



UNE ETUDE COMPARATIVE DES PROVERBES TURCS ET FRANÇAIS*

*Mehmet Bedirhan ÖNCÜL***

ABSTRACT

The essential objective of this study is to describe French and Turkish proverb by comparison then to prove the existence of social softeners, the orientations of interpretant, language economy, provocativeinterpretant and its governing nature by determining their substitutions on paradigmatic axe. We have the benefit of Charles Sanders Peirce's semiotics and the semiology of Saussure in order to describe phenomenon. Proverbs are observed by following a descriptive and comparative approach. However, we use the language economy of Martinet, the referent of Benveniste and the term of governing feature of Tesnière. The use of these terms takes us to a description of efficient facts. There is an insufficiency in signified that must be completed by interpretant of Peirce because it has a mental, interpretative, social and contextual potential. The signified and interpretantaren't the same value in the semiotic description; therefore interpretant is being completely governing and provocative in the diachronic and social process.

The diachronic method unveils the mystery of evolutions in two proverbs. When we observed them, we discovered thephenomenon above-mentioned. Provocative interpretantis a type of interpretative image that possesses an extinctive and governing effect on the proverb. The softeners are substitutions that prevent the extinction. Language economy is a social mechanism that assures an excellent fluency.

The description in this study has an extensive potential. Namely, all of the proverbs can be observed and described according to their semiotic and evolutionary phenomenon.

Key Words: Provocative interpretant, language economy, social softeners.

* Bu makale Crosscheck sistemi tarafından taranmış ve bu sistem sonuçlarına göre orijinal bir makale olduğu tespit edilmiştir.

** L'Université d'Istanbul, La faculté de pédagogie, La section de la maîtrise, d'enseignement de la langue française, El-mek: bedirhano@hotmail.com

TÜRKÇE VE FRANSIZCA ATASÖZLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI İNCELEMESİ

ÖZET

Bu çalışmadaki esas amaç Türkçe ve Fransızca atasözünü karşılaştırmalı olarak tanımlamak daha sonra sosyal yumuşatıcıların, yorumlayıcı yönelimlerinin, dil ekonomisinin, kışkırtıcı yorumlayıcının ve onun yönetici özelliğinin varlığını değişim eksenindeki parçaların belirlenmesiyle ispatlamaktır. Burada vuku bulan olguları açıklamak için C.S.Peirce'in ve F. Saussure'un göstergebiliminden faydalanılmıştır. Atasözleri karşılaştırmalı ve betimleyici yaklaşım benimsenerek açıklanmaktadır. Bununla birlikte Martinet'in Dil Ekonomisi, Benveniste'ingöndergesi, Tesnière'in yönetim kuramı faydalanılan belli başlı akımlardır. Bu terimlerin kullanımı bizi etkili bir tanımlama girişimine itmektedir. Gösteren kavramındaki yetersizlik Peirce'in yorumlayıcı kavramıyla tamamlanmıştır çünkü yorumlayıcı zihinsel, izah edici, sosyal ve bağlamsal potansiyele sahiptir. Gösterilen ve yorumlayıcı göstergebilimsel betimlemede aynı değere sahip değildir bu nedenle yorumlayıcı sosyal ve artsüremlili süreç içinde yönetici ve kışkırtıcı vasıflara bürünmektedir.

Artsüremlili yöntem her iki atasözündeki evsimsel gizemleri gün yüzüne çıkarmaktadır. Onları iyice gözlemlediğimizde üstte belirtilen tüm olguları keşfetme imkânına sahip oluruz. Kışkırtan yorumlayıcı, atasözünü üzerinde kışkırtıcı ve yok edici etkiye hükmeden bir yorumlayıcı bir imgedir. Yumuşatıcılar ise atasözünün yok olmasını engelleyen değişimlerdir. Dil ekonomisi, kusursuz akıcılığı temin eden bir sosyal mekanizmadır.

Bu çalışmadaki betimleme biçimi genişletilebilir. Öyle ki tüm atasözleri, evrimsel ve göstergebilimsel olgulara göre açıklanabilir ve gözlemlenebilir.

Anahtar Kelimeler: Kışkırtan yorumlayıcı, dil ekonomisi, sosyal yumuşatıcı.

