



Universidad
Zaragoza



Facultad de
Filosofía y Letras
Universidad Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Título

Stéréotypes et clichés.
Une approche de la vision des français sur l'Espagne et sur les Espagnols.

Autora

Marina Arantxa Sopesens Vinos

Director

Prof. Fidel Corcuera Manso

Grado en Lenguas Modernas

Facultad de Filosofía y Letras
Curso 2014-2015

Fecha: 1 de diciembre de 2015

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction
2. La notion de stéréotype et de cliché
3. Les stéréotypes sur l'Espagne et sur les Espagnols
4. L'Espagne vue par des jeunes français
5. Conclusion
6. Bibliographie et autres sources
7. Annexes

INTRODUCTION :

Dans cet essai, nous allons parler des stéréotypes que les Français ont sur l'Espagne et sur les Espagnols. Nous allons analyser comment les Espagnols sont vus en France.

Nous avons choisi ce sujet parce que nous avons pensé qu'une étude sur une vision externe française sur l'Espagne et les Espagnols, était quelque chose d'intéressant à connaître et que cela nous permettrait de mieux comprendre les aprioris que les Français peuvent avoir. Les objectifs de notre travail, sont les suivants : donner une définition approximative de la notion de stéréotype et de cliché pour bien encadrer le sujet ; connaître l'une des possibles origines de quelques stéréotypes ; savoir quels sont les stéréotypes traditionnels qui existent en France sur les Espagnols. Et finalement présenter et analyser la vision de quelques individus français, qui ont connu de manière directe l'Espagne, afin de vérifier si leur vision avant et après leur séjour a été modifiée.

Notre travail se divise en trois grands chapitres. Dans le premier chapitre, nous allons déterminer la signification du mot stéréotype et du mot cliché ; nous allons voir les différentes définitions que certains auteurs nous donnent pour nous rapprocher de la signification de ces deux termes. Par la suite, le deuxième chapitre sera divisé en deux parties ; dans la première, nous allons voir l'histoire des stéréotypes et considérer quels en sont les principaux exemples que l'on retrouve en France depuis la fin du XIXème siècle ; pour cela nous nous sommes appuyée aussi sur l'information obtenue à partir de quelques sites web français. Dans la deuxième partie du chapitre, nous avons voulu donner une vision sur les Espagnols et l'Espagne (Hispanie) à partir d'une présentation caricaturée, celle qui apparaît dans la bande dessinée *Astérix et Obélix en Hispanie*. Le troisième chapitre est consacré à l'analyse et à la présentation des résultats de notre enquête afin de donner une vision plus proche et plus actuelle. Cette enquête se divise en deux parties ; dans la première nos individus nous donnent leurs données personnelles, et dans la deuxième, ils répondent au questionnaire.

La méthode d'analyse que nous avons appliquée est la suivante: tout d'abord, nous avons établi les définitions de stéréotype et de cliché que nous avons trouvées dans

des dictionnaires d'espagnol et de français ; ensuite nous nous sommes appuyée sur une bibliographie concernant l'immigration espagnole en France, et nous avons consulté quelques sites web français afin de détecter les clichés sur l'Espagne et les Espagnols. Par la suite nous avons travaillé à partir de la bande dessinée *Astérix et Obélix en Hispanie* qui nous offre une vision assez stéréotypée des personnages. Finalement nous avons analysé le sujet à partir des enquêtes que nous avons réalisées et du classement des réponses obtenues.

Tout cela nous a permis d'arriver à quelques conclusions que nous présentons à la fin de notre travail.

LA NOTION DE STÉRÉOTYPE ET DE CLICHÉ :

Quand nous écoutons le mot stéréotype, à quoi est-ce que nous pensons ? Qu'est-ce qui nous arrive à l'esprit ? C'est un terme un peu complexe à définir. Un stéréotype est une image que nous avons d'un groupe social. Cela peut être issu de plusieurs raisons: des interprétations et des critiques des gens, de l'expérience personnelle, etc... Ce sont les personnes qui créent les stéréotypes, celles qui jugent, celles qui ont des préjugés selon le milieu auquel elles appartiennent.

Et si nous parlons de cliché ? Quelle est la première chose à laquelle nous pensons ? Qu'est-ce qui nous vient à l'esprit ? C'est pareil. La notion de stéréotype et la notion de cliché sont complémentaires ; c'est à partir des stéréotypes que nous développons les clichés. Ils nous aident à résumer les attitudes et les mœurs des groupes sociaux qui ont été créées par la société même.

Voici la définition que la Real Academia Española (2015) donne du mot stéréotype: "Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable". Pour sa part, María Moliner (1998) définit le stéréotype comme: "modelo o idea simplificada y comúnmente admitida de algo".

La définition du Dictionnaire de Français Larousse (2015) sur le stéréotype est : «Caractérisation symbolique et schématique d'un groupe qui s'appuie sur des attentes et des jugements de routine ».

Pour ce qui est de la définition du mot cliché, le *Diccionario de la Real Academia Española* (2015) donne celle-ci : "Lugar común, idea o expresión demasiado repetida o formularia". La définition que donne le *Diccionario de uso del español* de Maria Moliner (1998) est: « sentencia, opinión, etc., que la gente repite mucho, o tema de conversación al que se recurre muchas veces para hablar de algo ».

Dans le *Dictionnaire Français Larousse* (2015), un cliché c'est un "Lieu commun, banalité qu'on redit souvent et dans les mêmes termes ».

Nous pouvons trouver d'autres définitions du mot *stéréotype* d'après différents auteurs. Le terme *stéréotype*, comme nous l'avons dit précédemment, est difficile à déterminer. Si nous posons la question « pour vous, qu'est-ce que c'est qu'un stéréotype ? » la plupart des gens nous répondront qu'un stéréotype est difficile à définir ; ou qu'ils savent ce que c'est, mais qu'ils ne peuvent pas l'expliquer clairement. D'autres, diront qu'un stéréotype est « ce que tout le monde pense d'une société ou d'un groupe des personnes ». La simplification du mot *stéréotype*, se compose de plusieurs aspects. R. Amossy et A. Herschberg Pierrot nous le montrent en s'appuyant sur les considérations de quelques auteurs. Ainsi, M. Jahoda (1964 : 694) affirme qu'un stéréotype se compose d'un groupe de croyances, qui sont considérées comme des faits par les personnes qui y adhèrent :

« Croyances concernant des classes d'individus, des groupes ou des objets qui sont préconçues, c'est-à-dire qui ne relèvent pas d'une appréciation neuve de chaque phénomène mais d'habitudes de jugement et d'attentes routinières [...] Un stéréotype est une croyance qui ne se donne pas comme une hypothèse confirmée par des preuves mais est plutôt considérée, entièrement ou partiellement à tort, comme un fait établi. »

Pour sa part, L.M. Morfaux (1980 : 34) définit les stéréotypes comme des idées préconçues données par le milieu social de l'individu ; ce dernier y adhère plus ou moins en fonction de l'influence que son milieu a sur lui :

« Clichés, images préconçues et figées, sommaires et tranchées, des choses et des êtres que se fait l'individu sous l'influence de son milieu social (famille, entourage, études, profession, fréquentations, médias de masse, etc.) et qui déterminent à un plus ou moins grand degré nos manières de penser, de sentir et d'agir. »

La définition que M. Dorai (1988 : 46) nous donne est qu'un stéréotype peut servir à définir une catégorie d'individus de manière simplifiée en utilisant un terme sur lequel se greffent diverses informations :

« A première vue, il peut sembler inutile de définir la notion de stéréotype, son sens paraît simple et surtout évident car ce terme est d'un emploi courant dans le langage quotidien. La plupart des stéréotypes semblent se cristalliser autour de certains termes et notamment des adjectifs. Ces termes inducteurs désignent des catégories plus ou moins larges et concernent : des

racés (les Noirs, les Jaunes...), des nationalités (les Chinois, les Allemands, les Japonais...), des professions, des classes et des groupes (les ouvriers, les métallos, les professeurs, les capitalistes, les immigrés...) et des personnes en tant que symbole d'une idéologie (Mao Tsé-Toung, Fidel Castro, Che Guevara, Adolf Hitler...)[...] The Fontana Dictionary of Modern Thought qui a écrit que le stéréotype est « une sur-simplification de l'image mentale de quelques catégories de personnes, institutions ou événements qui est partagée dans ses traits essentiels par un grand nombre de gens. Ces catégories peuvent être larges (les juifs, les gentils, les Blancs, les Noirs...) ou plus limitées (les socialistes, les royalistes, le mouvement de libération de la femme...).

