

An American in Rome. A portrait of USA in Italy: language, identities, stereotypes and political strategies

Un Américain à Rome L'image des Etats-Unis en Italie : langue, identités, stéréotypes et stratégies politiques

Un American la Roma. Imaginea Statelor Unite în Italia: limbă, identitate, stereotipii și strategii politice

Antonella MAURI

Université Lille3 Charles-de-Gaulle - UFR des LEA,
CAER Centre Aixoise d'Études Romanes (Équipe d'accueil 854),
E-mail: antonella.mauri@laposte.net

Abstract

This article try to show how Italian people looks at USA and how the word « american » is used in common language. The first part is about a short history of the italo/american political relationship, and we try to explain also the problem of italian emigration in USA. Then we show practical examples of « americano » utilisation in modern language, their connotation and image.

Résumé

L'article montre comment les Italiens considèrent les USA et comment le terme « americano » est utilisé dans la langue courante. La première partie concerne une courte histoire des relations politiques entre l'Italie et les USA, et aussi le problème de l'émigration italienne vers ce pays. Après, on montre des exemples pratiques de l'utilisation du terme « americano » dans la langue moderne, sa connotation et son image.

Rezumat

Articolul arată modul în care italienii se referă la Statele Unite și cum este utilizat termenul americano în limba curentă. Prima parte cuprinde o scurtă istorie a relațiilor politice ale Italiei cu Statele Unite ale Americii și problemele emigrației italiene spre această țară. Apoi, se prezintă exemple practice de utilizare a termenului americano în limba modernă, conotația și imaginea sa.

Keywords: *image, stereotyp, american, language, advertising.*

Mots clés: *image, stéréotype, américain, langue, publicité.*

Cuvinte cheie: *imagine, stereotip, american, limbă, publicitate.*

L'histoire des rapports entre Italie et USA est ancienne. Terre d'émigration privilégiée depuis la seconde moitié du XIX^e siècle, la fascination que ce pays lointain et fortuné exerçait sur la plupart des Italiens se mêlait à une certaine défiance ainsi qu'à une forme de raillerie qui s'explique avec plusieurs raisons, comme on verra bientôt. Le Ministère des Affaires Etrangères italien, et ceci

depuis la fin de la seconde guerre mondiale, définit presque toujours les relations bilatérales comme « excellentes », et généralement avec raison, il n'en va pas de même dans l'image que la population italienne se fait des USA. Mis à part des cas de frictions non politiques, de courte durée et concernant des événements non signifiants sur le plan international, on ne peut pas nier qu'après le 11 septembre quelque chose s'est profondément modifié dans cette image. Commençons donc par voir quelle idée avait-t-on de ce pays avant cet événement majeur, quelle était l'image « traditionnelle » des Etats-Unis en Italie et quelle valeur sémantique on attribuait à l'adjectif « *americano* » et à ses dérivés.

Les rapports entre l'Italie et les Etats-Unis sont effectivement anciens, notamment si l'on pense à leur courte histoire politique moderne et à l'encore plus courte existence, en tant qu'Etat souverain, de l'Italie. Relativement ignorés jusqu'aux années 1870, on commence à parler de plus en plus des USA au fur et à mesure que l'émigration vers ce pays augmente. Les Etats-Unis ont été pendant presque un siècle la principale destination des migrants italiens, avec l'Argentine, la France, la Suisse, le Brésil et, plus tard, l'Allemagne et l'Australie. L'Amérique du Nord était le lieu choisi principalement par les Méridionaux : Siciliens et Calabrais se dirigeaient généralement vers New-York ; ceux qui étaient originaires de la région de Naples vers Chicago et l'Illinois, suivant la présence de leurs concitoyens déjà sur place, pour une question évidente d'entre-aide et une autre, à première vue moins évidente, d'ordre linguistique. En effet, ces migrants très pauvres et originaires d'endroits défavorisés, non seulement ne parlaient un seul mot d'anglais, mais le plus souvent même pas d'italien, se bornant à leur propre dialecte. Or, comme les dialectes italiens sont nombreux et ont des origines, un lexique et des structures très diversifiées¹, un Napolitain n'était pas plus en mesure de comprendre un Sicilien qu'un Américain anglophone. Bien entendu, il y avait aussi de migrants provenant d'autres régions italiennes², et une fois sur place il n'était pas rare que les immigrés changent de ville, voire d'Etat, suivant les opportunités de travail ou les circonstances, mais cette géographie de la migration reste globalement valable pour la période qui va de la fin du XIX^e siècle à la seconde guerre mondiale.

