1 : + F. *dbają o wygląd.* → + F. font attention à l'apparence.

x 1 : + F. *dbają o wygląd i styl.* *→ + F. font attention à leur apparence et style.

On relève aussi le terme *zadbany* (soigné)³⁸ dans la phrase suivante :

x 1 : + F. *są zadbany narodem (w sensie estetycznym).* → + F. sont une nation soignée (dans un sens esthétique).

Parmi les descriptions de type négatif, on retrouve encore le verbe *dbać* (soigner, prendre soin), cette fois avec l'expression *dbać o siebie* (prendre soin de soi), qui induit notamment selon nous ce soin de l'apparence.

³⁷ D'après l'acception de *dbać* (veiller, prendre soin) : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012) et de *wygląd* (l'apparence) : « ensemble de caractéristiques qui composent la partie extérieure de quelqu'un ou de quelque chose » (en polonais : « zespół cech składających się na zewnętrzną część czyjąś lub czegoś ») (SJP PWN 2012)

³⁸ D'après son acception : « qui prend soin de soi ou qui est l'objet du soin continu de quelqu'un » (en polonais : « dbający o siebie lub będący przedmiotem czyjejs nieustannej dbałości ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - F. *przesadnie dbają o siebie*. → - F. prennent soin d'eux avec exagération.

On relève aussi deux autres énoncés signifiant une attention exagérée accordée à l'apparence :

x 1 : - F. *zwracają uwagę na wygląd, nie tylko na wnętrze*. *→ - F. font attention à l'apparence, pas seulement à l'intérieur.

x 1 : - F. *są zbyt wyrafinowani*. → - F. sont trop sophistiqués.

- **Le sens du style**

« *Francuzi mają wyczucie stylu* » → *Les Français ont le sens du style*

Le style attribué aux Français par les jeunes Polonais est une caractéristique majoritairement appréciée dans les 6 réponses repérées (5 occurrences de type positif et une de type négatif).

Il est mis en avant par différents types de répondants.

Parmi les réponses de type positif, on relève à 4 reprises le nom commun *styl* (le style)³⁹ :

x 1 : + F. *mają wyczucie stylu*. → + F. ont du style.

x 1 : + F. - *styl* → + F. - le style

x 1 : + F. *dbają o wygląd i styl*. *→ + F. prennent soin de leur apparence et de leur style.

x 1 : + F. - *Francuzki uchodzą w Polsce za kobiety stylowe i dobrze ubrane*. *→ + F. - les Françaises passent en Pologne pour des femmes bien habillées et qui ont du style.

On note aussi un parasynonyme de *styl* (le style), *klasa* (la classe), dans la phrase suivante :

x 1 : + F. *mają klasę*. → + F. ont de la classe.

Dans la réponse correspondant à une description de type négatif, on trouve le verbe *stylizować się* (se styliser)⁴⁰ :

x 1 : - F. *stylizują się na takich światowych i eleganckich, co często mija się z rzeczywistością*. *→ - F. se stylisent à un point aussi mondain et élégant, souvent loin de la réalité.

³⁹ D'après son acception : « manière de procéder, de parler, de se comporter » (en polonais : « sposób postępowania, mówienia, zachowania się itp. ») (SJP PWN 2012)

⁴⁰ D'après son acception : « créer, façonner une œuvre d'art en accord avec les exigences d'un style défini » (en polonais : « tworzyć, kształtować dzieło artystyczne zgodnie z wymaganiami określonego stylu ») (SJP PWN 2012)

- **La minceur**

« *Francuzi są szczupli* » → *Les Français sont minces*

La minceur des Français est évoquée 6 fois par les jeunes Polonais, principalement comme caractéristique appréciée (5 réponses positives et une négative).

Elle est mise en avant uniquement par des jeunes femmes.

Parmi les énoncés de type positif, on relève 4 fois l'adjectif *szczupły* (mince)⁴¹ :

x 1 : + F. *są szczupli*. → + F. sont minces.

x 1 : + F. *są zazwyczaj szczupli*. → + F. sont habituellement minces.

x 1 : + F. *są szczupli dzięki dobremu systemowi żywienia*. *→ + F. sont minces grâce à un bon système alimentaire.

x 1 : + F. - *kobiety są szczupłe*. → + F. - les femmes sont minces.

x 1 : + F. *są szczupli, kobiety dbają o sylwetkę*. → + F. sont minces, les femmes font attention à leur ligne.

Comme unique évaluation négative de la minceur attribuée aux Français, on relève la phrase suivante :

x 1 : - F. *jedzą dużo i dobrze i nie tyją*. → - F. mangent beaucoup et bien et ne grossissent pas.

Cette phrase laisse entendre, par le contraste entre la minceur exprimée (communément jugée de manière positive chez les jeunes polonais) et l'évaluation négative, une forme de jalousie.

- **La mode**

« *Francuzi są modni* » → *Les Français sont à la mode*

La mode, attribuée aux Français par les jeunes Polonais, est une caractéristique toujours appréciée dans les réponses 5 réponses relevées.

Elle est soulignée le plus souvent par des répondants de sexe féminin (un homme, 4 femmes), comptant parmi les plus jeunes de l'échantillon (tous ont entre 18 et 21 ans) et originaires des plus petites villes (de moins de 100 000 habitants) le plus souvent de Pologne orientale (un de l'ouest, 4 de l'est).

On note trois fois l'emploi du nom commun *moda* (la mode)⁴² ou de sa forme adjectivale *modny* (que l'on peut traduire en français par *à la mode*) :

⁴¹ D'après son acception : « qui a peu de chair et de graisse » (en polonais : « mający mało ciała i tkanki tłuszczowej ») (SJP PWN 2012)

- x 1 : + F. - *moda francuska* → + F. - la mode française
- x 1 : + F. - *Paryż, stolica mody* *→ + F. - Paris, capitale de la mode
- x 1 : + F. *sq modni.* → + F. sont à la mode.

On retrouve aussi des occurrences de grands noms de la haute-couture, ainsi que l'emprunt à la langue française du mot *haute couture* :

- x 1 : + F. *majq Dior, Coco Chanel, Louis Vuitton ...* → + F. ont Dior, Coco Chanel, Louis Vuitton...
- x 1 : + F. *majq « haute couture ».* → + F. ont la « haute-couture ».

- **Le bon goût**

« *Francuzi majq dobry smak* » → *Les Français ont bon goût*

Le bon goût attribué aux Français par les jeunes Polonais est une caractéristique de type positif dans les trois réponses relevées.

Il est mis en avant uniquement par des répondants de sexe masculin.

On note trois fois le nom commun *smak* (goût)⁴³ dans les phrases suivantes :

- x 2 : + F. *majq dobry smak.* → + F. ont bon goût.
- x 1 : + F. *majq poczucie smaku – ogólnie.* *→ + F. ont le sens du goût – en général.

- **La beauté**

Francuzi/Francuzki sq ładni/ładne → *Les Français(es) sont joli(e)s*

La beauté des Français, et surtout des Françaises, est une caractéristique de type positif selon les jeunes Polonais dans trois réponses.

Elle est évoquée uniquement par des jeunes hommes (aucun d'eux n'est allé en France ou n'a fait la connaissance d'un Français).

On note à trois reprises l'adjectif *ładny* (joli)⁴⁴, qui dans deux cas se rapporte aux filles/femmes.

⁴² D'après son acception : « manière communément admise de s'habiller, de se coiffer, de se maquiller dans une période ou dans un endroit donné. » (en polonais : « powszechnie przyjęty sposób ubierania się, czesania i makijażu popularny w jakimś okresie lub miejscu ») (SJP PWN 2012)

⁴³ D'après son acception : « sens de la beauté, de l'harmonie » (en polonais : « poczucie piękna, harmonii ») (SJP PWN 2012)

- x 1 : + F. *są ładni*. → + F. sont jolis.
- x 1 : + F. *mają ładne kobiety*. → + F. ont de jolies femmes.
- x 1 : + F. *mają ładne dziewczyny*. → + F. ont de jolies filles.

- **De bons parfums**

Francuzi mają ładne perfumy → *Les Français ont de bons parfums*

Des parfums agréables sont attribués par les jeunes Polonais aux Français, comme caractéristique de type positif dans trois réponses.

Ce trait est exprimé uniquement par des jeunes femmes.

On remarque dans deux des réponses la présence d'adjectifs marquant une évaluation positive, avec *światny* (formidable) et *ładny* (joli) pour qualifier le nom *perfum* (le parfum)⁴⁵:

- x 1 : + F. - *perfumy u Francuzów* → + F. - parfums chez les Français
- x 1 : + F. *mają świetne perfumy*. → + F. ont des parfums formidables.
- x 1 : + F. *mają ładne perfumy*. → + F. ont d'agréables parfums.

- **Carla Bruni**

« *Carla Bruni* » → *Carla Bruni*

L'attribution, ou plutôt l'association, de Carla Bruni aux Français (Première dame au moment de l'enquête) présente une caractéristique de type positif dans trois réponses des jeunes Polonais.

Ce trait est uniquement évoqué par des jeunes hommes.

Carla Bruni étant alors relativement méconnue en Pologne en tant qu'artiste, nous comprenons qu'il s'agit ici d'une évaluation positive de son physique.

- x 2 : + F. - *Carla Bruni* → + F. - Carla Bruni
- x 1 : + F. - *seksowna żona prezydenta* → + F. - femme sexy du président

⁴⁴ D'après son acception : « qui semble esthétique » (en polonais : « taki, który sprawia estetyczne wrażenie ») (SJP PWN 2012)

⁴⁵ D'après son acception : « produit cosmétique liquide fortement odorant, avec lequel les femmes s'aspergent ou se frictionnent » (en polonais : « silnie pachnący kosmetyk w płynie, którym kobiety skrapiają się lub nacierają ») (SJP PWN 2012)

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect physique et esthétique dans la compréhension du gentilé *Francuzi***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect physique et esthétique dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais.

Comme caractéristiques de type positif, on relève le charme (1), un magnifique accent (1) et des longues cigarettes (1).

Comme caractéristiques de type négatif, on trouve : le manque de soin de soi (2), le fait de ne pas s'habiller mieux pour les fêtes (1) et des goûts vestimentaires masculins évoquant l'homosexualité (1).

8.4. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *EUROPEJCZYCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires 4 uniques occurrences de caractéristiques de type physique et esthétique (trois positives pour une négative) attribuées aux Européens. Il s'agit de 4 caractéristiques différentes.

Comme caractéristique positive, on trouve : l'originalité de leur style (1), le fait d'aller avec les progrès du temps concernant la mode (1) et la beauté de la silhouette des Européennes (1).

Comme caractéristique négative : la blancheur de leur peau (1).

8.5. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Une influence des différents facteurs sociaux et environnementaux sur la compréhension des gentilés dans leur aspect physique et esthétique est décelable dans notre enquête, à l'exception des gentilés *Polacy* et *Europejczyzy*. En effet, concernant le gentilé *Polacy*, peu de caractéristiques de type physique et esthétique ont été attribuées au moins à trois reprises : on en compte 10 au total. Quant au gentilé *Europejczyzy*, aucune caractéristique de ce type n'a été repérée au moins trois fois dans les questionnaires. Nous constatons que les jeunes Polonais n'ont pas une vision uniformisée de l'apparence physique des Polonais et des Européens, comme ils peuvent en avoir des Allemands et des Français. En effet, il est reconnu que les membres d'un groupe donné (ici les jeunes Polonais, qui sont également des Européens) ont tendance à considérer que les membres d'exogroupes (ici les Allemands et les Français) se ressemblent davantage entre eux que ceux de l'endogroupe (Park, Judd et Ryan 1991, Ostrom et Sedikides 1992). Pour les gentilés *Polacy* et *Europejczyzy*, l'influence des facteurs sociaux et environnementaux sur l'attribution de ces caractéristiques n'est donc pas clairement décelable, l'échantillon n'est ici pas suffisamment représentatif. Par souci de régularité, nous indiquons tout de même l'ensemble des données statistiques qui se rapportent aux gentilés (à l'exception d'*Europejczyzy* pour lequel aucune caractéristique notable n'a été relevée), et nous relativisons la représentativité des résultats relatifs au gentilé *Polacy*.

- **Influence du sexe des répondants**

Le sexe des répondants n'a pas d'influence notable sur le niveau d'attribution de caractéristiques relatives à l'aspect physique et esthétique de la compréhension des gentilés. Les hommes et les femmes attribuent quasiment tout autant de caractéristiques de type physique et esthétique aux différents groupes : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de ce type dont les répondants ont indiqué leur sexe, 49% des occurrences sont indiquées par des hommes et 51% par des femmes, or les femmes représentent 52% de l'échantillon d'enquêtés et les hommes 48%⁴⁶. Cependant il existe des écarts nettement marqués entre les gentilés : les hommes comprennent bien davantage que les femmes dans son aspect physique et esthétique le gentilé *Niemcy* (67% d'occurrences indiquées par des hommes pour 33% par des femmes). Les femmes, pour leur part, comprennent bien plus que les hommes dans leur aspect physique et esthétique les gentilés *Polacy*

⁴⁶ Sur l'ensemble des 10 occurrences de caractéristiques de type physique et esthétique (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 3 sont indiquées par des hommes et 7 par des femmes. Pour les 54 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 36 sont indiquées par des hommes et 18 par des femmes. Pour les 61 occurrences de caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 22 ont été formulées par des hommes et 38 par des femmes (pour une occurrence le sexe du répondant n'est pas renseigné).

(70% d'occurrences indiquées par des femmes pour 30% par des hommes) et *Francuzi* (63% d'occurrences indiquées par des femmes contre 37% par des hommes).

Les hommes se distinguent dans l'attribution aux Allemands de la laideur physique (18 hommes, 4 femmes), de l'embonpoint (6 hommes, deux femmes) et du fait d'être bruyant (6 hommes uniquement), toutes en tant que caractéristiques de type négatif ou essentiellement négatif, et aux Français du bon goût (trois hommes uniquement), de la beauté (trois hommes uniquement) et de Carla Bruni (trois hommes uniquement), toutes en tant que caractéristiques de type positif. Les femmes se distinguent pour leur part dans la description d'ordre auto-stéréotypique du soin que les Polonaises prennent d'elles, comme trait de type positif (trois femmes uniquement) et du manque de goût vestimentaire des Allemands comme trait de type négatif (6 femmes uniquement). Quand aux Français, elles sont majoritaires dans l'attribution de plusieurs caractéristiques de type positif ou essentiellement positif : la beauté de la langue (trois hommes, 6 femmes), un bel habillement (trois hommes, 6 femmes), l'élégance (un homme, 7 femmes), la minceur (6 femmes uniquement), la mode (un homme, 4 femmes) et de bons parfums (trois femmes uniquement).

- **Influence de l'âge des répondants**

Les répondants les plus jeunes (de 18 à 21 ans) comprennent quasiment tout autant que les répondants les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans) l'ensemble des gentils dans leur aspect physique et esthétique. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type physique et esthétique dont les répondants ont indiqué leur âge, 46% sont indiquées par des jeunes de 18 à 21 ans pour 54% par des jeunes de 22 à 25 ans, or les jeunes de 18 à 21 ans représentent 47% de l'échantillon d'enquêtés et les jeunes de 22 à 25 ans 53%⁴⁷. Les écarts entre les différents gentils sont très faibles. En regard de leur proportion dans l'échantillon, les répondants les plus jeunes comprennent dans son aspect physique et esthétique à peine plus que les plus âgés le gentil *Francuzi* (48% d'occurrences indiquées par des jeunes de 18 à 21 ans pour 52% par des jeunes de 22 à 25 ans). De leur côté, les répondants les plus âgés comprennent un peu plus que les plus jeunes dans leur aspect physique et esthétique les gentils *Polacy* et *Niemcy* (dans les deux cas, 44% des occurrences sont indiquées par des jeunes de 18 à 21 ans, pour 56% par des jeunes de 22 à 25 ans).

On observe une nette influence de l'âge sur l'attribution de caractéristiques particulières en ce qui concerne les Français. Les répondants les plus âgés avancent en plus grand nombre la beauté de la langue française (un de 18 à 21 ans, 8 de 22 à 25 ans) alors que les plus jeunes leur attribuent la mode

⁴⁷ Sur l'ensemble des 10 occurrences de caractéristiques de type physique et esthétique (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentil *Polacy*, 4 sont indiquées par les plus jeunes et 5 par les plus âgés (pour une occurrence l'âge du répondant n'est pas renseigné). Pour les 54 occurrences relatives à la compréhension du gentil *Niemcy*, 24 sont indiquées par les plus jeunes et 30 par les plus âgés. Pour les 61 occurrences relatives à la compréhension du gentil *Francuzi*, 29 sont indiquées par les plus jeunes et 31 par les plus âgés (pour une occurrence l'âge du répondant n'est pas renseigné).

(5 de 18 à 21 ans uniquement).

- **Influence du niveau d'études des répondants**

Les jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures comprennent l'ensemble des gentils dans leur aspect physique et esthétique davantage que les jeunes faisant ou ayant fait des études, en regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type physique et esthétique dont les répondants ont indiqué leur niveau d'études, 41% sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études et 59% par des jeunes faisant ou ayant fait des études, or les jeunes sans études représentent 34% de l'échantillon des enquêtés et ceux avec études 66%⁴⁸. En prenant en considération leur proportion dans l'échantillon, les répondants qui n'ont pas fait d'études supérieures comprennent tout d'abord davantage que ceux qui font ou ont fait des études dans leur aspect physique et esthétique : le gentil *Polacy* (44% sans études, 56% avec), puis le gentil *Francuzi* (42% sans études, 58% avec) et enfin le gentil *Niemcy* (39% sans études, 61% avec).

On observe une nette influence du niveau d'études sur l'attribution de caractéristiques particulières telles que la laideur physique (10 sans études, 12 avec) et l'embonpoint (5 sans études, trois avec) qui reviennent aux Allemands comme traits de type négatif ou essentiellement négatif.

- **Influence de l'origine géographique occidentale ou orientale des répondants**

Les jeunes de Pologne orientale comprennent davantage que ceux de Pologne occidentale les gentils dans leur aspect physique et esthétique. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type physique et esthétique dont les répondants ont indiqué leur région d'origine, 50% des occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale et 50% par des jeunes de Pologne orientale, or les jeunes de Pologne occidentale représentent 64% de l'échantillon d'enquêtés et ceux de Pologne orientale 36%⁴⁹. En regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés, les

⁴⁸ Sur l'ensemble des 10 occurrences de caractéristiques de type physique et esthétique (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentil *Polacy*, 4 sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 5 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour une occurrence l'âge du répondant n'est pas renseigné). Pour les 54 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Niemcy*, 21 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures contre 33 par des jeunes faisant ou ayant fait des études. Pour les 61 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Francuzi*, 25 ont été attribuées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 35 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour une occurrence l'âge du répondant n'est pas renseigné).

⁴⁹ Sur les 10 occurrences de caractéristiques de type physique et esthétique relatives au gentil *Polacy*, 6 sont attribuées par des jeunes provenant de Pologne occidentale et 4 provenant de Pologne orientale. Sur les 54 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Niemcy*, 34 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 20 par des jeunes de Pologne orientale. Sur les 61 occurrences de caractéristiques relatives au gentil *Francuzi*, 34 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 27 par des jeunes de Pologne orientale.

jeunes de Pologne orientale comprennent dans leur aspect physique et esthétique davantage que ceux de Pologne occidentale les gentilés *Francuzi* (44% d'occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne orientale, pour 56% de Pologne occidentale), puis *Polacy* (40% de Pologne orientale, pour 60% de Pologne occidentale) et *Niemcy* (37% de Pologne orientale, pour 63% de Pologne occidentale).

Les jeunes de Pologne occidentale se distinguent dans l'attribution de la beauté de la langue française (8 de l'ouest, un de l'est) tandis que ceux de Pologne orientale attribuent en majorité aux Français le soin de l'apparence (deux de l'ouest, 4 de l'est) et la mode (un de l'ouest, 4 de l'est). Ces derniers insistent aussi particulièrement sur le fait que les Allemands sont bruyants (deux de l'ouest, 4 de l'est).

- **Influence de la taille des villes des répondants**

En observant le nombre d'occurrences de caractéristiques formulées par les jeunes en fonction de la taille des villes dont ils proviennent, on remarque que les jeunes provenant des plus petites villes comprennent un peu plus les gentilés dans leur aspect physique et esthétique que ceux des plus grandes villes : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type physique et esthétique dont les répondants ont indiqué leur ville d'origine, 50% ont été attribuées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants (ces derniers représentent 47% de l'échantillon d'enquêtés) et 50% par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (53% de l'échantillon d'enquêtés)⁵⁰. Les jeunes originaires des plus petites villes attribuent beaucoup plus de traits de type physique et esthétique aux Allemands (56% des occurrences sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants, 44% par des jeunes issus de villes de plus de 100 000). Les jeunes originaires des plus grandes villes attribuent cependant un peu plus de caractéristiques de type physique et esthétique aux Polonais (56% de plus de 100 000 habitants, 44% de moins de 100 000) et aux Français (54% de plus de 100 000 habitants, 46% de moins de 100 000).

Les jeunes originaires des plus grandes villes se distinguent dans l'attribution aux Français de la beauté de la langue (un d'une ville de moins de 100 000 habitants, 8 de plus de 100 000 habitants) et d'un bel habillement (deux de moins de 100 000 habitants, 7 de plus de 100 000). Ceux des plus petites villes insistent pour leur part en particulier sur la mode des Français (5 de moins de 100 000 habitants uniquement) et l'embonpoint des Allemands (7 de moins de 100 000 habitants, un de plus de 100 000).

⁵⁰ Sur l'ensemble des 10 occurrences de caractéristiques de type physique et esthétique relatives au gentilé *Polacy*, 4 sont indiquées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 5 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour une occurrence l'origine du répondant n'est pas renseignée). Sur les 54 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 30 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 24 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants. Sur les 61 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 28 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 33 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants.

- **Influence du niveau de connaissance des personnes et des territoires décrits par les répondants**

Le fait de ne pas connaître l'Allemagne, la France et leurs habitants a favorisé chez les jeunes Polonais l'attribution de caractéristiques de type physique et esthétique relatives aux gentils *Niemcy* et *Francuzi*. Si les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de l'Allemagne sont environ 50% à y avoir été et 50% à ne pas y avoir été, on observe que seulement 41% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type physique et esthétique relative au gentilé *Niemcy* ont été en Allemagne, pour 59% qui n'y ont jamais été⁵¹. De même, les jeunes qui n'ont jamais fait la connaissance d'un Allemand attribuent davantage de caractéristiques de type physique et esthétique aux Allemands : si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 41% à avoir fait la connaissance d'un Allemand et 59% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on observe que seulement 33% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type physique et esthétique ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, pour 67% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁵².

Pareillement, si les jeunes Polonais ayant renseigné leur niveau de connaissance de la France sont 21% à y avoir été et 79% à ne pas y avoir été, on note que seulement 18% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type physique et esthétique relative au gentilé *Francuzi* ont été en France, pour 82% qui n'y ont jamais été⁵³. Quant au fait d'avoir fait ou non la connaissance d'un Français, ce critère n'a pas eu d'incidence notable sur l'attribution de caractéristiques de type physique et esthétique relatives au gentilé *Francuzi* : si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 25% à avoir fait la connaissance d'un Français et 75% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on observe que 24% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type physique et esthétique ont déjà fait la connaissance d'un Français, pour 76% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁵⁴.

Le niveau de connaissance des pays et de leurs habitants n'a pas eu d'influence notable sur l'attribution de caractéristiques particulières.

⁵¹ Sur les 54 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 21 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en Allemagne et 30 par des jeunes n'y ayant jamais été (3 occurrences ont été indiquées par des jeunes qui n'ont pas renseigné cette information).

⁵² Sur les 54 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 17 occurrences ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand, 34 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Allemand (3 occurrences ont été indiquées par des jeunes qui n'ont pas renseigné cette information).

⁵³ Sur les 61 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 10 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en France et 45 par des jeunes n'y ayant jamais été (6 occurrences ont été indiquées par des jeunes qui n'ont pas renseigné cette information).

⁵⁴ Sur les 61 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 13 occurrences ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Français, 42 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Français (6 occurrences ont été indiquées par des jeunes qui n'ont pas renseigné cette information).

IX. ASPECT HISTORIQUE

L'aspect historique comprend toutes les expressions se référant aux événements historiques nationaux et européens, ainsi qu'à la conscience historique des Polonais, Allemands, Français ou Européens (rapport à l'histoire, connaissance de l'histoire), d'après l'acception du nom *histoire* : « recherche, connaissance, reconstruction du passé de l'humanité sous son aspect général ou sous des aspects particuliers, selon le lieu, l'époque, le point de vue choisi ; ensemble des faits, déroulement de ce passé. » (TLFi 2003).

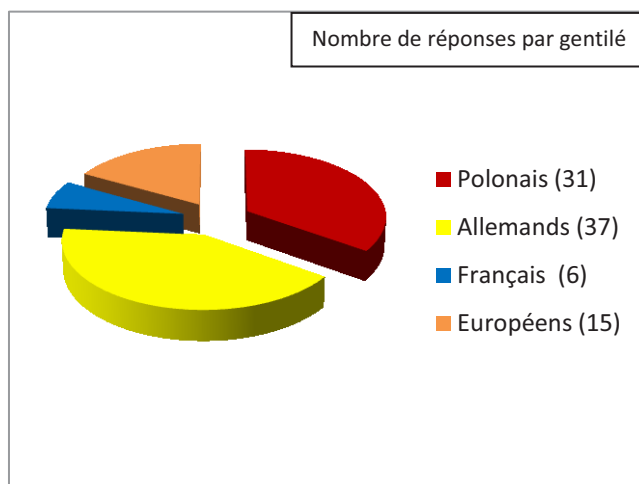
Sur l'ensemble des 2699 occurrences de caractéristiques formulées par les 137 jeunes Polonais de notre échantillon, 89 relèvent de l'aspect historique dans la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens). Les descriptions d'ordre historique représentent donc 3% de l'ensemble des occurrences attribuées aux 4 gentilés par les jeunes Polonais : cet aspect est invoqué en 9^{ème} position par les jeunes Polonais. On note des écarts d'attribution entre les gentilés : 37 des occurrences d'ordre historique concernent le gentilé *Niemcy* (33%), 31 le gentilé *Polacy* (soit 46%), 15 le gentilé *Europejczycy* (6%), et enfin 6 le gentilé *Francuzi* (15%) (cf. graphique n°51). Le gentilé *Niemcy* est bien plus compris que le gentilé *Francuzi* dans son aspect historique, très certainement en raison de la proximité géographique et historique plus importante de la Pologne avec l'Allemagne que la France.

Sur l'ensemble des occurrences d'ordre historique, on relève 34 occurrences de caractéristiques de type positif pour 55 de type négatif. Ainsi, environ 38% des occurrences de type historique présentent des caractéristiques positives et 62% négatives. L'aspect historique est donc appréhendé assez négativement par les jeunes Polonais, en considérant la proportion d'occurrences positives relative à chaque aspect, il arrive en 9^{ème} position. On remarque le fort pourcentage de caractéristiques d'ordre historique appréciées chez les Européens (80%)¹ en comparaison de celles des trois autres groupes : les Français (50%)², les Polonais (42%)³ et surtout les Allemands (16%)⁴ (cf. graphique n°52).

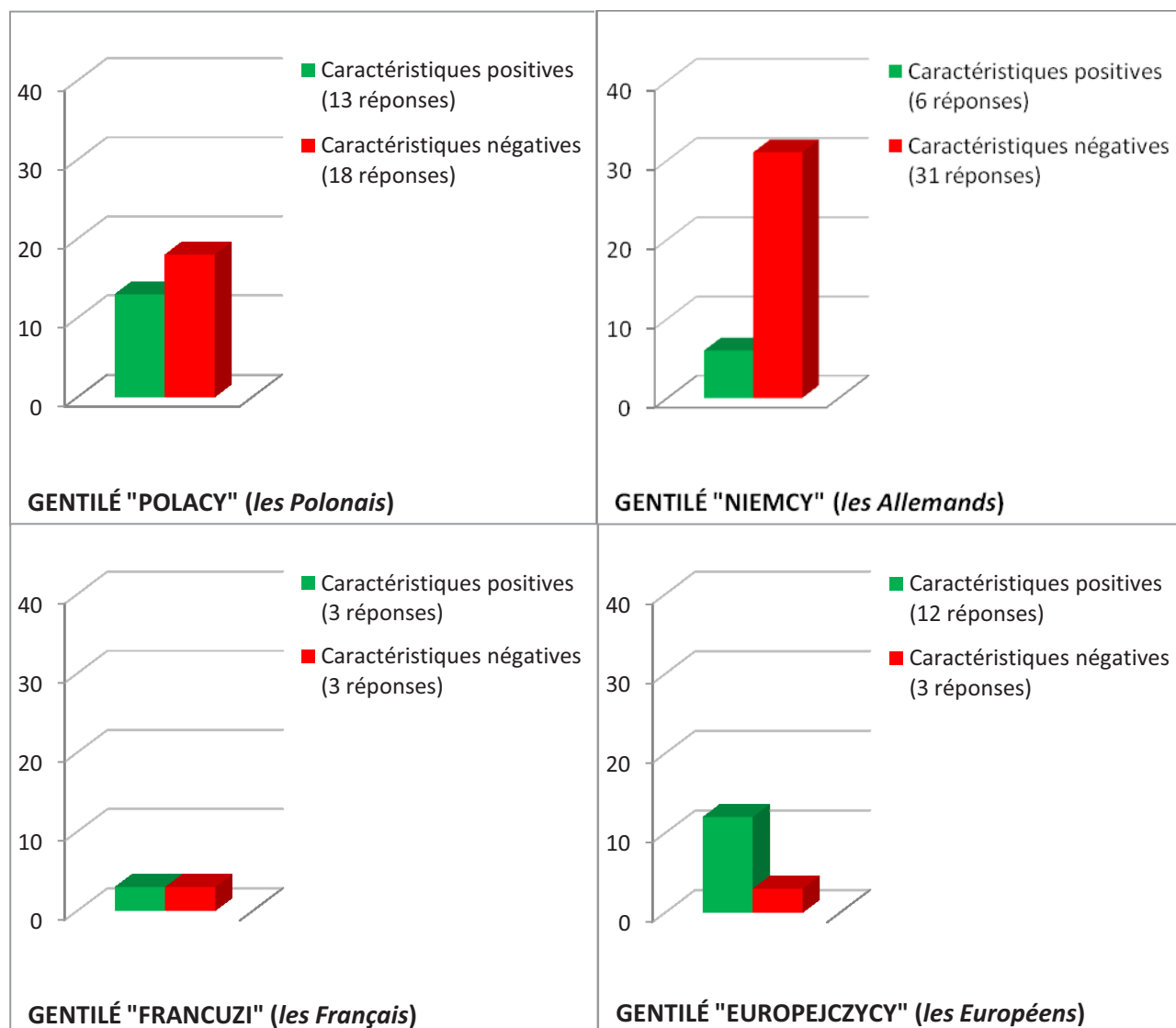
¹ 12 occurrences de type positif (dont 7 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 3 occurrences de type négatif (aucune répétée au moins à 3 reprises)

² 3 occurrences de type positif (aucune occurrence de caractéristique répétée au moins à 3 reprises) pour 3 occurrences de type négatif (ces 3 occurrences de caractéristiques sont répétées au moins à 3 reprises)

Graphique n°51. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect historique



Graphique n°52. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect historique



9.1. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *POLACY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 31 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect historique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. Nous rappelons qu'il s'agit de caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique, contrairement aux trois autres gentilés. Parmi ces réponses, 25 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°53).

- **Un vécu perpétuel de l'histoire et du passé**

« *Polacy żyją historią i przeszłością* » → *Les Polonais vivent l'histoire et le passé*

Le fait de revivre toujours l'histoire et le passé entre dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. Il est attribué aux Polonais 9 fois dans des réponses de type négatif.

Ce trait est présenté par un nombre important de jeunes comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (deux de 18 à 21 ans, 7 de 22 à 25 ans).

Les trois premiers énoncés expriment cet attachement au passé avec l'emploi du nom commun *przeszłość* (le passé)⁵, deux fois en complément du verbe *żyć* (vivre)⁶ et une fois du verbe *odwoływać się* (se référer à)⁷ :

x 1 : - P. *żyją historią i przeszłością*. *→ - P. vivent au travers de l'histoire et du passé.

x 1 : - P. *żyją przeszłością*. → - P. vivent dans le passé.

x 1 : - P. *ciągłe odwołują się do przeszłości*. → - P. se réfèrent sans cesse au passé.

Le nom commun *historia* (l'histoire)⁸ est 4 fois employé dans un même sens dans les phrases suivantes :

x 1 : - P. *często wracają do historii*. → - P. en reviennent toujours à l'histoire.

[x 1] : - P. *żyją historią i przeszłością*. *→ - P. vivent au travers de l'histoire et du passé.

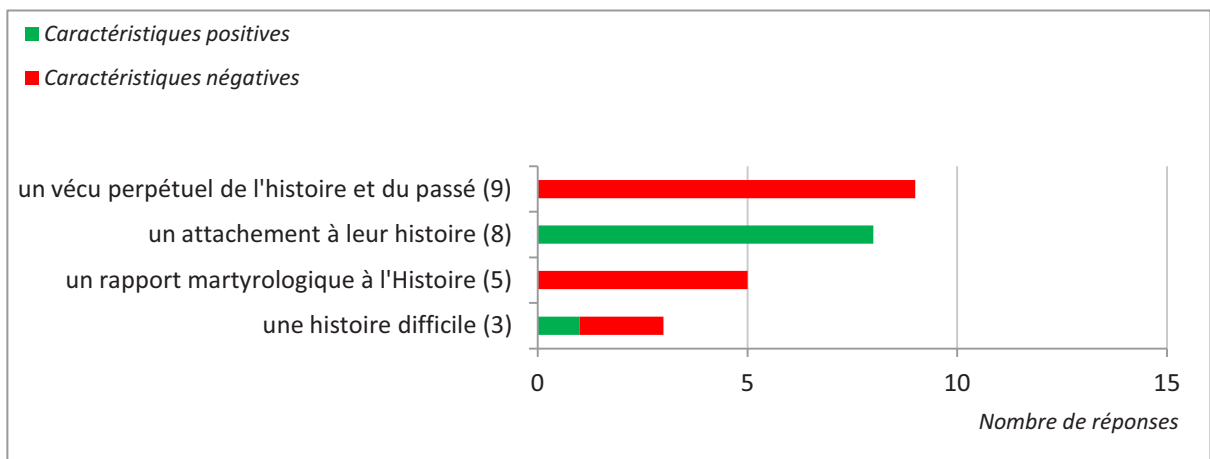
⁵ D'après son acception : « le temps qui s'est écoulé ; aussi : ce qui s'est passé pendant ce temps » (en polonais : « czas, który minął; też : to, co zdarzyło się w tym czasie ») (SJP PWN 2012)

⁶ D'après son acception : « trouver dans quelque chose une raison de vivre » (en polonais : « znajdować w czymś treść istnienia ») (SJP PWN 2012)

⁷ D'après son acception : « se référer à quelque chose » (en polonais : « nawiązać do czegoś ») (SJP PWN 2012)

⁸ D'après son acception : « processus de développement de la société et de la nature » (en polonais : « proces rozwoju życia społecznego lub przyrody ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°53. Caractéristiques relevant de l'aspect historique - gentilé « Polacy »



x 1 : - P. ich przekonania definiowane są przez historię (germanofobia, rusofobia). *→ - P. leurs convictions sont définies par l'histoire (germanophobie, russophobie).

x 1 : - P. są zbyt wrażliwi na punkcie swojej historii. → - P. sont trop sensibles au sujet de leur histoire.

On relève deux fois le verbe *rozpamiętywać* (ressasser)⁹ et sa forme accomplie *rozpamiętać* :

x 1 : - P. lubią rozpamiętywać to co było kiedyś zamiast iść naprzód. → - P. aiment ressasser ce qui il y avait autrefois plutôt que d'aller de l'avant.

x 1 : - P. rozpamiętują zadane im krzywdy. → - P. ressassent les torts qui leur ont été faits.

