

TAUTOLOGIES, TRUISMES ET LAPALISSADES¹

MONTSERRAT LÓPEZ DÍAZ
Universidad Santiago de Compostela

« M. le baron était un des plus puissants seigneurs de la Westphalie, car son château avait une porte et des fenêtres » (Voltaire, *Candide ou l'optimiste*).

1. LES PROBLÈMES TERMINOLOGIQUES

Le but de cette communication est de tenter de jeter un peu de lumière sur les problèmes de définition posés par les notions de tautologie, de truisme et de lapalissade, d'abord entre elles et ensuite dans l'amalgame de termes qui circulent autour tels que pléonasme, synonymie, cliché, lieu commun, stéréotype et proposition analytique et qui, tout autant à première vue qu'à en croire certaines définitions des dictionnaires ou encore la littérature scientifique à leur sujet, ne paraissent pas facilement dissociables, d'autant plus que tautologie est un concept qui peut être pris sous l'optique tantôt logique, tantôt rhétorique, tantôt linguistique.

C'est ainsi qu'on a pu dire que la tautologie est aussi dénommée lapalissade, qu'elle est un type de truisme, que tautologie est synonyme de proposition analytique, ou encore que truisme et lieu commun sont équivalents.² Nous allons donc brièvement rappeler les problèmes de définition posés par ces termes qui se chevauchent en partie, afin d'examiner par la suite les aménagements éventuels qu'il faut prendre en compte et de tenter de restreindre le domaine d'emploi qui revient à chacun d'eux.

1.1. Tautologie, pléonasme et synonymie

Comme figure ou comme défaut de style, tautologie fait double emploi avec les notions de reduplication synonymique et de pléonasme. Le TLF,³ par exemple, définit la tautologie au sens stylistique comme un « procédé rhétorique ou une négligence de style qui consiste à répéter une idée déjà exprimée, soit en termes identiques, soit en termes équivalents ».

Les rhétoriciens font d'habitude la distinction entre le pléonasme, constitué d'un syntagme formé de deux éléments qui ne se trouvent pas sur le même plan syntaxique (*le jour d'aujourd'hui, prévoir à l'avance, descendre en bas*) et la répétition synonymique, qui en revanche situe au même niveau les termes ayant la même fonction (*porter la responsabilité pleine et entière, vente faite et consommée, être sûr et certain*), bien que son caractère soit aussi redondant et par voie de conséquence, pourrait-on dire, pléonastique.⁴ Il semble bien que les

1. Recherche menée avec l'appui du programme PGIDT01PXI20407PR.

2. Cf. Bacry (1992 : 226), Grunig (1990 : 101), Martin (1992 : 24), Meyer (1982 : 54), Rey-Debove (1998 : 42), Schapira (1999 : 119-121).

3. Trésor de la langue française.

4. Cf. Bacry (1992 : 109).

effets discursifs soient identiques dans un cas et dans l'autre du fait que les tours se caractérisent par la présence de plusieurs mots contenant les mêmes informations. La répétition s'avérant inutile, ces groupements de termes sont ressentis comme redondants; ce qui n'est pas le cas pour les tautologies, où de façon explicite ou implicite il y a un rapport prédicatif.

1.2. Tautologie, logique classique et logique moderne

Par ailleurs, la tautologie au sens de la logique classique « est une proposition identique dont le sujet et le prédicat sont un seul et même concept exprimé ou non par un même mot », dit le TLF. De ce type seraient les exemples *Une femme est une femme* ou *Puisque c'est vrai, ce n'est pas faux*. Au sens de la logique moderne, par une extension de sens, « la tautologie est une proposition complexe qui reste vraie en vertu de sa forme seule », c'est-à-dire en toutes circonstances, « quelle que soit la valeur de vérité des propositions qui la composent », toujours selon le TLF. En seraient des exemples *Ou bien il pleut ou bien il ne pleut pas* et *Je suis une femme ou je suis un homme*. Si l'on s'en tient strictement à la logique, qui tente uniquement d'articuler langage et vérité, ces propositions sont circulaires mais indiscutables. La tautologie désigne donc une phrase qui n'apporte aucune information et qui ne tolère pas la négation (**Une femme n'est pas une femme, *Puisque ce n'est pas vrai, ce n'est pas faux*) au risque de tomber dans la contradiction.