Les citoyens USA d'origine italienne représentent actuellement le cinquième « groupe ethnique » d'origine étrangère présent sur son sol³, et ils étaient encore plus représentatifs avant l'immigration massive des Mexicains et des Portoricains. Dans l'ensemble et jusqu'aux années Soixante, en Italie les USA étaient vus, comme une sorte d'Eldorado, l'endroit où tout était possible et qui pouvait offrir sa chance de richesse et de bonheur à tout le monde, et notamment à ceux qui venaient des régions les plus défavorisées. Mais, en même temps, il y avait de la défiance, de l'amertume vis-à-vis de ce pays si fortuné : jalousie, certes, mais aussi une forme de rancune présente surtout chez les plus pauvres, pour la raison qu'il « avalait » de milliers et des milliers d'Italiens qui disparaissaient à jamais dans ses vastes terres. Cet argument avait d'ailleurs été exploité, en forme beaucoup moins naïve et primaire, par le gouvernement fasciste. Entendons-nous, si les Italiens émigrés disparaissaient, c'était parce-que ces pauvres gens, dans la plupart des cas analphabètes ou semi-analphabètes, n'étaient pas en mesure de faire parvenir des nouvelles à la famille restée en Italie, sauf par le biais d'écrivains publics ou de compatriotes (rarissimes) qui rentraient au pays. Le temps faisant le reste, on finissait par « oublier » ceux qui étaient restés. Mais il y en avait aussi qui arrêtaient de donner des nouvelles à la famille quand ils réussissaient à s'enrichir, même relativement, soit de crainte de voir les requêtes d'aides augmenter en manière

¹ Par exemple, dans le dialecte napolitain il y a beaucoup de termes et une structure dérivant de l'espagnol, dans le dialecte sicilien, de l'arabe, dans dialecte le calabrais du grec... Tout cela s'est stratifié petit à petit, en se mélangeant aux langues des populations autochtones, isolées et n'ayant pas de contact les unes avec les autres, ainsi qu'au latin et à d'autres influences laissées par les peuples conquérants au fil des siècles.

² Les migrants originaires du nord (principalement originaires des Vénéties, du Frioul, du Piémont et de la Ligurie) privilégiaient l'Amérique du Sud (Argentine, Brésil et Chili) ou alors la France et la Suisse. Les Sardes se dirigeaient surtout vers la Belgique et, plus tard, l'Allemagne. Il est évident qu'il ne s'agit ici que d'un cadre général, visant à donner une idée globale des courants migratoires.

³ Source : Ministero degli Affari Esteri-Farnesina

jouets pour adultes (rien de grivois, bien entendu : il s'agit par exemple de « chiens mécaniques » ou de « toupies perpétuelles ») ; des « nez électriques » (pour les farceurs qui voulaient surprendre les amis) ; des improbables « baignoires à bascule » censées « calmer les nerfs » de l'homme stressé par la vie moderne, et ainsi de suite.

En dépit du fait qu'on ne les publicisait jamais, l'adjectif *americano*, a été utilisé pour définir plusieurs denrées d'usage commun, et il leur est resté collé. Cela concerne le plus souvent des comestibles : *patata americana* (patate douce) ; *uva americana* (utilisé dans le nord de l'Italie pour indiquer une variété de raisin, le *vitis labrusca*, généralement appelé *uva fragola*) ; *nocciolina americana* (cacahouète) ; *gomma americana* (chewing-gum)... Evidemment, comme ces produits provenaient effectivement des Amériques, le fait que l'indication d'origine demeure dans leur nom n'est pas spécialement original. De plus, cet usage n'est nullement connoté et ne souligne même pas l'exotisme du produit : il s'agit en effet d'une qualification différentielle, d'un distinguo (*patata* = « pomme de terre » ; *nocciolina* = « noisette » ; *gomma* = « caoutchouc », « gomme », etc.) Bien évidemment, le fait de l'indiquer comme « américain » n'était pas indispensable, l'adjectif pouvant être d'autre nature (comme en français, la *patata americana* s'appelle aussi *patata dolce*, par exemple). Mais il faut aussi dire que certaines produits qui viennent des Amériques ont un autre adjectif de nationalité pour les distinguer : le maïs, par exemple, s'appelle aussi *granoturco* (blé turc, le « turc » indiquant une origine exotique non mieux précisée) ; la *vite del Canada* (vigne du Canada) est la vigne vierge ; le *fico d'India*, (figuier d'Inde, originaire du Mexique et du Sud des USA), est le figuier de Barbarie...