Toujours dans le sens d'un retour perpétuel sur les événements passés, on observe la phrase suivante, qui fait allusion à la catastrophe de Smoleńsk en 2010, à nouveau avec l'emploi du verbe *żyć* (vivre) :

x 1 : - P. cały czas mówią o katastrofie smoleńskiej i tym żyją. → - P. parlent tout le temps de la catastrophe de Smoleńsk et vivent à travers ça.

• Un attachement à leur histoire

« *Polacy dbają o swoją historię* » → *Les Polonais veillent à leur histoire*

L'attachement des Polonais à leur histoire revient dans 8 réponses positives.

Ce trait est mis en avant par des jeunes Polonais de différents profils.

On relève trois fois le verbe *dbać* (prendre soin)¹⁰, complété deux fois par le groupe nominal *swoja historia* (leur histoire)¹¹ et une fois *dziedzictwo historyczne* (le patrimoine historique)¹² :

x 1 : + P. dbają o swoją historię. → + P. veillent à leur histoire.

x 1 : + P. dbają o swoją historię i tradycje. *→ + P. veillent à leur histoire et leurs traditions.

x 1 : + P. dbają o dziedzictwo historyczne. → + P. veillent au patrimoine historique.

⁹ D'après son acception : « se rappeler, se souvenir de quelque chose, réfléchir à quelque chose » (en polonais : « wspominać coś, przypominać sobie o czymś, zastanawiać się nad czymś ») (SJP PWN 2012)

¹⁰ D'après son acception : « consacrer beaucoup de temps ou d'efforts à quelqu'un ou quelque chose » (en polonais : « poświęcać komuś lub czemuś wiele czasu i starań ») (SJP PWN 2012)

¹¹ D'après l'acception de *historia* : « processus de développement de la société et de la nature » (en polonais : « proces rozwoju życia społecznego lub przyrody ») (SJP PWN 2012)

¹² D'après l'acception de *dziedzictwo* : « biens de la culture, de la science, de l'art laissés par les générations précédentes » (en polonais : « dobra kultury, nauki i sztuki pozostawione przez poprzednie pokolenia ») (SJP PWN 2012)

Le nom commun *duma* (la fierté)¹³ et sa forme adjectivale *dumny* (fier) sont aussi associés au nom *historia*.

x 1 : + P. *mają poczucie dumy z powodu historii*. → + P. ont un sentiment de fierté vis-à-vis de leur histoire.

x 1 : + P. *mają historię, z której mogą być dumni*. → + P. ont une histoire dont ils peuvent être fiers.

Le verbe *szanować* (respecter)¹⁴ ainsi que sa forme nominale *poszanowanie* (le respect) sont ici associés au nom commun *historia* :

x 1 : + P. *mają poszanowanie dla tradycji, historii, religii*. *→ + P. ont du respect pour la tradition, l'histoire, la religion.

x 1 : + P. *szanują swoją historię i bohaterów narodowych*. *→ + P. respectent leur histoire et leurs héros nationaux.

On relève également l'énoncé suivant, avec le verbe *pamiętać* (se souvenir) et en complément le nom *historia*, qui exprime cet attachement des Polonais à leur histoire.

x 1 : + P. *pamiętają o swojej historii*. → + P. se souviennent de leur histoire.

• Un rapport martyrologique à l'Histoire

« *Polacy mają martyrologiczne podejście do historii* » → *Les Polonais ont un rapport martyrologique à l'histoire*

Dans 5 réponses de type négatif, un rapport martyrologique à l'histoire est reconnu aux Polonais.

Il est présenté uniquement par des répondants de l'ouest de la Pologne, faisant ou ayant fait des études supérieures.

Dans les trois phrases suivantes, on retrouve des termes religieux pour exprimer le rapport des Polonais à leur histoire, tels que *martyrologiczny* (martyrologique)¹⁵, *męczennik* (un martyr)¹⁶ ainsi que *mesjanizm* (le messianisme)¹⁷ ou encore *naród wybrany* (la nation élue).

¹³ D'après son acception : « estime de soi, sentiment de sa propre valeur » (en polonais : « poczucie własnej godności i wartości ») (SJP PWN 2012)

¹⁴ D'après son acception : « se comporter envers quelqu'un ou quelque chose avec respect » (en polonais : « odnosić się do kogoś, czegoś z szacunkiem ») (SJP PWN 2012)

¹⁵ D'après l'acception de *martyrologia* (le martyre) : « souffrance et martyre d'une nation ou des adeptes d'une religion » (en polonais : « cierpienie i męczeństwo narodu lub wyznawców jakiejś religii ») (SJP PWN 2012)

¹⁶ D'après son acception : « homme qui souffre ou qui est mort pour défendre ses croyances » (en polonais : « człowiek, który cierpi lub który poniósł śmierć w obronie swoich przekonań ») (SJP PWN 2012)

- x 1 : - P. *mają martyrologiczne podejście do historii*. → - P. ont un rapport martyrologique à l'histoire.
- x 1 : - P. *uważają się za największych męczenników*. → - P. se considèrent comme les plus grands martyrs.
- x 1 : - P. *mesjanizm Polaków, « naród wybrany », wiecznie krzywdzony, wrogo nastawiony do wszystkich i wszystkiego*. *→ - P. messianisme polonais, « nation élue », perpétuellement maltraitée, orientée en ennemie contre tous et tout.

Cette victimisation des Polonais est aussi exprimée dans les phrases suivantes avec la répétition du nom commun *ofiara* (la victime)¹⁸, associé à des termes exprimant l'inéluctabilité, comme *wiecznie* (perpétuellement) et *los* (le destin) :

- x 1 : - P. *robią wiecznie z siebie ofiary*. → - P. font perpétuellement d'eux-mêmes des victimes.
- x 1 : - P. *ciagle marudzą i robią z siebie ofiary losu*. *→ - P. râlent tout le temps et font d'eux des victimes du destin.

- **Une histoire difficile**

« *Polacy mają trudną historię* » → *Les Polonais ont une histoire difficile*

L'histoire difficile des Polonais est présentée par les jeunes dans trois réponses, deux fois de manière négative et une fois de manière positive.

Elle est mise en avant par des jeunes de différents types.

Dans les deux premières phrases, on note le nom commun *historia* (l'histoire)¹⁹, qualifié par l'adjectif *trudny* (difficile)²⁰ ou *smutny* (triste)²¹ :

- x 1 : - P. *mają trudną historię*. → - P. ont une histoire difficile.
- x 1 : + P. *mają piękną choć smutną historię*. *→ + P. ont une belle histoire bien que triste.

¹⁷ D'après son acception : « croyance mystique dans le rôle de sa propre nation, considérée comme choisie par Dieu pour accomplir une certaine mission » (en polonais : « mistyczna wiara w posłannictwo własnego narodu jako wybranego przez Boga do wypełnienia pewnej misji ») (SJP PWN 2012)

¹⁸ D'après son acception : « personne ou animal qui a été blessé ou qui a perdu la vie ensuite de violences » (en polonais : « osoba lub zwierzę, które doznały jakiejś krzywdy lub straciły życie wskutek przemocy ») (SJP PWN 2012)

¹⁹ D'après son acception : « processus de développement de la société et de la nature » (en polonais : « proces rozwoju życia społecznego lub przyrody ») (SJP PWN 2012)

²⁰ D'après son acception : « qui requiert, apporte beaucoup de difficultés, qui ne peut être rapidement atteint, obtenu, assimilé, compris » (en polonais : « wymagający, nastęrczający wiele trudu, niedający się szybko osiągnąć, uzyskać, przyswoić, zrozumieć ») (SJP PWN 2012)

²¹ D'après son acception : « regrettable/malheureux » (en polonais : « godny pożałowania ») (SJP PWN 2012)

Dans la dernière phrase, l'existence d'une histoire de la Pologne est même niée avec le groupe verbal *nie mieć* (ne pas avoir) complété par le nom commun *historia* (histoire) :

x 1 : - P. *nie mają historii swojego kraju.* → - P. n'ont pas d'histoire de leur pays.

- **Occurrences uniques ou doubles de caractéristiques relevant de l'aspect historique dans la compréhension du gentilé *Polacy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect historique dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : une belle histoire (1), une histoire intéressante (1), une histoire riche (1) et une histoire révélatrice du caractère polonais (1).

Comme caractéristique négative, on trouve : l'oubli de leur histoire (2).

9.2. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *NIEMCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 37 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect historique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais (caractéristiques cette fois d'ordre hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 26 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°54).

- **Le mal commis pendant la Seconde Guerre mondiale**

« *Niemcy zrobili wiele złego podczas wojny* » → *Les Allemands ont fait beaucoup de mal pendant la guerre*

Les actes des Allemands pendant la Seconde Guerre mondiale entrent dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais. Ils reviennent dans 12 réponses comme caractéristique négative.

Les jeunes de Pologne orientale sont nombreux à mettre en avant cette caractéristique, en regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés (5 de l'ouest, 6 de l'est - ces derniers sont près de deux fois moins nombreux dans l'échantillon, et un dont l'origine n'est pas renseignée). On remarque également que la très grande majorité n'a jamais été en Allemagne (un y a déjà été, 10 jamais, un non renseigné) et n'a jamais fait la connaissance d'un Allemand (un a déjà fait connaissance avec l'un d'eux, 10 jamais, un non renseigné).

On note tout d'abord trois phrases présentant l'invasion de la Pologne en 1939 avec le groupe verbal *napadać na* (assaillir, attaquer)²², complété par le nom *Polska* (la Pologne) ou bien *nas* (nous), ainsi que par la date 1939, mentionnée deux fois :

x 1 : - N. *napadli na Polskę w 1939*. → - A. ont assailli la Pologne en 1939.

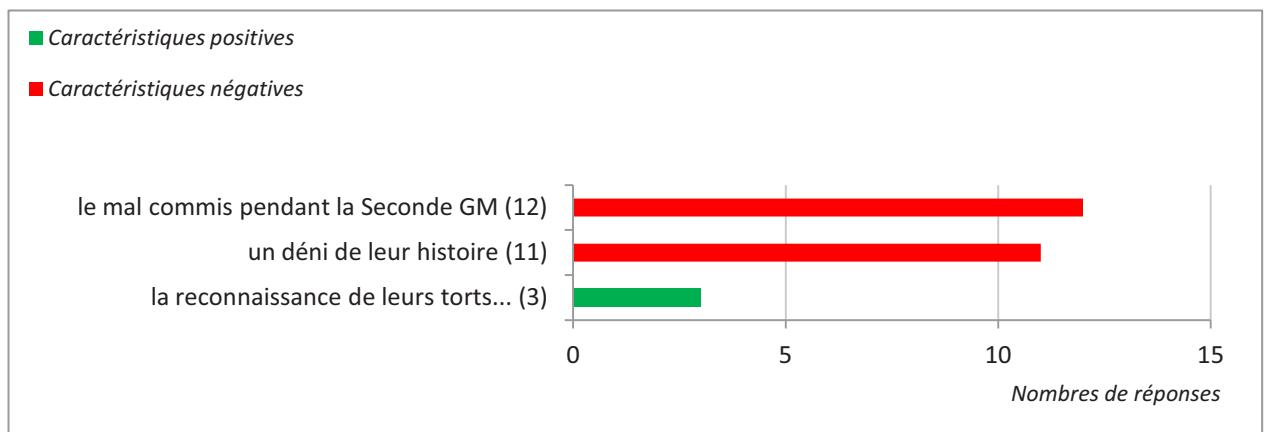
x 1 : - N. *napadli na nas w 1939*. → - A. nous ont assaillis en 1939.

x 1 : - N. *napadli na Polskę*. → - A. ont assailli la Pologne.

Dans trois autres réponses, on note le groupe nominal *wojna światowa* (une guerre mondiale) précédé d'un verbe indiquant la responsabilité, deux fois avec *wywolać* (provoquer, déclencher) et

²² D'après son acception : « agir contre quelqu'un ou quelque chose en recourant à la violence » (en polonais : « występować przeciwko komuś lub czemuś używając przemocy ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°54. Caractéristiques relevant de l'aspect historique - gentilé « Niemcy »



une fois avec *doprowadzić do* (conduire à) :

x 1 : - N. *doprowadzili do II Wojny Światowej*. → - A. ont conduit à la Seconde Guerre mondiale.

x 1 : - N. *wywołali II Wojnę Światową*. → - A. ont provoqué la Seconde Guerre mondiale.

x 1 : - N. *wywołali wojnę światową a nie ponieśli tego konsekwencji*. *→ - A. ont provoqué une guerre mondiale et n'en ont pas payé les conséquences.

La dernière phrase citée ci-dessus, avec la proposition *nie ponieśli tego konsekwencji* (n'en ont pas payé les conséquences - de la Seconde Guerre mondiale) fait écho à la suivante, où il est aussi question d'un non dédommagement des dégâts causés pendant la Seconde Guerre mondiale :

x 1 : - N. *nie wypłacili Polakom odszkodowań za zniszczenia z czasów II Wojny Światowej*. → - A. n'ont pas dédommagé les Polonais des dégâts de la Seconde Guerre mondiale.

On remarque encore 5 phrases mettant en avant de manière négative différents actes commis pendant la Seconde Guerre mondiale ou encore Hitler :

x 1 : - N. *przewodili badania na ludziach podczas II Wojny Światowej*. → - A. ont fait des expériences sur les gens pendant la Seconde Guerre mondiale.

x 1 : - N. *wzbogacili się poprzez okradanie innych (II Wojna)*. → - A. se sont enrichis en volant les autres (Seconde Guerre).

x 1 : - N. *zrobili wiele złego podczas wojny*. → - A. ont fait beaucoup de mauvaises choses pendant la guerre.

x 1 : - N. *mieli Hitlera*. → - A. ont eu Hitler.

x 1 : - N. *zabili wielu Polaków*. → - A. ont tué beaucoup de Polonais.

• Un déni de leur histoire

« *Niemcy wypierają się swojej historii* » → *Les Allemands renient leur histoire*

Le déni des Allemands de leur histoire, et en particulier de leur histoire durant la Seconde Guerre mondiale, figure comme caractéristique négative des Allemands, dans 11 réponses des jeunes Polonais. Cette caractéristique est mise en avant par un bon nombre de jeunes qui sont déjà allés en Allemagne (7 ont déjà été en Allemagne, deux jamais, deux non renseigné).

Différentes expressions associées aux noms *historia* (l'histoire)²³ ou *przeszłość* (le passé)²⁴ indiquent

²³ D'après son acception : « processus de développement de la société et de la nature » (en polonais : « proces rozwoju życia społecznego lub przyrody ») (SJP PWN 2012)

le déni. Il s'agit des expressions *wypierać się* (nier, désavouer)²⁵, *zaprzeczyć* (nier)²⁶, *odcinać się* (se couper)²⁷, *nie akceptować* (ne pas accepter)²⁸. On relève un groupe nominal de sens similaire, *problem z zaakceptowaniem* (un problème d'acceptation) :

- x 1 : - N. *wypierają się swojej historii*. → - A. renient leur histoire.
- x 1 : - N. *próbują zaprzeczyć historii*. → - A. essaient de nier l'histoire.
- x 1 : - N. *odcinają się od swojej historii*. → - A. se coupent de leur histoire.
- x 1 : - N. *nie akceptują swojej przeszłości*. → - A. n'acceptent pas leur passé.
- x 1 : - N. *mają problem z zaakceptowaniem swojej przeszłości*. → - A. ont un problème avec l'acceptation de leur passé.

La phrase suivante exprime aussi l'idée de déni, quoique de manière plus modérée avec le verbe *pomniejszać* (diminuer)²⁹, qui prend pour complément *zbrodnia nazistowska* (le crime nazi) :

- x 1 : - N. *(niektórzy) pomniejszają znaczenie zbrodni nazistowskich*. → - A. (certains) diminuent l'importance des crimes nazis.

Dans les 4 phrases suivantes, on relève un ensemble de termes exprimant le mensonge, comme *kłamać* (mentir)³⁰, *falszować* (falschifier)³¹, *wybielić* (blanchir)³² et *przekłamać* (mensonger)³³, avec trois fois pour complément *II Wojna (Światowa)* (la Seconde Guerre [mondiale]) ou encore *historia* (l'histoire):

- x 1 : - N. *kłamią na temat II Wojny Światowej*. → - A. mentent au sujet de la Seconde Guerre mondiale.
- x 1 : - N. *czasami próbują fałszować historię II Wojny*. → - A. essaient de temps en temps de falsifier l'histoire de la Seconde Guerre (mondiale).
- x 1 : - N. *chcą zapomnieć, a często też « wybielić » historię, przeszłość*. → - A. veulent oublier, mais aussi

²⁴ D'après son acception : « le temps qui s'est écoulé ; aussi : ce qui s'est passé pendant ce temps » (en polonais : « czas, który minął ; też : to, co zdarzyło się w tym czasie ») (SJP PWN 2012)

²⁵ D'après son acception : « nier que l'on a fait, dit quelque chose » (en polonais : « zaprzeczyć, że się coś zrobiło, powiedziało ») (SJP PWN 2012)

²⁶ D'après son acception : « douter de la vérité de quelque chose, refuser la pertinence de quelque chose » (en polonais : « zakwestionować prawdziwość czegoś, odmówić czemuś słuszności ») (SJP PWN 2012)

²⁷ D'après son acception : « rompre avec quelque chose ou quelqu'un, aussi : ne pas prendre part à quelque chose, adopter une opinion dissidente dans une affaire » (en polonais : « zerwać z czymś lub z kimś ; też : nie wziąć w czymś udziału, zająć odrębne stanowisko w jakiejś sprawie ») (SJP PWN 2012)

²⁸ D'après l'acception de *akceptować* : « approuver, agréer » (en polonais : « aprobować, zatwierdzać ») (SJP PWN 2012)

²⁹ D'après son acception : « réduire la taille, le nombre ou l'intensité de quelque chose » (en polonais : « czynić coś mniejszym pod względem rozmiarów, liczby lub intensywności ») (SJP PWN 2012)

³⁰ D'après son acception : « dire consciemment quelque chose de faux » (en polonais : « świadomie mówić nieprawdę ») (SJP PWN 2012)

³¹ D'après son acception : « contrefaire » (en polonais : « podrabiać coś ») (SJP PWN 2012)

³² D'après son acception : « disculper » (en polonais : « oczyścić z zarzutów ») (SJP PWN 2012)

³³ D'après l'acception du verbe *przekłamać* : « fournir une information partiellement modifiée, déformée, mais vraie en apparence » (en polonais : « podać informację częściowo zmienioną, przeinaczoną, tylko pozornie prawdziwą ») (SJP PWN 2012)

souvent « blanchir » l'histoire, le passé.

x 1 : - N. *mają przekłamaną historię dotyczącą Polaków - np. podczas II Wojny Światowej uważają że to Polacy pierwsi zaatakowali.* → - A. ont une histoire mensongère concernant les Polonais - par ex. pendant la Seconde Guerre mondiale, ils considèrent que ce sont les Polonais qui ont attaqué les premiers.

Une autre occurrence évoque également cette idée de mensonge concernant l'histoire, avec le verbe *tworzyć* (créer) associé au nom commun *historia* (l'histoire) :

x 1 : - N. *tworzyli « wojenną » historię.* → - A. ont créé une histoire de la guerre.

- **La reconnaissance de leurs torts après la Seconde Guerre mondiale**

Niemcy wzięli na siebie winę po II Wojnie Światowej → *Les Allemands ont reconnu leur culpabilité après la Seconde Guerre mondiale*

Le fait de reconnaître leur culpabilité après la Seconde Guerre mondiale est envisagé trois fois par les jeunes Polonais comme trait positif.

Cette caractéristique est uniquement présentée par des jeunes hommes de l'ouest de la Pologne.

Dans chacune de ces phrases, on relève le nom commun *wina* (la faute, la responsabilité)³⁴, ainsi que des expressions signifiant la prise de responsabilité ou le dédommagement *przeprosić za swoje winy* (s'excuser pour leurs fautes), *pomóc ludziom (...) uszkodzonym* (aider les gens ... qui ont connu des dommages), *zrekompensować moralne szkody* (dédommager les dommages moraux) et encore *mieć poczucie winy* (avoir un sentiment de culpabilité). La référence à la Seconde Guerre mondiale est faite au moyen des termes suivants : *II Wojna Światowa* (la Seconde Guerre mondiale) et *powojenny* (après la guerre).

x 1 : + N. *potrafili (w większości i w przeciwieństwie do Roskich) szybko przeprosić za swoje winy po II Wojnie Światowej.* → + A. parvinrent (pour la majorité et au contraire des Russes) rapidement à s'excuser pour leurs fautes après la Seconde Guerre mondiale.

x 1 : + N. *wykonali pewne działania mające na celu pomóc ludziom bezpośrednio lub pośrednio uszkodzonym podczas II wojny światowej, wzięli na siebie winę.* → + A. ont réalisé certaines actions ayant pour but d'aider, de manière directe ou indirecte, les gens victimes de la Seconde Guerre mondiale, ils ont reconnu leur culpabilité.

³⁴ D'après ses acceptions : « mauvaise action commise par quelqu'un » (en polonais : « popełniony przez kogoś zły czyn ») et « responsabilité morale pour une mauvaise action commise » (en polonais : « moralna odpowiedzialność za popełniony zły czyn ») (SJP PWN 2012)

x 1 : + N. *starają się zrekompensować moralne szkody powojenne (mają poczucie winy)*. → + A. essayent de dédommager les dommages moraux de la guerre (ils ont un sentiment de culpabilité).

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect historique dans la compréhension du gentilé *Niemcy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles relatives à l'aspect historique, dans la compréhension du gentilé *Niemcy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : leur défaite lors de la Seconde Guerre mondiale (2) et la chute du Mur de Berlin (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : l'histoire allemande (en général) (2), un passé historique tel qu'ils ne seront jamais amis avec les Polonais (1), le fait de ne pas avoir assez payé pour les actes qu'ils ont commis lors de la Seconde Guerre mondiale (2), une certaine sensibilité concernant leur histoire (1), la méconnaissance de leur histoire (1), leur désintérêt pour l'histoire en général (1).

9.3. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *FRANCUZI*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 6 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect historique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais. Seule une caractéristique est présentée dans trois énoncés (cf. graphique n°55).

- **La collaboration pendant la Seconde Guerre mondiale**

Francuzi kolaborowali w czasie II wojny światowej → *Les Français ont collaboré pendant la Seconde Guerre mondiale*

La collaboration des Français pendant la Seconde Guerre mondiale est évoquée par les jeunes Polonais comme caractéristique de type négatif à trois reprises.

Ce trait est mis en avant uniquement par des répondants de sexe masculin qui n'ont jamais été en France, ni fait la connaissance de Français.

Le verbe *kolaborować* (collaborer)³⁵ est employé deux fois :

x 2 : - F. *kolaborowali z Niemcami*. → - F. ont collaboré avec les Allemands.

On note également la phrase suivante où est induite selon nous l'idée de collaboration :

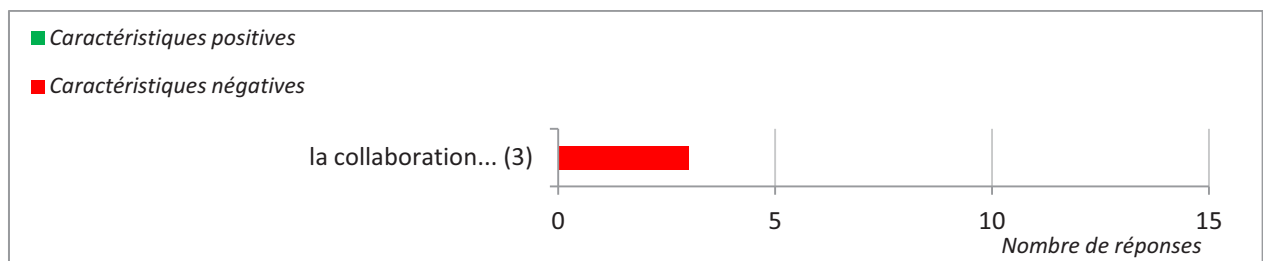
x 1 : - F. *zostawili nas w czasie II wojny światowej*. → - F. nous ont abandonnés pendant la Seconde Guerre mondiale.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect historique dans la compréhension du gentilé *Francuzi***

On trouve trois autres caractéristiques positives de type historique attribuées aux Français : de nombreux monuments historiques (1), Napoléon Bonaparte (1) et une histoire intéressante (1).

³⁵ D'après son acception : « pratiquer une collaboration » (en polonais : « uprawiać kolaborację »)

Graphique n°55. Caractéristiques relevant de l'aspect historique - gentilé « Francuzi »



9.4. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *EUROPEJCZYCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 15 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect historique, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre à la fois auto- et hétéro-stéréotypique). Parmi ces réponses, 7 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°56).

- **Une histoire riche**

« *Europejczycy mają bogatą historię* » → *Les Européens ont une histoire riche*

La richesse historique entre dans la compréhension du gentilé *Europejczycy*. Elle est attribuée par les jeunes Polonais comme trait positif des Européens, dans 7 réponses.

Ce trait est mis en particulier en avant par des jeunes comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (deux de 18 à 21 ans, 5 de 22 à 25 ans).

On relève 5 fois l'expression *mieć bogatą historię* (avoir une histoire riche)³⁶. Trois fois la richesse historique des Européens est associée à leur richesse culturelle.

x 3 : + E. *mają bogatą historię i kulturę*. → + E. ont une histoire et une culture riches.

x 2 : + E. *mają bogatą historię*. → + E. ont une histoire riche.

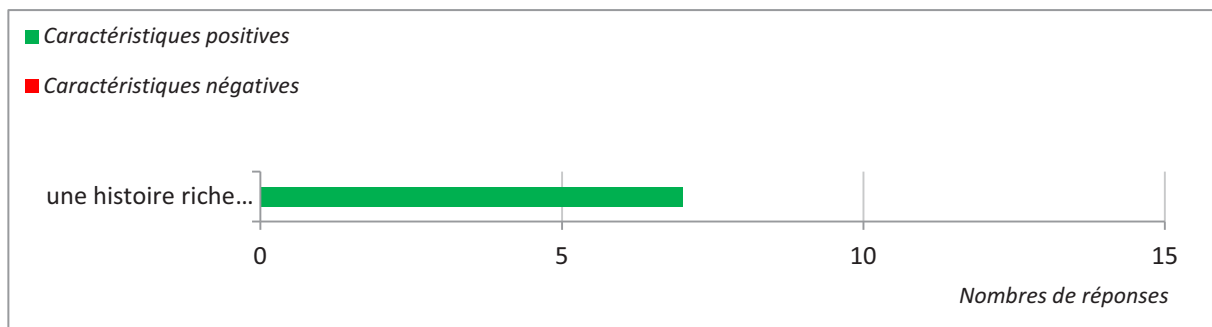
x 1 : + E. *mają długą i bogatą historię*. *→ + E. ont une histoire longue et riche.

L'expression *mieć długą historię* (avoir une longue histoire), qui apparaît dans la dernière phrase citée, est aussi repérée dans la suivante :

x 1 : + E. *mają długą i ciekawą historię*. → + E. ont une histoire longue et intéressante.

³⁶ D'après l'acception de *historia* (l'histoire) : « processus de développement de la société et de la nature » (en polonais : « proces rozwoju życia społecznego lub przyrody ») et *bogaty* (riche) « abondant en quelque chose » (en polonais : « obfitujący w coś ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°56. Caractéristiques relevant de l'aspect historique - gentilé « Europejczycy »



- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect historique dans la compréhension du gentilé *Europejczycy***

On trouve encore des expressions uniques ou doubles, relatives à l'aspect historique dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais.

Parmi les caractéristiques positives, on relève : une histoire intéressante (2), une histoire longue (1), l'apprentissage de leur histoire (1) et le soin accordé à leur patrimoine historique (1).

Parmi les caractéristiques négatives, on trouve : une histoire tourmentée (2) et la Seconde Guerre mondiale (1).

9.5. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

L'influence des différents facteurs sociaux et environnementaux sur la compréhension des gentilés dans leur aspect historique est décelable dans l'enquête, à l'exception des gentilés *Francuzi* et *Europejczycy*, peu de caractéristiques de type historique ayant été attribuées aux Français et Européens. Comme nous l'avons vu, en comparaison des gentilés *Polacy* et *Niemcy*, les occurrences de caractéristiques de type historique attribuées au moins à trois reprises relativement aux gentilés *Francuzi* et *Europejczycy* sont très peu nombreuses : on ne compte qu'une caractéristique pour l'un comme pour l'autre. Pour ces gentilés, l'influence des facteurs sociaux et environnementaux sur l'attribution des caractéristiques de type historique n'est donc pas décelable, l'échantillon n'est ici pas suffisamment représentatif. Par souci de régularité, nous indiquons tout de même l'ensemble des données statistiques qui se rapportent aux 4 gentilés, tout en relativisant la représentativité des résultats relatifs au gentilé *Francuzi* et *Europejczycy*.

- **Influence du sexe des répondants**

Les jeunes hommes attribuent davantage de caractéristiques de type historique aux différents gentilés que les jeunes femmes. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type historique dont les répondants ont indiqué leur sexe, 57% des occurrences sont indiquées par des hommes et 43% par des femmes, or les hommes représentent 48% de l'échantillon d'enquêtés et les femmes 52%³⁷. Les hommes comprennent dans leur aspect historique plus que les femmes les gentilés *Francuzi* (100% d'occurrences indiquées par des hommes), puis les gentilés *Niemcy* (62% d'occurrences indiquées par des hommes pour 38% par des femmes) et *Polacy* (50% d'occurrences indiquées par des hommes, 50% par des femmes). Les femmes sont par contre un peu plus nombreuses que les hommes à comprendre le gentilé *Europejczycy* dans son aspect historique (57% d'occurrences indiquées par des femmes contre 43% par des hommes).

Concernant l'attribution de caractéristiques particulières en fonction du sexe des répondants, seuls les jeunes hommes se distinguent dans l'attribution aux Allemands de la reconnaissance de leurs torts après la Seconde Guerre mondiale, et aux Français de la collaboration pendant la Seconde Guerre mondiale (dans les deux cas, trois hommes uniquement).

³⁷ Sur l'ensemble des 25 occurrences de caractéristiques de type historique (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 12 sont indiquées par des hommes et 12 par des femmes (pour une occurrence, le sexe du répondant n'est pas renseigné). Pour les 26 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 16 sont indiquées par des hommes et 10 par des femmes. Pour les 3 occurrences de caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, elles sont toutes formulées par des hommes. Pour les 7 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 3 sont indiquées par des hommes et 4 par des femmes.

- **Influence de l'âge des répondants**

Les répondants les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans) sont plus nombreux que les plus jeunes (de 18 à 21 ans) à comprendre l'ensemble des gentilés dans leur aspect historique. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type historique dont les répondants ont indiqué leur âge, 60% des occurrences sont indiquées par les jeunes de 22 à 25 ans pour 40% par des jeunes de 18 à 21 ans, or les jeunes de 22 à 25 ans représentent 53% de l'échantillon des enquêtés et les jeunes de 18 à 21 ans 47%³⁸. Tout d'abord, les répondants les plus âgés de l'échantillon comprennent dans leur aspect historique davantage que les plus jeunes le gentilé *Polacy* (74% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 26% par des jeunes de 18 à 21 ans), puis *Europejczycy* (71% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 29% par des jeunes de 18 à 21 ans) et le gentilé *Francuzi* (67% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 33% par des jeunes de 18 à 21 ans). Cependant les plus jeunes comprennent davantage que les plus âgés le gentilé *Niemcy* dans son aspect historique (56% d'occurrences indiquées par des jeunes de 18 à 21 ans pour 44% par des jeunes de 22 à 25 ans).

Les répondants les plus âgés de l'échantillon se distinguent en particulier dans l'attribution aux Polonais d'un vécu perpétuel de l'histoire et du passé (deux de 18 à 21 ans, 7 de 22 à 25 ans) et aux Européens d'une histoire riche (deux de 18 à 21 ans, 5 de 22 à 25 ans).

- **Influence du niveau d'études des répondants**

Les jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures envisagent les différents gentilés dans leur aspect historique à peine plus que les jeunes faisant ou ayant fait des études : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type historique dont les répondants ont indiqué leur niveau d'études, 64% sont indiquées par des jeunes faisant ou ayant fait des études et 36% par des jeunes n'ayant pas fait d'études, or les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures représentent 66% de l'échantillon d'enquêtés et ceux n'ayant pas fait d'études 34%³⁹. En regard de leur proportion dans

³⁸ Sur l'ensemble des 25 occurrences de caractéristiques de type historique (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 17 sont indiquées par les plus âgés et 6 par les plus jeunes (pour 2 occurrences, l'âge n'est pas renseigné). Pour les 26 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Niemcy*, 11 sont indiquées par les plus âgés et 14 par les plus jeunes (pour une occurrence, l'âge du répondant n'est pas renseigné). Pour les 3 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, 2 sont indiquées par les plus âgés et 1 par un des plus jeunes. Enfin, pour les 7 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 5 ont été indiquées par les plus âgés, 2 par les plus jeunes.

³⁹ Sur les 25 occurrences de caractéristiques de type historique relatives au gentilé *Polacy*, répétées au moins à trois reprises, 7 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 16 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour 2 occurrences, le niveau d'études des répondants n'a pas été renseigné). Pour les 26 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 11 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures contre 14 par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour la dernière occurrence, le niveau d'études du répondant n'a pas été renseigné). Pour les 3

l'échantillon, les répondants qui n'ont pas fait d'études supérieures comprennent le gentilé *Niemcy* dans son aspect historique davantage que ceux qui font ou ont fait des études (44% sans études, 56% avec). Par contre, les jeunes qui font ou ont fait des études sont plus nombreux à comprendre dans leur aspect historique le gentilé *Polacy* (70% avec études, 30% sans) et les gentilés *Europejczycy* (71% avec études, 29% sans) et *Francuzi* (67% avec études, 33% sans) qui, comme nous l'avons indiqué, comptent tout deux très peu d'occurrences de type historique.

Concernant l'attribution de caractéristiques particulières de type historique, en fonction du niveau d'études des répondants, on remarque que les jeunes ayant fait des études se distinguent dans l'attribution aux Polonais d'un rapport martyrologique à l'Histoire (5 avec études uniquement).

- **Influence de l'origine géographique occidentale ou orientale des répondants**

Les jeunes de Pologne occidentale et orientale comprennent tout autant les gentilés dans leur aspect historique. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type historique dont les répondants ont indiqué leur région d'origine, 64% des occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale et 36% par des jeunes de Pologne orientale, or les jeunes de Pologne occidentale représentent également 64% de l'échantillon d'enquêtés et ceux de Pologne orientale 36%⁴⁰. Cependant des différences apparaissent entre les gentilés. Les jeunes de Pologne occidentale comprennent dans leur aspect historique davantage que ceux de Pologne orientale les gentilés *Polacy* (71% d'occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 29% de Pologne orientale), puis *Francuzi* (67% de Pologne occidentale pour 33% de Pologne orientale). En regard de leur proportion dans l'échantillon, les jeunes de Pologne orientale comprennent cependant plus dans leur aspect historique les gentilés *Europejczycy* (43% d'occurrences indiquées par des jeunes de Pologne orientale pour 57% de Pologne occidentale) et *Niemcy* (42% d'occurrences indiquées par des jeunes de Pologne orientale pour 58% de Pologne occidentale).

Les jeunes de Pologne occidentale se distinguent dans l'attribution aux Polonais d'un rapport martyrologique à l'Histoire (5 de l'ouest uniquement) et aux Allemands de la reconnaissance de leurs

occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, une a été attribuée par un jeune n'ayant pas fait d'études, contre 2 par des jeunes faisant ou ayant fait des études. Pour les 7 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 2 occurrences ont été indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures et 5 par des jeunes faisant ou ayant fait des études.