Sous l'optique de la logique, il s'agit d'un raisonnement en cercle vicieux qui ne fait que démontrer ce qui était déjà admis au départ et dont l'exception est impossible. C'est pourquoi la tautologie est aussi confondue avec les propositions analytiques, lesquelles, comme on sait, n'admettent pas d'exception non plus.

1.3. Tautologie et proposition analytique

Les propositions analytiques sont, elles aussi, vraies par définition, en vertu de leur contenu, et n'ont pas besoin d'être vérifiées par l'expérience. Ainsi, que l'on prenne les propositions analytiques : *Les chimpanzés sont des singes* ; *L'homme est un mammifère*, ou les tautologies : *Ou bien il pleut, ou bien il ne pleut pas* ; *Puisque c'est vrai, ce n'est pas faux*, nul doute que les unes et les autres sont indiscutables, étant donné que la forme de la phrase est telle que même sans confronter ce qui est dit avec le monde extérieur il y a une certitude de vérité.

Sous un angle strictement logique, nous présumons qu'en général les propositions analytiques impliquent un contenu non répétitif et portent une information inhérente à leur caractère de définitions. Ayant une valeur explicative, elles mettent en relation des concepts différents, alors que les tautologies restent circulaires, et par conséquent vides d'information. Il y a donc des propositions analytiques comme celles que nous venons de voir qui ne sont pas tautologiques ; même s'il y en a d'autres qui peuvent l'être, telles que la phrase *Les mères sont des femmes*, qui est une prédication possédant les caractéristiques de la définition, mais difficilement reconnue par les usagers autrement que comme une évidence. Dans les tautologies non formelles (du type X=Y), décider s'il y a apport d'information ou non paraît en somme une affaire d'intuition ou, ce qui revient au même, une décision du décodeur.⁵

Par conséquent, l'ajout cognitif ou son absence pourrait en principe les séparer, à tout le moins dans la plupart des cas.⁶ En fin de compte, la différence réside à notre avis dans la

5. Cf. Frédéric (1981 : 317-318) et Rey-Debove (1998 : 34).

6. « Les phrases analytiques sont loin d'être toujours vides de contenu », dit R. Martin (1985 : 41).

perception que l'on a de la définition donnée. De ce fait aussi, certains linguistes sont allés jusqu'à envisager la définition de dictionnaire comme tautologique ; ce qui paraît à l'évidence abusif.

Bien que l'on range normalement parmi les phrases analytiques la tautologie formelle du type $X=X$ (*Une femme est une femme*), elle n'en reste pas moins indépendante des connaissances et de la compétence de chaque individu puisque, à la différence de la définition, il est incontestable qu'identifier X avec lui-même n'exige aucun savoir sémantique.

Il est clair que toutes les propositions analytiques ne sont pas tautologiques en ce qu'elles disent quelque chose du monde ; et ce serait une simplification grossière que de considérer sans plus les définitions comme des tautologies.

1.4. Tautologie et cliché

Si l'on prend la tautologie du point de vue linguistique, devant un énoncé comme *Un sou est un sou* les locuteurs sont loin d'éprouver une simple répétition de termes avec un manque de signification et d'information corrélatifs. L'exemple mentionné illustre d'ailleurs un cas de tautologie lexicalisée à force d'être usée. Dans beaucoup de cas effectivement les tautologies se sont figées en raison d'un usage récurrent et deviennent des formes phrastiques précodées. Ainsi, la signification qu'on leur attribue est préalable à leur emploi discursif, telle qu'elle se dégage des exemples suivants: *Un sou est un sou* (= un sou, c'est peu, mais c'est mieux que rien), *Les affaires sont les affaires* (= dans les affaires on ne pense qu'au profit), *Chez moi, c'est chez moi* (= chez moi je fais ce que je veux), *Le devoir, c'est le devoir* (= le devoir a la priorité).