Introduction

On visetoujours à prouverque la langueest un êtrevivant donc son existence dépend de la conscience sociale dans le processus étymologique. De même, les proverbes sont les formes vivantes qui sont nées au sein de la réalité sociale.Lasémiologieprésente beaucoup des avantages précieux tandis que l'on décrit les éléments linguistiques étape par étape pour révéler les phénomènes des adoucissants sociologiques, des orientations de l'interprétant, d'usage d'économie du langage et de la potentialité régissante d'interprétant.

La méthode scientifiqueutilisée de la sémiotique est devenue mon guide primordial. En plus, la tentative d'expliquer tous ces phénomènes prouve que l'on a bénéficié de la méthode descriptive. On a tendance à décrire les faits en se plongeant dans les deux méthodes classiques, *la sémiotique de Pierce* et *la sémiologie de Saussure*. Selon Saussure, il y a deux concepts de base

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 8/10 Fall 2013



dans le cours de linguistique générale. Ce sont le signifié et le signifiant.¹ Benveniste a tenté de réévaluer les concepts de Saussure et il a déterminé une absence et ajouté le référent à cette binaire.² Si l'on manipule la sémiotique de C.S.Peirce, il prépare les chemins différents pour la meilleure description. Les deux théories de Peirce et Saussure ont des similarités et des distinctions. Peirce produit les trois concepts pour déterminer les relations référentielles. Ce sont : le signe, l'objet et l'interprétant.³ Cette détermination ne ressemble pas celle de Saussure parce que les relations entre le signe et l'interprétant sont très complexes et vastes. Toutefois, l'interprétant a la potentialité de se réaliser indéfiniment ainsi que le signifié a une apparence mentale qui signifie l'objet concret momentanément de façon limitée. Le processus mental de l'interprétant est plus long. Il faut réévaluer les deux concepts « le signifié et l'interprétant » temporellement. Les autres approches qui m'orientent vers la découverte de nouvelles tendances est la théorie de la politesse qui inclut les adoucissants de Penelope Brown and Stephen Levinson⁴ et la théorie d'économie du langage de Saussure et les notions de régissant et régi de Tesnière. Il y a une adaptation des adoucissantes dans cette étude. Normalement, le but d'adoucissants est d'empêcher une réaction négative de destinataires. Ces adoucissants dans cette étude assurent un prolongement de l'existence de proverbes malgré ses interprétants provocants. L'économie du langage fournit la facilité d'usage sur l'axe paradigmatique particulièrement pour les proverbes turc. Les deux groupes de proverbes qui sont proviennent de cœurs des sociétés turc et français incluent beaucoup de l'interprétant. Selon les observations, les interprétants sont des éléments régissant de proverbes dans les recherches diachroniques et sur le plan sociolinguistique. Il y a quatre constituants dans un proverbe, ce sont le signifié, le signifiant, l'interprétant et le référent. On adopte une approche diachronique en vue de montrer tous les processus substitutionnels. Au stade embryonnaire, on a pris la main deux proverbes dans un esprit de décrire car cette étude doit avancer sur le chemin de la méthode descriptiviste. Le premier proverbe est « Can çıkmadıkça huyçıkılmaz » le deuxième proverbe est « À blanchir la tête d'un nègre, on perd la lessive » Ces proverbes sont équivalents mutuellement dans l'œuvre de Metin Yurtbaşı « Proverbes Turcs et leurs équivalents en français »⁵ L'objectif essentiel est de prouver que les interprétants possèdent un trait régissant.

1. L'étude paradigmatique des proverbes

Le but essentiel est de déterminer l'existence de l'économie de langage dans les proverbes.

1.1. L'étude paradigmatique du proverbe turc

Çık-arıf plus préférentiel

(Économie du langage)

Can çık-ma-dık-ça huyçıkılmaz.

Çık-ma-dan Préférentiel

¹Saussure, F. : 1967 « Principe Généraux, Nature du Signe Linguistique », Cours de Linguistique Générale, 97-103

²Benveniste, E. : 1974 « référent », Problème de linguistique générale II, 226

³ <http://plato.stanford.edu/entries/peirce-semiotics/>

⁴Brown, P. and Levinson, S. (1987) Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press.