⁴⁰ Sur les 25 occurrences de caractéristiques de type historique relatives au gentilé *Polacy*, 17 sont attribuées par des jeunes provenant de Pologne occidentale et 7 provenant de Pologne orientale (une occurrence a été formulée par un répondant qui n'a pas indiqué son origine géographique). Sur les 26 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 14 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 10 par des jeunes de Pologne orientale (2 occurrences ont été formulées par des répondants n'ayant pas renseigné leur origine géographique). Sur les 3 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 2 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et une par un jeune de Pologne orientale. Enfin, pour les 7 occurrences relatives au gentilé *Europejczycy*, 4 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et 3 par des jeunes de Pologne orientale.

torts après la Seconde Guerre mondiale (trois jeunes de l'ouest uniquement). Ceux de Pologne orientale sont pour leur part particulièrement nombreux, en regard de leur proportion dans l'échantillon, à attribuer aux Allemands le mal commis pendant la Seconde Guerre mondiale (5 de l'ouest, 6 de l'est, un non renseigné).

- **Influence de la taille des villes des répondants**

En observant le nombre d'occurrences de caractéristiques formulées par les jeunes en fonction de la taille des villes dont ils proviennent, on remarque que ceux provenant des plus grandes villes comprennent presque tout autant les gentilés dans leur aspect historique que ceux des plus petites villes : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type historique dont les répondants ont indiqué leur ville d'origine, 48% ont été attribuées par des jeunes originaires de villes de moins de 100 000 habitants (ces derniers représentent 47% de l'échantillon d'enquêtés) et 52% par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (53% de l'échantillon d'enquêtés)⁴¹. Les jeunes issus des plus petites villes attribuent en particulier des traits de type historique aux Allemands (58% des occurrences sont indiquées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants, 42% par des jeunes de villes de plus de 100 000). Les jeunes originaires des plus grandes villes attribuent cependant davantage de traits de type historique aux Polonais (58% de plus de 100 000 habitants, 42% de moins de 100 000), ainsi qu'aux Français (67% de plus de 100 000 habitants, 33% de moins de 100 000), et aux Européens (57% de villes de plus de 100 000 habitants, 43% de moins de 100 000) qui ont très peu été décrits dans leur aspect historique.

La taille des villes des répondants n'a pas influencé notablement l'attribution de caractéristiques particulières de type historique.

⁴¹ Sur l'ensemble des 25 occurrences de caractéristiques de type historique relatives au gentilé *Polacy*, 10 sont indiquées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 14 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour une occurrence, l'origine géographique du répondant n'est pas renseignée). Sur les 26 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Niemcy*, 14 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 10 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour 2 occurrences, l'origine géographique des répondants n'est pas renseignée). Sur les 3 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, une est indiquée par un jeune issu d'une ville de moins de 100 000 habitants et 2 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants. Enfin, sur les 7 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczyzy*, 3 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 4 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants.

- **Influence du niveau de connaissance des personnes et des territoires décrits par les répondants**

Qu'il s'agisse de l'Allemagne et des Allemands ou de la France et des Français, le fait de ne pas connaître le pays et ses habitants favorise chez les jeunes Polonais l'attribution de caractéristiques de type historique. En ce qui concerne le gentilé *Niemcy*, si les jeunes Polonais de l'échantillon ayant renseigné leur niveau de connaissance de l'Allemagne sont environ 50% à y avoir été et 50% à ne pas y avoir été, on observe que seulement 38% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type historique, relative au gentilé *Niemcy*, ont été en Allemagne, pour 62% qui n'y ont jamais été⁴². Il en est de même pour le niveau de connaissance des Allemands des jeunes leur ayant conféré des caractéristiques de type historique. Si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 41% à avoir fait la connaissance d'un Allemand et 59% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on observe que seulement 24% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type historique ont déjà fait la connaissance d'un Allemand, pour 76% qui n'ont jamais fait connaissance avec l'un d'eux⁴³. Pour les trois uniques occurrences de type historique relatives au gentilé *Francuzi*, le fait de ne pas connaître le pays et ses habitants semble aussi avoir favorisé l'attribution des caractéristiques de ce type : ces trois occurrences ont été formulées par des jeunes qui n'ont jamais été en France et qui n'ont jamais rencontré de Français.

On observe que les jeunes qui ont déjà été en Allemagne se distinguent dans l'attribution aux Allemands du déni de leur histoire (7 déjà en Allemagne, deux jamais, deux non renseigné) et ceux qui n'ont jamais fait la connaissance d'un Allemand dans l'attribution du mal commis pendant la Seconde Guerre mondiale (un qui a déjà fait la connaissance d'un Allemand, 10 jamais, un non renseigné).

⁴² Sur les 26 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 8 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en Allemagne, 13 par des jeunes n'y ayant jamais été et 5 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance du pays.

⁴³ Sur les 26 occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands, 5 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Allemand, 16 par des jeunes n'ayant jamais fait la connaissance d'un Allemand et 5 par des jeunes n'ayant pas renseigné leur niveau de connaissance des habitants.

X. ASPECT RELIGIEUX

Le groupe d'aspect religieux comporte des mots et expressions se référant au rapport des Polonais, Allemands, Français et Européens à la religion et à Dieu, mais aussi aux symboles et aux valeurs religieuses, ainsi qu'aux traditions religieuses et aux croyances, d'après l'acception du nom *religion* : « rapport de l'homme à l'ordre du divin ou d'une réalité supérieure, tendant à se concrétiser sous la forme de systèmes de dogmes ou de croyances, de pratiques rituelles et morales » (TLFi 2003).

Sur l'ensemble des 2699 occurrences de caractéristiques formulées par les 137 jeunes Polonais de notre échantillon, 31 relèvent de l'aspect religieux dans la compréhension des gentilés *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands), *Francuzi* (les Français) et *Europejczycy* (les Européens). Les descriptions d'ordre religieux représentent donc 1% de l'ensemble des occurrences attribuées aux 4 gentilés par les jeunes Polonais : l'aspect religieux est invoqué en 10^{ème} et dernière position par les jeunes Polonais. Les écarts d'attribution sont cependant considérables entre le gentilé *Polacy* et les autres gentilés qui n'ont été que très peu, voire pas décrits sur le plan religieux : 21 des occurrences d'ordre religieux concernent le gentilé *Polacy* (soit 68%), 6 le gentilé *Francuzi* (19%), 4 le gentilé *Europejczycy* (13%) et aucune le gentilé *Niemcy* (0%) (cf. graphique n°57).

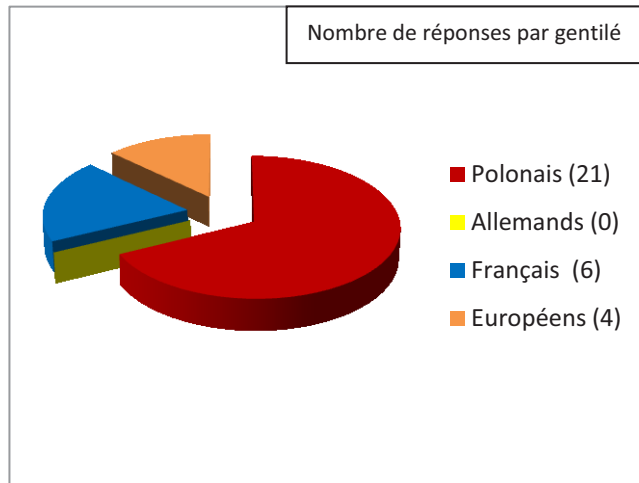
Sur l'ensemble des occurrences d'ordre religieux, on observe un total de 12 occurrences de caractéristiques de type positif pour 19 de type négatif. Ainsi, sur l'ensemble des réponses de type religieux, environ 39% présentent des occurrences de caractéristiques positives et 61 % de caractéristiques négatives. L'aspect religieux est donc appréhendé assez négativement par les jeunes Polonais : en considérant la proportion d'occurrences positives relative à chaque aspect, il arrive en 8^{ème} position. On remarque l'absence totale de réponses liées à la religion chez les Allemands ainsi que l'évaluation négative des 4 uniques réponses de type religieux portant sur les Européens. Les Polonais sont particulièrement critiques vis-à-vis de leur rapport à la religion (seulement 43% d'occurrences de type positif sur l'ensemble des caractéristiques d'ordre religieux)¹. Ils ne le sont que relativement

¹ 9 occurrences de type positif (dont 6 occurrences de caractéristiques répétées au moins à 3 reprises) pour 12 occurrences de type négatif (toutes répétées au moins à 3 reprises)

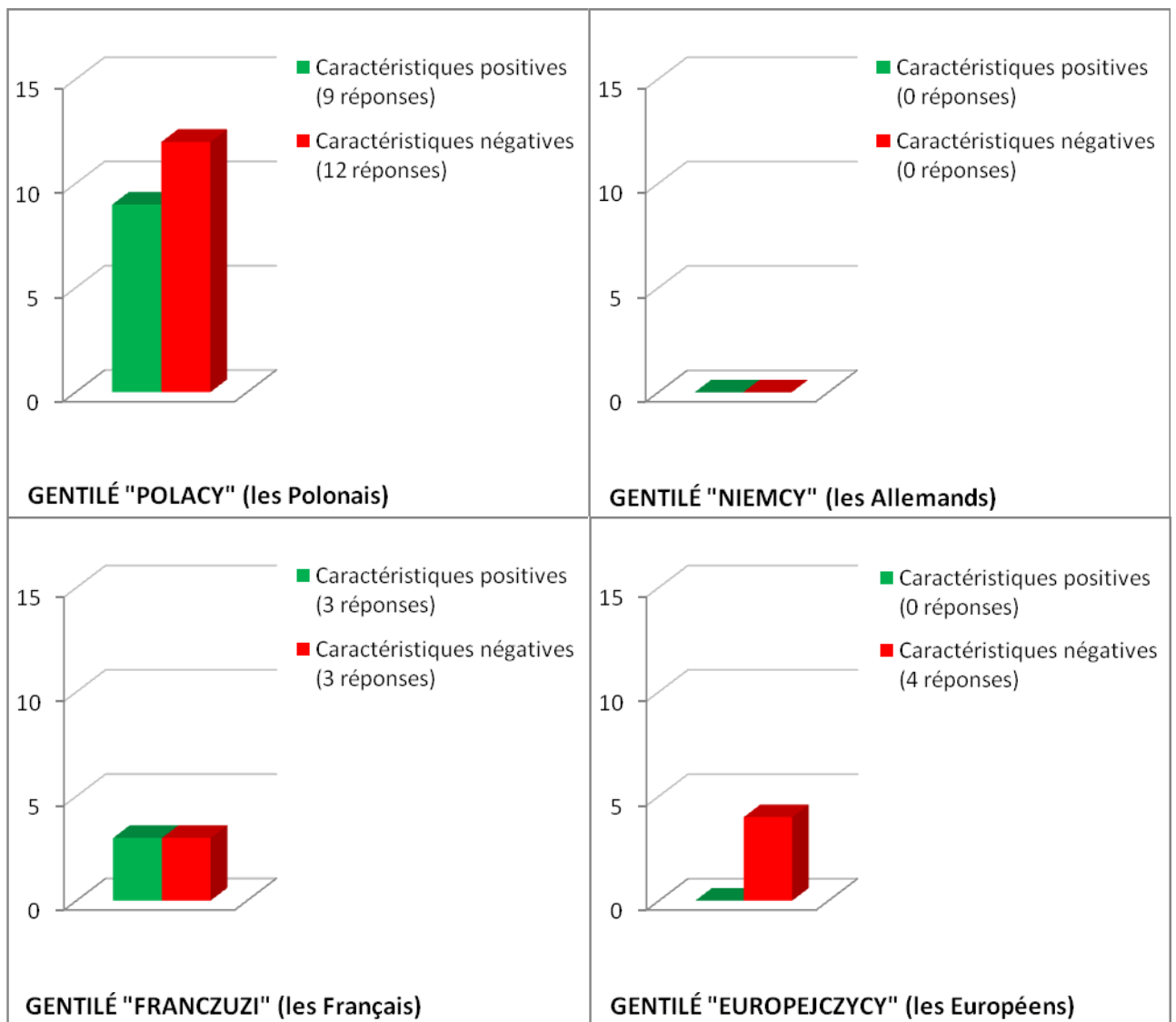
envers les Français (50%)² (cf. graphique n°58).

² 3 occurrences de type positif (toutes répétées au moins à 3 reprises) pour 3 occurrences de type négatif (toutes répétées au moins à 3 reprises également)

Graphique n°57. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect religieux



Graphique n°58. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect religieux



10.1. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *POLACY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 21 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect religieux, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. Nous rappelons qu'il s'agit de caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique, contrairement aux trois autres gentilés. Parmi ces réponses, 18 sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°59).

- **Un attachement à la religion**

« *Polacy są religijni* » → *Les Polonais sont religieux*

L'attachement à la religion entre dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais. C'est une caractéristique attribuée dans 18 réponses, 12 fois de manière négative et 6 fois de manière positive.

Ce trait est évoqué en particulier par des répondants comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (5 de 18 à 21 ans, 12 de 22 à 25 ans et un dont l'âge n'est pas renseigné), faisant ou ayant fait des études supérieures (4 sans études, 14 avec).

On note 8 fois l'adjectif *religijny* (religieux)³, deux fois dans des occurrences positives et 6 fois dans des occurrences négatives. Dans les deux phrases de type positif, cet adjectif est employé comme attribut du sujet sans complément.

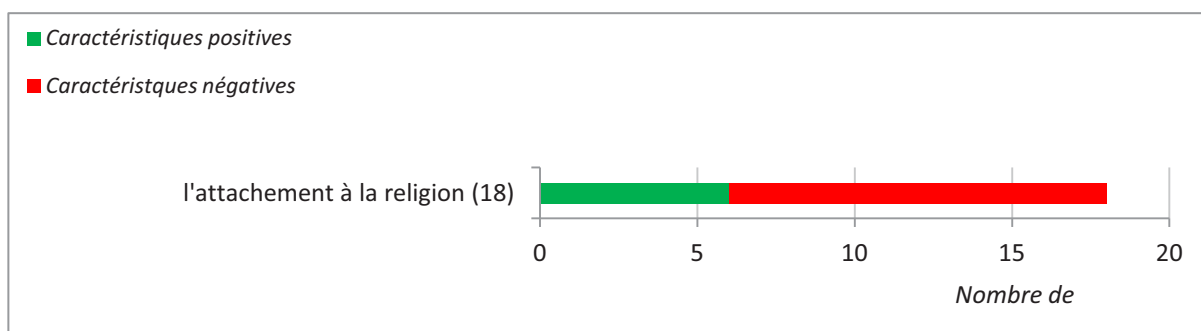
x 2 : + P. *są religijni*. → + P. sont religieux.

Les énoncés de type négatif comprennent des termes exprimant l'excès : des adverbes d'intensité comme *zbyt* (trop), *za* (trop, également) ou *przesadnie* (exagérément), ou encore trois fois le nom commun *fanatyk* (le fanatique)⁴.

³ D'après son acception: « qui se rapporte à la religion » (en polonais : « odnoszący się do religii ») et d'après l'acception de *religia* (la religion): « ensemble de croyances relatives à la genèse, à la structure et au but de l'existence de l'homme et du monde, ainsi que les formes d'organisation qui y sont liées » (en polonais : « zespół wierzeń dotyczących genezy, struktury i celu istnienia człowieka i świata oraz związane z tym formy organizacyjne ») (SJP PWN 2012)

⁴ D'après son acception: « personne sans esprit critique dévouée à une idée, intolérante envers les autres » (en polonais : « człowiek bezkrytycznie oddany jakiejś idei, nietolerancyjny względem innych ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°59. Caractéristiques relevant de l'aspect religieux - gentilé « Polacy »



- x 2 : - P. *są zbyt religijni*. → - P. sont trop religieux.
- x 1 : - P. *są trochę przesadnie religijni*. → - P. sont un peu exagérément religieux.
- x 1 : - P. *są zbytними fanatykami religijnymi*. → - P. sont trop des fanatiques religieux.
- x 1 : - P. *często są fanatykami religijnymi*. → - P. sont souvent des fanatiques religieux.
- x 1 : - P. *są religijnymi fanatykami*. → - P. sont des fanatiques religieux.

On relève une autre occurrence de type positif avec la forme nominale de *religijny*, *religia* (la religion), qui est associée aux noms *tradycja* (la tradition) et *historia* (l'histoire) :

- x 1 : + P. *mają poszanowanie dla tradycji, historii i religii*. *→ + P. ont du respect pour la tradition, l'histoire, la religion.

On trouve deux fois un parasyndrome de *religijny* (religieux), *wierzący* (croyant)⁵ employé de manière positive sans complément, puis de manière négative avec la locution adverbiale *aż tak* (à ce point) indiquant à nouveau l'excès :

- x 1 : + P. *są wierzący*. → + P. sont croyants.
- x 1 : - P. *są aż tak wierzący (dominacja Kościoła)*. → - P. sont à ce point croyants (domination de l'Église).

Dans le dernier énoncé de type négatif ci-dessus, on relève la mention de l'Église avec le nom *Kościół* (l'Église)⁶, qui est également employé dans les énoncés de type négatif suivants :

- x 1 : - P. *są pod dużym wpływem Kościoła*. *→ - P. sont très influencés par l'Église.
- x 1 : - P. *pozwalają Kościołowi mieszać się do polityki państwowej*. → - P. laissent l'Église se mêler de la politique de l'État.

L'adjectif *katolicki* (catholique)⁷ est employé 4 fois, deux fois dans des phrases de type positif et deux fois dans des phrases de type négatif. On remarque que dans les réponses positives, cet adjectif est épithète des noms *wartość* (une valeur) et *tradycja* (une tradition) :

- x 1 : + P. *przywiązani są do katolickich wartości*. → + P. sont attachés aux valeurs catholiques.
- x 1 : + P. *mają tradycje katolickie*. *→ + P. ont des traditions catholiques.

⁵ D'après son acception: « personne croyant en Dieu » (en polonais : « człowiek wierzący w Boga ») (SJP PWN 2012)

⁶ D'après son acception: « communauté des fidèles d'une confession religieuse, en particulier la communauté chrétienne » (en polonais : « wspólnota wiernych jednego wyznania religijnego, zwłaszcza wspólnota chrześcijańska ») (SJP PWN 2012)

⁷ D'après son acception: « relatif au catholicisme, aux catholiques » (en polonais : « dotyczący katolicyzmu, katolików ») (SJP PWN 2012)

x 1 : - P. - « *enklawa katolicka* » → - P. - « enclave catholique »

x 1 : - P. *uwważają się za naród katolicki, wybrany.* → - P. se considèrent comme une nation catholique, élue.

Dans le dernier énoncé ci-dessus, tout comme dans l'énoncé de type négatif suivant, on note le groupe nominal *naród wybrany* (une nation élue) :

x 1 : - P. - *mesjanizm Polaków, « naród wybrany », wiecznie krzywdzony, wrogo nastawiony do wszystkich i wszystkiego.* *→ - P. - messianisme des Polonais, « nation élue », perpétuellement maltraitée, orientée en ennemie contre tous et tout.

Nous soulignons que ces concepts de « messianisme », de « nation élue » et plus généralement de « martyrologie » ont été développés au XIX^{ème} siècle par les romantiques polonais. Alors que la Pologne avait disparu de la carte de l'Europe, partagée par la Prusse, l'Autriche et la Russie, Adam Mickiewicz a notamment développé l'idée de messianisme polonais, c'est-à-dire de sacrifice de la nation polonaise élue, à l'image du sacrifice du Christ, dans la troisième partie de la pièce *Dziady*.

- **Occurrences uniques ou doubles de caractéristiques relevant de l'aspect religieux dans la compréhension du gentilé *Polacy***

On trouve encore des occurrences uniques exprimant des caractéristiques de type positif, relatives à l'aspect religieux dans la compréhension du gentilé *Polacy* par les jeunes Polonais.

Ces caractéristiques positives sont : les cantiques de Noël (1), le fait d'être en théorie catholique (1) et la fermeture à l'Islam (1).

10.2. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *NIEMCY*

Nous n'avons relevé aucune occurrence de caractéristique de type religieux attribuée aux Allemands par les jeunes Polonais dans leurs descriptions.

10.3. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *FRANCUZI*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 6 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect religieux, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique). Toutes sont des occurrences de caractéristiques évoquées au moins trois fois, que nous présentons par ordre d'importance (cf. graphique n°60).

- **La laïcité**

« *Francuzi są laikami* » → *Les Français sont laïcs*

La laïcité entre dans la compréhension du gentilé *Francuzi* par les jeunes Polonais. C'est une caractéristique attribuée à trois reprises aux Français, comme trait positif dans deux réponses et négatif dans une réponse.

Ce trait est mis en avant par des jeunes femmes, comptant parmi les plus âgées de l'échantillon (toutes de 22 à 25 ans) et faisant ou ayant fait des études supérieures.

Parmi les descriptions de type positif, on relève les deux phrases suivantes :

x 1 : + F. *są laikami - kościół został prawnie oddzielony od państwa.* → + F. sont des laïcs - l'Eglise a été juridiquement séparée de l'Etat.

x 1 : + F. *potrafią oddzielić religię od państwa.* → + F. parviennent à distinguer la religion de l'Etat.

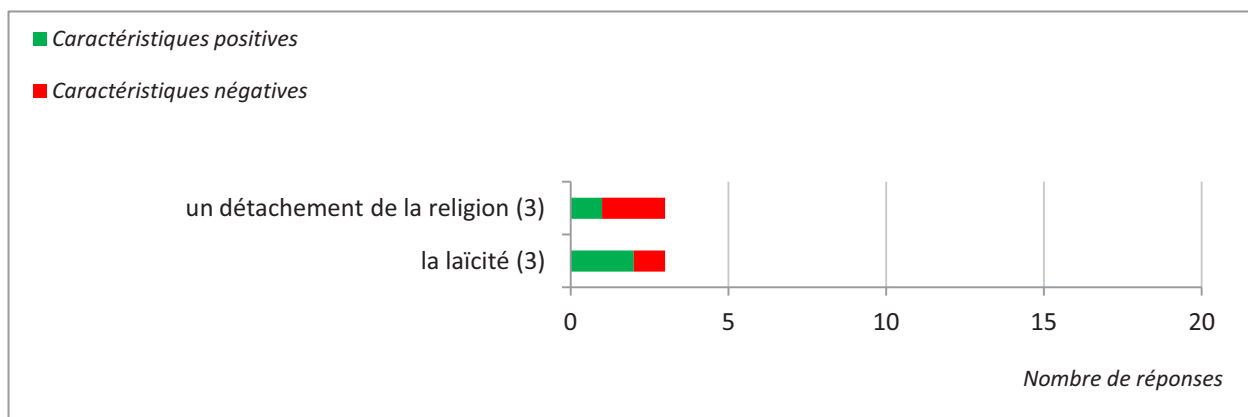
La laïcité est aussi évaluée négativement dans la réponse suivante, où apparaît la forme verbale du nom *laik* (laïc)⁸, *laicyzować* (laïciser)⁹ :

x 1 : - F. *zlaicyzowali Francję.* → - F. ont laïcisé la France.

⁸ D'après l'acception de *laicyzm* (la laïcité): « sécularisme » (en polonais : « świeckość ») (SJP PWN 2012)

⁹ D'après son acception: « donner à quelque chose un caractère laïc, retirer l'influence ou le pouvoir du clergé des divers domaines de la vie sociale » (en polonais : « nadawać czemuś charakter świecki, usuwać wpływ lub władzę duchowieństwa z różnych dziedzin życia społecznego ») (SJP PWN 2012)

Graphique n°60. Caractéristiques relevant de l'aspect religieux - gentilé « Francuzi »



- **Un détachement de la religion**

Francuzi nie są przywiązani do religii → Les Français ne sont pas attachés à la religion

Le détachement de la religion, attribué aux Français par les jeunes Polonais, est une caractéristique qui apparaît trois fois dans les réponses, une fois comme trait de type positif et deux fois de type négatif. Cette attitude est évoquée par des jeunes de différents profils.

Comme description de type positif, on relève l'énoncé suivant :

x 1 : + F. *nie są religijni.* → + F. ne sont pas religieux.

Les deux descriptions de type négatif portent sur la pratique ou sur les signes religieux :

x 1 : - F. *zakazali noszenia krucyfików.* → - F. ont interdit le port des crucifix.

x 1 : - F. *święta katolickie wykorzystują do celów komercyjnych, np. Boże Narodzenie to święto hipermarketów.* → - F. se servent des fêtes catholiques à des fins commerciales, par ex. Noël, c'est la fête des hypermarchés.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect religieux dans la compréhension du gentilé *Francuzi***

On ne trouve pas d'autres expressions de type religieux relatives au gentilé *Francuzi*.

10.4. CARACTÉRISTIQUES RELATIVES À LA COMPRÉHENSION DU GENTILÉ *EUROPEJCZYCY*

On compte sur l'ensemble des questionnaires un total de 4 occurrences de caractéristiques appartenant au groupe d'aspect religieux, en ce qui concerne la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais (caractéristiques d'ordre à la fois auto- et hétéro-stéréotypique). Ces 4 occurrences portent sur une même caractéristique (cf. graphique n°61).

- **Une distance vis-à-vis de la religion**

Europejczycy mają dystans do religii → Les Européens ont de la distance vis-à-vis de la religion

La distance vis-à-vis de la religion entre dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais. Cette caractéristique est accordée aux Européens dans 4 énoncés de type négatif. Elle est évoquée par des répondants comptant parmi les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans).

On trouve différentes formulations exprimant cette distance :

x 1 : - E. *są laicy*. → - E. sont laïcs.

x 1 : - E. *odchodzą od Kościoła katolickiego*. → - E. s'éloignent de l'Eglise catholique.

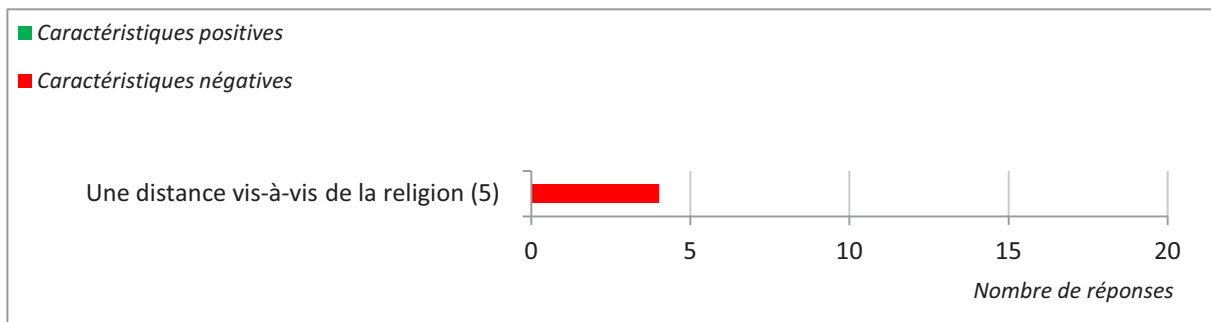
x 1 : - E. *nie traktują Kościoła poważnie*. → - E. ne prennent pas l'Eglise au sérieux.

x 1 : - E. *wierzą w Boga tylko na pokaz*. → - E. croient en Dieu seulement pour faire genre.

- **Occurrences uniques ou doubles relevant de l'aspect religieux dans la compréhension du gentilé *Europejczycy***

On ne relève aucune autre expression portant sur une caractéristique relative à l'aspect religieux dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* par les jeunes Polonais.

Graphique n°61. Caractéristiques relevant de l'aspect religieux - gentilé « Europejczycy »



10.5. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

L'influence des différents facteurs sociaux et environnementaux sur la compréhension des gentilés dans leur aspect religieux n'est clairement décelable dans l'enquête pour aucun des gentilés - peu de caractéristiques de type religieux ayant été attribuées aux quatre groupes. Comme nous l'avons vu, les occurrences de caractéristiques de type religieux attribuées au moins à trois reprises aux gentilés sont très peu nombreuses : on ne compte que 18 caractéristiques pour les Polonais, 6 pour les Français, 4 pour les Européens et aucune pour les Allemands. Pour ces différents gentilés, l'influence des facteurs sociaux et environnementaux sur l'attribution des caractéristiques de type religieux n'est donc pas clairement décelable, l'échantillon n'est ici pas suffisamment représentatif. Cependant par souci de régularité, nous indiquons tout de même l'ensemble des données statistiques qui se rapportent aux gentilés *Polacy*, *Francuzi* et *Europejczycy*, tout en relativisant la représentativité des résultats.

- **Influence du sexe des répondants**

Les jeunes femmes attribuent dans l'ensemble davantage de caractéristiques de type religieux aux gentilés que les jeunes hommes. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type religieux dont les répondants ont indiqué leur sexe, 56% des occurrences sont indiquées par des femmes et 44% par des hommes, or les femmes représentent 52% de l'échantillon d'enquêtés et les hommes 48%¹⁰. Les femmes comprennent dans leur aspect religieux plus que les hommes le gentilé *Francuzi* (100% d'occurrences indiquées par des femmes), cependant les hommes comprennent plus que les femmes dans cet aspect le gentilé *Europejczycy* (75% d'occurrences indiquées par des hommes pour 25% par des femmes) et un peu plus souvent, en regard de leur proportion dans l'échantillon, le gentilé *Polacy* (50% d'occurrences indiquées par des hommes et 50% par des femmes).

En ce qui concerne l'attribution de caractéristiques particulières en fonction du sexe des répondants, seules les jeunes femmes se distinguent dans l'attribution de la laïcité aux Français (trois femmes uniquement).

¹⁰ Sur l'ensemble des 18 occurrences de caractéristiques de type religieux (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 9 sont indiquées par des hommes et 9 par des femmes. Pour les 6 occurrences de caractéristiques relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, aucune n'est formulée un homme, 5 sont formulées par des femmes (pour une occurrence, le sexe du répondant n'est pas renseigné). Pour les 4 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczycy*, 3 sont indiquées par des hommes et une par une femme.

- **Influence de l'âge des répondants**

Les répondants les plus âgés de l'échantillon (de 22 à 25 ans) sont plus nombreux que les plus jeunes (de 18 à 21 ans) à comprendre l'ensemble des gentilés dans leur aspect religieux. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type religieux dont les répondants ont indiqué leur âge, 80% sont indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans, pour 20% par des jeunes de 18 à 21 ans, or les jeunes de 22 à 25 ans représentent 53% de l'échantillon d'enquêtés et ceux de 18 à 21 ans 47%¹¹. Tout d'abord, les répondants les plus âgés de l'échantillon comprennent dans leur aspect religieux davantage que les plus jeunes les gentilés *Francuzi* et *Europejczyzy* (100% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans), puis le gentilé *Polacy* (71% d'occurrences indiquées par des jeunes de 22 à 25 ans pour 29% par des jeunes de 18 à 21 ans).

En ce qui concerne l'attribution de caractéristiques particulières en fonction de l'âge des répondants, les plus âgés se distinguent notablement dans l'attribution aux Polonais de l'attachement à la religion (5 de 18 à 21 ans, 12 de 22 à 25 ans, un non renseigné), aux Français de la laïcité (trois de 22 à 25 ans uniquement) et aux Européens d'une distance vis-à-vis de la religion (4 de 22 à 25 ans uniquement).

- **Influence du niveau d'études des répondants**

Les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures comprennent plus que les jeunes n'ayant pas fait d'études les différents gentilés dans leur aspect religieux : en tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type religieux dont les répondants ont indiqué leur niveau d'études, 78% des occurrences sont indiquées par des jeunes faisant ou ayant fait des études et 22% par des jeunes n'ayant pas fait d'études, or les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures représentent 66% de l'échantillon d'enquêtés et ceux n'ayant pas fait d'études 34%¹². Les répondants qui font ou ont fait des études supérieures comprennent dans leur aspect religieux davantage que ceux qui n'ont pas fait d'études les gentilés *Francuzi* (100% avec études) et *Polacy* (78% avec études, 22% sans). Par

¹¹ Sur l'ensemble des 18 occurrences de caractéristiques de type religieux (évoquées au moins à 3 reprises) relatives à la compréhension du gentilé *Polacy*, 5 sont indiquées par les plus jeunes et 12 par les plus âgés (pour une occurrence, l'âge n'est pas renseigné). Pour les 6 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Francuzi*, aucune n'est indiquée par les plus jeunes, 4 sont indiquées par les plus âgés (pour 2 occurrences, l'âge n'est pas renseigné). Enfin, pour les 4 occurrences relatives à la compréhension du gentilé *Europejczyzy*, aucune n'est indiquée par les plus jeunes, 4 sont indiquées par les plus âgés.

¹² Sur les 18 occurrences de caractéristiques de type religieux relatives au gentilé *Polacy*, répétées au moins à trois reprises, 4 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études, contre 14 par des jeunes faisant ou ayant fait des études. Pour les 6 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, aucune n'est attribuée par un jeune n'ayant pas fait d'études, 5 sont attribuées par des jeunes faisant ou ayant fait des études (pour une occurrence, l'âge n'est pas renseigné). Pour les 4 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczyzy*, 2 occurrences sont indiquées par des jeunes n'ayant pas fait d'études supérieures et 2 par des jeunes faisant ou ayant fait des études.

contre, les jeunes qui n'ont pas fait d'études sont plus nombreux en regard de leur proportion dans l'échantillon à comprendre dans son aspect religieux le gentilé *Europejczycy* (50% sans études, 50% avec).

En ce qui concerne l'attribution de caractéristiques particulières en fonction du niveau d'études des répondants, les jeunes faisant ou ayant fait des études supérieures se distinguent de manière notable dans l'attribution aux Polonais de l'attachement à la religion (4 sans études, 14 avec) et aux Français de la laïcité (trois avec études uniquement).

- **Influence de l'origine géographique occidentale ou orientale des répondants**

Les jeunes de Pologne occidentale comprennent dans l'ensemble davantage les gentilés dans leur aspect religieux que ceux de Pologne orientale. En tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type religieux dont les répondants ont indiqué leur région d'origine, 72% des occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale et 28% par des jeunes de Pologne orientale, or les jeunes de Pologne occidentale représentent 64% de l'échantillon d'enquêtés et ceux de Pologne orientale 36%¹³. Les jeunes de Pologne occidentale comprennent dans leur aspect religieux davantage que ceux de Pologne orientale les gentilés *Francuzi* (100% d'occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale), puis *Europejczycy* (75% d'occurrences sont indiquées par des jeunes de Pologne occidentale pour 25% de Pologne orientale). En regard de leur proportion dans l'échantillon, les jeunes de Pologne orientale comprennent cependant quasiment tout autant que ceux de Pologne occidentale le gentilé *Polacy* dans son aspect religieux (35% d'occurrences indiquées par des jeunes de Pologne orientale pour 65% de Pologne occidentale).

L'origine occidentale ou orientale des répondants n'a pas favorisé de manière notable l'attribution de caractéristiques de type religieux particulières.

- **Influence de la taille des villes des répondants**

En observant le nombre d'occurrences de caractéristiques formulées par les jeunes en fonction de la taille des villes dont ils proviennent, on remarque que les jeunes provenant des plus petites villes comprennent plus souvent les gentilés dans leur aspect religieux que ceux des plus grandes villes : en

¹³ Sur les 18 occurrences de caractéristiques de type religieux relatives au gentilé *Polacy*, 11 sont attribuées par des jeunes provenant de Pologne occidentale et 6 provenant de Pologne orientale (une occurrence a été formulée par un répondant qui n'a pas indiqué son origine géographique). Sur les 6 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 4 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et aucune par un jeune de Pologne orientale (deux occurrences ont été formulées par des répondants qui n'ont pas indiqué leur origine géographique). Enfin, pour les 4 occurrences relatives au gentilé *Europejczycy*, 3 sont attribuées par des jeunes de Pologne occidentale et une par un jeune de Pologne orientale.

tenant compte de l'ensemble des occurrences de caractéristiques de type religieux dont les répondants ont indiqué leur ville d'origine, 60% ont été attribuées par des jeunes originaires de villes de moins de 100 000 habitants (ces derniers représentent 47% de l'échantillon d'enquêtés) et 40% par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (53% de l'échantillon d'enquêtés)¹⁴. Les jeunes originaires des plus petites villes attribuent en particulier des traits de type religieux aux Européens (75% des occurrences sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants, 25% par des jeunes issus de villes de plus de 100 000), aux Polonais (59% de moins de 100 000 habitants, 41% de plus de 100 000), ainsi qu'aux Français (50% de moins de 100 000 habitants, 50% de plus de 100 000).