R. Amossy et A. Herschberg Pierrot s'appuient sur J.P. Leyens (1994 : 11), qui signale qu'un stéréotype se compose de traits de personnalité et des traits de comportements : « Croyances partagées concernant les attributs personnels d'un groupe humain, généralement des traits de personnalité, mais souvent aussi des comportements »

J.L. Garcia Sangrador, (1996 ; 96) définit les stéréotypes comme un ensemble de croyances partagées, qu'un groupe d'individus a sur une personne. Sa définition est similaire à celle de M. Doraï, bien que plus moderne. Il nous explique qu'il y a une image (comme M. Doraï) mais accompagnée des caractéristiques personnelles:

“Actualmente, los estereotipos son habitualmente concebidos como “creencias compartidas sobre las características de los miembros de una categoría social” o “creencias compartidas sobre los atributos personales, usualmente rasgos de personalidad pero también a menudo conductas, de un grupo de personas” (Leyens y otros, 1994), y así se presentan a menudo como el aspecto cognitivo de la actitud.

Ces auteurs exposent dans leur livre, les idées que G.N. Fisher (1996:133) nous donne sur le mot stéréotype. Il nous parlera d'un groupe d'images aussi:

« Manières de penser par clichés, qui désigne les catégories descriptives simplifiées basées sur des croyances et des images réductrices par lesquelles nous qualifions d'autres personnes ou d'autres groupes sociaux, objets de préjugés »

R. Amossy et A. Herschberg Pierrot (2010 : 26) présentent l'histoire du mot *stéréotype*. Elles vont nous parler du premier auteur qui cite ce terme : Walter

Lippmann. C'est lui qui va commencer à parler d'images et de l'opinion que peut avoir un individu sur d'autres:

« C'est le publiciste américain Walter Lippmann qui a le premier introduit la notion de stéréotype dans son ouvrage *Opinion publique* en 1922. Il désigne par ce terme emprunté au langage courant les images dans notre tête qui médiatisent notre rapport au réel. Il s'agit des représentations toutes faites, des schémas culturels préexistants, à l'aide desquels chacun filtre la réalité ambiante. Selon Lippmann, ces images sont indispensables à la vie en société. »

Les deux écrivains (2010 : 28) nous disent que le stéréotype est une idée figée et rigide, cependant indispensable à la construction d'un individu malgré les inconvénients qu'il génère:

« Le stéréotype est figé et rigide [...] le stéréotype schématise et catégorise ; mais ces démarches sont indispensables à la cognition, même si elles entraînent une simplification et une généralisation parfois excessives ».

À travers des études que les sciences sociales ont réalisées au long du siècle, elles vont utiliser les stéréotypes pour analyser les comportements des individus et les relations entre eux. C'est l'idée principale que R. Amossy et A. Herschberg Pierrot (2010 : 28) nous expriment dans les lignes qui suivent :

« Les sciences sociales font ainsi du stéréotype un concept bien défini qui permet d'analyser le rapport de l'individu à l'autre et à soi, ou les relations entre les groupes et leurs membres individuels »

De nos jours, le terme *stéréotype* continue à désigner l'image que l'individu donne ; c'est-à-dire, que dans la société un individu peut avoir une image collective qui se superpose à sa propre image individuelle. C'est cela qu'Amossy et Herschberg Pierrot (2010 :29) nous expliquent dans les lignes suivantes :

« Dans l'usage courant, cependant, le terme de stéréotype continue généralement à désigner une image collective figée considérée sous l'angle de la péjoration : le vieux Juif avare, la jeune fille pure et innocente, le savant distrait. Il est souvent assimilé au cliché lorsqu'on insiste sur sa banalité, son caractère d'automatisme réducteur. Un emploi vulgaire coexiste ainsi avec l'emploi savant qui dépasse quant à lui la question du manque d'originalité, pour poser dans toute son ampleur celle des médiations sociales et de la communication »

En ce qui concerne la définition de *cliché*, R. Amossy et A. Herschberg Pierrot (2010 :11) commencent avec l'origine du terme. Elles nous racontent que le mot *cliché* était employé dans le monde de la photographie, vers la deuxième moitié du XIXe siècle :

« Vers le milieu des années 1860, on le sait, *cliché* s'emploie dans le domaine de la photographie (1865), où il désigne le négatif à partir duquel on peut tirer un nombre indéfini d'exemplaires. »

Ces auteurs (2010 :11) vont s'appuyer sur ce que P. Larousse (1869) dit. Un cliché est : « une phrase toute faite que l'on répète dans les livres ou dans la conversation », ou bien « une pensée devenue banale ».

Plus tard, elles (2010 :11) nous expliquent que le mot *cliché* ne devient courant qu'au cours du dernier tiers du XIXème siècle. Pour R. Amossy et A. Herschberg Pierrot (2010 :12) le mot *cliché* correspond à une idée figée, une idée perceptible, ce n'est pas une expression commune : « Le cliché n'est pas défini seulement comme une formule banale, mais comme une expression figée, répétable sous la même forme. »

Nos auteurs vont prendre la définition que R. Gourmont (1899 :288) donne de *cliché*. Il pense que le cliché représente le « commun » plutôt que le « banal » de l'idée : « Le cliché représente la matérialité de la phrase ; le lieu commun plutôt que la banalité de l'idée ».

Finalement, elles vont s'appuyer sur la définition que G. Tarde (1979 : VIII) donne sur le *cliché*. Il compare le *cliché* à une photographie et son moyen de fonctionnement sur notre cerveau au système de développement et de reproduction de la photographie; qu'il applique à l'imitation sociale. En somme, les comportements que les personnes copient et reproduisent de manière automatique :

« Le cliché y figure comme métaphore photographique et typographique de l'imitation sociale. Les clichés verbaux ne sont évoqués que brièvement, mais ils ont un rôle actif de cohésion sociale, le langage apparaissant comme « le grand véhicule de tous les imitations ». L'imitation est ainsi présentée comme une action à distance d'un esprit sur l'autre », « une action qui

consiste dans une reproduction quasi photographique d'un cliché cérébral par la plaque sensible d'un autre cerveau ».

Les considérations des auteurs que nous avons présentés nous permettent d'arriver à une idée plus claire et concrète de la signification de ces deux concepts, *stéréotype* et *cliché*, ainsi que de l'évolution qu'ils ont subi.

Maintenant que nous avons expliqué la notion de *cliché* et de *stéréotype*, nous allons parler des différents stéréotypes que les Français ont sur les Espagnols. Nous présentons l'histoire des stéréotypes sur les Espagnols en France depuis le début du XXème siècle ; puis, nous allons exposer quels sont les *stéréotypes* sur les Espagnols en France; ensuite nous parlerons des stéréotypes sur les Espagnols qui apparaissent dans la bande dessinée Astérix et Obélix ; et pour finir, nous ferons une taxonomie des tous les stéréotypes sur les Espagnols en France que nous avons trouvés dans cette bandée dessinée et à partir d'autres sources.