Signalons que nous nous trouvons là face à de vraies tautologies ; et du fait que les énoncés sont figés il s'agit de clichés du même type que ceux constitués par des expressions telles que *vivre d'amour et d'eau fraîche*, *être heureux comme un roi*, *se sentir comme un poisson dans l'eau* ou *geler à pierre fendre*. La liaison avec les clichés ne paraît donc juste que dans le cas des tautologies lexicalisées.

1.5. Tautologie, stéréotype et lieu commun

Dans le même ordre d'idées, on a mis aussi les notions de stéréotype et de lieu commun sur le compte des tautologies. Lors d'un échange conversationnel réel, si l'on prend l'exemple tautologique *Une femme est une femme*, on saisit certainement de façon différente SN1 et SN2. On ne peut qu'être d'accord sur le fait que SN1 a un sens neutre et objectif (« femme » est pris comme être vivant de sexe féminin), alors que SN2 est tributaire du contexte et le cas échéant de la situation. Aussi, en dehors de ceux-ci, son sens est-il beaucoup plus flou.⁷ Cela étant, dans une situation de communication donnée on s'accorde à donner à SN2 un sens parfaitement univoque.⁸ R. Martin, tout en rappelant qu'il faut faire le départ entre l'analyse linguistique et l'analyse logique, a envisagé l'énoncé ci-dessus de la façon suivante:

7. Les auteurs parlent en général de connotation (Frédéric, 1981 : 320) ou de sèmes afférents (Rastier, 1987 : 143).

8. Pour preuve le dialogue suivant :

« En chemin de fer, j'avais à côté de moi un peintre.

Oh ! un homme élégant, très bien mis, un homme du monde.

—Oui, mais il voyageait en troisième.

—Vous savez, un peintre est un peintre.

—Oui, mais une troisième est une troisième. »

J. Paulhan (*Entretien sur des faits divers*, Paris, Gallimard, 10e éd., 1945, 142-145), cité d'après Frédéric (1981 : 321).

La phrase *Une femme est une femme* n'apporte, en toute rigueur, aucune sorte d'information. Du moins dans une logique binaire. Mais en fait la seconde occurrence du mot *femme* est un usage sélectif. Elle se rapporte à telle propriété, variable selon les contextes, typique du comportement féminin: besoin de plaire, propension à la rêverie, goût de la vertu, que sais-je? Peu importe la qualité ainsi focalisée. L'essentiel est dans cette possibilité extraordinaire que possède le langage naturel de sélectionner, dans le sens du vocable, ceux des traits que momentanément le discours requiert (1992: 169).

Il est certain que l'analyste confronté à un énoncé tautologique de ce type peut le juger de prime abord comme parfaitement redondant, ensuite il va sans doute l'appréhender comme significatif -qu'il soit censé être banal ou non- par le biais de la mise en avant d'une caractéristique, en l'occurrence dévolue à la femme. Il en va tout autrement pour le sujet parlant dans une situation de communication particulière, pour qui l'énoncé tautologique assumera dès le départ une signification pleine, et le comprendra sans tergiverser.

À ce titre, du point de vue pragmatique, tenant compte des circonstances de locution, l'interprétation de SN2 sera dictée par la situation discursive. Du reste, on dégage aisément deux modes de fonctionnement pragmatique de ce groupe nominal ainsi que l'a remarqué Charlotte Schapira:⁹ soit de façon appréciative, si l'on vise des propriétés laudatives attachées d'ordinaire au concept de femme ; soit de façon dépréciative, si l'on choisit des propriétés péjoratives qu'on peut aussi lui attribuer.

