

# ÉLÉMENTS D'ANALYSE SUR L'“ÉCONOMIE” DANS LA PRESSE FRANÇAISE

MALIKA TEMMAR  
UNIVERSITE DE PICARDIE JULES VERNE  
STIH SORBONNE UNIVERSITÉ

**Abstract** – While the term “economy” could suggest a certain homogeneity in the French press, we note that from one newspaper to another, the notion of "economy", or even the idea of “economy”, is particularly diverse. We propose to question ourselves on some invariants of this type of discourse as well at the enunciative as lexical level. We will try to identify, through this questioning, some specificities of what could be called the media economic discourse. Our study focuses on the sections of the French national daily press that are devoted to the economy.

**Keywords:** discourse analysis; media discourse; enunciation; economic discourse, academic discourse.

## 1. Introduction

Au même titre que d'autres discours dits “savants”, l'économie est représentée dans la presse grand public. Cet article propose une étude des formes expressives du discours économique dans la presse française contemporaine. La représentation du discours savant dans la presse pose de nombreuses questions intéressantes, comme de savoir ce qui reste du discours source dans ce support, ou encore s'il existe un lien de continuité entre ce type de discours et celui qui apparaît dans la presse ou s'il s'agit d'un tout autre discours. Quelques travaux portent sur la manière dont le discours des Sciences Humaines et Sociales se trouve transposé en dehors de la sphère académique. Outre l'étude de Habermas (2006) sur la publicisation des savoirs, celle d'Eric Neveu (1995) a par exemple cherché à réfléchir sur les usages et les effets de l'“importation” des recherches en Sciences Humaines et Sociales dans l'espace public. On peut citer également la contribution de Boltanski et Thévenot (1991) à ce sujet. Cette question s'inscrit par ailleurs dans l'histoire de la presse. Si, à ses débuts, le journal cherchait à faire entendre sa voix, celle-ci tend à mesure de la professionnalisation du journalisme à se reconstituer autour et à partir de la mise en scène de la

parole extérieure<sup>1</sup>. Notre propos ne sera pas d'étudier ce phénomène, mais plutôt de porter un regard spécial sur le discours économique tel qu'il apparaît dans la presse grand public, en cherchant à dégager certaines spécificités linguistiques qui ressortent dans ce type de discours, sans prétendre à l'exhaustivité.

Nous interrogerons dans un premier temps l'hétérogénéité de ce type de discours en situant celle-ci dans le cadre plus large du discours de presse en France, où l'hétérogénéité discursive opère à plusieurs niveaux. On accordera ensuite une attention particulière aux aspects énonciatifs, en interrogeant les spécificités de ces derniers. Nous terminerons notre étude en mettant en avant deux particularités discursives associées au discours économique dans la presse française: la référence nominale et la préférence pour les métaphores de l'économie.

Notre corpus porte sur deux périodes bien distinctes, nous ciblons deux crises importantes, celle des *subprimes* et ses conséquences en janvier 2008 et la crise du coronavirus, telle qu'elle a été représentée dans la presse économique de façon très récente, de mars à juillet 2020<sup>2</sup>.

## 2. Hétérogénéité du discours économique dans le discours de presse

Aujourd'hui, les journaux et la presse magazine laissent la place à l'économie dans plusieurs de leurs colonnes. L'étude du "discours économique médiatique" peut soulever d'intéressants débats épistémologiques sur les liens entre le discours économique académique et ses modes de représentation dans la presse, elle peut amener par exemple à se demander comment ce discours se distingue du discours universitaire, issu de

<sup>1</sup> Parmi les nombreuses instances discursives qui parcourent le texte de presse, le discours économique fait partie – au même titre que d'autres discours des Sciences Humaines et Sociales – d'un ensemble de discours qui regroupe aussi bien, (à part quasi égale), celui du sociologue que celui de l'historien, du philosophe, du psychologue et de manière plus ponctuelle, celui de l'ethnologue, du politologue, de l'anthropologue et du physicien.