LES STÉRÉOTYPES SUR L'ESPAGNE ET LES ESPAGNOLS

Dans cette partie, nous allons parler de l'histoire des stéréotypes sur l'Espagne et les Espagnols en France. Nous nous centrerons sur le début du XXème siècle. Les stéréotypes sur les Espagnols existaient depuis la fin du XIXème siècle en France, mais nous allons commencer à partir de la Première Guerre Mondiale, vers 1914. Dans cette période, l'Espagne se trouvait dans une situation difficile. Les Espagnols cherchaient du travail à l'étranger, ils fuyaient leur pays car ils voulaient une meilleure vie pour leurs familles. Il y a beaucoup d'information dans des livres, des articles ou des thèses qui relatent la vie des immigrants espagnols. Leur activité consistait surtout à travailler la terre (la vigne, les fruits...). Ils étaient de bons agriculteurs. Les Espagnols qui arrivaient alors en France, venaient de l'Aragon, de la Catalogne et du Pays Basque, surtout des villes et des villages qui faisaient frontière ou qui étaient proches de la France. Nous nous sommes appuyés sur ce que Natacha Lillo (2009 : 11,12) soutient :

“La emigración española hacia Francia no empezó con la guerra del 1914-1918, existía desde finales del siglo anterior, ante todo en las regiones fronterizas. Los españoles que vivían en Francia antes de 1914 trabajaban en su gran mayoría como jornaleros en la agricultura en los departamentos del sureste (Hérault, Pyrénées-Orientales, Aude) o en los campos o en la industria del suroeste [...] Ante todo, solían venir de zonas fronterizas de Cataluña, de Aragón o del País vasco. Muchos habían venido por primera vez en el marco de una inmigración temporal, sobre todo para participar en la vendimia en el Midi francés que necesitaba mucha mano de obra, atraídos por salarios superiores a los de España y sabiendo que la explotación era menos férrea”.

Plus tard, entre 1920 et 1930, les Espagnols vont commencer à partir de plus en plus nombreux en France. Ils seront présents partout. Grâce aux liens familiaux et amicaux, les Espagnols vont provoquer une augmentation des personnes qui partent travailler en France. Ils utilisaient le système d'appel ou le système épistolaire pour contacter la famille qu'ils avaient en France. Avec cette méthode, beaucoup d'Espagnols qui avaient de la famille ou des amis en France, partaient pour avoir une meilleure qualité de vie. Natacha Lillo (2009; 14) l'exprime dans les lignes qui suivent:

“Posteriormente, a lo largo de los años 1920 y en los primeros años 1930, fue aumentando la presencia española en Francia mediante el sistema clásico de las redes migratorias: uno llama a sus hermanos, a sus primos o sobrinos, que a su vez llaman a sus amigos, vecinos, etc.”

Après avoir vu l'une des possibles origines des stéréotypes sur les Espagnols en France, nous allons voir comment les Espagnols ont contribué à créer des stéréotypes sur eux-mêmes. Lorsque les Espagnols arrivent en France, ils agissent de manière naturelle ; donc leurs comportements aident à créer des stéréotypes. De cette manière, les Français se sont fait une idée propre des Espagnols. Ils ont formé un stéréotype espagnol en fonction de ce qu'ils ont vu, de ce qu'ils ont vécu en vivant avec les Espagnols. (Tur, 2009; 124)

“Efectivamente, la sociedad de acogida no es la única que produce estereotipos sobre los inmigrantes españoles. Ellos mismos son productores de su propia imagen, así como la sociedad española que difundió su versión sobre los que tuvieron que salir del país. Observamos pues tres grupos productores y emisores de estas representaciones: la sociedad de destino (Francia), la sociedad de salida (España) y el propio grupo de emigrantes.

Les stéréotypes sur les Espagnols existaient depuis le XIX^{ème} siècle, cependant nous avons décidé de commencer par le début du XX^{ème} siècle. Les Français avaient une image déjà toute faite des Espagnols. C'est vrai que cette image changera au cours des années, mais il en reste encore des vestiges de nos jours. Durant les premières décennies du vingtième siècle, l'Espagne était un pays très traditionnel. Les Français voyaient L'Espagne et les Espagnols avec une guitare et une cruche, comme un peuple très traditionnel avec une mentalité du Moyen Âge, comme Bruno Tur (2009 :129) le signale :

“España se asimilaba generalmente a un país de tradiciones [...]: "España entera" está representada por esta mujer, ese botijo y la guitarra. Ya era así para los escritores del XIX, para quienes España era una tierra de tradiciones, un país y una población que parecían haberse quedado en la Edad Media”.

Vers la première moitié du vingtième siècle, les Espagnols commencent à être vus comme des admirateurs des taureaux, du flamenco et de la paella. Mais, les patrons français décrivaient les Espagnols comme étant laborieux, efficaces, et en plus propres. Les femmes espagnoles travaillaient généralement comme femmes de ménage. Elles

vont aider à créer l'image de « Conchita ». Nous nous sommes appuyée sur les idées de Bruno Tur (2009 ; 130) :

Pero en el siglo XX, para los franceses, ¡España también eran los toros, la paella y el flamenco! También los patronos proporcionaron una lista de atributos que supuestamente caracterizaban a los españoles. Decían que eran trabajadores, limpios y rápidos. Para el trabajo doméstico en los años sesenta, las españolas se beneficiaban de una imagen positiva que aseguró su éxito profesional. Así, en las páginas del periódico *Le Fígaro*, las amas de casa de los barrios ricos precisaban que buscaban una criada española. De hecho, este oficio es el que alimentó el estereotipo más difuso de la historia de la inmigración española en Francia: el de Conchita”.

Nous venons de voir que les Espagnols avaient déjà l'image de danseurs de flamenco, d'amateurs des taureaux, etc...depuis la première moitié du XXème siècle. Nous parlerons maintenant du stéréotype de «Conchita ». C'était le modèle de femme de ménage espagnole en France (Tur, 2009; 131) :

“Modelo de la empleada de hogar española, estereotipo femenino de la inmigración española en Francia, pero también fruto de la mirada de la burguesía parisina sobre las inmigrantes españolas en la capital, Conchita atraviesa el siglo XX francés hasta integrar el lenguaje común con expresiones populares de la talla de "No soy tu conchita”.

Ce stéréotype commence à apparaître dans les comédies, la littérature et les chansons. Elle est décrite comme une femme brune, belle, séductrice, et danseuse de flamenco. Elle a des traits gitans. « Conchita » est, peut être, l'une des raisons pour laquelle de nos jours les Français pensent que les femmes Espagnoles sont toujours brunes. C'est cela que Bruno Tur (2009; 131) exprime:

“El personaje aparece en las comedias ligeras de la capital (théâtre de boulevard), en la literatura y en la canción. Siempre es el mismo personaje: una guapa morena española, seductora, traviesa, con una mirada salvaje. Sabe bailar, mover su cuerpo. Es gitana, andaluza, su carácter posee algo inaccesible y, finalmente, erótico.”

Les Français ont profité de l'image des Espagnols pour créer le personnage, le stéréotype de « Conchita ». Comme on vient de le dire, elle représente la femme espagnole pour les français. (Tur, 2009; 136)

“Conchita conlleva también una carga folklórica inspirada por la imagen que los franceses tenían de España y de los españoles. Reina del flamenco, especialista de la paella, piadosa religiosa vestida de negro: representa una cierta idea de España para la clase social que la emplea, siendo luego emitida esta imagen por los medios de comunicación y las diversas publicaciones al conjunto de la población francesa.”

L’image que les Espagnols véhiculaient était celle de personnes gentilles, stupides, à cause de ses traditions et de leur mode de vie en retard sur celui des pays du nord. Quoi qu’il en soit, l’immigration espagnole en France a donné lieu aux Français à créer des stéréotypes humoristiques, plus ou moins préjudiciables pour les Espagnols, alors que la population espagnole, n’arrivait en France que pour travailler. C’est cela que Bruno Tur (2009; 140) nous expose:

“A la imagen del español bueno y un poco tonto salido de una España tradicional y en retraso con respecto a los países del norte, ha sucedido una imagen globalmente positiva. Sea como fuera, la inmigración española en Francia inspiró a los franceses estereotipos que, con el tono del humor y de la broma, transmitieron una imagen más bien ridícula e infantil de los hombres y de las mujeres que vinieron a Francia para trabajar”.

Pour mieux exprimer quels sont les clichés sur les Espagnols en France, nous avons fait un classement. Nous avons divisé les clichés en six groupes : comportement, idiosyncrasie, gastronomie, loisirs, physionomie et climat. Nous avons consulté quelques articles sur des sites web français actuels, qui nous parlent de différents clichés sur les Espagnols en France¹.

En relation avec le comportement, les Français disent que les Espagnols sont des personnes bruyantes, qu’ils font toujours la sieste, qu’ils sont dangereux au volant, qu’ils ont des horaires décalés, qu’ils sont très fainéants et qu’ils ont le symptôme du « mañana », c’est-à-dire que les Espagnols utilisent assez cette expression pour dire qu’ils feront quelque chose peut être dans trois semaines ou qu’ils ne le feront jamais.