Le fait de venir de petites ou de grandes villes n'a pas favorisé de manière notable l'attribution de caractéristiques de type religieux particulières.

- **Influence du niveau de connaissance des personnes et des territoires décrits par les répondants**

Le niveau de connaissance des Français a une incidence sur leur attribution de caractéristiques d'ordre religieux. Si les jeunes Polonais ayant renseigné leur niveau de connaissance de la France sont 21% à y avoir été et 79% à ne pas y avoir été, on note que 67% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type religieux relative au gentilé *Francuzi* ont été en France, pour seulement 33% qui n'y ont jamais été¹⁵. De même, si les jeunes Polonais de l'échantillon qui ont renseigné leur niveau de connaissance des habitants sont environ 25% à avoir fait la connaissance d'un Français et 75% à ne pas avoir fait connaissance avec l'un d'eux, on observe que 100% des jeunes ayant indiqué une occurrence de caractéristique de type religieux ont déjà fait la connaissance d'un Français¹⁶.

¹⁴ Sur l'ensemble des 18 occurrences de caractéristiques de type religieux relatives au gentilé *Polacy*, 10 sont indiquées par des jeunes de villes de moins de 100 000 habitants et 7 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour une occurrence, l'origine géographique du répondant n'est pas renseignée). Sur les 6 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Francuzi*, 2 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et 2 par des jeunes de villes de plus de 100 000 habitants (pour deux occurrences, l'origine géographique des répondants n'est pas renseignée). Enfin, sur les 4 occurrences de caractéristiques relatives au gentilé *Europejczycy*, 3 sont indiquées par des jeunes issus de villes de moins de 100 000 habitants et une par un jeune d'une ville de plus de 100 000 habitants.

¹⁵ Sur les 6 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 2 ont été indiquées par des jeunes ayant déjà été en France et une par un jeune n'y ayant jamais été (3 occurrences sont indiquées par des jeunes qui n'ont pas renseigné cette information).

¹⁶ Sur les 6 occurrences de caractéristiques attribuées aux Français, 3 occurrences ont été indiquées par des jeunes ayant déjà fait la connaissance d'un Français, aucune par un jeune n'ayant jamais fait la connaissance d'un Français (3 occurrences sont indiquées par des jeunes qui n'ont pas renseigné cette information).

XI. SYNTHÈSE

Dans la synthèse suivante nous présentons les résultats clés obtenus dans les dix chapitres précédents de la partie analytique, à la lumière des assises théoriques et des résultats d'enquêtes antérieures exposés dans la partie théorique de ces travaux.

11.1. ASPECTS ET GENTILÉS

Comme nous venons de le voir dans la partie analytique, les jeunes Polonais invoquent certains aspects plus que d'autres au travers de leurs définitions cognitives des gentilés. Dans l'ordre décroissant, il est tout d'abord question dans l'ensemble de leurs réponses de l'aspect psychique, suivi de l'aspect culturel, de l'aspect du rapport à l'altérité, de l'aspect social, de l'aspect géographique et économique, de l'aspect psychosocial, de l'aspect politique, de l'aspect physique et esthétique, de l'aspect historique et enfin, en dernière position, de l'aspect religieux.

Cependant, on constate des écarts considérables de mobilisation des différents aspects en fonction du gentilé décrit :

- **Gentilé *Polacy***

D'après les 963 occurrences de caractéristiques attribuées aux Polonais, les trois principaux aspects au travers desquels le gentilé *Polacy* est compris par les jeunes Polonais sont l'aspect psychique (36% des occurrences environ), l'aspect social (18%) et l'aspect du rapport à l'altérité (10%)¹. On remarque aussi l'importance de l'aspect social dans les descriptions par rapport à celles des trois autres gentilés (le caractère social, accueillant, solidaire des Polonais est beaucoup mis en avant par les jeunes), alors que l'aspect physique et esthétique est très peu développé par rapport aux autres (2% seulement).

¹ Suivis des aspects psychosocial (10%), culturel (8%), politique (6%), géographique et économique (5%), historique (3%), religieux (2%) et physique et esthétique (2%).

- **Gentilé *Niemcy***

Pour le gentilé *Niemcy*, d'après les 677 occurrences attribuées aux Allemands, les trois principaux aspects envisagés par les jeunes sont l'aspect psychique (36%), l'aspect géographique et économique (15%) et l'aspect du rapport à l'altérité (12%)². L'aspect religieux du gentilé *Niemcy* n'a par contre pas du tout été envisagé par les jeunes, alors que l'on trouve toujours des occurrences de type religieux chez les trois autres gentilés.

- **Gentilé *Francuzi***

En ce qui concerne le gentilé *Francuzi*, d'après les 635 occurrences de caractéristiques attribuées, les trois aspects les plus envisagés par les jeunes sont l'aspect culturel (27%), l'aspect psychique (18%) et l'aspect physique et esthétique (11%)³. L'aspect culturel est particulièrement mis en avant par les jeunes pour caractériser les Français, par rapport aux autres gentilés, avec notamment les mentions récurrentes de leur méconnaissance des langues mais aussi de leur culture riche et soignée ou encore de leur gastronomie.

- **Gentilé *Europejczycy***

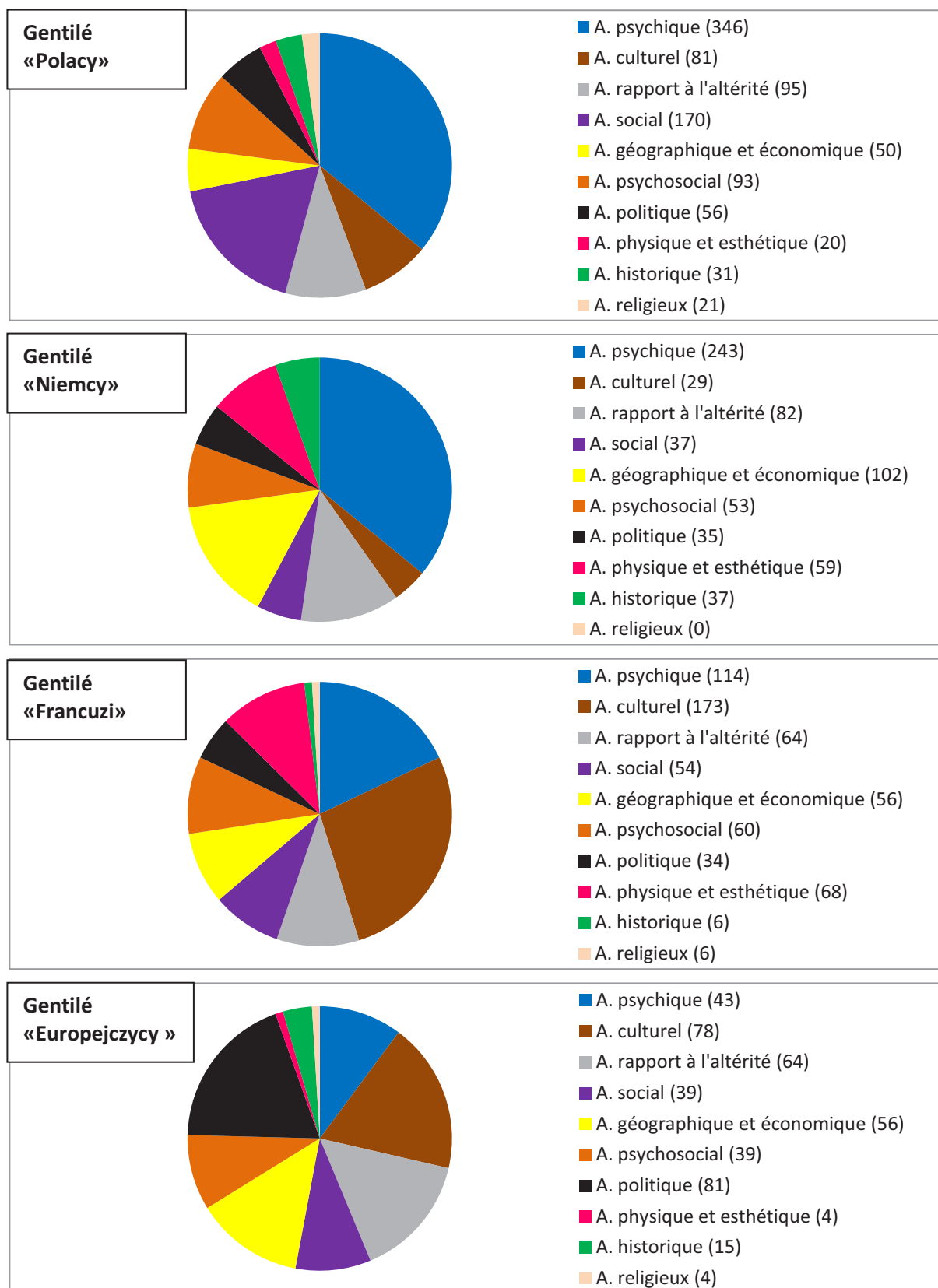
Enfin, pour ce qui est du gentilé *Europejczycy*, d'après les 423 occurrences de caractéristiques attribuées, les trois aspects les plus fréquemment invoqués sont l'aspect politique (19%), l'aspect culturel (18%) et l'aspect du rapport à l'altérité (15%)⁴. Le gentilé *Europejczycy* est fortement présenté par les jeunes Polonais dans son aspect politique, en regard des trois autres gentilés (avec les mentions de l'UE ou encore de l'intégration) et finalement assez peu dans son aspect psychique (qui représente seulement 10% des occurrences).

² Suivis des aspects physique et esthétique (9%), psychosocial (8%), social (5,5%), historique (5,5%), politique (5%) et culturel (4%).

³ Suivis des aspects du rapport à l'altérité (10%), psychosocial (9%), géographique et économique (9%), social (9%), politique (5%), historique (1%) et religieux (1%).

⁴ Suivis des aspects géographique et économique (13%), psychique (10%), social (9%), psychosocial (9%), historique (4%), physique et esthétique (1%) et religieux (1%).

Graphique n°62. Nombre d'occurrences de caractéristiques indiquées par groupe d'aspect



11.2. ASPECTS ET PORTRAITS

11.2.1. ASPECT PSYCHIQUE

Les caractéristiques relatives à l'aspect psychique sont les caractéristiques les plus fréquemment attribuées par les jeunes Polonais aux quatre gentils.

- **Gentilé *Polacy***

Celles qui relèvent de la compréhension du gentilé *Polacy* (et qui sont donc d'ordre auto-stéréotypique), sont particulièrement nombreuses : 32 caractéristiques sont évoquées au moins à trois reprises par les jeunes Polonais. Elles sont tantôt présentées dans des réponses de type positif ou majoritairement positif (c'est le cas pour 15 caractéristiques), tantôt dans des réponses de type négatif ou majoritairement négatif (c'est le cas pour les 17 autres). En considérant cette forte proportion de descriptions d'ordre psychique négatives, on constate que les jeunes Polonais ne valorisent pas particulièrement les caractéristiques de leur propre groupe national.

- **Gentilé *Niemcy***

Les traits relatifs à l'aspect psychique dans la compréhension du gentilé *Niemcy* sont moins nombreux que ceux attribués au gentilé *Polacy*. Ils sont dans notre enquête au nombre de 22 : 14 sont formulés dans des réponses de type positif ou majoritairement positif et 8 dans des réponses de type négatif ou majoritairement négatif. Sur le plan psychique, il est donc surprenant de constater que les jeunes Polonais valorisent davantage les Allemands que leur propre groupe national.

- **Gentilé *Francuzi***

Dans la définition cognitive du gentilé *Francuzi*, admise par les jeunes Polonais, les caractéristiques relatives à l'aspect psychique sont encore moins nombreuses que pour le gentilé *Niemcy*. Elles sont 12, principalement positives (8 caractéristiques de type positif ou essentiellement positif et 4 de type négatif ou essentiellement négatif) : les Français sont là aussi davantage valorisés sur le plan psychique que les Polonais eux-mêmes.

- **Gentilé *Europejczy***

Enfin, les qualités relatives à l'aspect psychique dans la compréhension du gentilé *Europejczy* sont beaucoup moins nombreuses que celles des gentils *Polacy*, *Niemcy* et *Francuzi*. On ne compte que trois caractéristiques évoquées au moins à trois reprises (deux de type positif et une de type essentiellement négatif). Dans l'aspect psychique de la compréhension des gentils, les noms *Niemcy*, *Francuzi* et *Europejczy* sont donc davantage connotés positivement que le nom *Polacy*, pourtant

d'ordre auto-stéréotypique.

Le classement de ces caractéristiques de type psychique nous permet aussi de dresser différents portraits-types des Polonais, Allemands, Français et Européens, dont certains coïncident avec ceux que nous avons présentés dans la partie théorique de ces travaux, d'après les résultats d'enquêtes ultérieures.

11.2.1.1. PORTRAITS DU POLONAIS

- **Portraits confirmés**

Dans la présente étude, nous retrouvons trois portraits du Polonais déjà mis à jour dans le passé et décrits dans notre état des recherches. **a) *Le Polonais-insouciant*** : Différents traits relevés dans notre étude coïncident avec le portrait du *Polonais-insouciant* présenté dans l'état des recherches, un portrait qui était caractérisé par la consommation d'alcool, la débrouillardise et le sens du divertissement (Warchala 2001, Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, 2008b, AZS-MCSM 2009, 2010). D'après l'enquête que nous avons menée, le Portrait du *Polonais-insouciant* est aussi particulièrement développé dans l'esprit des jeunes Polonais. Ils décrivent de manière positive chez leurs compatriotes le sens du divertissement (18), une attitude détendue (4), un grand sens de l'humour (12) et la capacité à faire preuve d'ironie devant les réalités les plus pénibles (5). De manière négative, ils sont aussi nombreux à rendre compte de leur abus d'alcool (27). Nous avons de plus relevé comme caractéristiques attribuées aux Polonais une mauvaise organisation (9) et un manque de ponctualité (4) qui participent selon nous à ce portrait du *Polonais-insouciant*. Les Polonais sont également présentés comme rusés (6), capables de recourir au système D dans les différentes situations de la vie, au moyen de leur débrouillardise (30), de leur capacité d'adaptation aux situations (5) et de leurs diverses magouilles (7). On observe que la débrouillardise, caractéristique de type positif selon les jeunes, donne l'image d'un système D comme une compétence, une marque d'intelligence. Par contre la magouille, caractéristique pour eux de type négatif, est à associer à la malhonnêteté qui découle de ce système D polonais. **b) *Le Polonais-travailleur*** : Dans la présente étude, nous constatons l'expression de la diligence des Polonais, qui avait déjà permis de dresser le portrait du *Polonais-travailleur* (Warchala 2001, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2009, Roguska 2011). Les Polonais sont ici décrits de manière similaire par les jeunes comme travailleurs (32) et entrepreneurs (5). **c) *Le Polonais-héros*** : Nous retrouvons également un des traits qui avaient permis de composer le portrait du *Polonais-héros* : il s'agit du caractère brave du Polonais-typique repéré par Bartmiński (2006). Les jeunes Polonais mettent aussi en avant dans notre enquête la bravoure (12) et le caractère entêté (8) de leurs compatriotes.

- **Nouveaux portraits et caractéristiques**

Certaines caractéristiques relevées dans notre enquête nous permettent par ailleurs de dresser quatre nouveaux portraits-types du Polonais, présents dans la pensée des jeunes. **a) *Le Polonais-râleur*** : Les jeunes Polonais font une description de leurs compatriotes comme étant des gens pessimistes (12) et mécontents (5), des personnes tristes (4), nerveuses (5), peu souriantes (4), qui expriment continuellement des plaintes et des clabauderies (38) : ces caractéristiques nous permettent de dresser ce que nous appelons le portrait du *Polonais-râleur*, un portrait qui n'était pas apparu dans les résultats d'enquêtes ultérieures, présentés dans l'état des recherches. **b) *Le Polonais-intelligent*** : Les jeunes évoquent par ailleurs l'intelligence (principalement d'ordre pratique) des Polonais : ils sont décrits comme intelligents (4), ingénieux (7), créatifs (7), ce qui nous permet de dresser le portrait du *Polonais-intelligent*. **c) *Le Polonais-vulnérable*** : Deux caractéristiques que nous avons repérées dans l'enquête rendent compte d'après nous d'un portrait que nous appelons le portrait du *Polonais-vulnérable*. Les jeunes mettent en effet en avant la naïveté (7) et le caractère influençable (5) de leurs compatriotes. **d) *Le Polonais-imprévisible*** : Les jeunes évoquent aussi l'impulsivité (3) et l'inconséquence (4) comme caractéristiques de type négatif, mais aussi la spontanéité (8) comme trait de type positif des Polonais. Ces traits forment selon nous un portrait du *Polonais-imprévisible*.

Nous avons encore relevé d'autres caractéristiques nouvelles, que nous n'avons pas regroupées dans des portraits-types : d'après notre enquête, les Polonais sont aussi vus par les jeunes de manière négative ou essentiellement négative comme conservateurs (5), ne sachant pas profiter des occasions (3), ou bien jouer au football (3).

11.2.1.2. PORTRAITS DE L'ALLEMAND

- **Portraits confirmés**

Nous avons relevé essentiellement dans l'enquête des caractéristiques de type psychique permettant de dresser des portraits-types de l'Allemand coïncidant avec ceux présentés dans la partie théorique de ces travaux. **a) *L'Allemand-rigide*** : Le portrait de *l'Allemand-rigide*, caractérisé par la rigidité, l'ordre, la précision, la discipline, la ponctualité, la maniaquerie ou encore le respect des règles, est un portrait très riche, déjà décrit dans de nombreuses études (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, 2008b, AZS-MCSM 2010). Nous retrouvons dans notre enquête de multiples caractéristiques qui forment ce portrait de *l'Allemand-rigide*. Tout d'abord, un trait décrit principalement comme positif ressort fortement parmi les autres, il s'agit de l'organisation (66). Ce trait de caractère est suivi d'un autre essentiellement positif : la ponctualité (11). D'autres caractéristiques encore font écho à cet attachement à l'ordre, aux règles et à la logique. D'après les jeunes Polonais, les Allemands sont disciplinés (11), précis (19). Malheureusement ces traits sont souvent jugés excessifs puisqu'ils sont aussi présentés de manière négative comme trop prévisibles,

rigides (13) et manquant de spontanéité (5). Ce respect de l'ordre, cet attachement aux règles est associé à une vision positive des Allemands bien ancrés dans le réel, partageant effectivité (4) et pragmatisme (3). Ces qualités trouvent cependant comme revers pour les jeunes Polonais des défauts relatifs au manque de divertissement. Les jeunes construisent dans leur cadre cognitif une représentation d'Allemands rigides au point d'être dépourvus de sens de l'humour (5), des Allemands trop sérieux (4), ne sachant pas s'amuser (3) et ayant un caractère ennuyeux (4). **b) *L'Allemand travailleur et fiable*** : Nous retrouvons de même dans notre étude le portrait de *l'Allemand travailleur et fiable*, dessiné par les enquêtes de Pisarkowa et Bartmiński (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2010). De nombreux traits similaires sont ici accordés aux Allemands par les jeunes : ils sont décrits comme des personnes travailleuses (9), entreprenantes (6), consciencieuses (5) et appliquées (4) ; des individus solides (5), conséquents (4) et responsables (4). **c) *L'Allemand suscitant le dédain voire l'effroi*** : Ce portrait-type de l'Allemand dans la pensée des Polonais a déjà été repéré dans des études antérieures (Pisarkowa 1976, Bartmiński 1994, Interkulturelles Netzwerk 2008a). Ce portrait fait lui-même écho à celui de *l'Allemand évoquant réticence et mépris* (Bystroń 1935), existant dans la pensée des Polonais avant la Seconde Guerre mondiale, où le succès de l'Allemand était observé avec une certaine haine. Dans notre étude, les descriptions de type psychique des Allemands, faites par les jeunes Polonais, sont aussi marquées par cette réticence et ce dédain. Nous en retrouvons les traces dans les expressions de type négatif de la supériorité des Allemands sur les Polonais au football (7) ainsi que dans l'attribution de la bêtise (4) aux Allemands.

- **Nouvelle caractéristique**

On note également dans notre enquête une caractéristique qui ne figure dans aucun des portraits décrits ultérieurement : les jeunes Polonais attribuent aux Allemands une vie active (3)

11.2.1.3. PORTRAITS DU FRANÇAIS

- **Portraits confirmés**

Dans les descriptions de type psychique de notre enquête, nous retrouvons trois des portraits du Français déjà observés dans différentes études passées. **a) *Le Français doué en amour*** : Le portrait du *Français doué en amour* a été décrit dans de multiples travaux (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2007a, Kokot 2009, AZS-MCSM 2010). De nombreuses caractéristiques de ce type sont également indiquées par les jeunes Polonais dans notre enquête : la vie amoureuse tient, selon eux, une grande place pour les Français. D'après les jeunes, ils sont romantiques (5) et ont une vie sexuelle importante (8). **b) *Le Français qui aime profiter de la vie*** : Un portrait du *Français qui aime profiter de la vie*, marqué par la gaité, une attitude positive et le fait d'aimer profiter de la vie, mais aussi marqué par la superficialité

et le fait de ne pas savoir travailler, est ressorti d'études antérieures (Pisarkowa 1976, Interkulturelles Netzwerk 2008a, Kokot 2009, AZS-MCSM 2010). Dans notre étude, les jeunes Polonais décrivent positivement les Français comme des personnes optimistes (11), qui voient la vie de manière décontractée (9), mais aussi négativement comme des individus paresseux, qui ne travaillent pas dur (10). Ces trois traits nous évoquent ainsi ce portrait du *Français qui aime profiter de la vie*. **c) Le Français délicat et peureux** : Pisarkowa et Kokot avaient déjà mis en avant certaines caractéristiques attribuées aux Français par les Polonais, évoquant selon nous un portrait du *Français délicat et peureux* (Pisarkowa 1976, Kokot 2009). Dans notre étude ce portrait apparaît également au travers de l'attribution de la lâcheté aux Français (4).

- **Nouvelles caractéristiques**

D'autres nouvelles caractéristiques d'ordre psychique, que nous n'avons pas regroupées dans des portraits-types, ont été relevées : les jeunes Polonais aiment chez les Français un caractère qu'ils estiment spontané (3), direct (4) ainsi que le fait qu'ils jouent bien au football (4). Ils n'apprécient pas non plus qu'ils soient superficiels (3). Quant à leur libéralisme (3), il est plutôt peu apprécié.

11.2.1.4. PORTRAITS DE L'EUROPÉEN

- **Nouveaux portraits et caractéristiques**

Nous n'avons pas repéré dans les études précédentes de portrait-type de l'Européen qui relève de l'aspect psychique, tel que nous l'avons défini. Cependant, d'après nos résultats d'enquête, nous pouvons dresser le portrait suivant. **a) L'Européen-intelligent** : Les Européens sont pour les jeunes Polonais intelligents (5) et créatifs (3). Quoique ce portrait soit alimenté par un nombre limité d'occurrences, l'intellect des Européens est bel et bien évoqué de manière positive par les jeunes.

Nous avons également relevé une caractéristique que nous n'avons pas pu regrouper dans un portrait-type : les Européens sont décrits comme libéraux (3), ce qui est vu favorablement par certains et défavorablement par d'autres.

11.2.1.5 COMPARAISON ENTRE LES PORTRAITS

D'après notre étude, en dehors du fait que le portrait du *Polonais-travailleur* se rapproche du portrait de *l'Allemand travailleur et fiable*, pour le caractère travailleur que les Polonais et les Allemands partagent d'après les jeunes Polonais, tout sur le plan psychique les oppose. En effet, les figures du *Polonais-insouciant* et du *Polonais-imprévisible* divergent diamétralement de celle de *l'Allemand-rigide*. Comme nous venons de le voir, les Polonais sont décrits comme désorganisés et manquant de

ponctualité, tandis que les Allemands sont présentés comme organisés et ponctuels. Les jeunes Polonais pensent que les leurs font preuve de spontanéité alors que les Allemands en manquent d'après eux fortement. Les Polonais sauraient s'adapter aux différentes situations de la vie, voire magouiller, tandis que les Allemands seraient rigides et disciplinés. On trouve encore comme opposition d'ordre psychique dans la compréhension des deux gentils que les Polonais savent s'amuser et partagent un grand sens de l'humour, alors que les Allemands, trop sérieux et ennuyeux, ne savent pas se divertir et sont totalement dépourvus de sens de l'humour. Enfin, d'après les caractéristiques non regroupées dans des portraits, les Polonais jouent bien mal au football alors que les Allemands sont doués en la matière, ce qui ne semble pas être une moindre opposition dans l'esprit des jeunes. Lorsque l'on compare les portraits-types du Polonais avec ceux des Français, on trouve aussi des oppositions considérables. A l'exception de l'expression d'un caractère spontané attribué aux Polonais comme aux Français, les descriptions des deux groupes se situent aux antipodes sur le plan psychique. Tout d'abord, le portrait du *Polonais-râleur* contraste fortement avec le portrait du *Français qui profite de la vie* : les premiers sont décrits comme pessimistes et peu souriants, alors que les seconds sont présentés comme optimistes et souriants. Le portrait du *Polonais-travailleur* s'oppose également au portrait du *Français qui aime profiter de la vie* : d'après les jeunes, les premiers sont travailleurs et les seconds paresseux. Ensuite, le portrait du *Polonais-héros* s'oppose à celui du *Français délicat et peureux* : les premiers sont présentés comme courageux, les seconds comme lâches. Enfin, on retrouve à nouveau comme point d'opposition la caractéristique du football : les Polonais jouent d'après les jeunes mal au football tandis que les seconds (tout comme les Allemands), se débrouillent bien en la matière. Enfin, si les jeunes Polonais mettent en avant chez leurs compatriotes un bon nombre de caractéristiques d'ordre psychique qui s'opposent à celles des Allemands ou encore des Français, on remarque qu'aucune caractéristique n'entrant dans leur cadre cognitif ne les oppose aux Européens. Au contraire, le portrait du *Polonais-intelligent* est semblable à celui de *l'Européen-intelligent*. Ils partagent dans ces descriptions l'intelligence et la créativité, qui n'apparaissent pas comme des caractéristiques stéréotypiques des Allemands et des Français. Aucun trait psychique commun n'est même mis en avant entre les Allemands et les Européens. Quant aux Français, ils ne partageraient avec ces derniers que le libéralisme.

11.2.2. ASPECT CULTUREL

Les caractéristiques relatives à l'aspect culturel arrivent en deuxième position (après celles relatives à l'aspect psychique), en ce qui concerne leur niveau d'attribution aux quatre gentils par les jeunes Polonais.

- **Gentilé *Polacy***

Dans la compréhension du gentilé *Polacy*, ces caractéristiques (d'ordre auto-stéréotypique) sont ainsi moins nombreuses que celles portant sur l'aspect psychique. On compte uniquement 9 caractéristiques de type culturel (contre 32 pour l'aspect psychique). Cependant elles sont davantage présentées comme positives, puisque 6 d'entre elles sont de type positif et trois de type négatif.

- **Gentilé *Niemcy***

Concernant la compréhension du gentilé *Niemcy*, seulement deux caractéristiques relatives à l'aspect culturel ont été exprimées : il s'agit de traits de type positif ou essentiellement positif.

- **Gentilé *Francuzi***

C'est dans la compréhension du gentilé *Francuzi* que les jeunes Polonais rendent compte du plus grand nombre de caractéristiques relatives à l'aspect culturel. Ils attribuent aux Français 15 traits de type culturel, davantage donc qu'aux Allemands et même qu'aux Polonais. La richesse de ces descriptions de type culturel est considérable étant donné que les Français ne sont pas des voisins directs des Polonais. Ces caractéristiques reconnues aux Français sont comme pour les deux autres gentils le plus souvent de type positif : on relève 10 caractéristiques de type positif ou essentiellement positif, 4 caractéristiques de type négatif ou essentiellement négatif et une caractéristique présentée dans la moitié des occurrences comme positive et dans l'autre moitié comme négative.

- **Gentilé *Europejczy***

Relativement à la compréhension du gentilé *Europejczy*, les jeunes Polonais mettent en avant 9 caractéristiques de type culturel, soit autant que pour la compréhension du gentilé *Polacy*. Les caractéristiques de type culturel attribuées aux Européens sont dans l'ensemble plus valorisées que celles attribuées aux Polonais et aux Français : 8 de ces caractéristiques sont positives ou essentiellement positives et une seulement est négative.

Le classement de ces caractéristiques de type culturel nous permet à nouveau de dresser des portraits-types des Polonais, Allemands, Français et Européens, dont certains coïncident avec ceux que nous avons présentés dans la partie théorique de ces travaux, d'après les résultats d'enquêtes ultérieures.

11.2.2.1. PORTRAITS DU POLONAIS

- **Portraits confirmés**

Nous retrouvons dans nos travaux trois portraits du Polonais déjà dressés par d'autres études. **a) *Le Polonais-traditionaliste*** : Le portrait du *Polonais-traditionaliste*, caractérisé par l'attachement à la tradition, a déjà été mis à jour dans différentes enquêtes antérieures (Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2009). Or nous avons retrouvé dans notre étude l'attribution de cet attachement à la tradition aux Polonais (26) par les jeunes. **b) *Le Polonais lié à sa culture et à sa nation*** : Le portrait du *Polonais lié à sa culture et à sa nation*, caractérisé notamment par la cuisine polonaise, a déjà été mis en avant par les jeunes Polonais lors de rencontres interculturelles (Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2010). Dans la présente étude, on relève des traits qui évoquent également cette figure, tels qu'une bonne cuisine (10) et le fait d'avoir des valeurs (3). **c) *Le Polonais nouvellement instruit et civilisé*** : Un niveau d'instruction et de civilisation croissant a été souligné dans différentes études réalisées auprès de Polonais. De manière générale, l'instruction était évoquée par les Polonais chez Warchala (2001), elle l'était aussi lors d'une rencontre interculturelle de jeunes en 2008, au travers d'une description du Polonais-typique qui sait tout sur tout (Interkulturelles Netzwerk 2008a). Le niveau d'instruction et de civilisation était même perçu par les Polonais comme croissant d'après d'autres études : les jeunes d'une rencontre interculturelle de 2009 avaient mis en avant le fait que les plus âgés manquaient d'instruction (AZS-MCSM 2009), induisant que ce n'était pas le cas des plus jeunes. De plus, le fait que le Polonais typique soit perçu comme une personne plus civilisée ces dernières années qu'il y a vingt ans a été mis en évidence par les résultats d'enquête de Roguska (2011). Or dans notre étude, nous retrouvons l'expression par les jeunes de cette instruction et de ce niveau de civilisation des Polonais : ils indiquent comme principales caractéristiques de type culturel les traits positifs que sont l'instruction (7) et l'apprentissage des langues étrangères (6). Cette dernière caractéristique est cependant contrebalancée par une seconde : si les jeunes considèrent comme positif que les Polonais apprennent les langues étrangères, d'après certains leur connaissance des langues est encore insuffisante (4). Une bonne éducation (3) est par ailleurs mise en avant par les jeunes Polonais.

- **Nouveau portrait**

Deux caractéristiques relevées dans notre enquête nous permettent cependant de dresser un nouveau portrait-type du Polonais, présent dans la pensée des jeunes Polonais. **a) *Le Polonais manquant de savoir-être*** : Dans notre étude, deux traits qui contrastent avec la description du *Polonais nouvellement instruit et civilisé* sont apparus dans les réponses des jeunes : les jurons (4) et la vulgarité (4). Ces caractéristiques, qui nous évoquent un portrait du *Polonais manquant de savoir-être*, sont peut-être à associer dans la pensée des jeunes au manque d'instruction et de civilisation qu'ils accordent à leurs compatriotes. Nous nous rappelons aussi les propos des jeunes Polonais lors d'une rencontre

interculturelle de 2009 (AZS-MCSM 2009), qui jugeaient le Polonais typique comme peu civilisé à l'étranger : cette description nous avait déjà paru nuancer le portrait du *Polonais nouvellement instruit et civilisé*.

11.2.2.2. PORTRAITS DE L'ALLEMAND

- **Portrait confirmé**

Dans les descriptions de type culturel peu étoffées que les jeunes Polonais ont fait des Allemands, nous retrouvons un portrait-type souligné dans le passé. **a) *L'Allemand buveur de bière*** : Le portrait de *l'Allemand buveur de bière* était évoqué dans différentes études (Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2010). Or dans notre enquête, les jeunes Polonais associent également à plusieurs reprises les Allemands à la bière (11).

- **Nouvelle caractéristique**

Une autre caractéristique que nous n'avons pas repérée dans des études ultérieures se rapporte aux bonnes sucreries (3), que les jeunes ont aussi mises en avant dans leurs descriptions des Allemands.

11.2.2.3. PORTRAITS DU FRANCAIS

- **Portraits confirmés**

Les caractéristiques de type culturel attribuées aux Français dans notre étude sont très nombreuses, et nous permettent de retrouver les contours de quatre portraits-types déjà évoqués dans des études ultérieures. **a) *Le Français amateur de cuisine et de vin*** : Comme nous l'avons vu dans de précédentes études, les Français sont fortement associés par les Polonais à la cuisine et au vin (Warchala 2001, Bartmiński 2007a, Interkulturelles Netzwerk 2008a, Kokot 2009, AZS-MCSM 2009, 2010) avec notamment les mentions du vin, des fromages, des grenouilles et des escargots. Dans notre enquête, ces traits reviennent également dans les descriptions faites par les jeunes Polonais : les Français attachent selon eux de l'importance à l'alimentation (7), ils ont une bonne cuisine (16) - et particulièrement de bons vins (16) et fromages (4). Seuls les escargots (6) et les grenouilles (11) laissent les jeunes Polonais partagés et conduisent certains à considérer leur alimentation comme étrange (3). **b) *Le Français éclairé*** : Un portrait du Français éclairé a déjà été évoqué dans différentes études (Pisarkowa 1976, Warchala, 2001 Kokot, 2009 AZS-MCSM 2010), caractérisé entre autres par un certain niveau d'instruction ainsi qu'un certain savoir-vivre. Les jeunes Polonais dans notre enquête mettent de même en avant ce savoir-vivre (7) et ce bon niveau d'instruction (4). **c) *Le Français lié à la culture et à l'art*** : Un portrait du *Français lié à la culture et à l'art* avait aussi déjà été repéré

ultérieurement (Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2009, Kokot 2009). A nouveau, ce portrait est évoqué par les résultats de notre enquête : les Français sont appréciés par les jeunes Polonais pour leur attachement à l'art (10) et pour le soin qu'ils prennent de leur culture qui est très riche (18). **d) *Le Français imbu de lui-même*** : Le portrait du *Français imbu de lui-même*, présenté dans la partie théorique de ces travaux, était caractérisé notamment par la méconnaissance des langues (AZS-MCSM 2010). Dans notre enquête, le désintérêt comme la méconnaissance des Français pour les autres cultures et langues sont très fortement critiqués par les jeunes. D'après eux, les Français ne s'intéressent pas aux autres cultures (7) et encore moins aux autres langues (30), ce que les jeunes Polonais justifient souvent par un trop grand amour propre.

- **Nouvelles caractéristiques**

Deux autres caractéristiques que nous n'avons pas regroupées dans des portraits-types apparaissent encore dans notre étude : il s'agit de l'estime que les Français ont pour leur tradition (4) et leur langue (6), caractéristiques que nous n'avions pas repérées dans des enquêtes antérieures.