<sup>2</sup> Il nous est apparu intéressant de travailler sur deux corpus distincts. Notre premier corpus, (crise des subprimes, janvier 2008), qui explore les caractéristiques d'écriture de la presse économique, porte sur les trois suppléments économiques de la presse quotidienne française: *Le Figaro*, *Le Monde*, *Libération* et sur l'archétype de la presse magazine spécialisée économie: *Les Échos*. Afin d'étudier les métaphores du discours économique, nous avons ciblé une période spécifique: celle de la crise du Covid, où il nous a semblé que la presse exacerbe l'assimilation de l'économie à la santé. Pour ce corpus, qui s'étend de mars à juillet 2020, nous avons sélectionné particulièrement les titres de presse de toute la presse française qui couvre cette période. Les phénomènes observés ont été sélectionnés pour leur représentativité systématique et leur récurrence d'un support à l'autre. Nous n'avons pas noté de différence significative entre la presse magazine et la presse généraliste.

l'expertise savante, sachant qu'il est l'un des rares discours des sciences sociales à faire l'objet d'une rubrique dans la presse. Nous privilégions pour notre part une analyse discursive de ces textes médiatiques portant sur l'économie.

Nous avons voulu chercher à créer une "unité" discursive avec les textes de notre corpus que l'on étudie comme représentant les modes d'émergence de l'économie dans le texte de presse, mais dans les faits, on a affaire à une pluralité de textes variés. Outre que l'on observe des degrés de scientificité variables d'un support à un autre, si le discours économique s'apparente à un discours de large diffusion, ce discours n'a pas la même place, ni le même volume d'un discours à l'autre. Pour rappel, voici ces quelques repères: *Les Échos*, qui représente en France l'archétype du magazine de presse spécialisé dans l'économie, voire, "le" quotidien de l'économie, décline celle-ci en sous-rubriques, disparates, auxquelles s'adjoint un cahier quotidien "Entreprises et marchés", intégré dans la pagination.

La presse quotidienne nationale laisse pour sa part une place régulière à l'économie sous la forme de rubriques et de suppléments.

*Le Monde* comporte une rubrique "Économie et Entreprises", à laquelle s'ajoutent le supplément hebdomadaire du samedi "Argent" (dans une pagination autonome), souvent appelé en Une; la page "Focus" du mardi, consacrée à un point de l'économie, sous une forme didactique avec schémas à l'appui. C'est ce quotidien qui, de tous les autres, présente le discours le plus réparti et le plus diversifié sur l'économie.

*Le Figaro* consacre un cahier quotidien à l'"Économie" – les fameuses pages saumon – qui s'apparente à un journal à lui tout seul, avec des rubriques internes: les deux 1<sup>es</sup> pages sont étiquetées "Enquête" ou "Événement".

Enfin, dans *Libération*, la rubrique "Économie" est rarement présente en tant que telle; les événements économiques se trouvent donc traités ailleurs, dans les premières pages indexées, "Événement", si le journal choisit de valoriser ainsi l'actualité.

Alors que le terme "économie" pourrait laisser supposer une certaine homogénéité de cette rubrique, on constate que d'un journal à un autre, ce que recouvre cette notion d'"économie", voire, cette idée "d'économie" est très divers. Derrière l'homogénéité de la thématique, on a non seulement des titres de rubriques économiques qui se déclinent sous différentes dénominations de la chose économique ("Votre argent" dans *Le Parisien* à "Économie et finances" dans *Le Monde*), mais aussi des textes très variés. D'un texte à un autre, on peut avoir affaire non seulement à des degrés de scientificité variables d'un support à un autre, mais aussi à des genres discursifs différents, les articles et les documents peuvent s'étendre entre la

Une et les pages intérieures. Cette hétérogénéité se trouve particulièrement renforcée par les différentes hyper-structures (Lugrin 2001, p. 69) qui organisent de manière générale les textes de presse. L'hétérogénéité discursive opère également aussi bien au niveau sémiotique, qu'énonciatif et textuel.