En italien il existe aussi un substantif très spécifique et très intéressant : *americanata*. Le terme est né à la fin du XIX^e siècle (en 1890 d'après la plupart des dictionnaires), il est devenu d'usage commun pendant les années Vingt, et on en a usé et abusé jusqu'à la fin de la seconde guerre mondiale. Intraduisible, il était presque tombé en désuétude, mais il est revenu en force dans les années 2000, probablement pas par hasard mais à cause d'un subtil changement dans le regard italien sur les Etats Unis. Il n'est pas simple de faire comprendre son signifié et ses nuances, qui sont liés à une vision des USA et à des stéréotypes propres à la culture italienne. Le registre est toujours péjoratif, allant d'un ton à peine moqueur à un ouvert mépris, suivant le contexte. Dans les dictionnaires on trouve beaucoup de définitions, souvent assez élaborées, et qui peuvent donner une idée de la complexité du champ sémantique du terme. Le Dictionnaire Encyclopédique Treccani, par exemple, en donne cette définition :

Comportement typique des Américains ; généralement moqueur, faisant allusion à une chose ou à une action excentrique, surprenante, excessive et parfois de mauvais goût, voyante ; sur la base de l'image stéréotypée des manières et des comportements d'usage aux USA⁴

Le Zingarelli le considère comme badin, en ajoutant aussi des exemples d'usage dont, cependant, il est difficile de saisir le registre :

(*badin*) Action grandiose, extraordinaire, souvent incroyable : *un film plein d'americanate* / Evénement colossal et excentrique, tel quel l'on attribue d'habitude aux Américains : *la fête a été une vraie americanata*⁵

Le dictionnaire Hoepli aussi le considère comme badinage ou, à la rigueur, de l'ironie. L'exemple est calqué sur celui du Zingarelli, et donc le registre reste peu compréhensible :

(*badin ou ironique*) Action accomplie de manière excessive et ostentatoire. Chose bizarre et douteuse, de mauvais goût : *ce spectacle est plein d'americanate*⁶

Le Devoto-Oli le considère comme ironique et se borne à un lapidaire :

Action ou événement grandiose, souvent invraisemblable⁷

⁴ Azione da americano; per lo più scherz., riferito a cosa o impresa eccentrica, sorprendente, esagerata e talvolta un po' pacchiana, in base all'immagine stereotipata dei modi e delle manifestazioni in uso negli Stati Uniti d'America.

⁵(*scherz.*) Impresa grandiosa, straordinaria, spesso incredibile: *un film pieno di americanate* | Avvenimento grandioso e di gusto eccentrico, quale si è soliti attribuire agli americani: *il ricevimento è stato un'autentica americanata*.

⁶(*scherz. o iron.*) Azione, impresa fatta con grandiosità esagerata e ostentata / Bizzarria di dubbio gusto: *quello spettacolo è pieno di americanate*.

⁷ [*ironico*] azione, impresa grandiosa, spesso inverosimile.