11.2.2.4. PORTRAITS DE L'EUROPÉEN

- **Portraits confirmés**

Les caractéristiques de type culturel attribuées aux Européens dans notre étude nous rappellent trois portraits-types de l'Européen repérés dans le passé. **a) *L'Européen traditionaliste*** : Ce portrait a été dressé par Bartmiński d'après l'enquête ASA (2006). Il apparaît aussi nettement dans notre étude puisque les traditions reviennent très souvent dans les descriptions de type culturel du gentilé *Europejczy*. Les jeunes Polonais apprécient que les Européens tiennent à leurs traditions (6), des traditions qu'ils estiment riches (5), quoiqu'ils regrettent que ces derniers les perdent peu à peu (4). On observe que, bien que la mention de ces traditions européennes soit très fréquente, il n'est jamais précisé de quelles traditions il est question. **b) *L'Européen intelligent, instruit et civilisé*** : Dans l'aspect psychique de la compréhension du gentilé *Europejczy*, nous avons repéré l'attribution par les jeunes Polonais de l'intelligence aux Européens, évoquant le portrait de *l'Européen intelligent, instruit et civilisé*. Ce portrait, déjà mis à jour par des travaux antérieurs, était caractérisé par l'instruction et la civilisation mises en avant dans différentes études (Prochorowa 1998, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2010, Roguska 2011). Dans l'aspect culturel de la compréhension du gentilé *Europejczy*, nous retrouvons ces caractéristiques qui forment le portrait de *l'Européen intelligent, instruit et civilisé* : les jeunes Polonais accordent aux Européens un bon niveau d'instruction (8) et un certain savoir-vivre (3). **c) *L'Européen cosmopolite*** : Le portrait de *l'Européen cosmopolite* a été mis à jour dans plusieurs études (Prochorowa 1998, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2009), caractérisé notamment par la connaissance des langues. Cette caractéristique est aussi présente dans les réponses

de notre enquête, puisque les jeunes insistent sur la pratique des langues (3) et notamment de l'anglais (3) des Européens.

- **Nouveau portrait**

Un nouveau portrait apparaît cependant dans notre enquête. **a) *L'Européen aux multiples cultures*** : L'évocation à de nombreuses reprises de la diversité culturelle des Européens (9), perçue de manière positive, nous évoque le portrait de *L'Européen aux multiples cultures*. Ce trait contraste quelque peu avec le portrait de *L'Européen porteur d'une culture spécifique* dressé par Bartmiński (2006), dont des échos avaient été relevés lors de rencontres interculturelles (AZS-MCSM 2009, 2010).

11.2.2.5. COMPARAISON ENTRE LES PORTRAITS

En comparaison des autres groupes, très peu de caractéristiques de type culturel ont été accordées aux Allemands par les jeunes Polonais. Aussi, dans les rares descriptions de type culturel des Allemands, nous n'avons pas relevé de traits identiques ou opposés à ceux des Polonais. Cependant, dans les descriptions de type culturel très riches des Français, les jeunes attribuent plusieurs caractéristiques identiques à celles de leurs compatriotes. De cette façon, le portrait du *Polonais-traditionaliste* trouve un écho dans l'attribution aux Français de l'estime de leur tradition. Le portrait du *Polonais nouvellement instruit et civilisé* fait aussi écho au portrait du *Français-éclairé*, pour leur bon niveau d'instruction. Le bonne cuisine est également attribuée aux Polonais comme au Français, avec des teintes différentes cependant : pour les premiers cette bonne cuisine relève avant tout d'un portrait du *Polonais lié à sa culture et à sa nation* et pour les seconds d'un portrait du *Français amateur de cuisine et de vin*. Par contre les descriptions de type culturel des Polonais et des Français s'opposent nettement sur deux points : la vulgarité et les jurons polonais (relatifs au *Polonais manquant de savoir-être*) contrastent avec le savoir-vivre français (relatif au *Français-éclairé*), de même que l'apprentissage des langues des Polonais (portrait du *Polonais nouvellement instruit et civilisé*) contraste avec le désintérêt des Français dans ce domaine (portrait du *Français imbu de lui-même*). Par ailleurs, les descriptions des Polonais trouvent sur le plan culturel un certain nombre de caractéristiques partagées avec les Européens : selon les jeunes Polonais, les deux groupes attachent de l'importance à leur tradition (portrait du *Polonais-traditionaliste* proche du portrait de *L'Européen traditionaliste*) et sont instruits (portrait du *Polonais nouvellement instruit et éclairé* qui se rapproche sur ce point du portrait de *L'Européen intelligent, instruit et civilisé*). Comme nous venons de le voir, ces caractéristiques accordées aux Européens sont aussi attribuées aux Français. Les descriptions des Français sur le plan culturel semblent même encore plus proches de celles des Européens que de celles des Polonais : ils auraient de surcroît en commun un certain savoir-vivre et une culture riche dont ils prennent soin (par contre, selon les jeunes Polonais, les Français ne connaissent pas les langues

étrangères - point fort des Européens). On observe cependant que certaines caractéristiques et portraits de type culturel associés aux Européens ne se retrouvent chez aucun des trois groupes nationaux : il s'agit du portrait de *l'Européen aux multiples cultures* associé à la diversité culturelle et à la perte des traditions, ainsi que du portrait de *l'Européen-cosmopolite*, caractérisé par le plurilinguisme et le recours à l'anglais.

11.2.3. ASPECT DU RAPPORT À L'ALTÉRITÉ

Les caractéristiques relatives à l'aspect du rapport à l'altérité arrivent en troisième position (après celles relatives à l'aspect psychique et à l'aspect culturel), en ce qui concerne leur niveau d'attribution aux quatre gentilés par les jeunes Polonais.

- **Gentilé *Polacy***

Les caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique relatives à l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension du gentilé *Polacy* (évoquées au moins à trois reprises par les jeunes Polonais) sont au nombre de 8. Elles sont essentiellement présentées dans des réponses de type négatif (deux caractéristiques dans des réponses de type positif ou majoritairement positif, 5 dans des réponses de type négatif ou majoritairement négatif et une dans des réponses pour moitié de type positif et pour moitié de type négatif).

- **Gentilé *Niemcy***

Les caractéristiques relatives à l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension du gentilé *Niemcy* sont encore davantage négatives que celles attribuées au gentilé *Polacy* puisque deux sont formulées dans des réponses de type positif ou majoritairement positif et 7 dans des réponses de type négatif ou majoritairement négatif.

- **Gentilé *Francuzi***

Dans la définition cognitive du gentilé *Francuzi*, admise par les jeunes Polonais, les caractéristiques relatives à l'aspect du rapport à l'altérité sont plus favorables que pour les gentilés *Niemcy* et *Polacy*. On compte trois caractéristiques de type positif ou essentiellement positif et trois de type négatif ou essentiellement négatif.

- **Gentilé *Europejczy***

La proportion de caractéristiques positives relatives à l'aspect du rapport à l'altérité dans la compréhension du gentilé *Europejczy* est encore bien plus importante que celle du gentilé *Francuzi* :

on compte 5 caractéristiques de type positif ou essentiellement positif et une de type négatif (parmi celles évoquées au moins à trois reprises). Les Européens sont donc envisagés bien plus favorablement quant à leur rapport à l'altérité que les trois autres groupes nationaux européens.

11.2.3.1. PORTRAITS DU POLONAIS

- **Portraits confirmés**

Les caractéristiques liées au rapport à l'altérité attribuées aux Polonais dans notre étude nous rappellent deux portraits-types du Polonais déjà repérés dans le passé. **a) *Le Polonais-au-bon-cœur*** : Le portrait du *Polonais-au-bon-cœur*, au travers de l'une de ses caractéristiques qu'est l'ouverture aux autres, est déjà apparu dans les résultats d'enquête de Roguska (2011). Dans notre enquête, les Polonais sont aussi décrits par les jeunes comme ouverts aux gens ou comme s'ouvrant de plus en plus aux autres nations et cultures (27). Cette description du Polonais ouvert aux autres et à l'Autre est cependant nuancée par le portrait suivant. **b) *Le Polonais oscillant entre tolérance et intolérance*** : Différents résultats d'enquêtes antérieures rendent compte d'un portrait du *Polonais oscillant entre tolérance et intolérance* (Warchala 2001, Interkulturelles Netzwerk 2008a, 2008b, AZS-MCSM 2009). Sur l'ensemble des caractéristiques liées au rapport à l'altérité, attribuées par les jeunes Polonais à leurs compatriotes dans notre étude, on retrouve cette oscillation : comme nous venons de le voir, les Polonais sont d'un côté perçus par les jeunes comme tolérants, c'est-à-dire ouverts aux autres nations et cultures, mais aussi comme manifestant, selon certains, une attitude favorable aux étrangers (5). Pourtant d'un autre côté, différentes caractéristiques attribuées évoquent un caractère clairement intolérant : les jeunes Polonais voient leurs compatriotes peu tolérants (21), fermés d'esprit (8), avec beaucoup de préjugés (5). Ils sont même présentés comme racistes (14), homophobes (4) - et plus généralement xénophobes (2). Ce rapport défavorable à l'Autre est essentiellement jugé négativement (sur ces 54 réponses, 11 présentent une caractéristique de type positif).

11.2.3.2. PORTRAITS DE L'ALLEMAND

- **Portraits confirmés**

Les caractéristiques liées au rapport à l'altérité, attribuées aux Allemands dans notre étude, nous rappellent deux portraits-types déjà évoqués antérieurement. **a) *L'Allemand évoquant réticence et mépris*** : Dans le portrait de *L'Allemand évoquant réticence et mépris*, existant déjà avant la Seconde Guerre mondiale d'après Bystroń (1935), un lien était fait avec le proverbe polonais: « Tant que le

monde sera monde, l'Allemand ne sera pas le frère du Polonais »⁵. Ce proverbe mettait en avant la relation de défiance voire d'aversion réciproque entre Polonais et Allemands. Or ce caractère ennemi des Allemands est également mis en avant par les jeunes Polonais dans notre enquête, en particulier sous l'angle de la réticence et du mépris que les jeunes croient ressentis par les Allemands à l'égard des Polonais : les Allemands sont décrits comme ayant une attitude particulièrement négative envers les Polonais (22) et la Pologne (5). **b) *L'Allemand entre tolérance et intolérance*** : Dans les descriptions de l'Allemand typique faites lors de rencontres interculturelles, il ressortait un portrait de l'Allemand oscillant entre tolérance et intolérance, proche de celui du *Polonais oscillant entre tolérance et intolérance* (AZS-MCSM 2009, 2010). Dans notre enquête, nous observons aussi que l'intolérance, l'attitude négative des Allemands, n'est pas seulement envisagée par les jeunes envers les Polonais mais aussi envers d'autres groupes, puisque les Allemands sont décrits comme percevant les autres personnes par le prisme des stéréotypes (10), comme intolérants envers les autres cultures (7), renfermés (6), traitant mal les étrangers (7) et rejetant les autres nations (3). Ces descriptions d'Allemands intolérants sont cependant contrebalancées par d'autres diamétralement opposées : pour certains, les Allemands sont tolérants, voire trop tolérants envers les populations immigrées (6).

- **Nouvelle caractéristique**

Une caractéristique nouvelle, que nous ne classons pas dans un portrait-type, est encore attribuée aux Allemands : ils partagent, d'après les jeunes Polonais, le goût des voyages (6).

11.2.3.3. PORTRAITS DU FRANÇAIS

- **Portrait confirmé**

Les caractéristiques liées au rapport à l'altérité, attribuées aux Français par les jeunes Polonais dans notre étude, ne rappellent aucun des portraits-types du Français déjà évoqués dans le passé.

- **Nouveau portrait**

Les différentes caractéristiques liées au rapport à l'altérité qui ont été accordées aux Français nous évoquent cependant un portrait proche de l'un des portraits des Polonais et des Allemands. **a) *Le Français oscillant entre tolérance et intolérance*** : Les jeunes Polonais accordent aux Français dans des réponses de type positif ou majoritairement positif des traits tels qu'un esprit ouvert (19), la tolérance (6) et une certaine affection pour les Polonais (5). Ces traits qui évoquent une attitude tolérante, ouverte à l'altérité, sont pourtant contrastés par l'attribution d'autres caractéristiques opposées, évoquant au contraire l'intolérance : ces caractéristiques indiquées dans des réponses de

⁵ «Póki świat światem, nie będzie Niemiec Polakowi bratem»

type négatif ou majoritairement négatif rendent aussi compte chez les Français d'une attitude défavorable aux étrangers. Certains les décrivent comme fermés aux autres cultures (10), racistes (4) et discriminant les étrangers (4).

11.2.3.4. PORTRAITS DE L'EUROPÉEN

- **Portraits confirmés**

Les caractéristiques liées au rapport à l'altérité, attribuées aux Européens dans notre étude, rappellent deux portraits-types de l'Européen déjà évoqués dans des études antérieures. **a) L'Européen-cosmopolite** : Comme nous l'avons vu plus haut, un portrait de *l'Européen-cosmopolite* est ressorti de différentes enquêtes (Prochorowa 1998, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2009), caractérisé notamment par les voyages et la curiosité du monde. Or dans notre étude, les jeunes Polonais ont également décrit les Européens comme des personnes qui voyagent (15), qui sont cosmopolites (6). **b) L'Européen aux qualités sociales croissantes** : Les travaux de Bartmiński (2006) et Roguska (2011) avaient mis en évidence un portrait-type de *l'Européen aux qualités sociales croissantes*, avec notamment comme caractéristiques la tolérance et l'ouverture d'esprit, sur lesquelles les Polonais insistaient de plus en plus avec les années. Dans notre enquête, nous retrouvons cette description des Européens comme des personnes ouvertes (17), tolérantes (8), qui partagent une attitude favorable aux étrangers (4) – ce que les jeunes décrivent toujours de manière positive.

- **Caractéristique nouvelle**

Seule une certaine fermeture aux cultures non-européennes (4), élément nouveau qui ressort de notre étude, vient nuancer ce portrait d'Européens ouverts à l'altérité.

11.2.3.5. COMPARAISON ENTRE LES PORTRAITS

De manière assez étonnante, nous voyons tout d'abord que dans les descriptions des trois groupes nationaux se trouve toujours une oscillation des représentations entre tolérance et intolérance. Seule la description de l'Européen sort du lot, avec des caractéristiques signifiant un rapport à l'altérité beaucoup plus favorable. Ensuite, malgré les similitudes entre les portraits des trois groupes nationaux, les descriptions des Polonais s'opposent à celles des Allemands sur le point suivant : les descriptions des Polonais évoquent entre autres des gens ouverts aux autres, qui s'ouvrent même de plus en plus aux étrangers, alors que celles des Allemands évoquent des personnes résolument renfermées sur elles-mêmes. Les deux groupes auraient cependant en commun les stéréotypes et préjugés avec lesquels ils regardent les autres (et se regardent mutuellement) ainsi que l'intolérance dont ils peuvent faire

preuve. Cependant si l'expression d'un rapport défavorable des Polonais à l'altérité est faite de manière positive par une partie des répondants, le rapport défavorable des Allemands à l'altérité est jugé de manière exclusivement négative. En ce qui concerne les Français, malgré l'oscillation entre tolérance et intolérance indiquée également chez eux, ils sont présentés avec une approche plus favorable à l'altérité que les Polonais. Les jeunes estiment aussi les Français pour leur bienveillance envers les leurs – une bienveillance qui fait plutôt défaut à la description des Allemands. Enfin, la tolérance et l'ouverture d'esprit sont attribuées par les jeunes en plus grand nombre aux Européens qu'aux Polonais, aux Allemands ou bien même aux Français. Les Européens partagent aussi d'après les jeunes un point commun positif avec les Allemands : un goût prononcé pour les voyages. Leur description sur le plan culturel évoque aussi un portrait qui leur est propre, dont les caractéristiques sont relativement absentes dans la description des Polonais, des Allemands et des Français : le portrait de *l'Européen-cosmopolite*.

11.2.4. ASPECT SOCIAL

Les caractéristiques relatives à l'aspect social arrivent en quatrième position (après celles liées à l'aspect psychique, l'aspect culturel et l'aspect du rapport à l'altérité), en ce qui concerne leur niveau d'attribution aux quatre gentilés par les jeunes Polonais.

- **Gentilé *Polacy***

Les caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique relatives à l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Polacy* (évoquées au moins à trois reprises par les jeunes Polonais) sont nombreuses : 13 au total. Elles sont en très grande majorité présentées dans des réponses de type positif (11 caractéristiques évoquées dans des réponses de type positif, pour seulement deux dans des réponses de type négatif).

- **Gentilé *Niemcy***

Les caractéristiques relatives à l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Niemcy* sont uniquement au nombre de trois. De plus, ces trois traits sont tous de type négatif : les Allemands semblent bien mal jugés par les jeunes Polonais sur le plan social.

- **Gentilé *Francuzi***

Les jeunes Polonais évoquent davantage de caractéristiques relatives à l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Francuzi* que du gentilé *Niemcy*, avec 6 traits de ce type. Ces traits sont plus mitigés sur le plan axiologique que ceux attribués aux Polonais, fortement positifs, ou aux Allemands,

fortement négatifs : les trois principaux sont de type positif et les trois autres de type négatif.

- **Gentilé *Europejczycy***

Enfin, quatre caractéristiques relatives à l'aspect social dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* sont évoquées dans au moins trois occurrences. Elles sont toutes de type positif ou essentiellement positif : les Européens semblent ainsi mieux jugés du point de vue social par les jeunes que les trois nations européennes elles-mêmes.

11.2.4.1. PORTRAITS DU POLONAIS

- **Portraits confirmés**

Les différentes caractéristiques de type social accordées aux Polonais par les jeunes dans notre enquête évoquent quatre portraits-types du Polonais déjà présentés dans le passé. **a) *Le Polonais-accueillant*** : Bartmiński, d'après les résultats de l'enquête ASA (2006), dressait un portrait du *Polonais-accueillant*, qui a aussi trouvé des échos lors de rencontres interculturelles (Interkulturelles Netzwerk 2008b, AZS-MCSM 2009). Dans notre enquête, ce caractère accueillant des Polonais est très fortement mis en avant par les jeunes : l'hospitalité (41) est d'ailleurs la caractéristique des Polonais la plus souvent décrite par les jeunes dans l'enquête, tout groupe d'aspect confondu. **b) *Le Polonais-héros*** : Nous retrouvons aussi dans les descriptions de type social des caractéristiques qui revenaient au portrait du *Polonais-héros* : la capacité de s'unir, déjà évoquée lors d'une rencontre interculturelle (AZS-MCSM 2010) et la sincérité, présente dans les résultats d'enquête de Bartmiński (2006) et Roguska (2011). Dans notre étude, ces caractéristiques sont reprises par les jeunes Polonais : pour eux, leurs compatriotes savent s'unir aux autres (13), être solidaires (9), en particulier dans les moments difficiles. Ils sont de même présentés comme des personnes sincères (8). **c) *Le Polonais aux valeurs familiales*** : Le portrait du *Polonais aux valeurs familiales* est évoqué dans les résultats d'enquête présentés par Roguska (2011), ainsi que lors d'une rencontre interculturelle (AZS-MCSM 2009). Dans notre enquête, les jeunes ont de même souligné le fait que les liens familiaux des Polonais sont forts (18). **d) *Le Polonais-au-bon-cœur*** : Dans les travaux de Warchala (2001) et de Roguska (2011) apparaissait le portrait que nous avons nommé le portrait du *Polonais-au-bon-cœur*. D'après notre étude également, un très grand nombre de caractéristiques de type social participent à ce tableau d'individus particulièrement agréables et bons en communauté : les jeunes Polonais rendent compte de personnes serviables (9), gentilles (10), amicales (8), sympathiques (3) et sociables (9). Entre les sexes, leur amabilité est aussi mise en avant : les hommes polonais sauraient bien se comporter vis-à-vis des femmes (3).

- **Nouvelles caractéristiques**

Deux traits de caractère nouveau, que nous n'avons pas classés dans des portraits-types, ont été relevés dans l'enquête : les Polonais sont décrits comme ayant une nature querelleuse (10), et assez paradoxalement à la sincérité qui leur est accordée, comme des personnes qui ne sont pas honnêtes, qui ont tendance à tromper les gens (6).

11.2.4.2. PORTRAITS DE L'ALLEMAND

- **Portrait confirmé**

Les rares caractéristiques de type social attribuées aux Allemands nous évoquent à nouveau un portrait-type déjà présenté de manière récurrente dans le passé. **a) *L'Allemand suscitant le dédain voire l'effroi*** : Comme nous l'avons vu plus haut, le portrait de *l'Allemand suscitant le dédain voire l'effroi* a été établi d'après plusieurs études portant sur les stéréotypes partagés par les Polonais (Pisarkowa 1976, Bartmiński 1994, Interkulturelles Netzwerk 2008a) - un portrait qui faisait lui-même écho à celui de *l'Allemand évoquant réticence et mépris* (Bystroń 1935), existant dans la pensée des Polonais avant la Seconde Guerre mondiale. Dans notre étude, les Allemands sont également décrits au travers des caractéristiques de type social attribuées comme des personnages antipathiques, puisqu'il s'agit selon eux d'individus trompeurs (5), négligeant la famille (4) et faisant preuve de froideur (4).

11.2.4.3. PORTRAITS DU FRANÇAIS

- **Portrait confirmé**

Les caractéristiques de type social accordées aux Français évoquent un portrait déjà existant d'après des études ultérieures. **a) *Le Français gentil et sociable*** : Les travaux de Warchala (2001) et de Kokot (2009) ont rendu compte de caractéristiques sociales attribuées aux Français par les Polonais, qui formaient selon nous le portrait du *Français gentil et sociable*. Nous en retrouvons clairement les contours dans notre enquête, puisque les jeunes Polonais dépeignent les Français comme des individus agréables en communauté : ce sont pour eux des personnes gentilles (10), amicales (6) et sociables (7).

- **Nouvelles caractéristiques**

Malheureusement ce portrait de type positif est contrasté par l'attribution d'autres traits qui n'ont pas été relevés ultérieurement (et que nous n'avons pas regroupés ici dans des portraits-types) : les Français sont aussi dépeints par les jeunes Polonais comme hypocrites (3) et ne tenant pas paroles (3).

Quant à la famille, d'après les jeunes Polonais elle ne les intéresse pas vraiment (4) puisqu'ils la négligent.

11.2.4.4. PORTRAITS DE L'EUROPÉEN

- **Portrait confirmé**

Un portrait de type social de l'Européen déjà existant est confirmé par notre enquête. **a) L'Européen avec des qualités sociales croissantes** : Nous avons relevé dans notre enquête plusieurs caractéristiques attribuées par les jeunes Polonais aux Européens, qui évoquent le portrait de *l'Européen avec des qualités sociales croissantes*, mis à jour dans de précédentes études. L'Européen, selon ce portrait, était en effet caractérisé entre autres par la gentillesse et le fait de s'unir et de fonctionner avec les autres dans les situations difficiles (Roguska 2011). D'après notre étude, les jeunes Polonais présentent aussi les Européens comme faisant preuve d'entraide (8) et de solidarité (4). Pour eux, ils forment une communauté (4) et ils ont de plus un caractère amical (4).

11.2.4.5. COMPARAISON ENTRE LES PORTRAITS

Sur le plan social, les portraits du Polonais et de l'Allemand dressés par les jeunes Polonais dans notre enquête ont tendance à s'opposer, quoique la malhonnêteté accordée aux Allemands rappelle celle attribuée aux Polonais. En dehors de ce point commun, les contrastes entre les figures polonaise et allemande sont nettement marqués : les portraits du *Polonais aux valeurs familiales* et du *Polonais-au-bon-cœur*, qui fait preuve de sociabilité et de sympathie, s'opposent à celui de *l'Allemand suscitant le dédain voire l'effroi*, caractérisé par la froideur et une certaine négligence envers la famille. Les portraits des Français se rapprochent pour leur part tantôt des Polonais et tantôt des Allemands. Dans les descriptions des jeunes, les Polonais se rapprochent des Français d'après les descriptions du *Polonais-au-bon-cœur*, proches des descriptions du *Français gentil et sociable*, pour leur caractère gentil, sociable et amical. Par contre, les descriptions du manque d'intérêt que les Français accordent à leur famille s'opposent à celles du *Polonais aux valeurs familiales* et se rapprochent de celles de *l'Allemand suscitant le dédain voire l'effroi*, lui-même peu intéressé par la famille.

Malgré les différentes oppositions entre Polonais, Français et Allemands sur le plan social, on observe que les descriptions des trois nations évoquent une certaine méfiance de la part des jeunes Polonais : les Français sont décrits comme hypocrites et ne tenant pas parole, et les Polonais et les Allemands sont pour leur part présentés comme enclins à la malhonnêteté. Enfin, les descriptions des Européens rappellent ici clairement celles des Polonais : le portrait du *Polonais-héros*, caractérisé par la solidarité et le fait de savoir s'unir aux autres notamment dans les moments difficiles, et le portrait du *Polonais-*

au-bon- cœur, marqué par la serviabilité et un caractère amical, font écho au portrait de *l'Européen aux qualités croissantes*, caractérisé par le fait de savoir s'unir aux autres, de faire preuve d'entraide, d'être solidaire et amical. Un tel portrait des Européens n'évoque par contre en rien les descriptions des Allemands et comprend uniquement le caractère amical accordé aux Français.

11.2.5. ASPECT GÉOGRAPHIQUE ET ÉCONOMIQUE

Les caractéristiques relatives à l'aspect géographique et économique arrivent en cinquième position (après celles relatives à l'aspect psychique, l'aspect culturel, l'aspect du rapport à l'altérité et l'aspect social), en ce qui concerne leur niveau d'attribution aux quatre gentilés par les jeunes Polonais.

- **Gentilé *Polacy***

Les caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique de type géographique et économique (évoquées au moins à trois reprises par les jeunes Polonais) sont dans la compréhension du gentilé *Polacy* au nombre de 7. Elles sont en très grande majorité présentées dans des réponses de type négatif (6 caractéristiques évoquées dans des réponses de type négatif ou essentiellement négatif pour seulement une caractéristique dans des réponses de type positif).

- **Gentilé *Niemcy***

Les caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique relatives à l'aspect géographique et économique dans la compréhension du gentilé *Niemcy* sont encore plus nombreuses que celles d'ordre auto-stéréotypique relatives au gentilé *Polacy* : on en compte 10 au total. Ces traits, contrairement à ceux qui reviennent au gentilé *Polacy*, sont en grande majorité présentés dans des réponses de type positif (8 caractéristiques évoquées dans des réponses de type positif ou essentiellement positif pour seulement deux dans des réponses de type essentiellement négatif). Les atouts économiques et géographiques de l'Allemagne sont donc bien plus valorisés que ceux de la Pologne par les jeunes Polonais.

- **Gentilé *Francuzi***

Les caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique relatives à l'aspect géographique et économique dans la compréhension du gentilé *Francuzi* sont moins nombreuses que celles relatives aux gentilés *Niemcy* et *Polacy* : 6 caractéristiques uniquement. Elles sont relativement mitigées sur le plan axiologique, puisque trois caractéristiques sont évoquées dans des réponses de type positif ou essentiellement positif, deux dans des réponses de type négatif et une dans des réponses dont la moitié est de type positif et l'autre moitié de type négatif.

- **Gentilé *Europejczycy***

Enfin, les caractéristiques relatives à l'aspect géographique et économique dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* sont aussi nombreuses que celles relatives au gentilé *Polacy* : elles sont au nombre de 7. La majorité de ces caractéristiques sont, comme dans le cas du gentilé *Polacy*, de type négatif (les deux principales sont évoquées dans des réponses de type positif et les 5 autres dans des réponses de type négatif).

11.2.5.1. PORTRAITS DU POLONAIS

- **Portrait confirmé**

Les différentes caractéristiques de type géographique et économique, accordées aux Polonais par les jeunes dans notre enquête, évoquent un portrait-type du Polonais déjà dressé ultérieurement. **a) *Le Polonais vivant dans de meilleures conditions qu'avant*** : Le fait de vivre de manière modeste, de percevoir de faibles salaires, est présent dans les représentations que les Polonais ont de leurs compatriotes, d'après les résultats d'enquête de Roguska (2011) et les descriptions faites par les jeunes Polonais lors d'une rencontre interculturelle de 2009 (AZS-MCSM 2009). Cependant, Roguska avait mis en évidence une évolution de ces représentations, les Polonais se percevant, les années passant, comme vivant davantage dans de bonnes conditions que dans de mauvaises. Ainsi, nous avons établi le portrait du *Polonais vivant dans de meilleures conditions qu'avant*. Or, ces caractéristiques que nous venons d'évoquer ressortent également dans notre enquête, puisque les descriptions des jeunes reviennent souvent sur les problèmes de revenu rencontrés par les Polonais. Pour eux, ils ont de faibles salaires (9) et doivent partir à l'étranger pour gagner de l'argent (5). Les problèmes économiques se ressentent aussi sur les infrastructures de leur pays, en mauvais état (5). De manière générale, selon les jeunes Polonais, la vie est dure dans leur pays (3). Pourtant, ils estiment bien que les Polonais vivent dans un pays prometteur, en plein développement (5).

- **Nouvelles caractéristiques**

Nous avons également relevé deux autres caractéristiques, relatives aux paysages de la Pologne, qui n'étaient pas apparues dans les différentes études ultérieures mentionnées : les jeunes regrettent l'amoncellement de déchets sauvages (3) dans un pays qu'ils jugent pourtant bien joli (3).

11.2.5.2. PORTRAITS DE L'ALLEMAND

- **Portraits confirmés**

Les caractéristiques de type géographique et économique, accordées aux Allemands par les jeunes

dans notre enquête, rappellent trois portraits évoqués ultérieurement. **a) *L'Allemand privilégié*** : Dans différentes études, on relève les mentions des richesses des Allemands, de leurs voitures, de leurs infrastructures ou encore du développement de leur pays (Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2009, 2010). Ces caractéristiques nous avaient aussi permis de dresser le portrait de *l'Allemand privilégié*. Dans notre enquête, la bonne situation économique de l'Allemagne est également fortement mise en avant par les jeunes Polonais. En effet les Allemands ont, d'après eux, une économie forte (4) et jouissent d'une certaine richesse (11) (ce que bon nombre de jeunes Polonais n'apprécient pas). Cette richesse est aussi évoquée par la qualité des voitures qu'ils produisent et conduisent (15), la haute qualité des infrastructures du pays (15), et plus globalement par leur modernité (4). En plus de ces avantages économiques et matériels, les Allemands sont décrits comme jouissant dans leurs pays d'une bonne politique sociale (8), toujours reconnue de manière positive par les jeunes Polonais. Enfin, le développement de l'Allemagne est souvent mis en avant par les jeunes Polonais (9). Tous ces avantages économiques et matériels que connaissent les Allemands justifient peut-être le fait qu'ils soient considérés par les jeunes comme présentant une attitude favorable à leur pays (3). **b) *L'Allemand économe et avare*** : Bystron (1935) a évoqué, comme nous l'avons vu précédemment, le caractère économe de l'Allemand que la noblesse, la bourgeoisie et la paysannerie polonaises observaient avec haine entre le XVIe et XVIIIe siècle. Ce sens de l'épargne de l'Allemand était de même présent dans la pensée des Polonais lors de la Seconde Guerre mondiale (Szarota 1977). Plus récemment encore, nous avons relevé des descriptions de l'Allemand économe et avare (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2009). Ces descriptions avaient permis de dresser le portrait de *l'Allemand économe et avare*, que nous retrouvons dans notre étude, puisque les jeunes y attribuent également aux Allemands un caractère économe voire avare (12). **c) *L'Allemand propre*** : Un dernier portrait déjà existant est encore évoqué par les descriptions de type géographique et économique des Allemands : il s'agit du portrait de *l'Allemand propre*, qui est ressorti des enquêtes de Pisarkowa (1976) et de Bartmiński (2006), ainsi que d'une rencontre interculturelle de jeunes (AZS-MCSM 2010). Dans notre enquête également, les jeunes Polonais mentionnent la propreté qui est selon eux d'usage en Allemagne (11).

11.2.5.3. PORTRAITS DU FRANCAIS

- **Nouveaux portraits et caractéristiques**

Les caractéristiques de type géographique et économique, accordées par les jeunes Polonais aux Français dans notre enquête, semblent présenter un caractère nouveau, puisqu'elles ne sont pas ressorties des autres travaux mentionnés dans la partie théorique. Nous en tirons aussi deux portraits-types. **a) *Le Français en adoration devant son pays*** : Un fort attachement des Français à leur pays est très souvent mis en avant par les jeunes Polonais (14), ce qui est le plus souvent perçu de manière

positive. Mais pour certains, les Français vont même jusqu'à considérer que leur pays est supérieur aux autres (5), ce qui est pour eux un trait de type négatif. Ces deux caractéristiques nous évoquent aussi le portrait du *Français en adoration devant son pays*. **b) *Le Français habitant d'un pays attractif*** : Les jeunes reconnaissent de plus aux Français les caractéristiques de type positif suivantes : un pays beau et agréable (9), dans lequel se trouve la ville de Paris (3). Ces deux traits nous permettent d'établir le portrait du *Français habitant d'un pays attractif*.

Deux autres traits de caractère nouveau, que nous n'avons pas répertoriés dans des portraits-types, ressortent encore : les jeunes Polonais décrivent ici un système social français développé (4), qui n'est pas apprécié à l'unanimité, et évoquent les voitures produites par les Français, pour eux de mauvaise qualité (3).

11.2.5.4. PORTRAITS DE L'EUROPÉEN

- **Portrait confirmé**

Un portrait de l'Européen, déjà apparu dans d'autres enquêtes, ressort de notre étude d'après les caractéristiques que lui attribuent les jeunes Polonais. **a) *L'Européen privilégié*** : Les expressions de la richesse des Européens, des bonnes conditions dans lesquelles ils vivent (Bartmiński 2006, Roguska 2011), avaient permis de dresser le portrait de *l'Européen privilégié*. D'autres caractéristiques attribuées par les jeunes Polonais aux Européens dans notre enquête évoquent aussi un portrait de *l'Européen privilégié*, puisqu'ils sont ici mis en avant pour leur développement (7) et pour leur modernité (6).

- **Nouveaux portraits et caractéristiques**

Deux autres portraits, au caractère nouveau, ressortent de cette étude. **a) *L'Européen aux deux visages – le riche Européen de l'Ouest et le pauvre Européen de l'Est*** : Les jeunes Polonais mettent en avant une nette division de l'Europe en deux parties. Malgré la chute des régimes communistes de l'Est et l'unification de l'Europe, il demeure selon les jeunes Polonais une division entre l'ouest et l'est de l'Europe (4) dont ses habitants sont tributaires, autrement dit, une division entre riches et pauvres (5). **b) *L'Européen faible sur la scène internationale*** : Les jeunes Polonais regrettent aussi que les Européens soient moins puissants que les Américains (3) et qu'ils délocalisent la production en Chine (3). Ces deux caractéristiques nous évoquent un portrait de *l'Européen faible sur la scène internationale*, peu compétitif sur le plan économique en comparaison d'habitants d'autres continents. Une dernière caractéristique, qui ne relève pas d'un portrait-type, ressort aussi de notre enquête : les jeunes décrivent les Européens comme attachés à l'argent (3).