L'hétérogénéité sémiotique est liée à la répartition dans l'aire de la page ou de la double page d'articles de différentes longueurs, à la diversité des formes de documents (taille, couleur, caractère, tronçonnage des titres et des articles, textes justifiés ou en drapeau), à l'alternance fréquente entre de l'iconique (photos, documents infographiques, dessins) et du verbal. Certaines unités sont surmontées d'un péritexte simple (le titre et son autodésignation), alors que d'autres sont constituées d'un péritexte complexe, avec des photos, des croquis, des tableaux, un appareil de titres avec appel de titre ou sous-titre, intertitre etc.

Quant à l'hétérogénéité énonciative, elle se manifeste en premier lieu par la diversité des scripteurs tels qu'ils sont montrés et désignés par le texte. Que cela soit dans la PQN ou dans la presse magazine, l'hétérogénéité énonciative se manifeste particulièrement par les citations qui, même si elles ne renvoient qu'à un seul mot, qui peut être un concept, montrent que le journaliste se fait souvent le carrefour d'autres voix énonciatives.

Ces citations sont souvent issues d'autres sources ou d'interviews pour lesquels la rédaction a décidé d'extraire une de ses phrases prononcées (Maingueneau 2012). Ces dernières sont souvent détachées dans la page de presse sans pour autant constituer des titres, créant des effets aphoristiques.

Ces différentes scènes énonciatives mobilisées dans la PQN et la presse magazine ont un impact sur la construction du destinataire: d'une presse à l'autre, les attentes ne sont pas les mêmes.

De façon générale, le discours de la presse est travaillé par une importante hétérogénéité textuelle décrite par Sophie Moirand:

À l'intérieur d'une unité on peut observer par exemple des formes de description de récit ou d'argumentation, ou même une diversité de "plages" de textes plus ou moins marquées typographiquement, comme l'énumération, ou linguistiquement, comme le récit (que révèlent les marques de temporalité et de chronologie) ou comme l'explication [...] Ainsi, le mode informatif revendiqué dans la presse (sa fonction première) glisse d'un article à un autre ou au sein même d'un même article vers d'autres modes discursifs, qui s'inscrivent également dans la matérialité textuelle, y compris celle du dessin de presse (Moirand 2007, p. 12).

Dans les pages dédiées à l'économie, ce qui domine nettement, c'est plutôt le commentaire et l'explication, ainsi que l'entretien.

Outre l'hétérogénéité importante des unités textuelles et des genres qui constituent le discours économique dans la presse, dans notre corpus, ces

unités sont disposées – aussi bien dans le texte de presse, que dans la presse magazine – selon toute une organisation, une mise en forme, des modalités d'arrangement qu'il nous paraît important de mentionner.

En information et communication, comme en sciences du langage, le texte de presse est appréhendé dans sa matérialité, plus précisément comme "support" avec une organisation et une mise en forme spécifique. Sont prises en compte dans ces approches, aussi bien la dimension iconique que la dimension verbale. Les articles et les visuels sont appréhendés en fonction des modalités de leur arrangement (titre, rubriques, genres journalistiques, etc.).

Le concept d' "énonciation éditoriale" (Souchier 1998), invite à considérer le texte de presse comme empreint d' une "énonciation éditoriale", une sorte de "texte second" dont le "signifiant" constitue et réalise "le texte premier et lui permet d' exister".

Pour E. Souchier (1998, p. 144):

Sans support et sans matière, sans "dessin", il n'y a pas plus de texte que d'écriture – fût-elle la trace fugitive de la lumière irisant l'écran – dès lors comment les SH pourraient-elles faire abstraction de ce qui est ontologiquement lié au texte, lequel constitue leur objet d'analyse?

L' énonciation éditoriale est (infra) textuelle, elle renvoie aussi bien à l'identité visuelle du journal qu' à la mise en scène de l'information. La mise en espace du discours économique dans la presse joue un rôle important dans la construction de ce type de discours. Appréhender les discours sur l' économie dans la presse doit aussi amener à prendre en compte à la fois les hétérogénéités du discours de presse en général, ainsi que la mise en espace de ce dernier.