Le dictionnaire Garzanti est le seul qui ose affirmer que le terme est méprisant, mais il oublie en revanche qu'il peut aussi être plus léger ou ironique :

(*méprisant*) Action, comportement caractérisés par leur goût naïf d'ostentation et d'exhibitionnisme, qu'on attribue aux Américains⁸

Le dictionnaire en ligne du *Corriere della Sera* le définit comme badin mais aussi comme méprisant, ce qui est correct ; cependant il en donne, plutôt qu'une véritable définition, des synonymes qui ne contiennent qu'une partie du sens de l'*americanata*, à moins d'en utiliser plusieurs ensemble :

Badin (parfois méprisant) Exagération, fanfaronnade, bizarrerie, extravagance, tape-à-l'œil⁹

On voit que même les dictionnaires monolingues ont du mal à cerner le champ sémantique du terme, et il faut examiner plusieurs définitions pour s'en faire une idée, qui reste cependant limitée. Quant aux bilingues, soit ils ignorent le terme, soit ils traduisent (mal) par « *typiquement américain* ». Seul le Larousse s'en sort mieux, en le traduisant par « *truc d'Américains* », ce qui permet de sauvegarder, en partie, son registre négatif et le ton méprisant.

La meilleure chose à faire pour comprendre les nuances de l'*americanata* est d'en chercher des exemples pratiques d'utilisation dans la presse, en commençant par le titre qui a rendu célèbre et courant le terme : les *Americanate* de *La Domenica del Corriere*. Cette revue illustrée, l'hebdomadaire¹⁰ italien le plus populaire pendant des décennies, avait une rubrique qui paraissait un peu irrégulièrement (toutes les deux ou trois semaines) pendant les années Vingt et Trente, et qui relatait à chaque fois une ou plusieurs *americanate*, avec des descriptions d'habitude suivies par les commentaires consternés du journaliste (anonyme) chargé de les présenter aux lecteurs. Il s'agissait de sujets assez variés, allant du concours pour désigner la ménagère capable de laver le plus de vaisselle en moins de temps, aux « mangeurs/buveurs » de tout type (à celui qui ingurgiterait le plus de saucisses, bière, etc. en un temps donné), à des exploits genre franchir les chutes du Niagara enfermé dans un tonneau ou conduire un vélo sans les mains pour des dizaines de kilomètres. Somme toute, on pourrait le définir comme une sorte de Guinness des records mâtiné d'excentricités du type « mariage avec dix mille orchidées pour décorer l'église » ; « party tout en rose (boissons, mets, et habits des participants) » ; « un couple de New-yorkais fortunés se fait servir à table par des singes en habit de laquais », etc. Cette rubrique mettait clairement en avant les deux caractères incontournables, constants et toujours présents dans l'*americanata*, celle qu'elle présentait dans la *Domenica del Corriere* comme celle de nos jours. Ces caractères, que les dictionnaires semblent bizarrement négliger, sont bien précis : le ridicule et la bêtise. Il ne s'agit donc ni d'ironie, ni de badinage, ni de mépris « purs » : même quand on juge l'*americanata* avec un certain amusement et sans aigreur, on la juge négativement. Dans cette définition de l'action il y a toujours, constamment, quelque chose de risible et de stupide ; dans le cas contraire, on ne la définirait jamais par ce terme. Or, ce ridicule et la bêtise qui l'accompagne fidèlement déteignent non seulement sur ceux qui accomplissent l'action en cause (ceci est logique), mais aussi sur les éventuels spectateurs et, finalement, sur tous leurs compatriotes, soupçonnés d'être capables – dans certaines circonstances – de se rendre aussi ridicules que la mémère aux cheveux roses avec caniches de la même couleur qui donne une fête toute en rose, dépensant bêtement son argent et son temps à des fadaises inutiles et de mauvais goût. On sous-entend aussi que l'*americanata* ne peut pas être comprise en tant que telle par les Américains eux-mêmes car, par défaut de culture et de bon goût, ils ne se rendent absolument pas compte de la stupidité ou de l'exagération de ces actions spectaculaires.

⁸ (*sprez.*) azione, comportamento caratterizzati da un gusto ingenuo di grandiosità e di esibizione, quale si suole attribuire agli americani.

⁹ *scherz.* (*talora con valore sprez.*) esagerazione, spaccinata, bizzarria, stranezza, pacchianeria.

¹⁰ Après sa première sortie le 8 janvier 1899 comme supplément du dimanche du quotidien *Il Corriere della Sera*, cette revue illustrée a connu un succès immédiat et constant. Pendant l'époque concernée, elle vendait de 500.000 à 700.000 exemplaires chaque semaine, ce qui est assez extraordinaire dans un pays pauvre et peu alphabétisé comme l'Italie des années Vingt et Trente.