Dans un cas on mettra en valeur par exemple la douceur, le charme, la sagesse ; dans l'autre ce sera l'inconstance, le bavardage ou la méchanceté. Et là nous trouvons les stéréotypes qui, par une activité de généralisation et de réduction,¹⁰ étayent la réputation sociale de la femme sur une échelle qui situe la valorisation neutre entre deux pôles opposés. On voit comment l'énoncé tautologique est sous-tendu par des images préconçues de la femme, mélioratives ou péjoratives,¹¹ et par là même par des lieux communs, qui préconisent soit que la femme personnifie le savoir-faire, la grâce et le bien, soit qu'elle représente la cruauté et le mal.¹² Mais ni les stéréotypes ni les lieux communs ne sont pour autant eux-mêmes tautologiques : il y a tout simplement certains énoncés tautologiques qui sont étayés par ceux-là.

1.6. *Truisme et lapalissade.*

Pour ce qui est des concepts de truisme et de lapalissade, le truisme est défini par le TLF comme « une vérité trop évidente pour devoir être énoncée » et la lapalissade comme « une affirmation ou réflexion naïve par laquelle on exprime une évidence ou une banalité ». Le dictionnaire va jusqu'à les taxer de synonymes en raison de leur caractère évident, si bien que les termes se rapprochent en ce qu'il s'agit du bon sens partagée par quiconque. Par ailleurs, ces définitions mettent à l'honneur la façon dont le message contenant le truisme ou la lapalissade est reçu et comment on le juge. Et là nul doute que ce n'est pas seulement la compétence linguistique qui est à l'œuvre, mais aussi le savoir culturel. La différence réside à notre avis dans le fait que le truisme reflète une évidence tout court, c'est-à-dire une vérité qui est sans portée dans le discours, alors que la lapalissade apparaît de surcroît comme une

9. Cf. Schapira (1999, 121-122).

10. Cf. López Díaz (2000 : 211-212).

11. La liste de tautologies à interprétation fréquemment ambivalente, positive ou négative, serait longue : elle embrasserait non seulement le sexe (Un homme est un homme) ou l'âge (Un adolescent est un adolescent), mais aussi entre autres les métiers (Un chauffeur de taxi est un chauffeur de taxi) ou les nationalités (Un Japonais est un Japonais).

12. Les duos de la femme tendre et innocente et de la femme maléfique sont bien attestés par exemple dans le cinéma et dans la littérature, y compris les contes pour enfants.

évidence qui frôle le ridicule et qui par là même fait éclore l'humour. Bacry signale à ce propos que la lapalissade apparaît quand le truisme « présente un caractère naïf, involontaire ou humoristique » (1992 : 227).

Un exemple prototypique qui a donné le nom de lapalissade tel que *Monsieur de la Palice, un quart d'heure avant sa mort, était encore vivant* témoigne du caractère niais de celle-ci, tout comme les déclarations anodines que nous avons trouvées çà et là, qualifiées de façon et d'autre mais pas forcément de lapalissades : *Mieux vaut être riche et en bonne santé que pauvre et malade*;¹³ *On ne fait pas briller ses lunettes avec du cirage noir*;¹⁴ *Sitôt qu'il fut son mari, elle devint son épouse* ; *Pour la marche, le plus beau chapeau du monde ne vaut pas une bonne paire de chaussures* (Pierre Dac);¹⁵ *On part du principe que plus les choses sont simples, moins elles sont compliquées* (San Antonio).¹⁶

En revanche, la banalité du truisme est à notre avis perçue autrement car elle manque a priori de ce grain humoristique ainsi qu'il se dégage des exemples suivants: *Tous les gagnants tentent leur chance* ; *Les paresseux n'aiment pas le travail* ; *Si on est deux on fait un couple*. Encore faut-il que le contexte s'y prête.

Nous n'ignorons pas que la frontière entre truisme et lapalissade n'est pas nette et que tout le monde ne juge pas forcément le message de la même façon. Cependant elle nous paraît utile à plusieurs égards. C'est pourquoi nous soutenons que dans le discours, la tautologie est informative et le truisme ne l'est pas. Quant à la lapalissade, elle n'est pas informative non plus et elle ajoute, en outre, le côté risible de la simplicité.