11.2.5.5. COMPARAISON ENTRE LES PORTRAITS

Nous constatons que les descriptions des Polonais sur le plan géographique et économique ne rappellent presque en rien celles des Allemands et des Français. En dehors du fait que la Pologne et l'Allemagne sont d'après les jeunes Polonais en plein développement, les Polonais et les Allemands ont bien peu en commun. Leurs portraits sont même très contrastés : les descriptions de *l'Allemand privilégié*, caractérisé notamment par la richesse ainsi qu'une économie forte et des infrastructures de bonne qualité, s'opposent encore nettement à celles du *Polonais vivant dans de meilleures conditions* qu'avant, qui reste caractérisé par de faibles salaires et des infrastructures en mauvais état. Ces avantages des Allemands sur les Polonais semblent perçus d'un mauvais œil par certains jeunes, comme le laisse comprendre leur jugement négatif sur les atouts économiques et matériels allemands qu'ils décrivent. Les descriptions de Polonais qui salissent leurs villes et polluent leur nature s'opposent également au portrait de *l'Allemand propre*. Concernant les descriptions des Français, on ne retrouve pas de caractéristiques de type géographique et économique communes ou opposées à celles des Polonais (en dehors du fait que les deux nations partagent selon les jeunes un joli pays). Quant aux similitudes entre les descriptions des Français et des Allemands, les Français auraient d'après elles un unique point commun avec les Allemands : ils partageraient une attitude favorable à leur pays (ce qui pour les premiers relève du portrait du *Français en adoration devant son pays* et pour les seconds du portrait de *l'Allemand privilégié*). Ils s'opposent par contre clairement en ce qui concerne la qualité de leurs voitures, les Français fabriquant des voitures de mauvaises qualités et les Allemands fabriquant (ou possédant) quant à eux de bonnes voitures. Enfin, d'après les descriptions des Européens par les jeunes, les Polonais partagent seulement avec eux le développement de leur territoire et de leur économie, comme c'est aussi le cas avec les Allemands. La distinction d'une Europe partagée géographiquement et économiquement laisse aussi entendre que les Polonais se distinguent sur ce plan des Allemands et des Français, ces nations appartenant pour les jeunes à une autre Europe.

11.2.6. ASPECT PSYCHOSOCIAL

Les caractéristiques relatives à l'aspect psychosocial arrivent en sixième position (après celles relatives à l'aspect psychique, l'aspect culturel, l'aspect du rapport à l'altérité, l'aspect social et l'aspect géographique et économique), en ce qui concerne leur niveau d'attribution aux quatre gentils par les jeunes Polonais.

- **Gentilé *Polacy***

Les caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique relatives à l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Polacy* (évoquées au moins à trois reprises par les jeunes Polonais) sont au nombre de 11. Elles sont en majorité présentées dans des réponses de type négatif : 7 caractéristiques sont évoquées dans des énoncés de type négatif ou essentiellement négatif pour 4 caractéristiques dans des énoncés de type positif.

- **Gentilé *Niemcy***

Les caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique relatives à l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Niemcy* sont nettement moins nombreuses : elles sont au nombre de 5. Ces traits sont cependant tous présentés dans des énoncés de type négatif ou essentiellement négatif.

- **Gentilé *Francuzi***

Les caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique relatives à l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Francuzi* sont également moins nombreuses que celles relatives au gentilé *Polacy* : on en compte 6 au total. Comme pour le gentilé *Polacy*, elles sont davantage mitigées sur le plan axiologique que celles relatives au gentilé *Niemcy* : 4 caractéristiques sont évoquées dans des énoncés de type négatif et deux dans des énoncés dont la moitié est de type positif et l'autre moitié de type négatif.

- **Gentilé *Europejczy***

Enfin, les caractéristiques relatives à l'aspect psychosocial dans la compréhension du gentilé *Europejczy* sont peu nombreuses en comparaison des trois autres gentilés : elles sont trois au total. Ces trois caractéristiques sont de plus exclusivement de type négatif.

11.2.6.1. PORTRAITS DU POLONAIS

- **Portraits confirmés**

Les caractéristiques de type psychosocial accordées aux Polonais par les jeunes dans notre enquête rappellent un portrait évoqué dans d'autres études. **a) *Le Polonais lié à sa culture et à sa nation*** : Le portrait du *Polonais lié à sa culture et à sa nation*, caractérisé notamment par sa fierté nationale, est mis en avant dans les résultats d'enquête de Bartmiński (2006). Dans notre étude, nous retrouvons l'expression de la fierté d'être Polonais (3), mais aussi l'évocation d'un sentiment de proximité entre eux (4).

- **Nouveaux portraits**

Nous avons également noté de nouveaux traits, absents des résultats d'enquêtes ultérieures qui ont été mentionnés. **a) *Le Polonais complexe*** : Les jeunes Polonais expriment comme principales caractéristiques d'ordre psychosocial une nature envieuse, jalouse des autres (19), associée à un regard négatif que les Polonais portent sur eux-mêmes : d'après les jeunes, leurs compatriotes manquent de confiance en eux (10) et ont de nombreux complexes (6). A l'étranger, les jeunes Polonais pensent aussi qu'ils sont mal perçus (13). Ils regrettent par ailleurs que les Polonais prennent d'autres pays comme exemple, qu'ils soient par ex. fascinés par les pays occidentaux (4) et qu'ils adoptent des modèles étrangers (4). Tous ces traits de type négatif, nous évoquent un portrait du *Polonais complexe*. **b) *Le Polonais humble*** : Le portrait du *Polonais complexe* trouve cependant un revers positif, si l'on considère ce que nous appelons le portrait du *Polonais humble*. D'après les jeunes, du fait d'une faible estime d'eux-mêmes, les Polonais savent se considérer avec recul et humilité : ils sont modestes (5), ils font preuve de distance vis-à-vis d'eux-mêmes (4) et d'un esprit autocritique (3) qu'ils valorisent.

11.2.6.2. PORTRAITS DE L'ALLEMAND

- **Portrait confirmé**

Les caractéristiques de type psychosocial, accordées aux Allemands par les jeunes Polonais dans notre enquête, rappellent un portrait déjà évoqué par d'autres résultats d'enquête. **a) *L'Allemand orgueilleux*** : Nous avons dressé dans la partie théorique de ces travaux le portrait de l'Allemand orgueilleux, caractérisé par la fierté, l'orgueil, la mégalomanie, un sentiment de supériorité ainsi que le dédain, d'après les résultats d'enquête de Pisarkowa (1976), Bartmiński (2006) et d'après une rencontre interculturelle (AZS-MCSM 2010). Ces traits apparaissent aussi dans notre étude, puisque les Allemands sont dépeints par les jeunes Polonais comme résolument trop sûrs d'eux. Selon les jeunes, ils se sentent supérieurs aux autres (20), ils sont imbus d'eux-mêmes (17) et se comportent tels des maîtres en Pologne (4). Ce sont aussi des personnes fières (5), ce qui est parfois vu positivement par les jeunes Polonais.

- **Nouvelle caractéristique**

Nous avons également noté une caractéristique au caractère nouveau : une nature envieuse est attribuée aux Allemands (4) (ce trait est apprécié par l'un des répondants lorsque ce sentiment de jalousie concerne les Polonais).

11.2.6.3. PORTRAITS DU FRANCAIS

- **Portrait confirmé**

Les caractéristiques de type psychosocial attribuées aux Français par les jeunes Polonais rappellent un portrait déjà évoqué ultérieurement. **a) *Le Français imbu de lui-même*** : Nous avons dessiné le portrait du *Français imbu de lui-même*, caractérisé en particulier par sa vanité, sa mégalomanie et son assurance, d'après différentes études ultérieures (Interkulturelles Netzwerk 2008a, Kokot 2009, AZS-MCSM 2010). Ce portrait trouve aussi de nets échos d'après les caractéristiques de type psychosocial relevées dans notre enquête. Les jeunes Polonais perçoivent bien les Français comme trop sûrs d'eux : ils seraient imbus d'eux-mêmes (28) et se sentiraient supérieurs aux autres (11). D'après les jeunes, ils se prennent aussi trop au sérieux : ils sont égocentriques (7) et manquent de distance vis-à-vis d'eux-mêmes (3). Cependant la confiance en eux (4) et le sentiment de fierté (4) qui leur sont attribués sont vus de manière tantôt positive, tantôt négative.

11.2.6.4. PORTRAITS DE L'EUROPÉEN

- **Nouveaux portrait et caractéristique**

Nous avons relevé plusieurs caractéristiques de type psychosocial qui n'étaient pas apparues dans les résultats d'enquêtes précédentes présentés dans la partie théorique de ces travaux. Deux d'entre elles nous permettent de dresser un nouveau portrait-type. **a) *L'Européen orgueilleux*** : D'après les jeunes Polonais, les Européens ont une trop grande confiance en eux : ils sont imbus d'eux-mêmes (5) et se sentent supérieurs aux habitants des autres continents (6).

Un autre trait ressort également dans notre enquête : la principale caractéristique de type psychosocial admise aux Européens est leur fascination pour les Etats-Unis (13). D'après les jeunes Polonais, les Etats-Unis sont pour eux un modèle, un objet de fascination ou même une obsession qui leur donne parfois des complexes.

11.2.6.5. COMPARAISON ENTRE LES PORTRAITS

Une différence majeure ressort des descriptions des Polonais par rapport à celles des Allemands, Français et Européens : les portraits du *Polonais complexé* et du *Polonais humble* contrastent très fortement avec les portraits de *l'Allemand orgueilleux*, du *Français imbu de lui-même* et de *l'Européen orgueilleux*. L'humilité, mais aussi le sentiment d'infériorité et l'attitude complexée des Polonais s'opposent, selon les jeunes, diamétralement à la trop grande assurance, au sentiment de supériorité des Allemands, des Français et des Européens.

Les descriptions des Polonais trouvent cependant des similitudes avec celles des Allemands sur le plan psychosocial : une certaine fierté et une nature envieuse sont attribuées aux deux nations. Les descriptions des Polonais se rapprochent aussi sur certains points de celles des Européens : la fascination des Polonais pour les pays occidentaux, leur adoption de modèles étrangers et leur attitude complexée sont similaires aux descriptions des Européens en ce qui concerne leur rapport aux Etats-Unis.

11.2.7. ASPECT POLITIQUE

Les caractéristiques relatives à l'aspect politique arrivent en septième position (après celles relatives à l'aspect psychique, l'aspect culturel, l'aspect du rapport à l'altérité, l'aspect social, l'aspect géographique et économique et l'aspect psychosocial) en ce qui concerne leur niveau d'attribution aux quatre gentilés par les jeunes Polonais.

- **Gentilé *Polacy***

Les caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique relatives à l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Polacy* (évoquées au moins à trois reprises par les jeunes Polonais) sont au nombre de 6. Elles sont en majorité présentées dans des réponses de type négatif : 5 caractéristiques sont évoquées dans des occurrences de type négatif ou essentiellement négatif, pour une seule caractéristique dans des occurrences de type positif.

- **Gentilé *Niemcy***

Les caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique relatives à l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Niemcy* sont moins nombreuses : elles sont au nombre de trois. Ces traits sont cependant davantage positifs : deux caractéristiques sont présentées dans des réponses d'ordre positif ou essentiellement positif et une caractéristique est évoquée dans des réponses de type négatif.

- **Gentilé *Francuzi***

Les caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique relatives à l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Francuzi* sont encore moins nombreuses : on en compte deux uniquement. Ces traits sont évoqués dans des occurrences de type négatif ou essentiellement négatif.

- **Gentilé *Europejczycy***

Enfin, les caractéristiques relatives à l'aspect politique dans la compréhension du gentilé *Europejczycy* sont aussi nombreuses que celles relatives au gentilé *Polacy* : elles sont 6. Ces dernières sont

cependant davantage positives que celles attribuées aux Polonais : les trois principales sont de type positif ou essentiellement positif et les trois autres sont de type négatif ou essentiellement négatif.

11.2.7.1. PORTRAITS DU POLONAIS

- **Portrait confirmé**

Les caractéristiques de type politique accordées aux Polonais par les jeunes dans notre enquête rappellent un portrait évoqué ultérieurement. **a) *Le Polonais-patriote*** : Les résultats d'enquête de Bartmiński (2006) et de Roguska (2011) permettaient déjà de dresser le portrait du *Polonais-patriote*. Nous retrouvons dans notre étude l'expression de cet attachement à la patrie, puisque les jeunes rendent compte du sentiment patriotique qui anime les Polonais (12).

- **Nouveaux portraits**

D'autres caractéristiques nous ont aussi permis d'établir deux nouveaux portraits. **a) *Le Polonais confronté à des difficultés politiques*** : Les jeunes Polonais décrivent divers problèmes rencontrés par leurs compatriotes, qui nous inspirent un portrait du *Polonais confronté à des difficultés politiques*. Les Polonais sont décrits tout d'abord comme ayant un problème avec la politique de leur Etat : pour les jeunes, rien sur la scène politique de leur pays ne semble fonctionner (14). Selon eux, leur nation et leur pays sont de plus malmenés par les autres, dans le présent comme dans le passé (3). D'après les jeunes Polonais, des traces du communisme sont de plus encore présentes chez leurs compatriotes (3). **b) *Le Polonais indifférent aux problèmes de la collectivité*** : Les citoyens polonais sont décrits comme n'agissant pas en faveur de leur environnement (7) ou de leur collectivité (5) : ils ne font rien ni pour l'un ni pour l'autre, ce qui nous permet de dresser le portrait du *Polonais indifférent aux problèmes de la collectivité*.

11.2.7.2. PORTRAITS DE L'ALLEMAND

- **Portraits confirmés**

Les caractéristiques de type politique accordées aux Allemands par les jeunes dans cette enquête rappellent deux portraits déjà présentés dans des études ultérieures. **a) *L'Allemand attaché à l'environnement*** : Le portrait de *L'Allemand attaché à l'environnement* est ressorti d'une enquête interculturelle de 2009 (AZS-MCSM). De même, dans notre enquête, la principale caractéristique d'ordre politique attribuée aux Allemands est le fait qu'ils veillent à l'écologie (8), une attitude envisagée de manière positive par les jeunes. **b) *L'Allemand-envahisseur*** : Les résultats d'enquête de Bartmiński (2006), ainsi que les séances d'observation d'une rencontre interculturelle de 2010 (AZS-

MCSM), avaient permis d'établir le portrait de *l'Allemand-envahisseur*. Nous retrouvons dans notre étude ce portrait, au travers des descriptions de type négatif des réclamations territoriales qu'ont les Allemands d'après les jeunes Polonais depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale (4).

- **Nouvelle caractéristique**

Reste encore une caractéristique de caractère nouveau, que nous n'avons pas indiquée dans un portrait-type : il s'agit des problèmes que les Allemands ont avec les immigrés (4), d'après les jeunes Polonais. Ce trait est présenté comme positif par l'un des répondants, ce qui induit clairement une certaine malveillance vis-à-vis des Allemands.

11.2.7.3. PORTRAITS DU FRANCAIS

- **Nouvelles caractéristiques**

Nous avons relevé deux caractéristiques de type politique accordées aux Français par les jeunes Polonais. Ces caractéristiques n'ont pas été évoquées dans les études précédentes, mentionnées dans la partie théorique de ces travaux : elles présentent donc un caractère nouveau. Nous ne les avons pas regroupées dans un portrait-type, celles-ci ayant chacune un caractère singulier. D'après les jeunes Polonais, les Français sont décrits d'une part comme faisant la grève (6) (un point plutôt négatif pour les jeunes) et d'autre part comme ayant en France beaucoup d'immigrés (5) (caractéristique cette fois négative, d'après les 5 répondants).

11.2.7.4. PORTRAITS DE L'EUROPÉEN

- **Portrait confirmé**

Un portrait-type de l'Européen, déjà dressé par le biais d'études antérieures, apparaît dans ces résultats d'enquête. **a) *L'Européen habitant de l'UE*** : D'après les travaux de Batko (2005), nous avons pu observer le portrait de *l'Européen habitant de l'UE*. Ce lien entre Européen et Union Européenne est également très présent dans les représentations des jeunes Polonais, d'après notre étude. L'Union Européenne (14) est en effet fréquemment associée aux Européens par les jeunes.

- **Nouveaux portraits et caractéristiques**

Nous avons de plus établi deux nouveaux portraits de l'Européen, d'après les présents résultats d'enquête. **a) *L'Européen uni aux autres Européens*** : Les caractéristiques d'ordre politique positives attribuées dans notre étude par les jeunes Polonais aux Européens évoquent le fait qu'ils fonctionnent ensemble, y compris face à l'adversité : ils sont unis (20), ils s'intègrent (9). Ces deux caractéristiques

inspirent aussi le portrait de *l'Européen uni aux autres Européens*. **b) *L'Européen en conflit avec les autres Européens*** : Un portrait opposé au précédent ressort cependant de l'enquête, il s'agit de ce que nous appelons le portrait de *l'Européen en conflit avec les autres Européens*. En effet, des caractéristiques de type négatif viennent noircir ce tableau. Les Européens rencontrent, d'après les jeunes Polonais, des limites à cette unité : ils sont divisés sur le plan politique (7) et connaissent des conflits politiques entre eux (5).

Un autre trait de caractère nouveau (et qui n'appartient selon nous à aucun de ces portraits) est aussi qu'ils ont délocalisé la production en Chine (3).

11.2.7.5. COMPARAISON ENTRE LES PORTRAITS

Les descriptions de type politique des Polonais n'ont rien en commun avec celles des Allemands, elles s'opposent même sur la question environnementale puisque, contrairement aux Polonais, les Allemands sont décrits comme engagés en faveur de l'écologie. Les jeunes Polonais ne décrivent pas non plus de caractéristiques communes aux Polonais et aux Français. Comme pour les Allemands, ils évoquent cependant chez les Français la présence d'immigrés en tant qu'élément problématique. Aucune caractéristique européenne de type politique ne fait enfin écho aux caractéristiques polonaises, allemandes ou françaises. Les Européens sont décrits avec des caractéristiques qui leur sont propres : l'union, l'intégration, l'UE, mais aussi la division, les conflits politiques, la délocalisation de la production en Chine. On remarque tout de même que l'union, valorisée dans la sphère politique européenne, rappelle la capacité à s'unir des Polonais, valorisée par les jeunes dans la sphère sociale.

11.2.8. ASPECT PHYSIQUE ET ESTHÉTIQUE

Les caractéristiques relatives à l'aspect physique et esthétique arrivent en huitième position (après celles relatives à l'aspect psychique, l'aspect culturel, l'aspect du rapport à l'altérité, l'aspect social, l'aspect géographique et économique, l'aspect psychosocial et l'aspect politique), en ce qui concerne leur niveau d'attribution global aux gentils par les jeunes Polonais.

- **Gentilé *Polacy***

Les caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique relatives à l'aspect physique et esthétique dans la compréhension du gentilé *Polacy* (évoquées au moins à trois reprises par les jeunes Polonais) sont au nombre de trois. Elles sont en majorité présentées dans des réponses de type positif : deux

caractéristiques sont évoquées dans des réponses de type positif pour une caractéristique dans des réponses de type négatif.

- **Gentilé *Niemcy***

Les caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique relatives à l'aspect physique et esthétique dans la compréhension du gentilé *Niemcy* sont plus nombreuses, elles sont au nombre de 5. Ces traits sont cependant beaucoup plus négatifs : les 5 caractéristiques sont présentées dans des réponses de type négatif ou essentiellement négatif.

- **Gentilé *Francuzi***

Quant aux caractéristiques d'ordre hétéro-stéréotypique relatives à l'aspect physique et esthétique dans la compréhension du gentilé *Francuzi*, elles sont encore plus nombreuses que celles relatives au gentilé *Niemcy* : on en compte 11 au total. Celles-ci sont majoritairement évoquées dans des réponses de type positif ou essentiellement positif, puisqu'on relève 9 caractéristiques de type positif ou essentiellement positif pour une de type essentiellement négatif. Une dernière caractéristique est formulée dans des réponses dont la moitié est de type positif et l'autre moitié de type négatif.

- **Gentilé *Europejczy***

En ce qui concerne le gentilé *Europejczy*, comme nous l'avons vu, aucune caractéristique relative à l'aspect physique et esthétique n'a été évoquée au moins à trois reprises. Les Européens sont très peu envisagés d'un point de vue physique ou esthétique par les jeunes.

11.2.8.1. PORTRAITS DU POLONAIS

- **Portrait confirmé**

Un portrait que nous avons observé lors de rencontres interculturelles de jeunes ressort dans notre enquête. **a) La belle Polonaise** : Le portrait de *la belle Polonaise* est ressorti des descriptions des jeunes Polonais lors de rencontres interculturelles (Viviand 2011a). Nous en retrouvons les caractéristiques dans notre étude. Les caractéristiques de type physique et esthétique attribuées aux Polonais reviennent en fait principalement aux femmes polonaises. Ces dernières sont décrites par les jeunes Polonais comme belles (4) et prenant soin d'elles (3).

Nous avons cependant relevé un autre trait de caractère nouveau : un manque de goût vestimentaire des personnes âgées polonaises est décrit par les jeunes Polonais. Selon eux, les Polonais les plus âgés ne savent pas d'habiller (3).

11.2.8.2. PORTRAITS DE L'ALLEMAND

- **Portrait confirmé**

Nous retrouvons dans les descriptions de type physique et esthétique des Allemands un portrait déjà évoqué par des études antérieures. **a) *L'Allemand suscitant le dédain, voire l'effroi*** : Comme nous l'avons rappelé plus haut, avant la Seconde Guerre mondiale, il existait déjà un portrait de *l'Allemand évoquant réticence et mépris* (Bystron 1935), présenté satiriquement au XVI-XVIIIe comme corpulent et vêtu de manière grotesque, avec une langue considérée comme « appropriée à la menace et l'insulte »⁶. Plus tard on retrouve dans d'autres études un portrait similaire, le portrait de *l'Allemand suscitant le dédain, voire l'effroi* (Pisarkowa 1976, Bartmiński 1994, Interkulturelles Netzwerk 2008a) et de l'Allemande repoussante, qui parle une langue repoussante (Viviand 2011a). Dans les descriptions des jeunes Polonais de notre enquête, tout dans l'apparence des Allemands est décrit comme déplaisant : ils sont perçus comme laids (22), tout comme le serait leur langue (12). Ce sont des personnes décrites comme grosses (8), braillardes (6) et qui ne savent pas s'habiller (6). Il est aussi curieux que ces caractéristiques soient en partie évoquées de manière positive : la plupart des termes employés dans ces descriptions étant axiologiquement négatif, l'expression de caractéristiques dites positives manifeste clairement un sentiment malveillant envers les Allemands.

11.2.8.3. PORTRAITS DU FRANÇAIS

- **Portraits confirmés**

Nous retrouvons dans notre enquête deux portraits du Français déjà établis dans le passé. **a) *Le Français-élégant*** : Nous avons dressé le portrait du *Français-élégant*, caractérisé entre autres par l'élégance, le style, la mode et la minceur, d'après différentes études (Pisarkowa 1976, Interkulturelles Netzwerk 2008b, Kokot 2009, AZS-MCSM 2009). Ce portrait apparaît dans notre enquête, au travers de la description d'une certaine culture du paraître attribuée aux Français. En effet, ils sont décrits comme élégants (8), soignant leur apparence (6), comme des personnes qui ont le sens du style (6) et qui sont associées à la mode (5). Si la mode est toujours présentée de manière positive, l'élégance, le soin de l'apparence et le sens du style qui leur sont attribués sont présentés tantôt positivement, tantôt négativement. Une certaine fausseté et une attitude exagérée sont décrites par les jeunes Polonais au travers de ces caractéristiques. Les Français sont par contre unanimement appréciés pour leur bon goût (3) et pour leur manière de s'habiller (9), ainsi que pour leurs agréables parfums (3). **b) *Le Français et la Française aux physiques agréables*** : Des traits tels que la beauté, la minceur et le soin de soi (Kokot 2009, AZS-MCSM 2009, Viviand 2011a) accordés aux Français dans des études ultérieures,

⁶ «nadającym się do groźby czy wymyślań»

nous évoquaient le portrait du *Français et [de] la Française aux physiques agréables*. Ces caractéristiques reviennent dans les résultats de notre enquête où la beauté des Français ou des Françaises (3) est mise en avant. La mention de l'ancienne Première dame, Carla Bruni (bien que d'origine italienne) associée à une caractéristique positive (3) fait selon nous écho à l'expression de cette beauté que perçoivent les jeunes chez les Français. Enfin, la minceur (6) est présentée comme caractéristique essentiellement positive des Français.

- **Nouvelle caractéristique**

Nous avons aussi relevé une autre caractéristique de type positif, non répertoriée dans un portrait-type. Il s'agit de la beauté de la langue française (9).

11.2.8.4. PORTRAITS DE L'EUROPÉEN

Aucune caractéristique de type physique et esthétique, indiquée au moins à trois reprises, ne ressort dans la description des Européens. Quoiqu'il existe certainement des images liées à l'apparence des Européens dans la pensée des jeunes Polonais, ces descriptions sont quasi absentes de celles qu'ils ont faites dans l'enquête (seulement trois occurrences de caractéristiques de type physique et esthétique indiquées, sans lien les unes avec les autres).

11.2.8.5. COMPARAISON ENTRE LES PORTRAITS

Comme nous venons de le voir, une opposition entre le physique des femmes polonaises et allemandes ressort nettement des descriptions des jeunes Polonais. D'après eux, les femmes polonaises sont belles alors que les femmes allemandes sont laides. Les descriptions du physique des Polonaises trouvent par contre quelques similitudes avec celles du physique des Français(es), en ce qu'il est jugé agréable et soigné par les jeunes Polonais. Les descriptions de l'apparence des Français sont cependant fortement marquées par l'expression du culte du paraître et de divers attraits (mode, parfums, etc.) absents des descriptions des Polonais. Les descriptions de type physique et esthétique des Allemands sont ainsi aux antipodes des descriptions des Français : dans la tête des jeunes Polonais, les Français sont beaux alors que les Allemands sont laids, la langue française est belle tandis que la langue allemande est laide, les Français sont minces tandis que les Allemands sont gros, et les Français ont un goût vestimentaire certain alors que les Allemands en sont dépourvus.

11.2.9. ASPECT HISTORIQUE

Les caractéristiques relatives à l'aspect historique arrivent en neuvième position (après celles relatives à l'aspect psychique, l'aspect culturel, l'aspect du rapport à l'altérité, l'aspect social, l'aspect géographique et économique, l'aspect psychosocial, l'aspect politique et enfin l'aspect physique et esthétique) en ce qui concerne leur niveau d'attribution global aux gentilés par les jeunes Polonais.

- **Gentilé *Polacy***

Les caractéristiques d'ordre auto-stéréotypique, relatives à l'aspect historique dans la compréhension du gentilé *Polacy*, sont au nombre de 4. Elles sont principalement mentionnées dans des réponses de type négatif : trois sont décrites dans des occurrences de type négatif ou essentiellement négatif pour une dans des occurrences de type positif.

- **Gentilé *Niemcy***

Les caractéristiques relatives à l'aspect historique dans la compréhension du gentilé *Niemcy* sont un peu moins nombreuses que celles attribuées au gentilé *Polacy*. Elles sont au nombre de trois : deux sont formulées dans des réponses de type négatif et une dans des réponses de type positif.

- **Gentilé *Francuzi***

Le gentilé *Francuzi* est pour sa part très peu envisagé par les jeunes Polonais dans son aspect historique. Seule une caractéristique de type négatif ressort de leurs réponses.

- **Gentilé *Europejczycy***

Le gentilé *Europejczycy* est de même très peu décrit par les jeunes Polonais dans cet aspect. Seule une caractéristique (de type positif) relative à l'aspect historique ressort des descriptions.

11.2.9.1. PORTRAITS DU POLONAIS

- **Portrait confirmé**

Les descriptions de type historique qui concernent le gentilé Polonais dans notre enquête évoquent un portrait déjà établi par d'autres enquêtes. **a) Le *Polonais-traditionaliste*** : L'attachement à l'histoire des Polonais a déjà été observé dans les enquêtes de Bartmiński (2006), ce qui était pour lui une des caractéristiques du portrait du *Polonais-traditionaliste*. Nous retrouvons dans notre étude l'expression de cet attachement à l'Histoire, puisque les jeunes décrivent l'attachement général des Polonais à l'histoire de leur pays et de leur nation, de manière positive (8). Mais cet attachement est pour eux

souvent excessif. D'après les jeunes, les Polonais vivent perpétuellement dans le passé, dans l'Histoire (9), ils entretiennent même un rapport martyrologique avec l'Histoire (5).

- **Nouvelle caractéristique**

Nous avons également relevé une autre caractéristique qui n'était pas apparue dans l'état des recherches indiqué dans la partie théorique de ces travaux : quelques jeunes présentent comme caractéristique polonaise une histoire difficile (3), principalement de manière négative.

11.2.9.2. PORTRAITS DE L'ALLEMAND

- **Portrait confirmé**

Nous retrouvons d'après nos recherches un portrait-type de l'Allemand que différentes études nous avaient déjà permis de dresser. **a) L'Allemand-nazi** : Le portrait de *l'Allemand-nazi* avait été établi dans la partie théorique de ces recherches d'après plusieurs travaux (Pisarkowa 1976, Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, AZS-MCSM 2009). Nous en observons également les caractéristiques dans les descriptions des jeunes Polonais, puisque tous les traits de type historique accordés aux Allemands portent de manière implicite ou explicite sur la Seconde Guerre mondiale et sur les torts causés pendant cette période. Selon les jeunes Polonais, les Allemands ont fait beaucoup de mal pendant la Seconde Guerre mondiale (12) et, qui plus est, ils renient leur histoire et le mal qu'ils ont fait (11). Une caractéristique de type positif est tout de même mise en avant par certains : la reconnaissance de leurs torts après la Seconde Guerre mondiale (3).

11.2.9.3. PORTRAITS DU FRANCAIS

- **Nouvelle caractéristique**

Les différents travaux que nous avons présentés dans la partie théorique de ce mémoire n'avaient pas présenté de traits de type historique attribués aux Français par les Polonais. Cependant, une caractéristique ressort de notre enquête : les Français sont décrits comme des collaborateurs pendant la Seconde Guerre mondiale (3).

11.2.9.4. PORTRAITS DE L'EUROPÉEN

- **Portrait confirmé**

Un portrait-type de l'Européen déjà évoqué par des études ultérieures ressort de notre étude.

a) *L'Européen porteur d'une culture spécifique* : On retrouve certains traits du portrait de *l'Européen porteur d'une culture spécifique* déjà établi dans le passé (Bartmiński 2006, AZS-MCSM 2009, 2010), caractérisé notamment par le fait de partager une histoire commune avec les autres Européens. Cette caractéristique est également évoquée par les jeunes Polonais que nous avons interrogés : selon eux les Européens partagent une histoire riche (7).

11.2.9.5. COMPARAISON ENTRE LES PORTRAITS

Ainsi, nous constatons que les descriptions de type historique accordées aux Polonais et aux Allemands sont marquées par l'opposition : les jeunes Polonais indiquent que leurs compatriotes se perçoivent comme des victimes, des martyrs de l'Histoire qui souffrent toujours des douleurs passées et qu'ils restent plus généralement fortement attachés à l'histoire de leur pays (caractéristiques du *Polonais-traditionaliste*), alors que les Allemands gardent pour leur part une image de *bourreaux du passé* qui continuent majoritairement à nier leur histoire (caractéristiques de *l'Allemand-nazi*). Les descriptions des Français collaborateurs les rapprochent de celles des Allemands et de leurs actes lors de la Seconde Guerre mondiale, mais elles s'opposent à celles des Polonais victimes de l'Histoire. Enfin, les descriptions de la richesse historique des Européens, évaluée positivement, contrastent avec celles de la dureté des événements historiques, relatives aux Polonais, aux Allemands et aux Français. Les événements de la Seconde Guerre mondiale associés aux nations européennes n'apparaissent pas dans les descriptions que les jeunes Polonais font des Européens, comme si la figure de l'Européen-typique se situait au-delà des figures européennes nationales sur le plan historique.

11.2.10. ASPECT RELIGIEUX

Très peu de caractéristiques de type religieux ressortent de l'enquête. Elles arrivent en dixième et dernière position (après celles relatives à l'aspect psychique, l'aspect culturel, l'aspect du rapport à l'altérité, l'aspect social, l'aspect géographique et économique, l'aspect psychosocial, l'aspect politique, l'aspect physique et esthétique et enfin l'aspect historique), en ce qui concerne leur niveau d'attribution global aux gentils par les jeunes Polonais. On relève ainsi une unique caractéristique d'ordre auto-stéréotypique relative à l'aspect religieux dans la compréhension du gentilé *Polacy*, aucune caractéristique dans la compréhension du gentilé *Niemcy*, deux caractéristiques dans la compréhension du gentilé *Francuzi* et une caractéristique dans la compréhension du gentilé *Europejczy*.

11.2.10.1. PORTRAITS DU POLONAIS

- **Portrait confirmé**

L'unique caractéristique de type religieux attribuée aux Polonais dans notre étude renvoie à un portrait-type du Polonais déjà établi ultérieurement. **a) *Le Polonais aux valeurs religieuses*** : De multiples études avaient permis de dresser le portrait du *Polonais aux valeurs religieuses* (Warchala 2001, Bartmiński 2006, Interkulturelles Netzwerk 2008a, 2008b, AZS-MCSM 2009, Roguska 2011). Nous en retrouvons l'expression dans notre enquête, où les jeunes Polonais ont évoqué l'attachement à la religion de leurs compatriotes (18), essentiellement de manière négative. Les Polonais sont décrits comme catholiques, religieux, et le plus souvent trop religieux. Selon les jeunes Polonais, leur rapport à la religion relève pour beaucoup du fanatisme, d'un messianisme qui conduit la nation polonaise à se considérer comme une nation martyre, élue par Dieu.

11.2.10.2. PORTRAITS DU FRANÇAIS

- **Nouveau portrait**

Nous n'avons pas repéré de portrait-type du Français lié à la religion dans les études répertoriées. Cependant, deux caractéristiques sont ressorties de notre enquête. Elles nous évoquent ainsi un nouveau portrait. **a) *Le Français distant de la religion*** : Les Français sont décrits par les jeunes comme laïcs (3), un trait essentiellement positif, et plus généralement comme se désintéressant de la religion (3), un trait cette fois essentiellement négatif.

11.2.10.3. PORTRAITS DE L'EUROPÉEN

- **Portrait confirmé**

Concernant les Européens, nous avons relevé une caractéristique de type religieux qui nous renvoie à un portrait-type de l'Européen déjà établi. **a) *L'Européen-chrétien (affaibli)*** : On retrouve l'affaiblissement du portrait de *l'Européen-chrétien*, mis en avant par Roguska dans le courant des 20 dernières années (Roguska 2011). Les jeunes Polonais évoquent en effet la distanciation des Européens vis-à-vis de la religion (4), un trait de type négatif pour les jeunes Polonais.

11.2.10.4. COMPARAISON ENTRE LES PORTRAITS

Le *fanatisme religieux* des Polonais, qui ressort des descriptions d'ordre auto-stéréotypique, s'oppose clairement à l'expression de la distanciation des Français et des Européens vis-à-vis de la religion. De même, l'absence d'association des Allemands avec la religion révèle globalement une absence de lien entre les Allemands et la religion dans la tête des jeunes Polonais. Les Polonais s'opposent donc nettement sur ce point aux trois autres groupes.

11.3. INFLUENCE DES FACTEURS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Comme nous l'avons vu dans la partie analytique de ces travaux, le sexe, l'âge, le niveau d'études, l'origine géographique et le niveau de connaissance que les jeunes Polonais ont des différents groupes de personnes décrits, ont une influence considérable sur le contenu même de leurs descriptions, quel que soit le groupe d'aspect envisagé. Les observations que nous avons faites sur ce point, exposées de manière détaillée à la fin des chapitres correspondant à chacun des aspects, sont très nombreuses. Les différents facteurs sociaux et environnementaux influencent en effet fortement l'aspect envisagé dans la description des différents gentilés, mais aussi le type de caractéristiques décrits (cf. partie n°5 de chacun des chapitres). De manière plus synthétique, nous pouvons présenter ici les différences majeures que nous avons observées quant aux types d'aspects envisagés par les jeunes Polonais, en fonction de ces facteurs.