Accuser les Américains d'être des rustres sans culture était certes compréhensible dans un contexte socioculturel tel que le fasciste, mais pas parce que les USA étaient des ennemis, à cette époque ils étaient trop éloignés de tout point de vue, géographique comme socioculturel. Il demeurait une certaine rancune après que Wilson avait fait obstacle aux revendications italiennes à la Conférence de Versailles, mais pas au point d'en vouloir éternellement à toute la population américaine. Il s'agissait donc davantage de la frustration, déjà évoquée, d'un peuple pauvre et chargé d'histoire face à des fortunés sans racines, des nouveaux riches auxquels on attribuait les défauts dérivés de la richesse récente, notamment le mauvais goût et la tendance au tape-à-l'œil. On soulignait le fait qu'aux USA tout le monde pouvait tout se permettre sans que personne n'ait quelque chose à redire, que le train de vie et les salaires étaient très hauts, et qu'il n'y avait pas de misère dans le pays¹¹. Au point qu'il existe une locution, *trovare l'America*, encore commune de nos jours, souvent à fond médisant, qui indique que quelqu'un a eu un coup de chance aussi inespéré qu'immérité, comme par exemple rencontrer, sans bouger le petit doigt et en n'étant ni beau ni agréable, quelqu'un qui l'entretient ou qui lui assure un merveilleux train de vie de vie ; ou obtenir un travail peu fatigant et à haut salaire sans être ni spécialisé ni spécialement méritant, etc. Dans cette locution il y a aussi l'idée que la personne ayant trouvé l'Amérique ne se rend même pas compte de sa chance, et qu'elle n'éprouve aucune forme de gratitude envers ceux qui lui assurent son confort immérité, ni envers le destin qui l'a, on ne sait pas pourquoi, privilégié.

Il faut encore une fois souligner qu'à la fin du XIX^e siècle et pendant la première partie du XX^e, époque où la plupart des locutions de ce type est née, l'image des Etats-Unis était dans son ensemble abstraite, confuse et mythifiée, car on n'avait pas de véritables contacts avec ce pays et ses ressortissants. Même les touristes américains en Italie étaient rares et se limitaient à visiter certaines grandes villes et sites, avec de contacts très réduits avec la population locale. Ceux qui avaient de la famille immigrée aux USA n'étaient pas plus familiers que les autres avec son contexte socioculturel, notamment à cause de l'illettrisme qui empêchait des échanges épistolaires nourris et allant au-delà de nouvelles simples et basiques. Pendant et juste après la seconde guerre mondiale¹², le contact avec les Américains deviendra en revanche quotidien et facile, forçant l'admiration de la plupart de la population. L'image du yankee borné, riche et vulgaire est rapidement remplacée par celle du combattant courageux, généreux, gentil et extraverti, venant d'un pays non seulement riche mais offrant aussi une étonnante variété de produits et de culture aussi inconnus que surprenants (au sens positif, cette fois). Cela ne pouvait que surprendre une Italie qui avait passé vingt ans sous une dictature étouffante qui ne permettait aucun véritable échange, ni scientifique, ni culturel, ni de marchandise¹³. La découverte de cet univers fait pratiquement table rase du mépris passé, qui sera remplacé dans la plupart des cas par une fascination sans bornes, finissant par devenir aussi déraisonnable que le perpétuel persiflage de l'*americanata*. Deux grands succès de cette époque, le film « *Un americano a Roma* »¹⁴ et la chanson en dialecte napolitain,

¹¹ La crise de 1929 et ses conséquences, ainsi que les conditions de la « racaille blanche » dans le Sud ou dans les zones défavorisées comme les Appalaches, voire celles des natifs indiens dans les réserves, ne semblent pas avoir frappé l'esprit des Italiens qui, censure fasciste aidant, ne savaient pas grand-chose de ce qui se passait à l'étranger. Ainsi, l'image de l'Eldorado n'a jamais été ternie à cette époque.

¹² L'armistice remonte au 8 septembre 1943, après la chute de Mussolini ; et l'Italie reste sous administration Anglo-américaine jusqu'au 1 janvier 1948

¹³ L'autarchie avait été proclamée en 1935, au moment du très court embargo (commencé le 18 novembre 1935, il se termine le 4 juillet 1936) décidé par la Société des Nations après l'intervention italienne en Ethiopie et Somalie. En dépit de sa durée limitée, le fascisme avait continué son boycott des produits étrangers.