¹ Les données qui apparaissent dans ce tableau ont été extraites des ces sites web :

<http://www.lepetitjournal.com/madrid/accueil/actualite-espagne/190265-cliches-les-espagnols-vus-de-l-etranger-demelons-le-vrai-du-faux>

<http://blog.locatour.com/top-10-cliches-espagnols/>

<http://www.lepetitjournal.com/barcelone/accueil/actualite-espagne/220483-cliches-les-6-coutumes-locales-qui-agacent-les-francais-d-espagne>

BRUYANTS
LA BUREAUCRATIE ET LES PAPIERS ADMINISTRATIFS
LE SYMPTÔME DU « MAÑANA »
HORAIRES DÉCALÉS
FAINÉANTS
DANGEREUX AU VOLANT

L'idiosyncrasie consiste en la façon d'être, les caractéristiques personnelles de chacun. Les Français décrivent les Espagnols comme des personnes sensibles à la critique (il faut faire attention aux blagues qu'on leur fait...) ; ils pensent aussi que les Espagnols sont des fêtards, qu'ils ne pensent qu'à faire la fête. Selon les Français, les Espagnols sont des individus très accueillants, passionnés, drôles, croyants et charismatiques. Voici :

SENSIBLES À LA CRITIQUE
ILS SONT DES FÊTARDS
ACCUEILLANTS
PASSIONNÉS
DRÔLES
CROYANTS
CHARISMATIQUES

En ce qui concerne la gastronomie, les Français exagèrent souvent en disant que les Espagnols ne mangent que de la paella, de l'omelette de pomme de terre, des tapas et qu'ils ont l'habitude de tout cuisiner à l'huile d'olive :

PAELLA
OMELETTE DE POMME DE TERRE
TAPAS
CUISINER AVEC À L'HUILE D'OLIVE

Selon les Français, les Espagnols ont essentiellement ces loisirs : Les taureaux, les corridas et le flamenco. Ils généralisent beaucoup en pensant que tous les Espagnols dansent le flamenco et qu'ils aiment tous les taureaux. Ces caractéristiques sont typiques du sud de l'Espagne.

Du point de vue physiologique, les Français décrivent les Espagnols comme des personnes brunes, avec la peau mate et les yeux noirs.

Pour finir, nous ne pouvons pas oublier le climat. Presque tous les Français affirment que l'Espagne est un pays où il fait beau et où le soleil brille. Cela pourrait se devoir au fait que les Français ont l'habitude de partir en vacances vers la côte méditerranéenne où le climat est particulièrement doux.

Après avoir donné cette vision moderne des Espagnols de la part des Français, nous avons trouvé intéressant de voir comment cette même vision se projette sur les situations et les personnages qui apparaissent dans la bande dessinée (BD) *Astérix et Obélix en Hispanie*. Cette BD nous situe à une époque ancienne de l'Espagne. Dans cette bande dessinée nous pouvons apprécier la caricature dans les dessins et dans les dialogues. Même si cette BD correspond à une édition belge, nous croyons qu'elle argumente bien la perception stéréotypée que peuvent avoir les Français sur les Espagnols.

Premièrement, nous avons lu la BD en français et en espagnol. La raison de cette double lecture a été de comparer les expressions traduites en espagnol avec le texte original français. Ensuite nous avons extrait les citations qui se référaient directement à l'Espagne (Hispanie) et les Espagnols. Et finalement nous avons appliqué le classement² que nous avons déjà utilisé pour ordonner nos citations. Mais il a été nécessaire d'ajouter deux nouveaux groupes thématiques, ceux qui sont en relation avec le tourisme et avec les traditions.

En ce qui concerne le groupe de la gastronomie, nous avons trouvé des références au poisson frais, aux choux, à la cuisine à l'huile d'olive, au vin aux herbes, à la viande (saucisses et lard) et à la bière. Selon la BD, l'Espagne (Hispanie) est un pays où l'on peut trouver tout cela:

« Frais, frais, le poisson ! il est beau, le poisson, il est beau ! » (2003 : 5)
« si je te tenais romain, je te ferais frire dans de l'huile d'olive » (2003 :8)

² Gastronomie, comportement, idiosyncrasie, loisirs, physiologie et climat.

« du poisson je veux bien » (2003 :15)
« du poisson Obélix. Nous le pêcherons au fur et à mesure » (2003 :25)
« bon, bon, bon, tu auras un peu de vin aux herbes. Mais il ne faudra pas te plaindre, si tu es malade ! » (2003 :33)
« non, non... c'est cette cuisine à l'huile...je n'ai plus l'habitude... » (2003 :33)
« plat du jour : saucisses choux et lard, servisa avec de la cervoise » (2003 :41)

Concernant l'idiosyncrasie, pour Astérix et Obélix les gens d'Hispanie sont des personnes fières, nobles, courageuses, têtues, et accueillantes. Il est intéressant de signaler que ces gens sont des « ibères » :

« Et comme les ibères sont d'une race fière et noble, ils sont toujours prêts à admirer les combattants courageux, OLE ! » (2003 :5)
« et alors, je vais retenir ma respiration jusqu'à ce qu'il m'arrive quelque chose » (2003 :9)
« mon papa est le plus fort papa du monde, et cet imbécile de Jules César a peur de mon papa. Que cet imbécile de JC m'a fait emmener en Gaule mais ça n'empêchera pas mon papa de donner des baffes à cet imbécile de JC. OLÉ! » (2003 :14)
« salut amis ! installez-vous autour du feu, on va faire la fête ! on va rire ! » (2003 :35)
« ce sont des nomades, très gentils et très drôles. Ils chantent et ils dansent tout le temps ! » (2003 :35)

Si nous parlons du comportement, nous constatons dans la BD que les gens d'Hispanie font la sieste, qu'il s'agit de personnes calmes, qu'ils sont impolis, rudes, fêtards et qu'ils sont surtout fainéants. Voilà comment sont dessinés ces Ibères d'Hispanie :

« humph ! emmenez-le ! nous reprendrons cette conversation après la sieste » (2003 :12)
« c'est que c'est l'heure de la sieste, tout le monde se repose » (2003 :13)
« n'oublie pas que je suis ton hôte et que je suis sacré...alors, du calme » (2003 :17)
« Pepe n'est pas un bon exemple pour Idéfix, qui est jeune et influençable...quelquefois, ils se parlent tous les deux à voix basse et ils me regardent en rigolant... » (2003 :20)
« tous les étés, les ibères deviennent plus rudes ! » (2003 :27)

« tu es devenu drôlement mal élevé, toi ! » « tu vois sa mauvaise influence ? tu vois ? » (2003 :30)
« c'est la fête, en effet, et le peuple en liesse assiste à la procession des druides » (2003 :32)
« hips... je ne veux pas tene..hips ! nir...ma respiration ! » (2003 :34)
« elle est dans un drôle d'état la route !, oui homme, mais on est en train de l'arranger, bientôt elle sera excellente » (2003 :34)
« la nuit est déjà tombée quand nos amis arrivent à Hispalis, capitale de la Vandalousie. La splendide ville est très animée, car c'est la fête » (2003 :41)
« et en effet, à cinq heures de l'après-midi, le cirque d'hispalis est plein de musique, d'ambiance et de couleur » (2003 :44)

Par rapport aux loisirs, la BD nous décrit les Espagnols comme des personnes qui adorent la tauromachie, la danse et les chansons. Nous pouvons observer dans différentes vignettes des gens qui dansent, dans une fête typique espagnole, ou bien des toreros avec leurs capes et leurs taureaux:

« je pense qu'on lui accorde une oreille parce qu'il s'est bien battu » (2003 :5)
« olé » (2003 :11)
« je te chanterai des berceuses pour t'endormir, tu verras ! » (2003 :20)
« olé, olé, olé, la fête continue ! on danse maintenant ! » (2003 :35)
« d'habitude nous chantons et dansons toute la nuit, mais nous allons vous laisser vous reposer » (2003 :36)
« olé, olé, olé...(taureau) » (2003 :45)
« ma cape, ma belle cape, toute neuve ! » (2003 :46)

Selon la BD, la physionomie des Espagnols consiste à avoir un gros nez. Ils sont déterminés par cette caractéristique. Astérix et Obélix nous donnent une vision humoristique des Espagnols : « vous avez un grand nez » (2003 : 12) « homme, vous avez vraiment un gros nez ! » (2003 : 24)

Le climat est très bon en Espagne, selon la BD. Nous pouvons apprécier quelques vignettes où le soleil brille, où des gens dessinées présentent des signes évidents de

fortes transpirations: « il fait chaud » (2003 : 32) ; « je l'espère, général ; il fait tellement chaud dans vos provinces...j'ai eu tort de prendre cette cape » (2003 : 45)

Nous avons ajouté deux nouveaux groupes, comme nous l'avons dit auparavant. L'un est le groupe des traditions et l'autre le groupe du tourisme.