Si on examine la logique des énoncés que nous venons de mentionner, truismes et lapalissades dans bien des cas rappellent la tautologie par leur caractère d'affirmations indiscutables auxquelles on ne peut que donner son assentiment. Il n'en reste pas moins que lorsqu'on affirme hâtivement que la tautologie est un truisme ou que la tautologie est une lapalissade, on fait des généralisations approximatives, étant donné qu'à y regarder de près seulement certaines tautologies peuvent l'être. Ce sont les cas où dans le discours seule la vérité de l'énoncé compte et où l'information est tenue en marge. Des énoncés tautologiques tels que *Ou bien il pleut ou bien il ne pleut pas* ; *Je suis une femme ou je suis un homme* lors des emplois discursifs peuvent s'avérer des truismes, s'ils n'apportent pas d'information réelle. Et on pourrait même dans certaines situations les cataloguer de lapalissades, si, le cas échéant, ils constituent des assertions perçues comme ridicules. Signalons aussi qu'en discours des propositions analytiques comme *Les chimpanzés sont des singes*, *L'homme est un mammifère*, à l'instar des truismes, peuvent être dépourvues d'un but informatif clair.

Même les énoncés tautologiques du type X=X (*Un livre est un livre*), lorsqu'ils apparaissent isolés, proclament des évidences criantes¹⁷ (un livre est un livre et rien d'autre), mais cela n'est pas normalement le cas, étant donné qu'on parle pour communiquer quelque chose et non pas pour ne rien dire.

On a aussi l'intention de signifier quand on verbalise ce qui apparemment va de soi ; à telle enseigne que d'habitude, si on dit *Il pleut* quand il pleut effectivement et que les deux interlocuteurs en sont conscients, l'énoncé est loin d'être ressenti comme un truisme ; au contraire, l'expérience montre que dans une situation pareille il est ascriptif et vise souvent un

13. L'exemple apparaît dans Kerbrat-Orecchioni (1986 : 207).

14. Exemple emprunté à Hesbois (1988 : 241). C'est la déclaration d'un personnage de *La Cantatrice chauve*.

15. Cet exemple et le précédent apparaissent dans Hesbois (1988 : 235 et 242).

16. Exemple pris de Bacry (1992 : 228).

17. Cf. Frédéric (1981 : 321).

acte illocutoire d'avertissement (tu devrais prendre un parapluie, fais attention à ne pas glisser, ...) ou autre.

2. ÉTUDE DE CAS

Nous avons constitué un corpus à partir de situations de communication réelles : les exemples sont pour la plupart du discours publicitaire, mais aussi politique et d'échanges conversationnels spontanés. Ils attestent nettement la différence que nous avons établie entre tautologie, truisme et lapalissade.

2.1. Quelques tautologies

Lors de deux conversations différentes nous avons entendu deux prédications d'identité, du type $X=X$, à l'un des interlocuteurs que nous nommerons A:

(1) A- Si je te vois plus tard, je te vois plus tard, sinon à la prochaine fois.

Et, dans la circonstance, l'interlocuteur de comprendre que si on se voit plus tard, on continuera à discuter, sinon ce sera une autre fois. De même :

(2) A- L'Argentine maintenant est toute proche. Ce n'est plus le bateau. L'avion, c'est l'avion.

L'interlocuteur se fait l'idée qu'autrefois on s'y rendait en bateau et que le trajet était long de quelques jours, alors que maintenant l'avion y arrive en quelques heures. On le voit, les deux exemples sont à même de montrer que dans le premier cas l'interprétation de la tautologie est redevable de la situation, alors que dans le deuxième elle l'est plutôt du contexte.

L'exemple publicitaire suivant répond au schéma de l'équivalence $X=Y$:

(3) Sophie et sa fille Élodie.