⁵Yurtbaşı, M. : 2002 "Can çıkmadıkça Huy çıkılmaz", "A blanchir la tête d'un nègre, on perd sa lessive" **Proverbes Turcs et leurs équivalents en français**

Si l'on intègre le proverbe à l'étude paradigmatique sur le plan morphologique. On obtient des substitutions qui sont assurées sur le plan morphologique en changeant les terminaisons. Le radical du verbe « çık » est invariable. Les substitutions sont fidèles aux terminaisons de gérondif donc ce type n'influence pas négativement le tout grammatical et sémantique du proverbe. Les substitutions sont réalisées au sein de la société en utilisant les terminaisons –ar, -ma, -dan qui ont la fonction de gérondif. Celle qui est très préférable est « çıkar » la raison de l'usage de cette substitution peut dépendre de la préférence sociologique. Lorsqu'on définit ces alternatives plus courtes, celles prouvent qu'il existe une économie du langage dans la société turc bien que l'association de la langue turc (TDK) préfère « çıkmadıkça »⁶

Cependant, on a la possibilité de classifier selon leurs degrés d'importance. Cette graduation prouve que le plus préférable possède moins de syllabes par conséquent, çık-ma-dık-ça 4 syllabes, çık-ma-dan 3 syllabes et çık-ar 2 syllabes.

« Selon Martinet, L'économie du langage: La transmission d'un message linguistique à destinataire avec un minimum d'efforts. Il existe plusieurs moyens de formuler un énoncé mais on a tendance à choisir le moyen le plus court. »⁷

1.2. L'étude paradigmatique du proverbe français

À blanchir la tête d'un nègre, on perd sa lessive.

À laver d'un âne la
d'un More

« À laver, d'un âne, d'un More, la » sont les éléments de substitution. À ce moment-là, Il faut exister une catégorisation abstraite entre elles. Notre objectif est révéler ces catégorisations et leurs relations en décrivant étape par étape. Lorsqu'on observe les segments paradigmatiques pour montrer l'économie de langage.

L'économie continue son existence dans le segment « à blanchir » il exprime une cause en indiquant l'hypothèse à la place de « quand ». « Quand » exige une proposition à la suite « quand on blanchit la tête d'un nègre..... » mais le moyen court avait été préféré selon la théorie de l'économie du langage. Dans le proverbe français, l'économie se produit sur le plan syntaxique.

Le concept de l'adoucissant social sur l'axe paradigmatique s'était produit pour empêcher les réactions négatives ou extrêmes. C'est-à-savoir, ces substitutions ont des fonctions des adoucissants sociaux. « À laver, d'un âne, la » ont des fonctions adoucissants sociaux. « D'un More » a une fonction de faux adoucissant parce que le focus était orienté vers « le More » donc le more est une population qui vit en Afrique du nord.

Je vais expliquer les raisons de cette fonction en utilisant les données étymologique. À mon opinion, la préférence de ces substitutions dépend des phénomènes sociaux. Bien plus, ce proverbe

⁶<http://www.tdk.gov.tr/>

⁷Martinet, A: 1998 « L' économie du langage » İşlevsel Genel Dilbilim 201-203

n'existe pas dans le dictionnaire Larousse moderne sur le Web. Toutefois, Le Grand Robert souligne que ce proverbe est devenu vieilli et qu'il implique le racisme. C'est-à-savoir, on a besoin d'une recherche et d'une étude diachronique en but de prouver cet extinction bizarre.