¹⁴ Film de Steno sorti en 1954 avec le grand acteur comique Alberto Sordi comme protagoniste. Le film raconte l'histoire du Romain Ferdinando Mericoni qui, fasciné par les USA, vit sa vie comme il suppose que le ferait un « vrai Américain ». Mericoni se conduit d'une manière ridicule, s'inspirant aux films hollywoodiens pour son allure, ses choix alimentaires et vestimentaires, etc., prétendant qu'on ne l'appelle pas Ferdinando ou Nando mais *Santi Bailor*, et s'inventant un langage « américain » censé lui donner de l'allure, un charabia métissé de dialecte romain, d'italien et d'anglais phonétique (parmi les nonsenses qu'il utilise souvent, les plus courants, qui donnent une idée de son « américain » sont du genre : *Polizia der Kansas City... orait orait... awanagana...*). Après une série de mésaventures, il finit même par provoquer un incident à la voiture de l'ambassadeur des Etats-Unis : il lui donne une fausse indication à

encore très populaire de nos jours, « *Tu vuo' fa' l'americano* »¹⁵ se moquent justement de cette nouvelle vision des USA qui avait remplacé un stéréotype par un autre et qui frisait désormais l'idolâtrie : guerre froide aidant, tout ce qui vient des Etats-Unis, de la haute stratégie politique au chewing-gum est considéré comme excellent, juste et bienfaisant. Evidemment, on entend tout autre son de cloche de la part des inscrits et sympathisants (nombreux) du parti communiste, qui idolâtraient à leur tour le URSS stalinien et diabolisent les USA, tout en subissant eux aussi le charme de certains personnages et de certains ouvrages ou produits provenant des Etats-Unis, notamment ceux qui semblaient être « contre » l'establishment qu'ils décriaient. Cela va en se rééquilibrant pendant les années Soixante et Soixante-dix, quand l'image se fige dans une admiration pour l'ensemble des Etats-Unis et de ses institutions (administration, sciences, travail, train de vie...) tout en reconnaissant que, comme tout système, celui des USA a lui aussi ses failles. Mais l'image du géant américain, puissant et maître du monde demeure aussi bien chez ses supporters que chez ses adversaires. Et c'est à ce niveau-là que le changement s'opère après le 11 septembre.

Le choc a été violent en Italie comme partout, et sur le coup on n'a pas trop remarqué un changement d'attitude vis-à-vis des USA, qui était pourtant présent dès le début : en Italie comme ailleurs, on offre son support moral aux Etats-Unis, et surtout on les compatit. Or, compatir, ce n'est pas seulement souffrir avec quelqu'un, mais cela signifie aussi passer d'une position (éventuellement, comme dans ce cas) subordonnée à une position de supériorité : on ne console, on ne compatit que quelqu'un qui est plus faible que nous, même temporairement. Et là, on a une fêlure. Cela n'était jamais arrivé auparavant, même à l'époque de la guerre du Vietnam, où l'on était pour ou contre le géant, mais on ne compatissait pas les USA, à la limite les jeunes américains obligés de partir. Et la fêlure s'élargit depuis 2001, même si on le remarque à peine. Entre autre chose, on a vu revenir en force le terme *americanata*, qui avait disparu depuis une vingtaine d'années. Pire, il est généralement accompagné de l'adjectif *solito*, habituel, et la *solita americanata* ne qualifie plus seulement les excentricités de quelques nantis ou des performances dignes du Guinness ou encore des navets cinématographiques¹⁶, mais on l'applique désormais à de comportements et à des manifestations qu'on se serait jadis bien gardés de taxer de ridicules ou (et cette sémantisation est nouvelle) de populistes ou de mièvres. Ainsi, on a vu par exemple utiliser par la presse et par les autres médias *americanata* pour définir nombre de discours électoraux de Barack Obama et sa façon « Ricoré » de s'afficher avec sa famille. Ses adversaires n'ont pas été épargnés non plus, notamment Sarah Palin et Mitt Romney, dont on s'est moqués sans pitié, toujours en soulignant ce caractère d'*americanata* pour définir leurs failles et leurs faux pas. On utilise désormais ce terme quand il s'agit de critiquer toute le système des USA : les programmes

cause d'une équivoque linguistique, car il confond « all right » avec « right » l'envoyant ainsi, justement, tout droit dans un ravin.