Dans le groupe des traditions, nous avons vu que le prénom *Pepe* est très habituel en Espagne, la ville de *Pampléune* est très présente et l'histoire de *Don Quichotte et les moulins* aussi :

« Périclès. Nous avons des ancêtres grecs à la maison, on m'appelle Pepe » (2003 :14)
« D'ailleurs, vous Êtes en Hispanie, vous n'avez qu'à descendre en ligne droite et vous arriverez à Pampléune » (2003 :30)
« Non, ce n'est pas très loin, vous continuez tout droit à gauche des moulins... » (2003 :32)

La BD nous indique qu'en Espagne il y a beaucoup d'étrangers en vacances. Hispanie est un pays très touristique et attrayant. Nous pouvons observer dans la bande dessinée l'image de beaucoup de caravanes qui passent la frontière pour arriver en Espagne. La vision qu'on nous présente est très comique :

« pour y passer les vacances, tiens ! le cours du sesterce est avantageux et on est sûr de trouver du soleil...bien sûr, les prix ont monté depuis l'année dernière, ils ont compris... » (2003 :27)
« ay ! les affaires marchent vraiment bien avec les touristes cette année ! » (2003 :33)
« et au cours d'un long et intéressant voyage, notre petite troupe traverse la ville de Coca en fête, la ville de Ségovie, de Salamanque, et de Cordoue [...] » (2003 :39)

L'ESPAGNE VUE PAR DES JEUNES FRANÇAIS :

Pour savoir ce que les Français pensent des Espagnols, nous avons voulu développer un mécanisme d'enquêtes. Cela nous a permis de nous mettre en contact direct avec un groupe de 30 jeunes français. Nous avons choisi des jeunes français parce que nous voulions avoir une vision plus actuelle, celle qui correspond aux nouvelles générations, de l'Espagne et des Espagnols du point de vue des Français.

Nous avons voulu découvrir, tout d'abord, quelle sont les idées communes les plus importantes sur les Espagnols, en résumé, les clichés que les Français ont en général. Puis, nous nous sommes intéressées aux clichés personnels de chacune des personnes interrogées avant d'avoir passé un séjour en Espagne, et nous avons voulu savoir si les clichés qu'ils avaient initialement se sont modifiés après avoir séjourné en Espagne. Nous avons réalisé 30 enquêtes et nous les avons distribuées par des moyens télématiques (*Facebook* ou courrier électronique).

Notre enquête se compose de deux parties. La première partie nous renseigne sur leurs données personnelles: Nom, Prénom, Âge, Sexe et Type de séjour. La deuxième partie est composée de ces trois questions :

- 1) «Selon vous, quels sont les clichés qu'ont les Français sur l'Espagne et les Espagnols? ».
- 2) « Quels étaient vos propres clichés sur l'Espagne et les Espagnols avant d'avoir passé un séjour en Espagne ? »
- 3) « Est-ce que ces clichés se sont modifiés après votre séjour en Espagne? ».

La population que nous avons interrogée correspond à une tranche d'âge située entre dix-neuf et trente ans. Les représentants masculins étaient de 53'33%, et les féminins de 46'67%. Ils sont tous français et leur niveau culturel correspond à des études universitaires.

Ensuite, nous leur avons demandé combien de temps ils ont séjourné en Espagne. Cela, nous a permis de distinguer deux types de séjours : long et bref. Le séjour bref correspond généralement à une ou deux semaines de vacances, tandis que le séjour long se réfère à un séjour de trois mois ou plus. La plupart des personnes questionnées sont des étudiants participant au programme Erasmus ; 63'33% ont passé

un séjour bref, et 36'67% ont passé un séjour long en Espagne. Nous pouvons voir les données dans ce tableau:

Nº encuesta	ÂGE	SEXE	TYPE DE SÉJOUR		NIVEAU CULTUREL	NACIONALITÉ
1	21	H		L	U	F
2	22	H	B		U	F
3	23	H	B		U	F
4	22	H	B		U	F
5	21	H		L	U	F
6	22		F B		U	F
7	21		F	L	U	F
8	23		F B		U	F
9	19		F B		U	F
10	21		F B		U	F
11	22		F B		U	F
12	26	H	B		U	F
13	23	H	B		U	F
14	21		F B		U	F
15	21		F B		U	F
16	25	H	B		U	F
17	24	H		L	U	F
18	23		F B		U	F
19	23	H		L	U	F
20	24	H		L	U	F
21	26	H	B		U	F
22	22		F B		U	F
23	25	H	B		U	F
24	22	H		L	U	F
25	22		F	L	U	F
26	21		F	L	U	F
27	21		F	L	U	F
28	30	H	B		U	F
29	26	H	B		U	F
30	21		F	L	U	F
TOTALES	19 a 30	16	14	19	11	
%		53,33	46,67	63,33	36,67	100

Nous avons établi un classement des clichés en sept groupes : gastronomie, comportement, idiosyncrasie, loisirs, climat, physionomie, aspects socioéconomiques. Nous pouvons ajouter à cela quelques cas d'absences de clichés dans les réponses.

Nous allons analyser d'abord l'importance de chaque groupe en nombre de personnes et leurs pourcentages ; postérieurement, en nombre d'occurrences et leurs pourcentages.

Les réponses à la première question («Selon vous, quels sont les clichés qu'ont les Français sur l'Espagne et les espagnols? »), montrent que les clichés sur le groupe de comportement est le plus important avec 80% de personnes; puis, l'idiosyncrasie avec 63'33% ; ensuite les loisirs avec 40% et la gastronomie avec 36'67% de personnes. En ce qui concerne la physionomie, ce groupe a été considéré par seulement 10% de la population enquêtée.

Pour ce qui est des occurrences, l'ordre d'importance des groupes change. Le comportement continue à être le groupe le plus nombreux, avec 26'87% du total

d'occurrences; l'idiosyncrasie est aussi en deuxième position avec 21'64%; la gastronomie se situe en troisième position avec 20'9% ; les autres groupes s'éloignent de manière considérable des groupes précédents : loisirs (14'93%), climat (8'21%) aspects socioéconomiques (5'22%) et physionomie (2'24%).

	Personnes	Pourcentage	N° d'occurrences	Pourcentage
Gastronomie	11	36'67%	28	20'9%
Comportement	24	80'00%	36	26'87%
Idiosyncrasie	19	63'33%	29	21'64%
Loisirs	12	40'00%	20	14'93%
Climat	9	30'00%	11	8'21%
Physionomie	3	10'00%	3	2'24%
Aspects socio-économiques	4	13'33%	7	5'22%
Aucun Cliché	0	0'00%	0	0'00

Quant aux résultats de la deuxième question (« Quels étaient vos propres clichés sur l'Espagne et les Espagnols avant d'avoir passé un séjour en Espagne ? »), nous pouvons observer qu'il existe vraiment un changement d'opinion des personnes questionnées. Les groupes de comportement et idiosyncrasie sont similaires ; ils ont les mêmes pourcentages, à savoir 63'00%. Le troisième groupe le plus important est la gastronomie avec 43% ; par contre, les autres groupes s'éloignent avec un pourcentage ou égal ou inférieur à 20%, comme par exemple les aspects socioéconomiques (20%), le climat (16'66%) ou les loisirs (10%). Nous pouvons voir que personne n'a parlé de la physionomie, et qu'il y a eu trois personnes qui n'ont pas évoqué de clichés personnels.