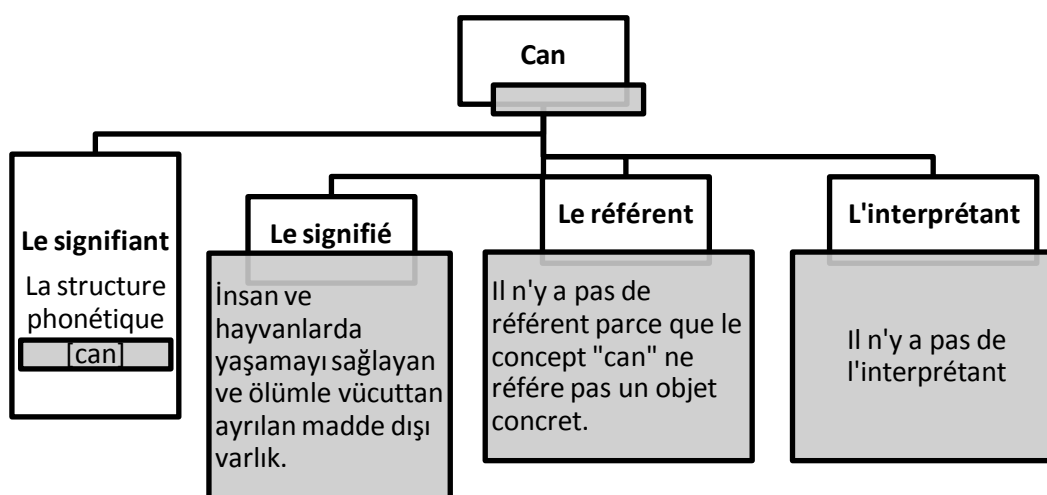
2. L'étude de signes des proverbes

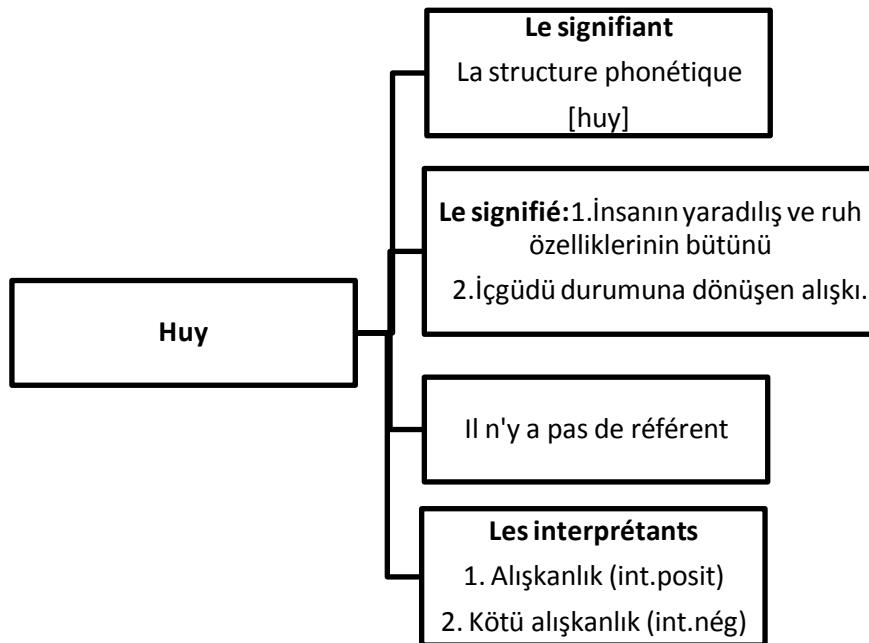
L'objectif principal est de prouver l'orientation négative de l'interprétant et la potentialité régissante d'interprétant.

2.1. L'étude de signes du proverbe turc

Can çıkmadıkça huy çıkmaz

Can et Huy sont deux substantifs qui ont le signifiant, le signifié et l'interprétant. On peut les schématiser.





La description des interprétants : Le concept de « Huy » possède 2 interprétants. Le premier est « alışkanlık » le deuxième est kötüalışkanlık. Dans cette situation, on peut décrire les spécifications des interprétants. Le premier est positif et le deuxième est négatif. On ne les intègre pas à la catégorie de l'interprétant provocant parce que le deuxième interprétant ne cause pas une corruption évolutif pour cause de cela, le proverbe ne perd pas la potentialité de l'existence dans une société.