- **Jeunes de sexe masculin vs. jeunes de sexe féminin**

D'après l'ensemble des quatre gentilés décrits, le sexe des répondants a une influence notable sur les aspects de la compréhension envisagés. Si la moitié des aspects a autant été envisagée par les hommes que par les femmes pour décrire les quatre gentilés (aspects psychique, culturel, psychosocial, politique, ainsi que physique et esthétique), l'autre moitié a été tantôt envisagée davantage par les femmes ou par les hommes (aspect du rapport à l'altérité, aspect social, aspect géographique et économique, aspect historique et aspect religieux). En effet, les femmes sont majoritaires dans la description des quatre gentilés dans leur aspect social (70% des occurrences de ce type sont attribuées par des femmes contre 30% par des hommes, en tenant uniquement compte des occurrences dont le sexe des répondants est indiqué), mais aussi dans leur aspect du rapport à l'altérité (61% par des femmes, 39% par des hommes) et dans leur aspect religieux (56% par des femmes et 44% par des

hommes)⁷. Les hommes pour leur part décrivent en plus grand nombre les gentilés dans leur aspect géographique et économique (60% par des hommes, 40% par des femmes) et dans leur aspect historique (57% par des hommes, 43% par des femmes).

- **Jeunes de 18-21 ans vs. jeunes de 22-25 ans**

Le facteur de l'âge a également une influence considérable sur la compréhension des gentilés. Les gentilés *Polacy*, *Niemcy*, *Francuzi* et *Europejczycy* ont tous été beaucoup plus décrits par les répondants les plus âgés que par les répondants les plus jeunes. Il s'avère donc que plus les Polonais avancent en âge, plus leur définition cognitive des gentilés est riche. Pour huit des aspects de la compréhension, ce sont en effet les répondants les plus âgés qui se distinguent. Ces derniers envisagent en plus grand nombre les gentilés dans leur aspect religieux (80% des occurrences de ce type sont attribuées par des jeunes de 22 à 25 ans contre 20% par des jeunes de 18 à 21 ans – en tenant uniquement compte des occurrences dont l'âge des répondants est indiqué), dans leur aspect culturel (67% de 22 à 25 ans et 33% de 18 à 21 ans), politique (62% de 22 à 25 ans, 38% de 18 à 21 ans), du rapport à l'altérité (également 62% de 22 à 25 ans, 38% de 18 à 21 ans), géographique et économique (61% de 22 à 25 ans, 39% de 18 à 21 ans), historique (60% de 22 à 25 ans, 40% de 18 à 21 ans), psychique (58% de 22 à 25 ans et 42% de 18 à 21 ans) et social (55% de 22 à 25 ans et 45% de 18 à 21 ans)⁸. Seuls l'aspect psychosocial et l'aspect physique et esthétique ont été autant envisagés par les jeunes de 18 à 21 ans que par les jeunes de 22 à 25 ans.

- **Jeunes avec études vs. jeunes sans études**

En regard de l'ensemble des quatre gentilés décrits, le niveau d'études des répondants a une influence notable sur les aspects de la compréhension envisagés. Les jeunes ayant fait des études comprennent davantage que ceux n'ayant pas fait d'études les gentilés dans leur aspect religieux (78% des occurrences de ce type sont attribuées par des jeunes avec études contre 22% par des jeunes sans études, en tenant uniquement compte des occurrences dont le niveau d'études des répondants est indiqué), aspect du rapport à l'altérité (77% avec études, 23% sans), aspect culturel (74% avec études, 26% sans), aspect politique (71% avec études, 29% sans), aspect psychique (69% avec études, 31% sans) et aspect social (69% avec études, 31% sans)⁹. Cependant, en tenant compte de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés, les jeunes n'ayant pas fait d'études envisagent davantage les gentilés dans leurs aspects psychique et esthétique (41% sans études, 59% avec), psychosocial (37% sans

⁷ En prenant en considération que les femmes représentent 52% de l'échantillon d'enquêtés et les hommes 48%.

⁸ En prenant en considération que les jeunes de 22 à 25 ans représentent 53% de l'échantillon d'enquêtés et les jeunes de 18 à 21 ans 47%.

⁹ En prenant en considération que les jeunes avec études représentent 66% de l'échantillon d'enquêtés et les jeunes sans études 33%.

études, 63% avec), géographique et économique (36% sans études, 64% avec) et historique (également 36% sans études, 64% avec).

- **Jeunes de l'ouest vs. jeunes de l'est de la Pologne**

D'après les descriptions de l'ensemble des quatre gentilés, l'origine de l'ouest ou de l'est de la Pologne des répondants a également une influence sur les aspects de la compréhension envisagés. Les jeunes de Pologne occidentale envisagent davantage que ceux de Pologne orientale les gentilés dans leurs aspects politique (75% des occurrences de ce type sont attribuées par des jeunes de l'ouest de la Pologne, contre 25% par des jeunes de l'est, en tenant uniquement compte des occurrences dont l'âge des répondants est indiqué), religieux (72% de l'ouest, 28% de l'est), géographique et économique (69% de l'ouest, 31% de l'est), culturel (également 69% de l'ouest, 31% de l'est) et du rapport à l'altérité (67% de l'ouest, 37 de l'est)¹⁰. En regard de leur proportion dans l'échantillon d'enquêtés, les jeunes de Pologne orientale envisagent pour leur part davantage les gentilés dans leurs aspects social (38% de l'est, 62% de l'ouest) et physique et esthétique (50% de l'est et 50% de l'ouest). Quant aux aspects psychique, psychosocial et historique, ils sont tout autant envisagés par les jeunes de l'ouest que de l'est de la Pologne.

- **Jeunes des villages et petites villes vs. jeunes des grandes villes**

En regard de l'ensemble des quatre gentilés décrits, la taille de la ville ou du village d'origine des répondants a une forte influence sur les aspects de la compréhension envisagés. Les jeunes originaires des plus grandes villes (de plus de 100 000 habitants) comprennent davantage que ceux des plus petites villes (de moins de 100 000 habitants) les gentilés dans leurs aspects du rapport à l'altérité (63% originaires des plus grandes villes, 37% des plus petites), culturel (62% des plus grandes villes, 38% des plus petites), social (également 62% des plus grandes villes, 38% des plus petites), politique (56% des plus grandes villes, 44% des plus petites), et géographique et économique (55% des plus grandes villes, 45% des plus petites)¹¹. Quant aux jeunes originaires des plus petites villes, en regard de leur proportion dans l'échantillon, ils envisagent davantage les gentilés dans leurs aspects religieux (60% des plus petites villes, 40% des plus grandes), physique et esthétique (50% des plus petites villes, 50% des plus grandes) et psychosocial (49% des plus petites villes, 51% des plus grandes). Seuls les aspects psychique et historique sont envisagés tout autant par les jeunes des plus grandes comme des plus petites villes.

¹⁰ En prenant en considération que les jeunes de Pologne occidentale représentent 64% de l'échantillon d'enquêtés et de Pologne orientale 36%.

¹¹ En prenant en considération que les jeunes des plus grandes villes représentent 53% de l'échantillon d'enquêtés et des plus petites villes 47%.

- **Jeunes ayant eu un contact avec les Allemands, les Français et leur pays vs. jeunes n'ayant pas eu de contact avec ces habitants et leur pays**

Comme nous l'avons vu de manière détaillée dans la partie analytique de ces travaux, le fait de connaître les Allemands, les Français et leur pays favorise globalement l'attribution par les jeunes Polonais de caractéristiques de type psychique, culturel, du rapport à l'altérité, social, psychosocial et religieux (dans le cas des Français tout du moins pour ce dernier, les jeunes n'ayant pas attribué de caractéristiques de type religieux aux Allemands dans l'enquête). Le fait d'avoir eu un contact avec ces pays et leurs habitants contribuerait donc au développement des concepts dont les gentilés sont porteurs pour les jeunes Polonais. Cependant, dans le cas de l'aspect physique et esthétique, nous observons que ce sont les jeunes qui n'ont pas eu de contact avec les habitants et leur pays qui ont le plus tendance à attribuer des caractéristiques de ce type aux gentilés. Enfin, relativement à l'aspect géographique et politique, et à l'aspect politique, l'influence de ces facteurs dépend fortement des gentilés décrits : en ce qui concerne le gentilé *Niemcy*, le fait de méconnaître les Allemands et leur pays a favorisé l'attribution de caractéristiques de ce type tandis que, relativement au gentilé *Francuzi*, ce sont les jeunes qui ont eu un contact avec les habitants et leur pays qui ont davantage attribué de caractéristiques d'ordre géographique et économique, ainsi que politique.

11.4. LIMITES ET PERSPECTIVES DE LA RECHERCHE

Ces résultats d'enquête nous offrent un aperçu général très riche de la compréhension des gentilés *Polacy*, *Niemcy*, *Francuzi* et *Europejczycy*. Les jeunes Polonais ont pu exprimer une définition cognitive des quatre gentilés très étoffée, comme le démontrent les nombreuses caractéristiques attribuées. Cependant, le nombre d'enquêtés étant ici restreint (137 au total), il serait intéressant de se pencher au moyen d'une enquête de plus grande ampleur sur les traits attribués de manière moins récurrente aux différents groupes et de s'intéresser à leur degré réel de stéréotypisation. Quelle importance accorder aux caractéristiques évoquées par exemple à une ou deux reprises dans notre enquête ? Ces traits correspondent-ils seulement à des représentations singulières, propres aux quelques jeunes qui les ont formulées ? Ou sont-ils l'expression de représentations émergentes au sein de la jeunesse polonaise ? Pour envisager plus en profondeur la dimension stéréotypique de ces caractéristiques accordées aux gentilés, une étude comprenant un nombre d'enquêtés plus important est souhaitable.

CONCLUSION

Ces recherches confirment le postulat d'un lien étroit entre langue et environnement, développé dans la partie théorique, puisque nous constatons que la compréhension des gentilés est fortement influencée par l'environnement linguistique dans lequel les locuteurs évoluent. Non seulement l'environnement culturel national (ici polonais) conditionne la définition cognitive des gentilés, mais aussi l'environnement social de ces locuteurs, lié à leur sexe, leur âge, leur niveau d'études, leur origine géographique et leur niveau de connaissance des habitants décrits, apportent différentes nuances à ces acceptions. Ces résultats d'enquête nous éloignent des théories de Mill, qui avançait que le nom propre est vide de sens, qu'il réfère sans signifier (Mill 1896) : les noms propres tels que les gentilés ont bel et bien une signification pour les locuteurs, une signification dépendante de leur environnement.

- **La compréhension du gentilé *Europejczy*, plus positive que celle des gentilés *Polacy*, *Niemcy* et *Francuzi***

D'après l'ensemble de ces descriptions, il s'avère que c'est la définition cognitive du gentilé *Europejczy* qui présente le plus de caractéristiques de type positif pour les jeunes Polonais. En effet, en considérant toutes les descriptions, tout aspect confondu, 65% des occurrences de caractéristiques attribuées aux Européens sont de type positif, contre 35% de type négatif¹². C'est nettement plus que les trois autres gentilés nationaux européens. En effet, relativement au gentilé *Polacy*, pourtant d'ordre auto-stéréotypique, on relève seulement 54% d'occurrences de caractéristiques de type positif pour 46% de type négatif¹³. Le gentilé *Niemcy* est cependant envisagé de manière plus négative encore : seulement 51% des occurrences de caractéristiques attribuées aux Allemands sont de type positif pour 49% de type négatif¹⁴. Le gentilé *Francuzi* est finalement le gentilé national européen qui obtient le

¹² C'est-à-dire 277 occurrences de type positif pour 146 de type négatif.

¹³ C'est-à-dire 518 occurrences de type positif pour 445 de type négatif.

¹⁴ C'est-à-dire 347 occurrences de type positif pour 330 de type négatif.

plus grand nombre d'occurrences de type positif : les jeunes Polonais attribuent aux Français 58% d'occurrences de caractéristiques de type positif pour 42% de type négatif¹⁵. On peut en déduire que les jeunes Polonais ont une attitude clairement plus favorable aux Français qu'aux Allemands. Le fait qu'ils aient aussi une attitude plus favorable vis-à-vis des Français et des Européens que de leur propre nation confirme un certain « complexe d'infériorité identitaire » des Polonais, mis en avant par Kufer et Guinaudeau (2007). Les jeunes Polonais demeurent particulièrement critiques vis-à-vis de leurs compatriotes en leur attribuant presque tout autant de caractéristiques de type négatif que de type positif. Ils ont d'ailleurs eux-mêmes mentionné dans l'enquête cet esprit autocritique voire ces complexes partagés par les Polonais.

- **Apparition de nouveaux portraits-types au travers de la compréhension des gentils**

Les différents portraits que nous venons d'établir relativement aux quatre groupes attestent de la grande richesse des caractéristiques que les jeunes Polonais associent aux gentils qui les désignent. La méthode d'enquête ouverte retenue nous a permis de confirmer, d'enrichir ou d'actualiser les portraits déjà existant dans l'esprit des Polonais, d'après les études antérieures indiquées dans l'état des recherches, mais aussi d'établir des portraits nouveaux. Concernant le gentilé *Polacy*, nous avons ainsi défini 9 nouveaux portraits :

- *le Polonais-râleur,*
- *le Polonais-intelligent,*
- *le Polonais-vulnérable,*
- *le Polonais-imprévisible,*
- *le Polonais manquant de savoir-être,*
- *le Polonais-complexé,*
- *le Polonais-humble,*
- *le Polonais confronté à des difficultés politiques,*
- *le Polonais indifférent aux problèmes de la collectivité.*

Relativement au gentilé *Niemcy*, nous n'avons pu par contre établir aucun nouveau portrait. Des portraits déjà existant ont uniquement été actualisés, au moyen du repérage de caractéristiques également attribuées dans des enquêtes antérieures, ou de caractéristiques nouvelles nous permettant d'enrichir les portraits existant (ou encore de caractéristiques au caractère singulier, c'est-à-dire ne pouvant être regroupées avec d'autres pour former un nouveau portrait). L'absence de nouveaux

¹⁵ C'est-à-dire 370 occurrences de type positif pour 265 de type négatif.

portraits dans nos résultats révèle d'après nous le caractère fortement figé et peu enclin aux changements des stéréotypes de l'Allemand chez les Polonais.

En ce qui concerne le gentilé *Francuzi*, nous avons pu établir trois nouveaux portraits :

- *le Français en adoration devant son pays,*
- *le Français habitant d'un pays attractif,*
- *le Français distant de la religion.*

Enfin, relativement au gentilé *Europejczy* nous avons pu définir jusqu'à 7 nouveaux portraits-types :

- *l'Européen-intelligent,*
- *l'Européen aux multiples cultures,*
- *l'Européen aux deux visages – le riche Européen de l'ouest et le pauvre Européen de l'est,*
- *l'Européen faible sur la scène internationale,*
- *l'Européen-orgueilleux,*
- *l'Européen uni aux autres Européens,*
- *l'Européen en conflit avec les autres Européens.*

- **La définition cognitive du gentilé *Europejczy*, plus proche de celle du gentilé *Polacy* que des gentils *Niemcy* et *Francuzi*, pour les jeunes Polonais**

Dans la partie théorique de ces travaux, nous avons avancé l'hypothèse que la définition cognitive du gentilé *Europejczy* pourrait être plus proche de celle des gentils *Francuzi* et *Niemcy* que du gentilé *Polacy*. En effet, les Allemands et les Français sont des habitants de pays anciennement associés à l'Europe par les Polonais (cf. l'état des recherches dans la partie théorique de ces travaux) et restent reconnus par ces derniers comme les principaux acteurs du processus d'intégration de l'UE (Warchala 2001: 6). De surcroît, les Polonais sont entrés plus récemment dans l'Union européenne et n'associent pas nécessairement leur culture à celle des Européens (Prochorowa 1998: 240). Pourtant d'après notre étude, le gentilé *Europejczy*, en ce qui concerne sa compréhension par les jeunes Polonais, se rapproche davantage du gentilé *Polacy* que des gentils *Francuzi* et *Niemcy*. En effet, les Polonais leur associent un grand nombre de caractéristiques communes, liées notamment aux aspects psychique, culturel, économique et géographique mais surtout aux aspects social et psychosocial :

- la créativité et l'intelligence (qui ont permis de former le portrait du *Polonais-intelligent* et de *l'Européen intelligent*, sans équivalent chez les gentils *Niemcy* et *Francuzi*),
- l'attachement aux traditions,
- l'instruction,
- le fait de savoir s'unir aux autres,

- l'entraide,
- la solidarité,
- un caractère amical,
- le développement (du territoire, de l'économie),
- la fascination pour les pays occidentaux (les Etats-Unis dans le cas des Européens),
- l'adoption des modèles étrangers (modèle états-unien pour les Européens),
- une attitude complexée (toujours envers les Etats-Unis pour les Européens).

Cette proportion importante de caractéristiques similaires associées aux groupes polonais et européen s'explique d'après nous par la dimension auto-stéréotypique des traits qui sont attribués à l'un comme à l'autre. Le degré d'identification des jeunes Polonais aux Européens s'avère ainsi considérable, quoiqu'ils perçoivent aussi des différences majeures entre les uns et les autres.

Nous avons également été surpris par le peu de caractéristiques communes que les jeunes Polonais ont accordé aux Allemands et aux Européens. Selon eux, ils ne partagent finalement que deux traits, liés à l'aspect du rapport à l'altérité et à l'aspect géographique et économique :

- le goût des voyages,
- le développement (de leur territoire et de l'économie).

Les jeunes ont cependant attribué davantage de traits communs aux Français et aux Européens. Il s'agit cette fois de traits de type psychique, culturel, social ou religieux :

- le libéralisme,
- le savoir-vivre,
- une culture riche,
- un caractère amical,
- une certaine distanciation vis-à-vis de la religion.

- **La définition cognitive du gentilé *Europejczycy* : des caractéristiques distinctes de celles relatives aux gentils *Polacy*, *Niemcy* et *Francuzi***

Pourtant, en dehors de ces similitudes avec les différents gentils européens nationaux, le gentilé *Europejczycy* présente aussi pour les jeunes Polonais des caractéristiques à part, qui ne correspondent pas à celles des gentils nationaux européens *Polacy*, *Niemcy* et *Francuzi*. Si certains portraits-types de l'Européen coïncident avec ceux des trois groupes nationaux, on constate que plusieurs de ces portraits et caractéristiques lui sont propres, comme s'il s'agissait dans l'esprit des jeunes d'un

personnage à part, distinct des habitants des différents territoires européens. Ces caractéristiques singulières attribuées aux Européens sont liées à l'aspect culturel, politique ou historique. Il s'agit de :

- la diversité culturelle,
- la perte des traditions,
- le plurilinguisme, le recours à l'anglais et le cosmopolitisme (propres au portrait de *l'Européen-cosmopolite*),
- l'union,
- l'intégration,
- l'UE,
- les divisions,
- les conflits politiques,
- la délocalisation de la production en Chine,
- la richesse historique (qui contraste avec les descriptions de la dureté des événements de la Seconde Guerre mondiale, faites relativement aux trois autres gentilés nationaux européens).

On observe aussi dans les descriptions des Européens l'expression d'un rapport à l'altérité globalement bien plus favorable que celui des trois autres groupes nationaux, ainsi que l'absence d'attribution de caractéristiques évoquant la méfiance comme chez les trois autres groupes (telles que l'hypocrisie, le fait de ne pas tenir parole ou la malhonnêteté). Au moyen des résultats d'enquête obtenus, nous parvenons au constat que la définition cognitive du gentilé *Europejczy* chez les jeunes Polonais ne correspond pas à une mosaïque d'acceptions des trois autres gentilés nationaux européens. La définition cognitive du gentilé *Europejczy* comprend de nombreux traits qui lui sont propres et qui se distinguent radicalement de ceux attribués aux trois autres gentilés.

- **Le gentilé *Europejczy* : des acceptions plus variables que celles des gentilés *Polacy*, *Francuzi* et *Niemcy*.**

En comparaison des gentilés *Polacy*, *Niemcy* et *Francuzi*, peu de caractéristiques sont associées dans notre enquête au gentilé *Europejczy* dans au moins trois occurrences par les jeunes Polonais. Par rapport aux trois autres gentilés, un grand nombre de caractéristiques exprimées une à deux fois maximum par les répondants est par contre accordé au gentilé *Europejczy* : seulement 62% des occurrences de caractéristiques attribuées au gentilé sont évoquées au moins trois fois dans l'enquête, pour 38% évoquées une à deux fois¹⁶. Cette proportion de caractéristiques présentées de manière récurrente par les jeunes est donc faible par rapport aux autres gentilés : relativement au gentilé

¹⁶ C'est-à-dire 262 occurrences répétées au moins trois fois contre 161 une à deux fois

Polacy, on compte 84% d'occurrences répétées au moins trois fois contre 16% seulement une à deux fois¹⁷, relativement au gentilé *Niemcy*, on compte 79% d'occurrences répétées au moins trois fois contre 21% une à deux fois¹⁸, et relativement au gentilé *Francuzi* on relève 75% d'occurrences répétées au moins trois fois contre 25% une à deux fois¹⁹. En regard des gentilés nationaux, on remarque ainsi que plus la nation décrite est proche des jeunes Polonais, connue par les jeunes, plus les représentations qu'ils en ont sont partagées par un grand nombre d'entre eux. Au contraire, plus la nation est éloignée, méconnue des jeunes, plus les représentations qu'ils en ont apparaissent singulières, individuelles. Quant au gentilé *Europejczy*, malgré les nombreuses caractéristiques répétées au moins à trois reprises qui lui sont accordées, nous voyons que ses acceptions varient davantage d'un jeune Polonais à l'autre, en comparaison des trois gentilés nationaux. Nous en concluons que le gentilé *Europejczy* est pour les jeunes Polonais porteur d'un concept davantage individuel que les trois gentilés nationaux, sa définition cognitive étant davantage variable, fluctuante.

¹⁷ C'est-à-dire 812 occurrences répétées au moins trois fois contre 151 une à deux fois

¹⁸ C'est-à-dire 536 occurrences répétées au moins trois fois contre 141 une à deux fois

¹⁹ C'est-à-dire 478 occurrences répétées au moins trois fois contre 157 une à deux fois

TABLE DES GRAPHIQUES

Partie théorique

Graphique n°1. Qu'est-ce qui est important dans la vie ? Réponses des jeunes de 19 ans obtenues en 1979 et 2008

Partie analytique

Graphique n°2. Nombre d'occurrences de caractéristiques attribuées aux 4 gentilés par groupe d'aspect

Graphique n°3. Nombre d'occurrences de caractéristiques positives et négatives attribuées aux 4 gentilés par groupe d'aspect

Partie analytique/ Aspect psychique

Graphique n°4. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect psychique

Graphique n°5. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect psychique

Graphique n°6. Caractéristiques relevant de l'aspect psychique - gentilé « Polacy »

Graphique n°7. Caractéristiques relevant de l'aspect psychique - gentilé « Niemcy »

Graphique n°8. Caractéristiques relevant de l'aspect psychique - gentilé « Francuzi »

Graphique n°9. Caractéristiques relevant de l'aspect psychique - gentilé « Europejczycy »

Partie analytique/ Aspect culturel

Graphique n°10. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect culturel

Graphique n°11. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect culturel

Graphique n°12. Caractéristiques relevant de l'aspect culturel - gentilé « Polacy »

Graphique n°13. Caractéristiques relevant de l'aspect culturel - gentilé « Niemcy »

Graphique n°14. Caractéristiques relevant de l'aspect culturel - gentilé « Francuzi »

Graphique n°15. Caractéristiques relevant de l'aspect culturel - gentilé « Europejczycy »

Partie analytique/ Aspect du rapport à l'altérité

Graphique n°16. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect du rapport à l'altérité

Graphique n°17. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect du rapport à l'altérité

Graphique n°18. Caractéristiques relevant de l'aspect du rapport à l'altérité - gentilé « Polacy »

- Graphique n°19. Caractéristiques relevant de l'aspect du rapport à l'altérité - gentilé « Niemcy »*
Graphique n°20. Caractéristiques relevant de l'aspect du rapport à l'altérité - gentilé « Francuzi »
Graphique n°21. Caractéristiques relevant de l'aspect du rapport à l'altérité - gentilé « Europejczycy »

Partie analytique/ Aspect social

- Graphique n°22. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect social*
Graphique n°23. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect social
Graphique n°24. Caractéristiques relevant de l'aspect social - gentilé « Polacy »
Graphique n°25. Caractéristiques relevant de l'aspect social - gentilé « Niemcy »
Graphique n°26. Caractéristiques relevant de l'aspect social - gentilé « Francuzi »
Graphique n°27. Caractéristiques relevant de l'aspect social - gentilé « Europejczycy »

Partie analytique/ Aspect géographique et économique

- Graphique n°28. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect géographique et économique*
Graphique n°29. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect géographique et économique
Graphique n°30. Caractéristiques relevant de l'aspect géographique et économique - gentilé « Polacy »
Graphique n°31. Caractéristiques relevant de l'aspect géographique et économique - gentilé « Niemcy »
Graphique n°32. Caractéristiques relevant de l'aspect géographique et économique - gentilé « Francuzi »
Graphique n°33. Caractéristiques relevant de l'aspect géographique et économique - gentilé « Europejczycy »

Partie analytique/ Aspect psychosocial

- Graphique n°34. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect psychosocial*
Graphique n°35. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect psychosocial
Graphique n°36. Caractéristiques relevant de l'aspect psychosocial – gentilé « Polacy »
Graphique n°37. Caractéristiques relevant de l'aspect psychosocial - gentilé « Niemcy »
Graphique n°38. Caractéristiques relevant de l'aspect psychosocial - gentilé « Francuzi »
Graphique n°39. Caractéristiques relevant de l'aspect psychosocial - gentilé « Europejczycy »

Partie analytique/ Aspect politique

- Graphique n°40. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect politique*
Graphique n°41. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect politique
Graphique n°42. Caractéristiques relevant de l'aspect politique - gentilé « Polacy »
Graphique n°43. Caractéristiques relevant de l'aspect politique - gentilé « Niemcy »
Graphique n°44. Caractéristiques relevant de l'aspect politique - gentilé « Francuzi »
Graphique n°45. Caractéristiques relevant de l'aspect politique - gentilé « Europejczycy »

Partie analytique/ Aspect physique et esthétique

- Graphique n°46. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect physique et esthétique*
Graphique n°47. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect physique et

esthétique

Graphique n°48. Caractéristiques relevant de l'aspect physique et esthétique - gentilé « Polacy »

Graphique n°49. Caractéristiques relevant de l'aspect physique et esthétique - gentilé « Niemcy »

Graphique n°50. Caractéristiques relevant de l'aspect physique et esthétique - gentilé « Francuzi »

Partie analytique/ Aspect historique

Graphique n°51. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect historique

Graphique n°52. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect historique

Graphique n°53. Caractéristiques relevant de l'aspect historique - gentilé « Polacy »

Graphique n°54. Caractéristiques relevant de l'aspect historique - gentilé « Niemcy »

Graphique n°55. Caractéristiques relevant de l'aspect historique - gentilé « Francuzi »

Graphique n°56. Caractéristiques relevant de l'aspect historique - gentilé « Europejczycy »

Partie analytique/ Aspect religieux

Graphique n°57. Occurrences de caractéristiques relevant de l'aspect religieux

Graphique n°58. Occurrences de caractéristiques de type positif et négatif relevant de l'aspect religieux

Graphique n°59. Caractéristiques relevant de l'aspect religieux - gentilé « Polacy »

Graphique n°60. Caractéristiques relevant de l'aspect religieux - gentilé « Francuzi »

Graphique n°61. Caractéristiques relevant de l'aspect religieux - gentilé « Europejczycy »

Conclusion

Graphique n°62. Nombre d'occurrences de caractéristiques indiquées par groupe d'aspect

BIBLIOGRAPHIE

- ABDALLAH-PRETCEILLE Martine (1991), « Langue et identité culturelle », in : *Enfance*, tome 44, n°4 : 305-309.
- ALLPORT Gordon (1954), *The Nature of Prejudice*, Addison-Wesley, Cambridge, MA.
- ANDRESEN Julie (2000), « La formation de l'école américaine », in : S. Aurox (dir.), *Histoire des idées linguistiques*, tome 3, Philosophie et Langage, Mardaga, Sprimont : 323-330.
- ANUSIEWICZ Janusz, Anna DĄBROWSKA et Michael FLEISCHER (2000), « Językowy obraz świata i kultura. Projekt koncepcji badawczej », in : *Język a kultura*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Acta Universitatis Wratislaviensis, tome 13, n°2218, Wrocław.
- ANUSIEWICZ Janusz (1995), *Kulturowa teoria języka. Zarys problematyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Acta Universitatis Wratislaviensis, n°1672, Wrocław : 17-30.
- ANUSIEWICZ Janusz (1994), *Lingwistyka kulturowa. Zarys problematyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- ARISTOTE (2002), *Catégories*, Belles Lettres, Paris.
- ARISTOTE (1990), *La Poétique*, livre 2, ch. 21-22, Le Livre de Poche, coll. Classiques.
- ARNAULD Antoine et Claude LANCELOT (1660/1810)²⁰, *Grammaire générale et raisonnée de Port-Royal*, Bossange et Masson, Paris.
- ARUTJUNOWA Nadieżda (1988), *Typy jazykowych znaczenij : Ocenka. Sobytyje. Fakt*, Nauka, Moskwa.
- AVANZA Martina et Gilles LAFERTÉ (2005), « Dépasser la 'construction des identités' ? Identification, image sociale, appartenance », *Genèses*, n°61 : 134-152.
- BARTMIŃSKI Jerzy (2012a), *Aspects of Cognitive Ethnolinguistics*, édité par J. Zinken, *Advances in Cognitive Linguistics*, Equinox, Sheffield Oakville.
- BARTMIŃSKI Jerzy (2012b), *Językowe podstawy obrazu świata*, UMCS, Lublin.
- BARTMIŃSKI Jerzy (2010a), « Jak rekonstruować językowo-kulturowy obraz Europy ? », *Etnolingwistyka*, n°22, UMCS, Lublin : 121-127.
- BARTMIŃSKI Jerzy (2010b), « Pojęcie językowego obrazu świata i sposoby jego operacjonalizacji », in : *Jaka antropologia literatury jest dzisiaj możliwa*, P. Czaplński, A. Legeżyńska et M. Telicki, *Poznańskie Studia Polonistyczne*, Poznań : 155-178.

²⁰ Lorsque deux dates figurent entre parenthèses dans la bibliographie, la première correspond à l'année de la première publication du texte, tandis que la deuxième correspond à la date de publication de l'édition consultée.

- BARTMIŃSKI Jerzy (2010c), « Język w kontekście kultury », in : *Współczesny język polski*, UMCS, Lublin : 13-22.
- BARTMIŃSKI Jerzy (2007a), *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*, UMCS, Lublin.
- BARTMIŃSKI Jerzy (2007b), « Opozycja swój/obcy a problem językowego obrazu świata », *Etnolingwistyka*, n°19, UMCS, Lublin : 35-59
- BARTMIŃSKI Jerzy (2006), *Język - Wartości - Polityka*, UMCS, Lublin.
- BARTMIŃSKI Jerzy (2005), « Etnolingwistyka słowiańska - próba bilansu », *Etnolingwistyka*, n°16, UMCS, Lublin : 9-28.
- BARTMIŃSKI Jerzy (2003a), « Miejsce wartości w językowym obrazie świata », in : M. Abramowicz et al., *Język w kręgu wartości*, UMCS, Lublin.
- BARTMIŃSKI Jerzy (2003b), *Polskie kolędy ludowe : Antologia*, TAIWPN Universitas, Kraków.
- BARTMIŃSKI Jerzy (1996), *Słownik stereotypów i symboli ludowych*, UMCS, Lublin.
- BARTMIŃSKI Jerzy (1994), « Jak zmienia się stereotyp Niemca w Polsce », *Przeglądzie humanistycznym*, n°5, Lublin : 81-101.
- BARTMIŃSKI Jerzy (dir.) (1993a), *Pojęcie ojczyzny we współczesnych językach europejskich*, Instytut Europy Środkowo-Wschodniej, Seria Lubelskie Konwersatorium « Pogranicze », Lublin.
- BARTMIŃSKI Jerzy (dir.) (1993b), « Definicja semantyczna : czego i dla kogo ? », in : J. Bartmiński, R. Tokarski (dir.), *O definicjach i definiowaniu*, UMCS, Lublin : 47-61.
- BARTMIŃSKI Jerzy (dir.) (1993c), « O profilowaniu i profilach raz jeszcze », in : J. Bartmiński, R. Tokarski (dir.), *O definicjach i definiowaniu*, UMCS, Lublin : 269-275.
- BARTMIŃSKI Jerzy (1990a), « Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata », in : J. Bartmiński : *Językowy obraz świata*, UMCS, Lublin : 109-127.
- BARTMIŃSKI Jerzy (1990b), « Ojczyzna w pieśniach i wierszach chłopskich », *Polska Sztuka Ludowa*, n°3 : 9-13.
- BARTMIŃSKI Jerzy (1990c), *Folklor – język – poetyka*, Zakł. Narodowy im. Ossolińskich, PAN, Wrocław.
- BARTMIŃSKI Jerzy (1989a), « Projekt i założenia ogólne słownika aksjologicznego », J. Puzynina et J. Bartmiński (dir.), *Język a kultura*, tome 2, Wrocław : 293-312.
- BARTMIŃSKI Jerzy (1989b), « Kolekcja w strukturze tematycznej tekstu ustnego », in : M. Abramowicz et J. Bartmiński (dir.), *Tekst ustny = Texte oral : struktura i pragmatyka, problemy systematyki, ustność w literaturze : materiały z międzynarodowej konferencji w UMCS w Lublinie, 15-17 września 1986*, Wiedza o kulturze, Wrocław : 77-102.
- BARTMIŃSKI Jerzy (1988a), « Definicja kognitywna jako narzędzie opisu konotacji », in : J. Bartmiński (dir.), *Konotacja*, UMCS, Lublin : 169-184.
- BARTMIŃSKI Jerzy (1988b), « Kryteria ilościowe w badaniu stereotypów językowych », *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego*, PAN, n°41 : 91-104.
- BARTMIŃSKI Jerzy (1986), « Czym zajmuje się etnolingwistyka ? », *Akcent*, n°26 : 16-22.
- BARTMIŃSKI Jerzy (1985), « Stereotyp jako przedmiot lingwistyki », in : M. Basaj, D. Rytel, *Z problemów frazeologii polskiej i słowiańskiej*, tome 3, Wrocław.
- BARTMIŃSKI Jerzy (dir.) (1980), *Słownik ludowych stereotypów językowych*, UMCS, Lublin.