Concernant les occurrences, le Comportement est le groupe qui se distingue le plus avec 31'31% ; l'Idiosyncrasie est le deuxième groupe avec 30'30%, et le troisième groupe est la Gastronomie avec 19'19%. Nous pouvons voir qu'il existe une différence énorme entre les groupes que nous venons de signaler, et les groupes qui suivent : Aspects Socioéconomiques (6'06%) le Climat (5'05%) ou les Loisirs (5'05%). Cela peut se voir clairement dans ce tableau :

	Personnes	Pourcentage	N° d'occurrences	Pourcentage
Gastronomie	13	43'33%	19	19'19%
Comportement	19	63'33%	31	31'31%
Idiosyncrasie	19	63'33%	30	30'30%
Loisirs	3	10'00%	5	5'05%

Climat	5	16'66%	5	5'05%
Physionomie	0	0'00%	0	0'00%
Aspects socio-économiques	6	20'00%	6	6'06%
Aucun Cliché	3	10'00%	3	3'03

Nous allons expliquer maintenant, l'importance de chaque élément qui existe à l'intérieur de chacun des groupes.

Dans le cas de la gastronomie, les pourcentages les plus significatifs correspondent à la paella avec 26'67% de personnes et 28'57% d'occurrences ; la sangria suit avec 20% de personnes et 21'53% d'occurrences. Finalement les tapas³ avec 16'67% de personnes et 17'86% d'occurrences. Il faut remarquer que les fruits (melon et pastèque) n'apparaissent pas dans la première question mais, ils apparaissent dans la deuxième. C'est pareil pour les *churros*, qui apparaissent dans la deuxième question et pas dans la première :

RÉSULTATS ENQUÊTES GASTRONOMIE 1						
			n°	% de personnes	% de occurrences	
GASTRONOMIE	PAELLA		8	26,67	28,57	
	OMELETTE DE POMMES DE TERRE		2	6,67	7,14	
	TAPAS		5	16,67	17,86	
	HUILE D'OLIVE	CUISINE GRASSE	2	6,67	7,14	
	CHORIZO		1	3,33	3,57	
	JAMBON		1	3,33	3,57	
	SANGRIA		6	20,00	21,43	
	VIN		1	3,33	3,57	
	CHURROS		1	3,33	3,57	
	PASTÈQUE				0,00	0,00
	MELON				0,00	0,00
	VIANDE		1	3,33	3,57	
		TOTAL GROUPE	28		100	

Dans la deuxième question, les tapas se situent en première position avec 16'67% de personnes et 26'32% d'occurrences ; ensuite, la paella avec 13'33% de personnes et 21'05% d'occurrences. Par contre, la sangria perd de l'importance avec

³ Le mot *Tapas* fait déjà partie du vocabulaire quotidien des Français.

6'67% de personnes et 10'53% d'occurrences. La situation est similaire dans le cas du melon et de la pastèque :

RÉSULTATS ENQUÊTES GASTRONOMIE 2					
			n°	% de personnes	% de occurrences
GASTRONOMIE	PAELLA		4	13,33	13,33
	OMELETTE DE POMMES DE TERRE		0	0,00	0,00
	TAPAS		5	16,67	26,32
	HUILE D'OLIVE	CUISINE GRASSE	1	3,33	5,26
	CHORIZO		1	3,33	5,26
	JAMBON		0	0,00	0,00
	SANGRIA		2	6,67	10,53
	VIN		1	3,33	5,26
	CHURROS		0	0,00	0,00
	PASTÈQUE		2	6,67	10,53
	MELON		2	6,67	10,53
	VIANDE		1	3,33	5,26
		TOTAL GROUPE	19		100

Pour ce qui est du groupe de comportement, dans la première question, il y a 46'67% des Français qui pensent que les Espagnols sont des personnes bruyantes et 38'89% d'occurrences. Cela est suivi des horaires décalés avec 30% de personnes et 25% d'occurrences. Les autres éléments de ce groupe ne sont pas significatifs.

RÉSULTATS ENQUÊTES COMPORTEMENT 1					
			n°	% de personnes	% de occurrences
COMPORTEMENT	BONS SPORTIFS		1	3,33	2,78
	FAINÉANTS		4	13,33	11,11
	PAUVRES		1	3,33	2,78
	PLUS LIBRES		1	3,33	2,78
	DÉTESTENT LES FRANÇAIS		2	6,67	5,56
	BRUYANTS	ILS PARLENT FORT	14	46,67	38,89
	HORAIRES DÉCALÉS	ILS MANGENT TARD	9	30,00	25,00
	SIESTA	ILS DORMENT BEAUCOUP	4	13,33	11,11
		TOTAL GROUPE	36		100

Dans la deuxième question, la même opinion se maintient avec 46'67% de personnes et 45'16% d'occurrences. Les horaires décalés suivent avec 30% de personnes et 29'03% d'occurrences. Il faut remarquer qu'il y a une évolution, peu importante, dans l'opinion que les Espagnols font la sieste, avec un pourcentage de 16'67% de personnes et 16'13% d'occurrences.

RÉSULTATS ENQUÊTES COMPORTEMENT 2					
			n°	% de personnes	% de occurrences
COMPORTEMENT	BONS SPORTIFS		0	0,00	0,00
	FAINÉANTS		2	6,67	6,45
	PAUVRES		0	0,00	0,00
	PLUS LIBRES		0	0,00	0,00
	DÉTESTENT LES FRANÇAIS		1	3,33	3,23
	BRUYANTS	ILS PARLENT FORT	14	46,67	45,16
	HORAIRES DÉCALÉS	ILS MANGENT TARD	9	30,00	29,03
	SIESTA	ILS DORMENT BEAUCOUP	5	13,33	16,13
		TOTAL GROUPE	31		100

En ce qui concerne le groupe d'idiosyncrasie, dans la première question 53'33% des personnes pensent que les Espagnols sont des fêtards, avec un pourcentage en occurrences de 55'17%.

RÉSULTATS ENQUÊTES IDIOSYNCRASIE 1					
			n°	% de personnes	% de occurrences
IDIOSYNCRASIE	JOYEUX	FÊTARDS	16	53,33	55,17
	ACCUEILLANTS		4	13,33	13,79
	GENTILS		3	10,00	10,34
	OUVERTS		1	3,33	3,45
	FAMILIAUX	VIE EN FAMILLE	2	6,67	6,90
	RELIGIEUX		3	10,00	10,34
		TOTAL GROUPE	29	96,67	100

L'opinion sur le fait que les Espagnols sont des personnes fêtards, continue à occuper la première position (53'33% de manière similaire pour les personnes que pour les occurrences). Il faut signaler que les Français considèrent les Espagnols comme des personnes ouvertes, comme on peut le constater dans l'énorme évolution des résultats,

qui passent de 3'33% de personnes et 3'45% d'occurrences à 23'33% pour les personnes et pour les occurrences.

RÉSULTATS ENQUÊTES IDIOSYNCRASIE 2					
			n°	% de personnes	% de occurrences
IDIOSYNCRASIE	JOYEUX	FÊTARDS	16	53,33	53,33
	ACCUEILLANTS		3	10,00	10,00
	GENTILS		1	3,33	3,33
	OUVERTS		7	23,33	23,33
	FAMILIAAUX	VIE EN FAMILLE	2	6,67	6,67
	RELIGIEUX		1	3,33	3,33
		TOTAL GROUPE	30	10,00	100

Pour le groupe de loisirs, dans la première question, nous trouvons que 36'67% de personnes françaises voient les Espagnols comme des toreros, avec 55% d'occurrences. On peut souligner l'écart entre les résultats avec 23'33% des Français qui disent que les Espagnols sont des danseurs de Flamenco/sévillanes et 35% d'occurrences.

RÉSULTATS ENQUÊTES LOISIRS 1					
			n°	% de personnes	% de occurrences
LOISIRS	TAUROMACHIE	TOREROS	11	36,67	55,00
	FLAMENCO/ SÉVILLANES	DANSEURS DE FLAMENCO	7	23,33	35,00
	CASTAGNETTES		1	3,33	5,00
	PLAGE		1	3,33	5,00
		TOTAL GROUPE	20		100

Les Français centrent leurs opinions dans la tauromachie et le flamenco/sévillanes, dans la deuxième question ; il y a 6'67% de personnes et 40% d'occurrences pour les deux. Il y a eu une diminution de pourcentages.