2.2. L'étude des signes du proverbe français

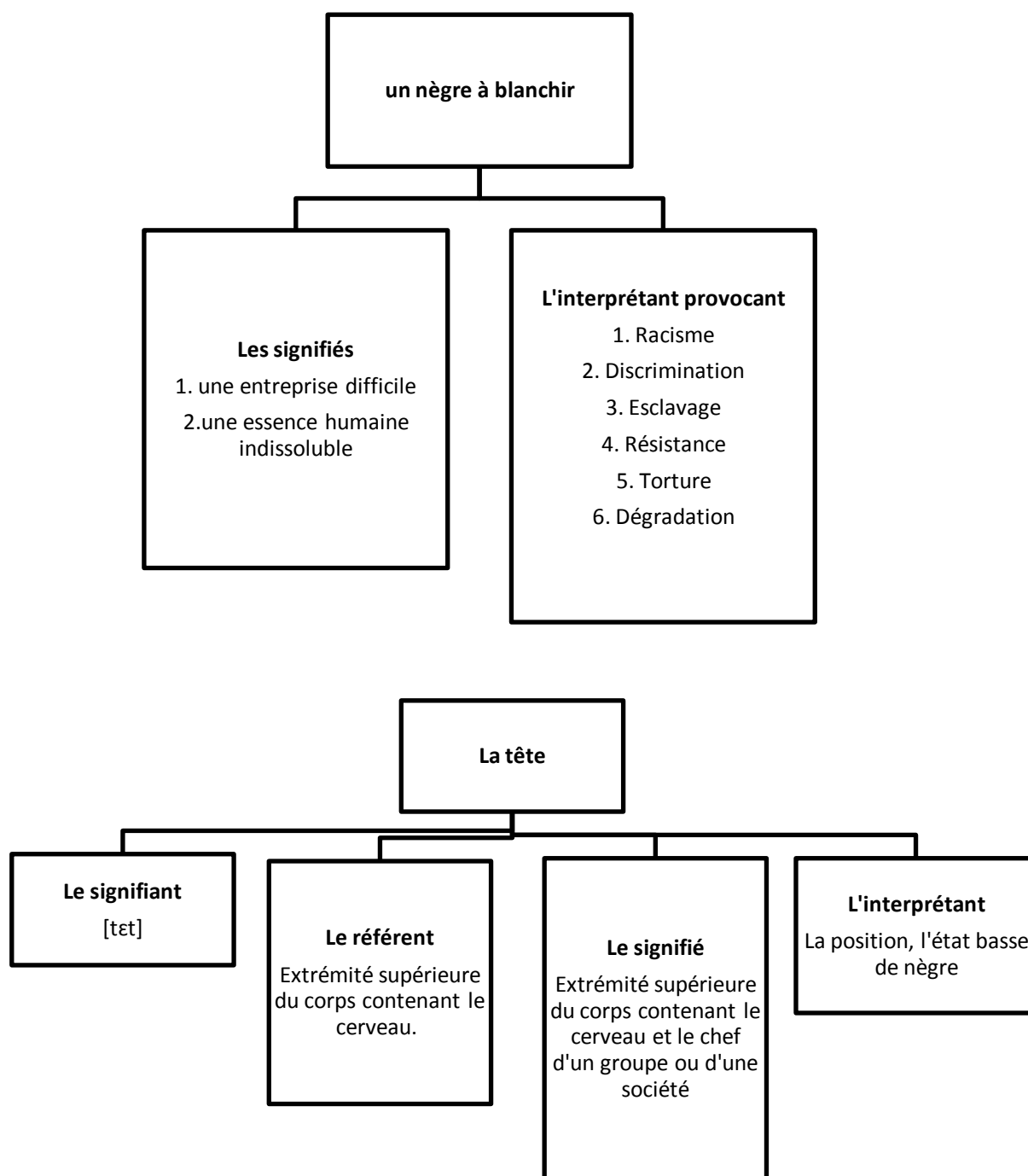
À blanchir la tête d'un nègre, on perd sa lessive.

Le proverbe français contient 3 substantifs. Ce sont la tête, d'un nègre et la lessive. La tête d'un nègre est complément du nom mais il divise en deux pour cause de son contenu de signe. Il faut manipuler les deux segments séparément et complètement.

On peut schématiser et décrire le système de signe dans le proverbe. La segmentation nous oriente vers la révélation des nouvelles tendances variationnelles.