¹⁵ *Puorte o cazone cu 'nu stemma arreto /'na cuppulella cu 'a visiera alzata. /Passe scampanianno pe' Tuleto/ comme a 'nu guappo pe' te fa guardà! /Tu vuò fa l' americano! /mmericano! mmericano /siente a me, chi t' ho fa fa? /tu vuoi vivere alla moda /ma se bevi whisky and soda /po' te sente 'e disturbà. /Tu abballe 'o roccorol /tu giochi al basebal /ma 'e solde pe' Camel /chi te li dà? ... /La borsetta di mammà! /Tu vuò fa l' americano /mmericano! mmericano! /ma si nato in Italy! /siente a mme /non ce sta' niente a ffa /okay, napolitan! /Tu vuò fa l' american! /Comme te po' capì chi te vò bene /si tu le parle 'mmiezzo americano? /Quando se fa l'ammore sotto 'a luna /come te vene 'capa e di:"ai lov iù!?" (Tu portes un pantalon avec un logo derrière/ une casquette à la visière relevée/ Tu traînes à Toledo [avenue de Naples]/ comme un gouape pour te faire remarquer!/ Tu veux faire l'Américain!/ Américain, Américain/Écoutes, pourquoi le fais-tu?! Tu veux suivre la mode/ mais si tu bois du Whisky & Soda/ après, t'es malade/ Tu dances le rock'n roll/ tu joues au baseball/ mais l'argent pour les Camel / où vas-tu le chercher?! Dans le sac de ta maman!/ Tu veux faire l'Américain/ Américain, Américain/ mais t'es né en Italy!/ Écoutes, / il n'y a rien à faire / ok, Napolitain!/ Tu veux faire l'Américain!/ Comment celle qui t'aime va-t-elle te comprendre/ si tu lui parles à moitié en américain?! Quand vous roucoulez au clair de lune/ quelle idée de lui dire : « ai lov iù »!)*

¹⁶ Dans le langage de la critique cinématographique, le terme n'est jamais tombé en désuétude, mais il ne désigne pas exactement la même chose que dans le langage commun. En général, il est utilisé –uniquement dans un registre péjoratif– pour tout navet d'Outre-Atlantique, peu importe le genre. Le champ sémantique est donc plus vaste, pouvant faire référence à l'excès (d'effets spéciaux comme de toute autre exagération) ou à la rigidité puritaine, ou à la faiblesse du scénario, etc.

administratifs, la façon de traiter la politique étrangère, les contrôles aux frontières, les discours sur les armes... Désormais, cette définition s'applique à tout et n'importe quoi, et montre un changement radical, bien que généralement inconscient, dans l'attitude des médias comme de la population italienne vis-à-vis des Etats-Unis. Cependant, il est difficile d'établir un véritable lien cause-effet, car s'il est vrai que ce revirement est arrivé en force après le 11 septembre, cela ne signifie pas que cet événement majeur soit directement ou indirectement responsable du changement. Beaucoup d'autres facteurs peuvent entrer en jeu, parmi lesquels il y a les transformations géopolitiques et économiques des vingt dernières années, l'évolution des médias d'information, le multiculturalisme qui se développe même en Italie, pays jadis fermé et provincial, etc.