RÉSULTATS ENQUÊTES LOISIRS 2					
			n°	% de personnes	% de occurrences
LOISIRS	TAUROMACHIE	TOREROS	2	6,67	40,00
	FLAMENCO/ SÉVILLANES	DANSEURS DE FLAMENCO	2	6,67	40,00
	CASTAGNETTES		0	0,00	0,00

	PLAGE		1	3,33	20,00
		TOTAL GROUPE	5		100

Si nous parlons du groupe sur le climat, dans la première question, nous pouvons apprécier qu'il existe 36'67% de personnes qui pensent qu'en Espagne « il fait beau, il y a du soleil et il fait chaud ».

RÉSULTATS ENQUÊTES CLIMAT 1				
		n°	% de personnes	% de occurrences
CLIMAT	IL FAIT BEAU, IL Y A DU SOLEIL ET IL FAIT CHAUD	11	36,67	100
	TOTAL GROUPE	11		100

Tandis que dans la deuxième question, seulement 16'67% des personnes disent « qu'il fait beau, il a du soleil et il fait chaud ».

RÉSULTATS ENQUÊTES CLIMAT 2				
		n°	% de personnes	% de occurrences
CLIMAT	IL FAIT BEAU, IL Y A DU SOLEIL ET IL FAIT CHAUD	5	16,67	100
	TOTAL GROUPE	5		100

Si nous discutons de la physionomie dans la première question, il y a 10% de personnes qui expriment que les Espagnols sont bruns avec des yeux marron, avec des airs de gitans.

RÉSULTATS ENQUÊTES PHYSIONOMIE 1					
			n°	% de personnes	% de occurrences
PHYSIONOMIE	ILS RESSEMBLENT DES GITANS	ILS SONT BRUNS AVEC DES YEUX MARRONS	3	10,00	100
		TOTAL GROUPE	3		100

Alors que dans la deuxième question, personne n'exprime son avis.

RÉSULTATS ENQUÊTES PHYSIONOMIE 1					
			n°	% de personnes	% de occurrences
PHYSIONOMIE	ILS RESEMBLENT DES GITANS	ILS SONT BRUNS AVEC DES YEUX MARRONS	0	0,00	0
		TOTAL GROUPE	0		100

Finalement, nous avons les aspects socioéconomiques. Dans la première question, la pensée que l'Espagne est un pays moins cher représente un pourcentage de 16'67% de personnes et 71'43% d'occurrences.

RÉSULTATS ENQUÊTES ASPECTS SOCIO-ÉCONOMIQUES 1					
			n°	% de personnes	% de occurrences
ASPECTS SOCIO-ÉCONOMIQUES	PAYS MOINS CHER		5	16,67	71,43
	TOURISME		1	3,33	14,29
	CHÔMAGE		1	3,33	14,29
		TOTAL GROUPE	7		100

En ce qui concerne la deuxième question, le pourcentage de personnes qui donnent leur opinion convergent sur le fait que l'Espagne est un pays bon marché, et donnent les mêmes résultats (16'67%), mais ces derniers augmentent sur le pourcentage d'occurrences (83'33%).

RÉSULTATS ENQUÊTES ASPECTS SOCIO-ÉCONOMIQUES 1					
			n°	% de personnes	% de occurrences
ASPECTS SOCIO-ÉCONOMIQUES	PAYS MOINS CHER		5	16,67	83,33
	TOURISME		0	0,00	0,00
	CHÔMAGE		1	3,33	16,67
		TOTAL GROUPE	7		100

Nous pouvons souligner qu'un certain groupe de personnes n'a aucun cliché. Dans la première question il n'y a pas de réponses ; par contre, dans la deuxième, nous trouvons trois personnes qui affirment qu'ils n'ont pas de clichés propres, ce qui représente 10% des personnes enquêtées.

Dans la troisième question (« Est-ce que ces clichés se sont modifiés après votre séjour en Espagne? ») nous apprécions que 66'67% de la population enquêtée a modifié en quelque sorte leurs clichés sur l'Espagne, une fois qu'ils y ont séjourné. Par contre, 33'33% n'a pas changé sa vision sur l'Espagne et les Espagnols. La modification de la vision de l'Espagne et des Espagnols a été très diverse. Allant de l'ignorance total du pays à des connaissances précises sur l'Espagne par rapport à sa culture et à son histoire ; de la confirmation de leurs propres clichés à leurs modifications ; de la vision des Espagnols comme étant des gros fêtards à celles de personnes tranquilles.

Lorsqu'il s'agit d'un séjour bref, il y a certains qui n'ont pas eu l'occasion de vérifier leurs clichés. D'autres ont pu corroborer complètement leurs clichés. Cependant, nous ne pouvons pas réaliser une étude profonde étant donné le faible échantillon de personnes que nous avons à notre disposition ; mais, nous pouvons fournir quelques données.

Pour conclure, nous pouvons dire que les clichés les plus populaires sont : les Espagnols sont fêtards et joyeux (53'33% de personnes et 53'33% d'occurrences), ainsi que bruyants et parlant fort (46'67% de personnes et 45'16% d'occurrences). Pour eux, l'Espagne est un pays où le soleil brille et le beau temps est permanent (16'67% de personnes et 100% d'occurrences). En plus de cela, les Espagnols adorent les taureaux et ils savent tous danser le flamenco ou les sévillanes (6'67% de personnes et 40% d'occurrences).

En fait, il semble que les clichés sur l'Espagne et les Espagnols n'ont pas changé au long des années. Même si nous avons essayé de trouver une vision plus moderne, plus actuelle, les modèles continuent à se répéter génération après génération.

Nous concluons que lorsque les Français connaissent les mœurs et le pays, ils changent d'avis sur les Espagnols. Ceux qui ont passé un séjour en Espagne, voient les Espagnols moins fainéants, ils vérifient que la paella n'est pas une nourriture que les Espagnols mangent tous les jours, que l'huile d'olive ne produit pas une cuisine grasse, que la sangria n'est pas une boisson quotidienne, que le melon et la pastèque font partie de manière importante du régime alimentaire ; que les Espagnols sont des personnes accueillantes et gentilles, qu'ils font la sieste ; et aussi qu'il existe un grand pourcentage des gens qui ont des croyances religieuses. Bien qu'il y en ait quelques-uns qui pensent

toujours que les Espagnols sont un groupe des gitans qui habitent dans un pays moins cher où le soleil brille et la sangria est la boisson de tous les jours.

CONCLUSION:

Pour conclure notre travail, nous allons résumer quels ont été les points traités et présentés, ainsi que quelques conclusions tirées de l'analyse de notre corpus.

Nous avons pu établir les diverses définitions des termes *cliché* et *stéréotype*, au moyen d'un corpus de documents divers. Ensuite, nous avons présenté quelques stéréotypes des Français sur l'Espagne et les Espagnols au cours de l'histoire à partir de notre corpus bibliographique et avec l'appui des sites web et d'une bande dessinée. Pour conclure nous avons réalisé une enquête pour avoir un point de vue plus actuel et plus personnel par le biais d'un panel de jeunes français.

Ce travail nous a permis de connaître diverses définitions des termes *cliché* et *stéréotype*, ainsi que leurs premières apparitions. Il nous a permis aussi de montrer les stéréotypes sur l'Espagne et les Espagnols existants depuis la fin du XIX^{ème} siècle, et qui de nos jours continuent à exister. Nous avons apporté une vision humoristique des stéréotypes à partir d'une bande dessinée particulièrement caricaturale, et nous avons complété cela avec une approche très actuelle à travers des sites web français.

Grâce à l'enquête, à laquelle trente jeunes français ont répondu, nous avons pu constater que les stéréotypes dont nous avons parlé, continuent à exister. Les stéréotypes sont ancrés dans l'image que la société française a de l'Espagne et des Espagnols. Cependant, la plupart de personnes interrogées a changé d'avis suite à un séjour plus ou moins long en Espagne.