Une mère, une fille, deux femmes (vêtements Comptoir des Cotonniers)

c'est-à-dire qu'une mère et une fille sont deux femmes, que l'on voit d'ailleurs sur une photo enlacées et têtes appuyées l'une contre l'autre: la mère frôle la cinquantaine et la jeune fille a une vingtaine d'années. Nul doute qu'il s'agit de deux femmes: une jeune femme et une femme mûre. Et on sera bien d'accord qu'en réalité la publicité ne veut pas signifier objectivement que « deux femmes » signifie deux êtres de sexe féminin, mais deux femmes qui partagent la même marque, les mêmes habits, les mêmes goûts, etc. C'est le discours publicitaire qui convoque l'interprétation. Par ailleurs, on exploite de cette façon le lieu commun de l'éternelle jeunesse reflétant une image stéréotypée de la femme sans âge.

D'autres tautologies ressortissent au schéma X sera toujours X :

(4) *Un Hom sera toujours un Hom*¹⁸ (sous-vêtements masculins Hom)

(5) Chaumet sera toujours Chaumet (joaillier Chaumet)

Il n'y a pas de difficulté à faire un raisonnement implicite reconstituant l'ordre des propositions inscrites dans l'énoncé: *sera toujours* implique *est actuellement*. En conséquence, nom propre et substantif confondus, *un Hom(me) est un Hom(me) et le restera toujours et Chaumet est Chaumet et le sera toujours*.

Le cadre publicitaire oriente en bonne partie le sens à donner à ses messages, tributaires du contexte et de la situation de communication créés par l'image, ainsi que de nos idées reçues. Et les paraphrases de ces deux énoncés pourraient correspondre à: *un homme quelconque habillé en Hom sera toujours l'homme par antonomase et la maison Chaumet restera toujours le haut de gamme*.

18. On joue sur l'homophonie de la marque *Hom* et du substantif *homme*.

Tout bien considéré, le message ne dit rien qu'on ne puisse imaginer. Si le premier nom propre renvoie sans détour à la marque, le deuxième est là pour suggérer qu'elle est la meilleure. Pourrait-il en être autrement? S'agissant de publicité bien sûr que non. L'imagination et l'affectivité sont à l'honneur. D'autre part, la répétition est une forme d'argumentation qui rend explicite l'insistance à peu de frais grammaticaux.

Le laconisme formel combiné avec la densité sémantique est aussi le lot de slogans politiques tels que celui que nous allons voir et qui a un semblant de pléonasme, mais qui n'est nullement redondant. L'affirmation en l'occurrence est en mesure d'apprendre quelque chose:

(6) *Un changement transformateur (BNG)*¹⁹

Il s'agit d'une tautologie implicite, puisqu'*un changement transformateur est un changement qui est transformateur*: le nom et l'adjectif entretiennent un rapport d'équivalence (X=Y). Et comme il a été dit, la relation synonymique entre X et Y est une condition sine qua non pour parler de tautologie non formelle.²⁰ Toute transformation présuppose un changement ; et pour qu'il y ait changement la transformation est aussi nécessaire. Les deux termes s'impliquent mutuellement, mais l'ordre des mots y est pour quelque chose. Autrement dit, le changement serait politique et il transformerait la société, l'économie, etc. Enfin, l'énoncé peut paraître redondant mais il ne l'est pas.

2.2. *Quelques truismes*

Nous rappelons que les truismes discursifs sont vides d'information à cause de leur banalité et c'est pour cette raison même qu'ils constituent des affirmations surprenantes. Voyons un cas où l'on vante des chaussures:

(7) Les deux font la paire. (chaussures Salamander)

L'énoncé possède au départ une valeur aphoristique codée (on l'utilise couramment à propos de personnes qui ont les mêmes défauts), mais il n'est pas à l'abri des contingences discursives, puisque ce sens figuré habituel est dépourvu dans le cas présent de toute pertinence, éloge oblige.