Nous pouvons aussi remarquer une tendance à utiliser beaucoup d'adjectifs qualificatifs à forte valeur négative pour parler des USA, ce qui est une nouveauté si l'on considère la presse non politiquement orientée des soixante dernières années¹⁷. Il y a bien sûr eu des titres et des articles critiques vis-à-vis des Etats-Unis, mais la critique concernait généralement un seul argument, et ne remettait pas en cause, on l'a dit, la force du pays. Entre autres, nous avons : *controverso*, *destabilizzato*, *bigotto*, *complesso* (aussi bien dans le sens de *compliqué* que dans des locutions évoquant des véritables complexes : *complesso d'inferiorità/colpa/superiorità*, etc.), *oscuro*, *complotista*, *imperdonabile*, *inutile*, *vano*... Il en va de même pour les substantifs qui font référence à ce pays, tels *declino* (le plus fréquent), *conflitto*, *crisi*, *ossessione*, *tensione*, *bluff*, *paura*, *colpa*, *indifferenza*... Tous ces termes donnent lieu à un portrait très sombre et très affaibli d'un pays que jadis on respectait, entre autres, justement pour sa force. Dans ce sens, il est certain que la fêlure provoquée par le 11 septembre a donné naissance à une image plus « humaine » mais aussi beaucoup plus vulnérable et incertaine de l'allié qui jadis, tel un géant impossible à atteindre, dominait le monde occidental (et le monde tout court). La situation peut bien entendu encore évoluer, mais il est évident que dans le contexte actuel il semble difficile que les USA puissent encore représenter l'espoir et la grandeur qu'ils ont représenté aux yeux des Italiens pendant tellement d'années, et ceci s'est accentué avec l'image d'un pays frappé au cœur, qui est aussi « faible », dans une certaine mesure, que l'Europe face à la nouvelle forme de guerre représentée par le terrorisme, qui frappe aveuglement et où il est difficile de comprendre qui et où est l'adversaire.

Bibliographie

BARITONO, Raffaella / VEZZOSI, Elisabetta, *Oltre il secolo americano? Gli Stati Uniti prima e dopo l'11 settembre*, Roma, Carocci Editore 2011.

CARETTO, Ennio, *Le due torri. I dieci anni che hanno sconvolto l'America*, Roma, Editori Riuniti 2011.

DEL PERO, Mario, *Libertà e Impero. Gli Stati Uniti e il Mondo, 1776-2011*, Bari, Laterza 2011.

DUCCI, Lucia / LUCONI, Stefano / PRETELLI, Matteo, *Le relazioni tra Italia e Stati Uniti dal Risorgimento alle conseguenze dell'11 settembre*, Roma, Carocci Editore 2012.

GILARDONI, Diego, *L'America indispensabile. La politica estera degli Stati Uniti. Passato, presente e futuro*, Bellinzona, Casagrande 2011.

RAMPINI, Federico, *Occidente estremo. Il nostro futuro tra l'ascesa dell'impero cinese e il declino della potenza americana*, Milano, Mondadori 2011.

Dictionnaires

A.A. V.V., *Dizionario Enciclopedico Treccani*, Roma, Istituto Treccani

A.A. V.V., *Garzanti della lingua italiana*, Milano, Garzanti 2008

¹⁷ La valeur négative était déjà présente dans les journaux politiquement orientés la à faveur de l'URSS, mais les adjectifs et substantifs étaient d'autre genre, ne mettant jamais en avant la faiblesse ou la culpabilité éventuellement présente chez ses citoyens ou hommes politiques, par exemple

A.A. V.V., *Zingarelli della lingua italiana*, Bologna, Zanichelli 2013
DARCHINI, Gaetano, *Dizionario italiano*, Milano, Vallardi 1990
DEVOTO, Giacomo / OLI, Giancarlo / SERIANNI, Luca / TRIFONE, Maurizio, *Dizionario Devoto-Oli della lingua italiana*, Milano, Mondadori 2014
GABRIELLI, Aldo, *Grande dizionario italiano*, Milano, Hoepli 2011
QUARTU Monica / ROSSI, Elena, *Dizionario dei modi di dire della lingua italiana*, Milano, Hoepli 2012

Journaux et revues

Epoca, Arnoldo Mondadori Editore, Milano (1957-1997)
Corriere della Sera, Editoriale del Corriere della Sera, poi RCS MediaGroup, Milano (1876-2014)
L'Europeo, Rizzoli, Milano (1945-1995)
L'Espresso, Gruppo Editoriale L'Espresso, Roma (1955-2014)
La Domenica del Corriere, Rizzoli-Corriere della Sera, Milano (1899-1989)
La Repubblica, Gruppo Editoriale L'Espresso, Roma (1976-2014)
La Stampa, Editrice La Stampa, Torino (1867-2014)