Nous pouvons affirmer, que quelques Français continuent à penser que les Espagnols sont de grands fêtards, des personnes accueillantes et que l'Espagne est un pays où il fait beau en permanence et où les gens dansent le flamenco. Sans oublier que tous les Espagnols sont des toreros, et que le coût de la vie y est moins cher. Cependant, ils ont pris conscience qu'il existe d'autres choses à faire que la fête, qu'en fonction des régions il ne fait pas toujours beau, que l'Espagne n'est pas vraiment moins chère.

Généralement, les clichés sont des images encrées dans chaque société et font partie d'un phénomène social. La plupart des clichés que les Français ont sur l'Espagne

et les Espagnols restent néanmoins en grande partie positifs et n'impliquent pas une vision négative sur l'Espagne et sur les Espagnols lors d'une première rencontre.

Les Français ont divers types de clichés sur l'Espagne et les Espagnols. Mais, si nous avons considéré une perspective de regard mutuel, nous aurions peut-être constaté l'existence d'une attitude similaire de la part des Espagnols envers les Français. L'idéal ne serait-il pas de voyager afin que chacun puisse se faire sa propre idée ?

BIBLIOGRAPHIE:

- AAVV. (2009), *Un siglo de inmigración española en Francia*, Grupo de comunicación de Galicia en el mundo, Pontevedra.
- AMOSSY, R. (1989), « La notion de stéréotype dans la réflexion contemporaine », In *Littérature*, N°73. *Mutations d'images*. pp. 29-46.
- AMOSSY, R, HERSCHBERG PIERROT, A. (2010), *Stéréotypes et clichés, langue, discours et société*. Paris, Armin Colin.
- Diccionario de la Real Academia Española*. (2015), Édition on line <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>
- Dictionnaire de Français Larousse*. (2015), Édition on line <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue>
- DOMINICY, M. (1999), « Les stéréotypes et la contagion des idées », In *Langue française*, n°123. *Sémantique et stéréotype*. pp.105-124.
- DORAI, M.K. (1988), « Qu'est-ce qu'un stéréotype? », In *Enfance*, tome 41 n°3-4, pp. 45-54.
- DUCHET, Cl., Amossy, R. et Rosen, E. (1985), « Les discours du cliché », In *Romantisme*, n°48. pp. 109-110.
- DUMONT M., YZERBYT V. (2001), « Le contrôle mental des stéréotypes : enjeux et perspectives », In *L'année psychologique*, vol. 101, n°4, pp. 617-653.
- FISCHER G.N. (1996), *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale*. Paris, Dunod.
- GOURMONT, R. (1899), *Esthétique de la langue française*. Mercure de France, réed.Éditions autrement dit, (1985).
- GOSCINNY, R., UDERZO, A. (1969), *Astérix en Hispania*. Barcelona, Éd. Grijalbo-Dargaud.
- GOSCINNY, R., UDERZO, A. (2003), *Astérix en Hispanie*. Paris, Éd. Hachette (1° Éd.1969)
- JAHODA, M. (1964), "Stéréotype", *A dictionary of the Social Science*. London, Tavistock Publications
- LEYENS J.P, YZERBYT V ET SCHADRON G. (1996), *Stéréotypes et cognition sociale*. Trad.G.Schardro, Bruxelles, Éd.Mardaga
- LILLO, N. (2009), "La emigración española en Francia a lo largo del siglo XX, entre la perfecta integración y el retorno", In *Un siglo de inmigración española en Francia* pp.11-28. Grupo de comunicación de Galicia en el mundo, Pontevedra.
- MOLINER, M. (1998), *Diccionario de uso del español*. Madrid, Gredos. 2 vol.
- MORFEAUX L.M. (1980), « Stéréotype », *Vocabulaire de la philosophie et des sciences humaines*. Paris, Armand Colin.
- NAVARRO DOMINGUEZ F. (2005), « La rhétorique du slogan : cliché, idéologie et communication », In *Bulletin Hispanique*, tome 107, n°1, pp. 265-282.
- SANGRADOR GARCÍA, J.L. (1981), *Estereotipos de las nacionalidades y regiones de España*. Madrid, Ed. Centro de investigaciones sociológicas.
- SANGRADOR GARCÍA, J.L. (1996), *Identidades, actitudes y estereotipos en la España de las autonomías*, Madrid, Ed. Centro de investigaciones sociológicas.

TARDE G. (1890), *Les lois de l'imitation sociale*. Genève, réed. Slatkine Reprints, 1979.

TUR, B. (2009), "Estereotipos y representaciones sobre la inmigración española en Francia", In *Un siglo de inmigración española en Francia* pp.123-140. Grupo de comunicación de Galicia en el mundo, Pontevedra.

Sites web:

<http://www.lepetitjournal.com/madrid/accueil/actualite-espagne/190265-cliches-les-espagnols-vus-de-l-etranger-demelons-le-vrai-du-faux> 20 juillet 2015

<http://blog.locatour.com/top-10-cliches-espagnols/> 20 juillet 2015

<http://www.lepetitjournal.com/barcelone/accueil/actualite-espagne/220483-cliches-les-6-coutumes-locales-qui-agacent-les-francais-d-espagne> 20 juillet 2015

ANNEXE I :

Modèle d'enquête réalisée:

D'abord, remplissez l'information, et après répondez brièvement aux questions. Merci

NOM:

PRENOM:

SEXE:

ÂGE:

NATIONALITÉ:

SÉJOUR EN ESPAGNE :

QUESTIONS :

1. Selon vous, quels sont les clichés qu'ont les Français sur l'Espagne et les espagnols?
2. Quels étaient vos propres clichés sur l'Espagne et les Espagnols après avoir passé un long séjour en Espagne ?
3. Est-ce que ces clichés se sont modifiés après votre séjour en Espagne?

ANNEXE II :

Tableau de la troisième question :

N° d'enquête	oui	non	En quoi consiste la modification ?
1	X		Ils parlent fort, elles ne sont pas toutes brunes, un pays plus sévère et tout n'est pas moins cher.
2	X		Un pays avec une grande culture et une belle histoire.
3		X	Il n'a pas eu l'occasion de les vérifier.
4	X		Il ne fait pas toujours beau, une bonne nourriture, les gens sont accueillants et ils parlent fort, ils sont des fêtards, ils ne dansent pas de flamenco, ni sont tous toreros, ni mangent tous paella, ni sont tous religieux
5		X	Ils sont accueillants mais impolis
6			Ils sont des fêtards, mais ils ne savent pas tous danser le flamenco, ils n'aiment pas tous les toros et ils ne sont pas tous bruns aux yeux marrons.
7	X		Ils sont des fêtards, ils mangent des tapas, ils ont de la bonne humeur, la vie est moins chère, les sévillanes ne se trouvent qu'à Séville, ils ne mangent pas toujours la paella.
8		X	Ils mangent de la viande et ils parlent fort
9		X	Ils parlent fort, ils sont accueillants et ouverts et ils adorent la fête.
10	X		La vie est généralement moins chère, il ne fait pas toujours beau.
11		X	Ils se sont plutôt confirmés.
12		X	
13	X		La météo est différente entre le nord et le sud de l'Espagne, chaque région a des traditions bien différentes.
14	X		Ils sont accueillants, ils aiment la fête et ils ont un rythme de vie décalé.
15	X		Ils sont accueillants et ils ont un rythme de vie décalé.
16	X		Il y a beaucoup de construction en cours, il y a beaucoup de chômage chez les jeunes
17	X		
18	X		Il ne fait pas toujours beau en Espagne, mais ils parlent bien fort.
19		X	Ils ne sont pas fainéants.
20	X		Ils adorent la fête, mais ils ne sont pas tous comme cela.
21		X	Ils se sont plutôt confirmés.
22	X		
23	X		
24		X	Le peuple espagnol suit ceux qui leurs promettent.
25	X		Ils ne parlent pas si fort et ils aiment la fête.
26	X		Ils sont des personnes normales et ils n'ont pas tous des horaires décalés, mais ils font la sieste.
27	X		Ils ne sont pas tous accueillants.
28	X		Le vin est meilleure
29		X	
30	X		Il y a un grand décalage d'horaires, mais ils ne font pas tous la sieste ni la fête, la nourriture est plus grasse, ils sont plus tranquilles que les français, et ils parlent fort parce que dans les bars on ne s'entend pas
total	20	10	
%	66,67	33,33	