Le contexte créé par la publicité écarte donc toute signification négative et impose une lecture fortement déterminée surtout par l'image, qui reproduit deux mouettes en plein vol et qui a comme légende l'énoncé en question. Cette lecture non phraséologique est aussi convoquée par le texte, qui parle de chaussures en faisant penser évidemment à *paire*. Il proclame en plus "la mode pour elle et lui", afin de rapprocher encore davantage *deux* de *paire*.

Signalons tout de même que l'énoncé est à l'origine tautologique, l'équivalence se faisant entre *deux* et une *paire*, donc X=Y. Mais dans ce contexte, il reste une vérité de bon sens. La même surprise devant une affirmation sans portée pourra être ressentie en lisant la publicité suivante pour une eau de toilette :

(8) Le parfum est à l'intérieur (L'Eau d'Issey)

qui nous rappelle encore ce qui va de soi. La publicité apparaît sur papier avec un grand livre ouvert dont la page gauche a comme seule inscription l'énoncé ci-dessus et la page droite ne montre qu'un flacon. Que l'on pense à des gouttes versées ou à l'odorat, on sait que le parfum est dans le flacon, donc qu'il est bel et bien à l'intérieur.

Ces vérités ayant un statut de principes, si l'on annonçait le contraire, cela paraîtrait choquant. Or on a l'impression aussi que les énoncés sont par trop logiques en ce qu'ils font

19. C'est notre traduction du slogan du Bloque Nacionalista Galego « Un cámbio transformador » lors des élections du 21 octobre 2001.

20. Cf. Frédéric (1981 : 316) et Rey-Debove (1998 : 31-32).

des affirmations de bon sens de façon surprenante. Et parce qu'ils sont du ressort des « postulats silencieux »²¹ que l'on reconstitue aisément, l'explicitation de telles informations paraît inutile, qui plus est elle transgresse la loi gricéenne d'informativité.

2.3. *Quelques lapalissades*

Les lapalissades à notre avis surprennent à un degré plus élevé puisque d'une part les propos tenus certifient le sens commun et d'autre part ils peuvent paraître peu orthodoxes.

Nous avons repéré quelques énoncés de ce type encore une fois dans la publicité. Dans tous les cas il s'agit d'apostilles qui en principe ne devraient pas avoir lieu d'être et qui rappellent les niches:

- (9) Imprimer, faxer, copier, le MV 310 est un vrai multifonction numérique.
Désolé, il ne fait pas encore le café. (multifonction Ricoh)
- (10) Le 12 de Chivas. (N'existe pas en atomiseur) (Whisky Chivas)
- (11) Pour remplir un paquet d'Écrémé Gloria, une vache doit brouter 248 fois tout ça²² (sauf la coccinelle). (lait Gloria)
- (12) Week-end à Londres. 590 francs l'aller retour (photo non contractuelle)²³ (train Eurostar)

L'émetteur fait un clin d'œil complice aux destinataires en jouant sur deux registres, l'un formel dans la première partie des séquences et l'autre facétieux dans les apostilles, en passant du coq à l'âne. Il construit de la sorte un statut de boute-en-train qui s'accroît dans le premier exemple, puisqu'il y est présent dans le commentaire sous la forme *désolé*. Du reste, autant les publicités prennent le ton drôle des plaisanteries, autant affirmer le contraire de ce que disent les apostilles serait une incongruité.

C'est ainsi qu'on tire parti de la banalité, en insistant sur un savoir que le locuteur présume que l'auditoire connaît, allusions comprises, et qui pourrait être passé sous silence.

3. POUR CONCLURE

Si on récapitule, on s'aperçoit qu'il est indispensable de distinguer tous les termes qui ont été mentionnés, utilisés bien des fois les uns à la place des autres sans rigueur véritable, afin d'éviter autant que possible de faire de doubles emplois, qui nuisent aussi bien à leur compréhension qu'à l'efficacité de leur utilisation. Et la distinction est utile pour l'analyse linguistique.

Par ailleurs, cette panoplie de termes a en général mauvaise presse. On a beau les taxer de vices de la parole et les prendre pour des anomalies communicatives, ils sont monnaie courante dans les échanges réels et s'avèrent nécessaires à la communication, qui d'une façon ou d'une autre s'étaye forcément sur un fonds idéologique commun partagé.