Turkish Studies

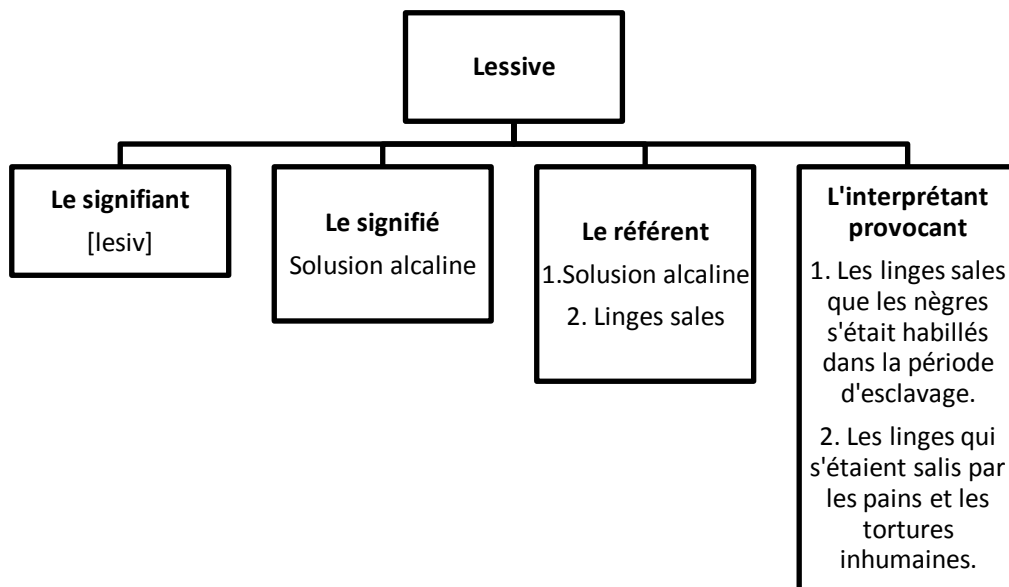
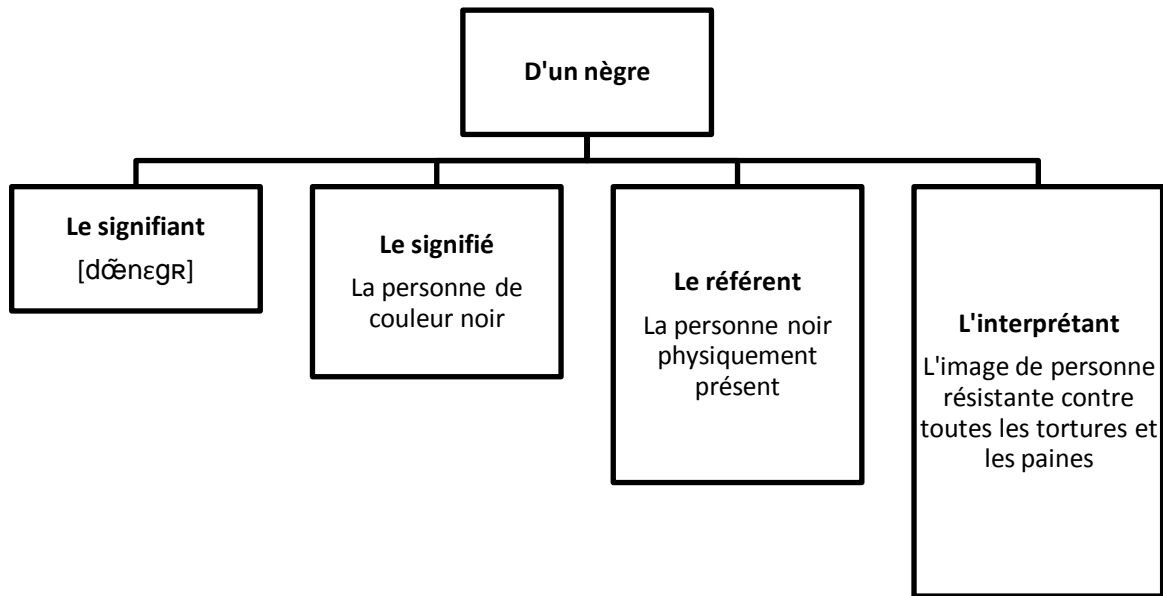
International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 8/10 Fall 2013