- BARTMIŃSKI Jerzy (dir.) (1973), *O języku folkloru*, Zakład narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.
- BARTMIŃSKI Jerzy et Stanisława NIEBRZEGOWSKA (1994), « Stereotyp słońca w polszczyźnie ludowej », *Etnolingwistyka*, n°6, UMCS, Lublin : 95-145.
- BARTMIŃSKI Jerzy et Anna PAJDZIŃSKA (2008), *Podmiot w języku i kulturze*, UMCS, Lublin.
- BARTMIŃSKI Jerzy et Jolanta PANASIUK (2010), « Stereotypy językowe », in : *Współczesny język polski*, UMCS, Lublin : 371-395.
- BARTMIŃSKI Jerzy et Jolanta PANASIUK (2001), « Stereotypy jako składniki językowego obrazu świata », in : *Współczesny język polski*, UMCS, Lublin.
- BARTMIŃSKI Jerzy et Ryszard TOKARSKI (1998), *Profilowanie w języku i w tekście*, UMCS, Lublin.
- BATKO Barbara (2005), « Funkcjonowanie wyrazów typu : Europa, Europejczyk, europejski w tekstach zwolenników i przeciwników Unii Europejskiej », in : Grzegorz Spila (dir.), *Język trzeciego tysiąclecia* n°3, tome 1, Tertium, Kraków.
- BERLIN Brent et Paul KAY (1969), *Basic Color Terms : Their Universality and Evolution*, University of California Press, Berkeley.
- BIARDZKA Elżbieta (2006), « Entre l'original, la stéréotypie et la traduction : un long chemin de l'Un à l'Autre. L'Amour en plus d'Elisabeth Badinter et sa traduction polonaise », in : *L'Autre tel qu'on le traduit*, textes réunis par M. Laurent avec la collaboration de L. Waleryszak, Numilog, Paris : 152-172.
- BOAS Franz (1940/1995) *Race, Language and Culture*, University of Chicago Press, Chicago.
- BOCK Philip K. (1992), *World view and language*, in : W. Bright (dir.) *International Encyclopedia of Linguistics*, tome 4, Oxford University Press, Oxford et New York : 248–251.
- BORKOWSKI Ireneusz (2010), « Lingwistyczny obraz świata », in : J. Górniewicz, H. Grzmil-Tylutki et I. Piechnik (dir.), *En quête de sens. Etudes dédiées à Marcela Świątkowska. W poszukiwaniu znaczeń. Studia dedykowane Marceli Świątkowskiej*, UJ, Kraków.
- BRUBAKER Rogers (2001), « Au-delà de l'identité », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°139 : 66-85.
- BRUNO Christophe (2009), *Les machines à images, Stéréotypes et métaphores*, dossier de mémoire, version n°1, sous la dir. de M. Monte. Disponible sur : http://dumas.ccsd.cnrs.fr/docs/00/40/14/91/PDF/Bruno-La_Machine_a_images.pdf, consulté le 07.08.13.
- BYSTRON Jan S. (1935), « Niemcy w tradycji popularnej », in : *Megalomania narodowa*, RÓJ, Warszawa.
- CHAŁASIŃSKI Józef (1935), *Antagonizm polsko-niemiecki w osadzie fabrycznej « Kolonia » na Górnym Śląsku*, Dom Książki Polskiej, Warszawa.
- CHARBONNIER Georges (1969), *Entretiens avec Claude Lévi-Strauss*, Librairie Plon, Paris.
- CHLEBDA Wojciech (2010), « Wstępne założenia analizy słownikowej w projekcie badawczym EUROJOS », in : W. Chlebda, *Etnolingwistyka a leksykografia*, Opole : 219-226.
- CHOLEWA Joanna E. (2008), *Image encyclopédique et linguistique du chat et du chien en français et en polonais contemporains*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.
- CHOMSKY Noam (1957), *Syntactic Structures*, Mouton, Gravenhage.
- CHOMSKY Noam (1955), *Aspects of the Theory of Syntax*, MIT Press, Cambridge, MA.
- CHRISTMANN Hans H. (1967), *Beiträge zur Geschichte der These vom Weltbild der Sprache*, Akademie der Wissenschaften und der Literatur in Mainz. Abhandlungen der Geistes-und Sozialwissenschaftlichen Klasse, n°7,

Wiesbaden : 441-469.

CIAUDOT Hélène (1982), *La Sémantique au service de l'anthropologie. Recherche méthodologique et application à l'étude de la parenté chez les Touaregs de l'Ahaggar*, CNKS, Marseille.

CICCHELLI Vincenzo (2013), *L'autonomie des jeunes - Questions politiques et sociologiques sur les mondes étudiants*, La Documentation française, coll. Panorama des savoirs, Paris.

CICCHELLI Vincenzo, Catherine CICCHELLI-PUGEAULT et Tariq RAGI (2004), *Ce que nous savons des jeunes*, PUF, Sciences sociales et sociétés, Paris.

COŞERIU Eugen (2001), *L'homme et son langage*, textes réunis par H. Dupuy-Engelhardt, J.-P. Durafour et F. Rastier, Peeters, Louvain.

COŞERIU Eugen (1975), *Sprachtheorie und allgemeine Sprachwissenschaft*, W. Fink Verlag, München.

DĄBROWSKA Anna et Janusz ANUSIEWICZ (2000), introduction à : *Język a kultura*, tome 13, Wrocław : 9-10.

DELBECQUE Nicole (dir.) (2006), *Linguistique cognitive : comprendre comment fonctionne le langage*, De Boeck Duculot, coll. Champs linguistiques, Bruxelles.

DESAGULIER Guillaume (2007), « Figures et forces en linguistique cognitive : pour une redéfinition du concept de représentation dans une Grammaire de Constructions Floue », in : N. Batt (dir.), *Théorie - Littérature - Enseignement*, PUV, Saint-Denis : 95-113.

DŁUGOSZ Natalia (2010), « Opozycja *swój/obcy* w bułgarskim językowym obrazie świata w świetle danych ankietowych », *Etnolingwistyka*, n°22, UMCS, Lublin.

DUBOIS Danièle et Colette GRINEVALD (2003), En voir de toutes les couleurs : processus de dénomination des couleurs et constructions cognitives, in : C. Vandeloise (dir.), *Langues et cognition*, Lavoisier, Paris : 79-113.

DURKHEIM Emile (1911/2001), « Jugements de valeur et jugements de réalité », édition électronique réalisée par J.-M. Tremblay à partir de la communication d'E. Durkheim faite au Congrès international de Philosophie de Bologne, à la séance générale du 6 avril, publiée dans un numéro exceptionnel de la Revue de Métaphysique et de Morale du 3 juillet 1911. Disponible sur : classiques.uqac.ca/classiques/Durkheim_emile/durkheim.html, consulté le 10.10.12.

DYONIZIAK Jolanta (2006), « Image linguistique de la femme en français et en polonais », in : *Stéréotypes et langues*, LEKSEM, Łask, Sędziejowice.

EVANS Vyvyan (2007), *A Glossary of Cognitive Linguistics*, Edinburgh University Press, Edinburgh.

FLEISCHER Michael (1998), « Współczesna polska symbolika kolektywna : wyniki badań empirycznych », in : J. Anusiewicz, J. Bartmiński (dir.), *Język a Kultura*, tome 12 : *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki : teoria, metodologia, analizy empiryczne*, Wrocław : 308-335.

FLEISCHER Michael (1995), *Das System der polnischen Kollektivsymbolik (Eine empirische Untersuchung)*, Verlag Otto Sagner, München.

FORTIS Jean-Michel (2004), « L'espace en linguistique cognitive : problèmes en suspens », in : *Histoire Épistémologie Langage*, tome 26, fascicule n°1 : *Langue et espace: retours sur l'approche cognitive*: 43-88.

FUCHS Catherine (2006), *Introduction à l'ouvrage La Linguistique Cognitive*, Manuscrit de l'auteur/version préliminaire, Ophrys/MSH, 2004, publié en ligne le 9 mai 2006. Disponible sur: http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/06/79/34/PDF/2004_LING_COGN.pdf, consulté le 19.09.2013.

GALLAND Olivier (2000/2003), « L'évolution des valeurs des Français s'explique-t-elle par le renouvellement des générations ? », in : P. Bréchon (dir.), *Les valeurs des Français. Evolutions de 1980 à 2000*, Armand Colin, Paris : 202-216.

- GALLAND Olivier et Bernard ROUDET (dir.) (2005), *Les jeunes Européens et leurs valeurs. Europe occidentale, Europe centrale et orientale*, La Découverte, coll. Recherches, Paris.
- GALLAND Olivier et Bernard ROUDET (dir.) (2001), *Les Valeurs des jeunes. Tendances en France depuis 20 ans*, L'Harmattan-INJEP, coll. Débats Jeunesses, Paris.
- GEERAERTS Dirk (1991), « Grammaire cognitive et sémantique lexicale », *Communications*, n°53 : 17-50.
- GIVÓN Talmy (1989), *Code, Mind and Context*, Chicago University Press, Chicago.
- GOODWIN Charles (1997), « The Blackness of Black, Color Categories as Situated Practice », in : L. Resnick et al. (dir.), *Discourse, Tools and Reasoning : Essays on Situated Cognition*, Springer-Verlag, New York : 111-140.
- GORDON Peter (2004). « Numerical cognition without words : Evidence from Amazonia », *Science*, n°306 : 496-9.
- GOTTLOB FREGE Friedrich L. (1892), *Sens et dénotation*, in : *Écrits logiques et philosophiques*, trad., Seuil, 1971 : 102-126.
- GREGOIRE Claire (1998), « L'expression du lieu dans les langues africaines », *Faits de Langues*, n°11-12 : 285-303.
- GRÉVISSE Maurice (1969/2011), *Le bon usage*, De Boeck – Duculot, Louvain-la-Neuve.
- GRUSZCZYŃSKI Piotr (1992), « Szkolne wyobrażenia », *Res publica*, n°1-2 : *Dlaczego Niemcy ?*, Warszawa.
- GRZEGORCZYKOWA Renata (1993), « Znaczenie wyrażań a wiedza o świecie », in : J. Bartmiński et R. Tokarskiego (dir.), *O definicjach i definiowaniu*, UMCS, Lublin : 73-82.
- GRZEGORCZYKOWA Renata (1990), « Pojęcie językowego obrazu świata i sposoby jego rekonstrukcji », in : *Językowy obraz świata*, J. Bartmiński (dir.), Lublin, UMCS : 41-50.
- HEINE Bernd (1997), *Cognitive Foundations of Grammar*, Oxford University Press, Oxford.
- HERSKOVITS Annette (1986), *Language and spatial cognition : an interdisciplinary study*, Cambridge University Press, Cambridge, MA.
- HICKMANN Maya (2001), « Espace et sémantique des verbes : perspective cognitive et inter-langues », *Verbum*, tome 23, n° 4 : 369-383.
- HJELMSLEV Louis (1943/1971), *Prolégomènes à une théorie du langage*, Paris, Minuit.
- HUMBOLDT Wilhelm von (1836-1839/2011), *Über die Kawi-Sprache auf der Insel Java*, Cambridge University Press, New York.
- IBRISZIMOW Dymitr et Victor PORKHOMOVSKY (2005), « Etudes ethnolinguistiques en chamio-sémitique : termes et systèmes de parenté », *Faits de Langues*, n°26, Ophrys, Paris : 269-290.
- INGLEHART Ronald (1993), *La Transition culturelle dans les sociétés industrielles avancées*, Economica, Paris.
- KACZYŃSKI Jarosław (2012), *Polska naszych marzeń*, Akapit, Lublin.
- KAPISZEWSKI Andrzej (1978), *Stereotyp Amerykanów polskiego pochodzenia*, ZNiO, Wrocław.
- KARDELA Henryk (1999), « Ogdena i Richardsa trójkąt uzupełniony, czyli co bada gramatyka kognitywna », in : *Językowy obraz świata*, UMCS, Lublin.
- KERBRAT-ORECCHIONI Catherine (1980), *L'Énonciation - De la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, Paris.

KŁOSKOWSKA Agnieszka (1993), « Kraj do którego się wraca. Czym jest ojczyzna dla lubelskich studentów », in : *Pojęcie ojczyzny we współczesnych językach europejskich*, J. Bartmiński (dir.), Seria wydawnicza Lubelskiego Konwersatorium « POGRANICZE », tome 1, Lublin : 49-56.

KŁOSKOWSKA Antonina (1961), « Wyobrażenia i postawy etniczne dzieci szkół opolskich », *Przegląd Socjologiczny*, n°2, 64-86.

KOKOT Anna (2009) « Stereotyp Francuza i Francuzki we współczesnym języku polskim », in : S. Niebrzegowska-Bartmińska et S. Wasiuta, *Stereotypy w języku i w kulturze, Humanista wobec tradycji i współczesności*, tome 3, Polihymnia, Lublin : 49-64.

KOKOT Anna (2008), *Współczesny polski stereotyp językowy Francuza i Francuzki*, mémoire de master sous la direction de J. Bartmiński, UMCS, Lublin.

KOPER Anna (1993), « Typy informacji i ich układ fasetowy w definicjach haseł z pola 'meteorologia' w słowniku ludowych stereotypów językowych », in : J. Bartmiński et R. Tokarski (dir.), *O definicjach i definiowaniu*, UMCS, Lublin : 269-275.

KOSELAK Arkadiusz (2007), « Sources et tradition polonaises en linguistique cognitive », CORELA - Numéros thématiques, Cognition, discours, contextes. Disponible sur : <http://corela.edel.univ-poitiers.fr/index.php?id=1494>, consulté le 17.09.2011.

KRISTOL Andres (1978), *Color. Les langues romanes devant le phénomène de la couleur*, Francke, Berne.

KRZESZOWSKI Tomasz P. (1999), *Aksjologiczne aspekty semantyki językowej*, UMK, Toruń.

KRZESZOWSKI Tomasz P. (1997), *Angels and Devils in Hell. Elements of Axiology in Semantics*, Energeia Warszawa.

KRZESZOWSKI Tomasz P. (1994), « Parametr aksjologiczny w przedpojęciowych schematach wyobrażeniowych », *Etnolingwistyka*, n°6, UMCS, Lublin : 29-51.

KUFER Astrid et Isabelle GUINAUDEAU (2008), « De l'Allemand organisé, l'Italien romantique et l'Anglais dandy à l'Européen chrétien, fortuné et démocrate ? Le potentiel affectif des stéréotypes nationaux européens », in : C. Bélot et C. Bouillaud (dir.), *Amours et désamour entre Européens : Vers une communauté politique de citoyens ?*, Politique Européenne, n°26, L'Harmattan : 121-142.

KUFER Astrid et Isabelle GUINAUDEAU (2007), « Stéréotypes et sentiments de proximité. Les Anglais, les Allemands, les Français, les Polonais et leur perception des autres », communication lors du 2^{ème} colloque international de la Section d'Etudes Européennes (SEE) de l'Association Française de Science Politique : *Amours et désamours entre Européens. Pour une sociologie politique des sentiments dans l'intégration européenne*, 6-7 décembre 2007, IEP de Grenoble.

KWILECKI Andrzej (1978), « Z badań nad stereotypami 'Niemca' w Polsce i 'Polaka' w NRD i RFN », *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, n°3, PWN, Warszawa.

LAKOFF George (1987), *Women, Fire and dangerous Things*, Chicago University Press, Chicago.

LAKOFF George et Mark JOHNSON (1980), *Metaphors We Live By*, Chicago University Press, Chicago.

LANGACKER Ronald (1987), *Foundations of Cognitive Grammar*, tome 1-2, Stanford University Press, Stanford.

LEWICKI Andrzej M. et Anna PAJDZIŃSKA (2001), « Frazologia », in : J. Bartmiński, *Współczesny język polski*, UMCS, Lublin.

LIPPMANN Walter (1922), *Public Opinion*, The Free Press, New York.

MAĆKIEWICZ Jolanta (1997), « Co to jest językowy obraz świata ? », *Etnolingwistyka*, n°11, Lublin, UMCS: 7-24.

- MALISZEWSKI Bartłomiej (2005), « W związku z Unią – o sposobach ukazywania i wartościowania integracji Polski z Unią Europejską », in: G. Szpili (dir.), *Język trzeciego tysiąclecia* n°3, tome 1: *Tendencje rozwojowe w społecznej polszczyźnie*, seria Język a Komunikacja n°8, Wydawnictwo Tertium, Kraków.
- MARTIN Robert (1991), « Typicité et sens des mots », in : D. Dubois, *Sémantique et Cognition : catégories, prototypes, typicalité*, coll. Sciences du Langage, CNRS, Paris : 151-159.
- MAZURKIEWICZ Małgorzata (1989), « Stan prac nad słownikiem aksjologicznym », J. Puzynina et J. Bartmiński (dir.), *Język a kultura*, tome 2, Wrocław : 385-397.
- MENDRAS Henri (2001), *Eléments de sociologie*, Armand Colin, Paris.
- MINSITÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES, www.diplomatie.gouv.fr, consulté le 4.02.2013.
- MINSKY Marvin (1968), *Semantic Information Processing*, MIT Press, Cambridge, MA.
- NEPOP-AJDACZYĆ Lidia (2007), *Polska etnolingwistyka kognitywna. Pomoc dydaktyczna*, Centrum wydawniczo-poligraficzne « Uniwersytet Kijowski », Kyiv.
- NEUMANN John von (1958), *The Computer and the Brain*, Yale University Press, New Haven/London.
- NOWAK Paweł (2002), *SWOI I OBCY w językowym obrazie świata. Język publicystyki polskiej z pierwszej połowy lat pięćdziesiątych*, UMCS, Lublin.
- NOWAKOWSKI Stanisław (1957), *Adaptacja ludności napływowej na Śląsku Opolskim*, Poznań.
- OBATON Viviane, *La promotion de l'identité culturelle européenne depuis 1946*, Euryopa, Études n°3, Institut européen de l'Université de Genève, Genève : 11.
- OSGOOD Charles E. (1980), « The cognitive dynamic of synaesthesia and metaphor », in : R.P. Honeck et R.R. Hoffman (dir.), *Cognition and Figurative Language*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, N.J. : 203-238.
- OSTROM Thomas M. et Constantine SEDIKIDES (1992), « Out-group homogeneity effects in natural and minimal groups », *Psychology Bulletin*, n°112 : 536-552.
- PARK Bernadette, Charles M. JUDD et RYAN Carey S. (1991), « Social categorization and the representation of variability information », in : W. Stroebe et M. Hewstone (dir.), *European Review of Social Psychology*, tome 2, Chichester, Wiley : 211-245.
- PERCHERON Annie (1993), *La socialisation politique*, Armand Colin, Paris.
- PICA Pierre et Alain LECOMPTE (2008) « Theoretical implications of the Study of Numbers and Numerals in Mundurucu », in : H. De Cruz et P. Pica (dir.), *Knowledge of number and knowledge of language : Number as a Test case for the Role of language in Cognition*, Special Issue of Philosophical Psychology, tome 21, n°4.
- PICOCHÉ Jacqueline (1993), *Didactique du vocabulaire français*, Nathan Université, Paris : 26.
- PISAREK Walery (2002), *Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność*, Universitas, Kraków.
- PISAREK Walery (1975), *Słowa między ludźmi*, Wydawnictwa Radia i Telewizji, Warszawa.
- PISARKOWA Krystyna (1976), « Konotacja semantyczna nazw narodowości », *Zeszyty Prasoznawcze*, n°1, RSW « Prasa-Książka-Ruch », Kraków.
- PLOUX Sabine et Bernard VICTORRI (1998), « Construction d'espaces sémantiques à l'aide de dictionnaires de synonymes », *Traitement Automatique des Langues*, tome 39, n°1 : 161-182.
- POMIAN Krzysztof (2004), « La persistance des stéréotypes », in : J. Doberszyc, B. Drweski et M. Delaperrière, *La France et la Pologne au-delà des stéréotypes*, Institut d'études slaves, Paris : 19-23.

- PROCHOROWA Swietłana M., « Stereotyp językowy Europejczyka w kontekście opozycji 'swój-obcy' », in : J. Anusiewicz, J. Bartmiński (dir.), *Język a Kultura*, tome 12 : *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki : teoria, metodologia, analizy empiryczne*, Wrocław : 238-244.
- PUTNAM Hilary (1978/1985), « Signification, reference et stéréotypes », *Philosophie*, n°5. Traduction de Jean Khalfa de « Meaning, Reference and Stereotypes », in : P. Guenther et M. Guenther-Reutter (dir.), *Meaning and Translation*, London.
- PUTNAM Hilary (1975), « The meaning of 'meaning' », in : *Mind, Language and Reality*, Cambridge University Press, MA.
- PUTNAM Hilary (1970), *Is semantics possible ?*, *Metaphilosophy* tome 1, n°3.
- PUZYNINA Jadwiga (1989), « Jak pracować nad językiem wartości ? », in : J. Puzynina, J. Bartmiński (dir.), *Język a Kultura*, tome 2, Wrocław.
- PUZYNINA Jadwiga (2003), « Wokół języka wartości », in : *Język kręgu wartości*, UMCS, Lublin.
- PUZYNINA Jadwiga (1992), *Język wartości*, PWN, Warszawa.
- RAISSATI Jasmine (2009), *Couleur, Culture et Cognition. Examen épistémologique de la théorie des termes basiques de couleur*, Thèse de doctorat sous la direction de R. Casati, Institut Jean Nicod, EHESS, Paris.
- RASTIER François (2006), *De la signification lexicale au sens textuel: éléments pour une approche unifiée*, *Texto!*, tome 11, n°1. Disponible sur: http://www.revue-texto.net/Inedits/Rastier/Rastier_Signification-lexicale.html, consulté le 13.08.13.
- RASTIER François (1993), « La sémantique cognitive. Éléments d'histoire et d'épistémologie », in : *Histoire Épistémologie Langage*, tome 15, fascicule n°1 : *Histoire de la Sémantique* : 153-187.
- RASTIER François (1987), *Sémantique interprétative*, PUF, Paris.
- ROGUSKA Beata (2011), *Stereotyp Polaka i Europejczyka A.D. 2011*, Komunikat badań CBOS, Warszawa.
- ROTH Jürgen (2004), *Methodologie und Ideologie des Konzepts der Sprachgemeinschaft : fachgeschichtliche und systematische Aspekte einer soziologischen Theorie der Sprache bei Leo Weisgerber*, Thèse de doctorat sous la direction de I. Hubert, Johann Wolfgang Goethe Universität zu Frankfurt am Main.
- ROUDET Bernard (2005), « Les sociétés européennes au miroir des jeunes », introduction à : O. Galland et B. Roudet (dir.), *Les jeunes Européens et leurs valeurs. Europe occidentale, Europe centrale et orientale*, La Découverte, coll. Recherches, Paris.
- RYDER Norman (1965), « The Cohort in the Study of Social Change », *American Sociological Review*, tome 30, n°6 : 843-861.
- SAPIR Edward (1978), *Kultura, język, osobowość*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- SAPIR Edward (1949), *Selected Writings in Language, Culture and Personality*, D. Mandelbaum, Berkeley.
- SAPIR Edward (1933), « Language », *Encyclopaedia of the Social Sciences*, tome 9, New York : 155-169.
- SAPIR Edward (1929), « The Status of Linguistics as a Science », *Language*, tome 5, n°4, New York : 207-214. Disponible sur : <http://elearning.ustb.edu.cn/UploadFile/2011122908502598.pdf>, consulté le 06.07.2013.
- SAUSSURE Ferdinand de (1916/1979), *Cours de linguistique général*, Payot, Paris.
- SCHADRON Georges (2006), « De la naissance d'un stéréotype à son internalisation », *Cahiers de l'Urmis*, n°10-11 : *Discrimination : perspectives de la psychologie sociale et de la sociologie*, Nice.
- SCHAPIRA Charlotte (1999), *Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules*, Ophrys, Paris.

- SCHELER Max (1913/1991), traduit de l'allemand par M. de Gandillac, *Le formalisme en éthique et l'éthique matérielle des valeurs*, Gallimard, Paris.
- SEREBRENNIKOV V. A. et al. (1988), *Rol' chelovecheskogo faktora v yazyke : yazyk I kartina mira*, Nauka, Moskva.
- SEYMOUR Michel (2005), *L'Institution du langage*, Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal.
- SIMON Herbert (1969), *The Science of the Artificial*, MIT Presse, Cambridge, MA.
- SIN̄CZUCH Marcin et al. (2005), *Dwie prawdy o młodzieży polskiej. Raport z badań*, MENiS, Warszawa.
- SKIBIŃSKA Elżbieta (2005), « Obraz Polaka i Rosjanina w języku francuskim i świadomości francuskiej młodzieży », *Etnolingwistyka*, n°17, UMCS, Lublin.
- SKIBIŃSKA Elżbieta (2001), « Les Français et les Polonais pleurent-ils les mêmes larmes ? Stéréotypes des larmes en français et en polonais », *Acta Universitatis*, n°2299, Romanica Wratislaviensia XLVII, Wrocław.
- SMOLAR Piotr (2012), « Nouvel axe fort en Europe ». Disponible sur : lemonde.fr, consulté en ligne le 16.11.2012.
- SMÓŁKOWA Teresa (2001), *Neologizmy we współczesnej leksyce polskiej*, PAN, Instytut Języka Polskiego, Wyższa Szkoła Humanistyczna w Pułtusk, Kraków.
- STEINTHAL Heymann (1848/1985), *Die Sprachwissenschaft Wilhelm von Humboldts und die Hegel'sche Philosophie*, Georg Olms Verlag, Hildesheim.
- SUCHECKI Jacek (1983), « Status poznawczy wyrażeń metaforycznych », in : I. Kurcz (dir.), *Studia z psycholingwistyki ogólnej rozwojowej*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Warszawa-Wrocław : 83-110.
- SZAFRANIEC Krystyna (2011), *Youth 2011. Poland*, Chancellery of the Prime Minister, Warsaw.
- SZAROTA Tomasz (1996), *Niemcy i Polacy : wzajemne postrzeganie i stereotypy*, PWN, Warszawa.
- SZAROTA Tomasz (1978), *Stereotyp Polski i Polaków w oczach Niemców podczas II wojny światowej*, Wrocławskie Towarzystwo Miłośników Historii, Wrocław.
- SZAROTA Tomasz (1977), « Niemcy w oczach Polaków podczas II wojny światowej », *Odra*, n°10, Wrocławskiej Wydawnictwo Prasowe RSW « Prasa-Książka-Ruch » : 11-21.
- TAJFEL Henri (1981), *Human groups and social categories*, Cambridge University Press, Cambridge, MA.
- TALMY Leonard (2000), *Towards a Cognitive Semantics*, tome 1-2, MIT. Press, Cambridge, MA.
- TAYLOR John R. (2002), *Cognitive Grammar*, Oxford University Press, Oxford.
- TAYLOR John R. (1996), « The syntax and semantics of locativised nouns in Zulu », M. Pütz er R. Dirven (dir.), *The construal of space in language and thought*, Mouton de Gruyter, Berlin/ New York : 287-305.
- TITKOW Anna (2007), *Tożsamość polskich kobiet. Ciągłość, zmiana, konteksty*, IFiS PAN, Warszawa.
- TOKARSKI Ryszard (1999), « Przeszłość i współczesność w językowym obrazie świata », in : A. Pajdzińska, P. Krzyżanowski (dir.), *Przeszłość w językowym obrazie świata*, UMCS, Lublin : 9–23.
- TOKARSKI Ryszard (1997/1998), « Językowy obraz świata a niektóre założenia kognitywizmu », *Etnolingwistyka*, n°9/10, Lublin, UMCS : 7-23.
- TOKARSKI Ryszard (1993), « Słownictwo jako interpretacja świata », in : J. Bartmiński (dir), *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, tome 2 : *Współczesny język polski*, Wrocław.

- TOKARSKI Ryszard (1990), « Językowy obraz świata w metaforach potocznych », in : J. Bartmiński (dir.) *Językowy obraz świata*, UMCS, Lublin : 69-86.
- TOLSTOJ N. Iljič (1987/1995), « Binarnye protivopostavlenija tipa pravyj - levyj, mužskij - ženskij », in : *Jazyk i narodnaja kul'tura. Očerki po slavjanskoj mifologii i etnolingvistike*, Izd, Indrik, Moskva.
- TRAUGOTT Elizabeth C. (1975), « Spatial expressions of tense and temporal sequencing : a contribution to the study of semantic fields », *Semiotica*, n°15 : 207-230.
- TURING Alan (1950), « Computing Machinery and Intelligence », *A Quarterly Review of Philosophy, Mind*, tome 59, n°236, Oxford.
- UNDERHILL James W., *Ethnolinguistics and Cultural Concepts : truth, love, hate, & war*, Edinburgh University Press, Edinburgh.
- URBAN Jolanta (1993), *Wybrane stereotypy narodowościowe we współczesnym języku polskim*. Mémoire de Master sous la direction de J. Bartmiński, Zakład Tekstologii i Gramatyki Współczesnego Języka Polskiego, Lublin, UMCS.
- URBAŃCZYK Stanisław et Marian KUCAŁA (dir.) (1978), *Encyklopedia wiedzy o języku polskim*, Ossolineum, Wrocław.
- VANDELOISE Claude (2003a), « Acquisition des termes spatiaux et relativisme linguistique », in : C. Vandeloise (dir.) *Langues et cognition*, Hermès, Paris : 279-301.
- VANDELOISE Claude (2003b), « Diversité linguistique et cognition », in : C. Vandeloise (dir.) *Langues et cognition*, Hermès, Paris : 20-58.
- VANDELOISE Claude (1991), « Autonomie du langage et cognition », in : *Communications*, n°53 : 69-101.
- VAUGELAS Claude Favre de (1647/1996), *Remarques sur la langue française. Utiles à ceux qui veulent bien parler et bien écrire*, Ivrea, Paris.
- VIVIAND Aline (2012), « La compréhension du gentilé 'Français' par la jeunesse polonaise contemporaine », *L'Apport linguistique et culturel français à l'Europe*, 16^{ème} école doctorale francophone des pays de Visegrad, LEKSEM, Łask.
- VIVIAND Aline (2011a), « Les enjeux des stéréotypes de l'apparence physique de la femme française, polonaise et allemande en contexte de rencontre interculturelle des jeunes. Une étude comparative », in : M. Pawłowska (dir.) *Exclusion/Inclusion au féminin*, series *Romanica Wratislaviensia* LVIII, Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- VIVIAND Aline (2011b), « Rozumienie etnonimu *Francuzi* przez współczesną polską młodzież », *Doktorant a innowacyjność podejmowanych tematów badań*, Część III Nauki humanistyczne i społeczno-ekonomiczne, Creativetime, Kraków.
- WARCHAŁA Michał (2001), *Polska – Francja. Wzajemny wizerunek w okresie rozszerzania Unii Europejskiej. Ekspertyzy. Rekomendacje. Raport z badań*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa.
- WEBER Max (1904-1917/1992), *Essais sur la théorie de la science*, traduction partielle de J. Freund, Pocket Agora, Paris.
- WEISGERBER Leo (1962), *Grundzüge der inhaltbezogenen Grammatik*, Pädagogischer Verlag Schwann, Düsseldorf.
- WEJLAND Andrzej P. (1991), *Obrazy grup społecznych. Studium metodologiczne*, PAN, Warszawa.
- WHORF Benjamin Lee (1982), *Język, myśl i rzeczywistość*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- WIERZBICKA Anna (2006), *English. Meaning and culture*, Oxford University Press, Oxford.

WIERZBICKA Anna (2002), « Right and wrong : From philosophy to everyday discourse », *Discourse Studies*, n°4, Sage Publications : 225-252.

WIERZBICKA Anna (1997), *Understanding Cultures through their Key Words*, Oxford University Press, Oxford.

WIERZBICKA Anna (1996), *Semantics : Primes and Universals*, Oxford University Press, Oxford.

WIERZBICKA Anna (1992), *Semantics, Culture and Cognition : Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations*, Oxford University Press, Oxford and New York.

WIERZBICKA Anna (1990), « Podwójne życie człowieka dwujęzycznego », in : W. Miodunka, *Język polski w świecie*, PWN : 71-104

WIERZBICKA Anna (1987), *English Speech Acts Verbs. A Semantic Dictionary*, Academic Press, Sydney.

WIERZBICKA Anna (1985), *Lexicography and Conceptual Analysis*, Karoma Pub, Ann Arbor.

ZGÓŁKOWA Halina (1994-2005), *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, tome 1-50, Kurpisz, Poznań.

ZINKEN Jörg (2004), *Metaphors, stereotypes, and the linguistic picture of the world : Impulses from the ethnolinguistic School of Lublin*. Disponible sur : metaphorik.de, juillet 2004 : 115-136, consulté le 17.11.2013.

ŻUK Grzegorz (2010), *Twierdza czy wspólnota ? Europa w polskim dyskursie publicznym*, UMCS, Lublin.

Dictionnaires

WSFP (2005), *Wielki słownik francusko-polski, Grand dictionnaire français-polonais*, Jerzy Dobrzyński al. tome 1-2, PW « Wiedza Powszechna », Warszawa.

SJP Dor (1952), *Słownik języka polskiego*, Witold Doroszewski (dir.), tome 2, Warszawa.

SJP PWN (2012), *Słownik języka polskiego*, Lidia Drabik et al., PWN, Warszawa.

SSSL (1996-1999), *Słownik stereotypów i symboli ludowych*, Jerzy Bartmiński (dir.), tome 1-1 et 1-2, UMCS, Lublin.

TLFi (2003), *Trésor de la Langue Française informatisé*, ATILF (dir.), Nancy Université et CNRS.

USJP (2003), *Uniwersalny słownik języka polskiego*, Stanisław Dubisz (dir.), tome 1, Warszawa.

WS Fraz (2005), *Wielki słownik frazeologiczny z przysłowiami*, Anna Kłosińska (dir.), Elżbieta Sobol et Anna Stankiewicz, Warszawa.

WSJP (2007-2010), *Wielki Słownik Języka Polskiego*. Disponible sur : wsjp.pl.

Rapports de rencontres interculturelles²¹

Interkulturelles Netzwerk (2008a), Rapport de formation franco-germano-polonaise de l'Association Interkulturelles Netzwerk e.V., Berlin.

Interkulturelles Netzwerk (2008b), Rapport de rencontre franco-germano-polonaise de l'Association Interkulturelles Netzwerk e.V., Berlin.

²¹ Les quatre rapports de rencontres interculturelles n'ont pas été publiés, il s'agit de rapports conservés par les associations. Les dates indiquées correspondent aux dates où les rencontres ont eu lieu.

AZS-MCSM (2009), Rapport de chantier franco-germano-polonais de l'Association AZS/MCSM, Wrocław.

AZS-MCSM (2010), Rapport de chantier franco-germano-polonais de l'Association AZS/MCSM, Wrocław.

La compréhension des gentilés *Polacy*, *Niemcy*, *Francuzi* et *Europejczycy* par la jeunesse polonaise contemporaine

Résumé

Notre étude prend pour objet la façon dont la jeunesse polonaise comprend aujourd'hui les gentilés européens tels que *Polacy* (les Polonais), *Niemcy* (les Allemands) et *Francuzi* (les Français), ainsi que le gentilé *Europejczycy* (les Européens) lui-même, plusieurs années après l'adhésion de la Pologne à l'Union européenne, faisant suite à la chute du régime communiste. Ces deux événements historiques relativement récents sont en effet susceptibles d'avoir affecté la perception du monde des Polonais.

En appréhendant la signification des gentilés précités par la vision d'une communauté de locuteurs, les jeunes locuteurs Polonais, cette étude s'inscrit dans le courant linguistique des recherches cognitives. Ces recherches mettent en avant, dans l'étude des structures sémantiques de la langue, le lien fondamental entre langue et pensée et prennent pour objectif de parvenir au sujet parlant (en tant que membre d'une communauté de locuteurs), à sa perception, à sa conceptualisation du monde (liée à son expérience) et à son système de valeurs. Notre étude adhère ainsi plus particulièrement au courant de l'ethnolinguistique de Lublin tel que l'a défini Jerzy Bartmiński et selon lequel nous ne saurions chercher le sens des gentilés *Polacy*, *Niemcy*, *Francuzi* et *Europejczycy* dans les dictionnaires, puisqu'il se trouve avant tout, pour ainsi dire, dans la tête des locuteurs.

Mots-clés : jeunesse ; polonais ; ethnolinguistique ; Bartmiński ; stéréotypes ; ethnonyme

The understanding of the ethnonyms *Polacy*, *Niemcy*, *Francuzi* and *Europejczycy* by the contemporary Polish youth

Summary

Our study takes as its object the way the Polish youth understands today European ethnonyms such as *Polacy* (the Polish), *Niemcy* (the Germans), *Francuzi* (the French), and also the name *Europejczycy* (the Europeans) itself, several years after the accession of Poland to the European Union, following the fall of the communistic regime. These two historical events, these advances, could affect the way that Polish people perceive the world.

This study situates itself in the mainstream of the cognitive linguistics research, which puts in the foreground the crucial link between language and thinking in the study of the semantic structures of language and aims to reach the speaking subject (as a member of a linguistic community), his perception and his conceptualization of the world (connected to his experience) together with his system of values. Therefore this thesis falls within the mainstream of the ethnolinguistic school of Lublin, the basic assumptions of which were described by Jerzy Bartmiński. According to this, the meaning of words such as *Polacy*, *Niemcy*, *Francuzi* and *Europejczycy* cannot be found in dictionaries, because their meaning exists primarily in the mind of the speakers.

Keywords : youth ; polish ; ethnolinguistics ; Bartmiński ; stereotypes ; ethnonym