Si on envisage la langue comme moyen d'agir sur autrui, une expression tautologique du type X=X, par exemple *Un livre est un livre*, paraît plus éloquente en raison de la marge de manoeuvre qu'elle laisse et de son économie. Le souci d'expressivité dans l'attitude du locuteur par la formule condensée semble prévaloir sur celui de la clarté de l'éventuelle paraphrase, le cas échéant *un livre est toujours un bon cadeau, un compagnon de route*, etc. La preuve en est que ces tautologies renferment en elles ce qu'on voudra y mettre compte tenu bien sûr du contexte et des circonstances de communication. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle c'est le seul type de tautologie qui ait retenu l'attention des linguistes.

21. Kerbrat-Orecchioni (1986 : 164).

22. « Ça » désigne un pâturage verdoyant avec une coccinelle.

23. La photo montre un jeune couple de dos en maillot de bain, la main dans la main, qui se met dans la mer.

On voit d'autre part que si la tautologie apparaît dans le discours escortée de sa propre paraphrase, donnant ainsi au récepteur toutes les pistes interprétatives, son effet est tout autre comme le montre l'exemple *La vie est la vie et nul n'est à l'abri d'un changement de cap*²⁴ qui paraît bien moins suggestif que son homologue précédent *Un livre est un livre*.

Quant aux truismes et aux lapalissades, par leur caractère de remarques banales, ils déclenchent aussi la surprise, font le tilt de la déclaration anodine, voire amusante qui découle de l'énonciation de ce qui va de soi.

Tout bien considéré, tautologies, truismes et lapalissades ne font que réaffirmer pour ainsi dire l'ordre du monde et de la langue contre le changement. Et ils sont à l'œuvre lorsqu'affleure un certain type d'énoncés fort expressifs et économiques, d'affirmations de connivence et de plaisanteries, qui parsèment de façon tout à fait naturelle bien des échanges linguistiques, y compris nos conversations habituelles. Ils se greffent çà et là, de temps à autre, sur les propos objectifs et sur le discours soi-disant sérieux.

4. BIBLIOGRAPHIE

BACRY, P. (1992), *Les Figures de style*, Paris, Belin.

FRÉDÉRIC, M. (1981), "La tautologie dans le langage naturel", *Travaux de linguistique et de littérature*, 19/1, pp. 313-326.

GRUNIG, B.-N. (1990), *Les Mots de la publicité*, Paris, Éditions du CNRS.

HESBOIS, L. (1988), *Les Jeux de langage*, Ottawa, Presses de l'Université d'Ottawa, 1e éd. 1986.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1986), *L'Implicite*, Paris, A. Colin.

LÓPEZ DÍAZ, M. (2000), "Lieux communs et stéréotypes dans le discours publicitaire", *Galice, Bretagne, Amérique latine. Mélanges offerts à Bernard Le Gonidec*, J.P. Sanchez (éd.), Rennes, Cahiers du LIRA, pp. 211-225.

MARTIN, R. (1985), "Aspects de la phrase analytique", *Langages*, 79, pp. 40-54.

MARTIN, R. (1992), *Pour une logique du sens*, Paris, PUF, 2e éd. revue et corrigée, 1e éd. 1983.

MEYER, M. (1982), *Logique, langage et argumentation*, Paris, Hachette.

RASTIER, F. (1987), *Sémantique interprétative*, Paris, PUF.

REY-DEBOVE, J. (1998), "Le sens de la tautologie", in *La Linguistique du signe. Une approche sémiotique du langage*, Paris, A. Colin, pp. 30-44. Art. paru en 1978 dans *Le Français moderne*, 4.

SCHAPIRA, Ch. (1999), *Les Stéréotypes en français: proverbes et autres formules*, Paris, Ophrys.

24. Exemple pris du corpus de Schapira (1999: 123).