Turkish Studies

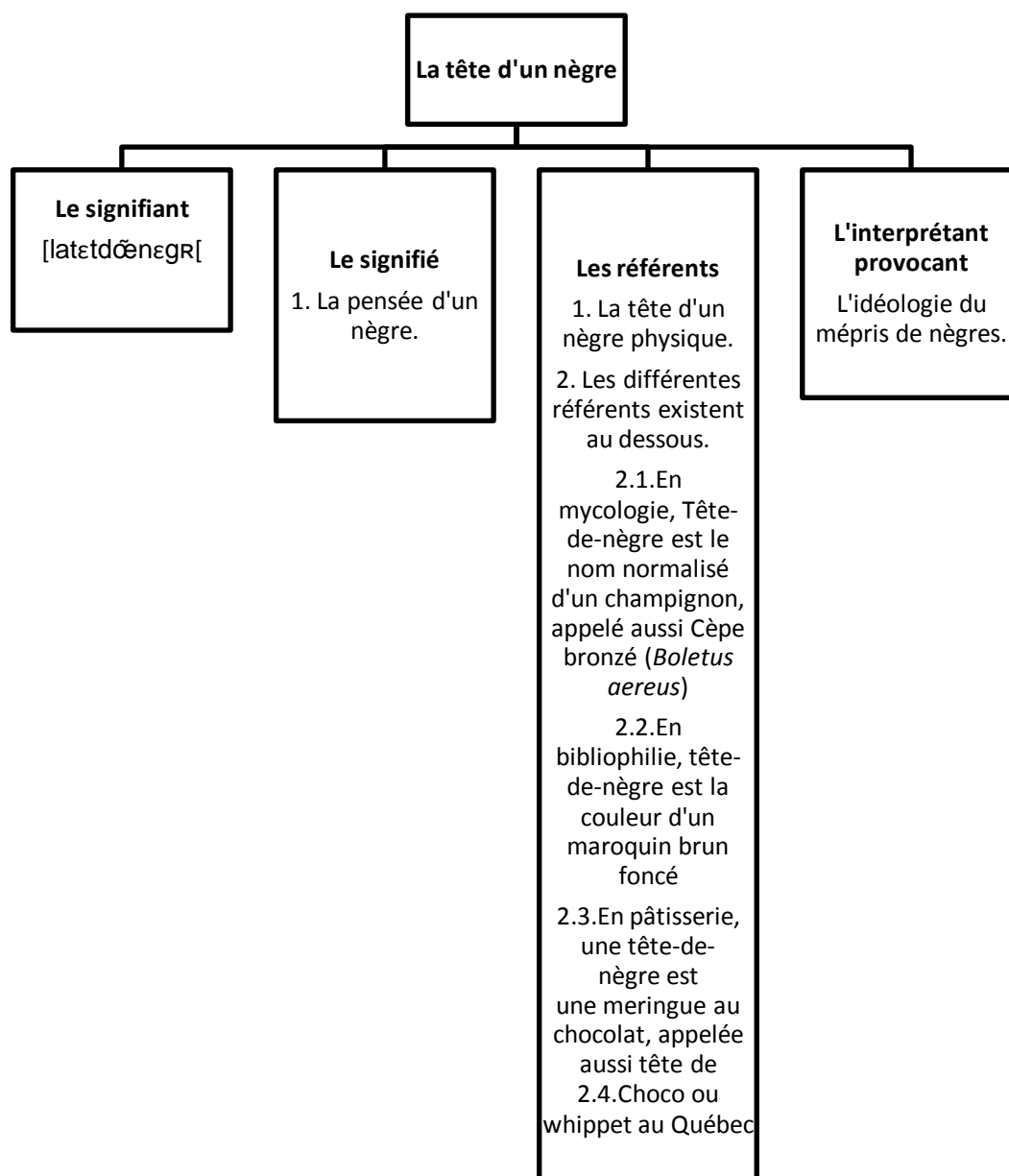
International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 8/ 10 Fall 2013





Turkish Studies

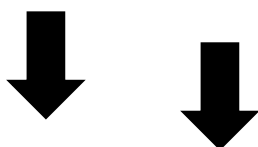
International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 8/10 Fall 2013



3. L'étude du foyer du proverbe français

Cependant, on doit souligner le phénomène « le foyer principal et le foyer référentiel »

À blanchir la tête d'un nègre, on perd sa lessive.



Le foyer principal

Le foyer référentiel (anaphorique)

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 8/ 10 Fall 2013

La concentration du proverbe se fixe sur « un nègre » pour assurer beaucoup des variations des interprétants provocants par conséquent, le corpus social tente de trouver un autre foyer sur l'axe paradigmatique. L'objectif du corpus social est de garantir le prolongement de l'existence. Pour que l'adjectif possessif « sa » a une valeur référentiel, le corpus social veut le changer avec « la » donc « la » rompre la puissance du foyer anaphorique.

4. L'étude étymologique des proverbes

La cible est de montrer le caractère régissant de l'interprétant.

4.1. L'étude étymologique du proverbe turc

L'étymologie « HUY » = ~ *Fa* χūy/χōy خوی *adet, huy, üslup* << *OFa* χōg a.a.

L'étymologie « CAN » = ~ *Fa*/OFacānجان *yaşam* = Sogdjwāna.a. = *EFa*/Ave jīva-, *jvanyaşamak, yaşam*<<HAvr *g^weiə- a.a.

Huy possède 3 significés étymologiques. Dans cette situation, l'orientation positive de « *adet* et *üslup* » sont déterminés par le processus étymologique. A cet-époque-là, *huy* possède une orientation *de positive à négative* pour cause des interprétants. Cela prouve qu'il vient au monde au sein d'une société et il possède une valeur sociale et dominante. Lorsqu'on décrit le proverbe français, on va observer beaucoup de concepts et différences.

4.2. L'étude étymologique du proverbe français

Avant d'engager cette étude, il faut adopter une méthode diachronique. On a la capacité de dévoiler des interprétants et des adoucissants sociaux en observant les changements évolutifs.

- Initialement, la locution de « un nègre à blanchir » provient de l'idiome qui est utilisé par les instituteurs en Cappadoce pour engager une entreprise difficile. (Histoire générale des proverbes 1878 p.69)

- « À blanchir la tête d'un nègre, on perd sa lessive » signifie que l'on perd son temps quand on veut corriger un incorrigible. Petit Larousse Illustré 1905

- C'est valoir blanchir un nègre. C'est une chose impossible. Correspondance 1868. Trésor de la langue française.

- On ne peut corriger un incorrigible. (Vieilli et raciste) Grand Robert 2007.

Quand on observe les données étymologiques, on conclut qu'il y a deux types d'orientations. Ce sont l'orientation positive et négative dans le processus de la construction des interprétants. Les données incluent les orientations négatives parce que d'une part, une personne incorrigible, d'autre part, une chose impossible. Cette orientation négative qui se situe dans les interprétants provocants se met en relation directe parce que le proverbe ne trouve pas une potentialité de s'étendre au sein de la société. Les interprétants deviennent dominants et régissantes. Les interprétants influencent les graines de l'étymologie.

La conclusion

D'une part, on plonge les substitutions dans les adoucissants sociaux, d'autre part, on s'accroche les interprétants au sein de l'atmosphère sociale. En plus, on est capable de les diviser. Les variations sont celles de qualité pure et celles de qualité normale. La substitution d'un nègre contient d'un adoucissant pure parce qu'un nègre est un foyer principal. Il crée un assouplissement vrai et faux soi-disant. Cette temporalité entre l'erreur et l'exactitude construit la base de l'extinction du proverbe. En vérité, son existence subite une sorte de la marée. En conclusion, la supériorité de l'interprétant est indiscutable. Il est régissant donc il possède

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 8/10 Fall 2013



l'existence du proverbe. Le système de l'interprétant qui est met au monde par les utilisateurs de signes (la société) est très intelligent. Même si l'on empêche les effets négatifs des segments substitutionnels, l'interprétant parvient à d'être dominant. On crée les adoucissants pour le contrôler. On se ment à soi-même en injectant ces types analogiques dans la veine de proverbes mais on ne peut pas posséder la potentialité de sustentation.

LA BIBLIOGRAPHIE

1905 Petit Larousse Illustré Larousse Multidico

BENVENISTE, E : 1974 « référent », **Problème de linguistique générale II**, 226

<http://plato.stanford.edu/entries/peirce-semiotics/>

MARTINET, A : 1998 « L' économie du langage » **İşlevsel Genel Dilbilim** 201-203

MERRY M.C : 1828 « nègre à blanchir », **Histoire générales des proverbes**, 69

REY, A : 2007 « La terminologie » Le Grand Robert,

SAUSSURE, F. : 1967 « Principe Généraux, Nature du Signe Linguistique », **Cours de Linguistique Générale**, 97-103

STARETS, M : 2008 **Principes Linguistiques**

STEVEN C. Hamel : 2011 **Semiotics Theory and Applications**

www.larousse.fr

www.tdk.com.tr

AHMET ÖZGÜR GÖSTERGE BİLİM

BROWN, P. and LEVINSON, S. (1987) *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

<http://french.typeit.org/>

<http://plato.stanford.edu/entries/peirce-semiotics/#Inter>

http://www.dictionnaire-identitenationale.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=157:blanc-et-noir&catid=46:trouble-identitaire-et-racisme&directory=56

<http://www.nisanyansozluk.com/>

MAASIK and Jack SOLOMON “**from Signs of Life**” in the USA. Boston The Semiotic Method Sonia

MAGARIÑOS, J.M: **Semiotics of The Edges** Trad: Giovanna Winckler

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 8/ 10 Fall 2013