Nous avons voulu situer dans un premier temps notre approche des différents aspects discursifs du discours économique médiatique en mettant en valeur les hétérogénéités qui travaillent ce discours. C' est à partir de ces hétérogénéités que nous proposons d' aborder les aspects énonciatifs, ainsi que certains invariants de ce type de discours.

### **3. La scène énonciative du discours économique dans la presse**

Le discours économique médiatique s' apparente dans l'ensemble à un discours représenté, objectif qui, par plusieurs aspects, apparaît comme un discours lisse sans prise en charge énonciative claire. Plusieurs phénomènes participent à la construction de ce discours particulier.

C' est tout d'abord l'effacement énonciatif qui est à l'œuvre dans ces

textes qui nous permet de nous rendre compte de ce phénomène. Dans les rubriques dédiées à l'économie, à première vue, le locuteur journaliste est toujours effacé, ce qui rend la recherche de la prise en charge énonciative difficile.

Dans les différentes rubriques économiques de la presse, les propos apparaissent comme factuels, l'ensemble s'apparente à un discours représenté, objectif dans lequel semble se réaliser le contrat du discours économique, ce que J. Duval (2004, p. 102) appelle le "professionnalisme" et qu'il définit de la façon suivante:

Traversé par deux types de logiques, le sous-espace du journalisme économique oscille entre un état de forte subordination où les médias contribuent essentiellement au fonctionnement du champ économique par la diffusion d'informations pratiques, de croyances et de problématiques économiques, et un état de relative autonomie, où des médias peuvent réaliser, au moins partiellement, l'ambition d'informer "les citoyens" sur le monde dans lequel ils vivent et satisfaire les intérêts non économiques (et notamment politiques) que les agents sociaux peuvent avoir à disposer d'informations sur un univers qui pèse sur l'ensemble du monde social.

La non prise en charge est si manifeste que l'on a tendance à considérer que, dans ces textes, "les choses se racontent d'elles-mêmes", pour reprendre une formule de A. Banfield (1995), qu'elle emprunte elle-même à Benveniste. Plusieurs facteurs concourent à ce phénomène, on ne trouve aucune trace du sujet parlant. À la place, on trouve des "on" et des tournures impersonnelles. Alors que dans d'autres discours, "on" alterne avec des déictiques "je, nous, vous", dans l'article économique "on" impose une présence personnelle, qui contraste avec la non-personne (ils) et les constructions impersonnelles, ce que Fløttum *et al.* (2007, p. 192) caractérisent comme "un ton indéfini mais néanmoins personnel".

Dans ce sens, on note que les modalités logiques passent le plus souvent par les tournures impersonnelles, comme en témoignent les deux exemples suivants:

- (1) L'Italie et l'Espagne estiment que la proposition franco-allemande émise lundi constitue un "premier pas important", mais l'Autriche et les Pays-Bas restent opposés à une mutualisation des dettes. La Commission travaille désormais sur un texte d'équilibre. (*Les Échos*, 20.5.2020).
- (2) Après Paris et Berlin, Rome et Madrid: les quatre premières économies européennes affichent désormais une volonté commune de pousser à une forte relance européenne, en franchissant le pas historique d'une forme de mutualisation de dettes européenne via un fond de solidarité de 500 milliard d'euros. Dès mardi matin, le Premier ministre italien, Giuseppe Conte, qui depuis le début milite pour des "coronabonds", a salué le plan présenté la veille à Emmanuel Macron et Angela Merkel, le qualifiant de "premier pas

important dans la direction souhaitée par l'Italie". En stéréo et dans une réaction visiblement coordonnée Pedro Sánchez, le leader de l'Espagne dont le ministre des Finances plaide pour une dette perpétuelle, a aussi approuvé un "premier pas important". Dans la bataille qui va s'ouvrir. Paris et Berlin devraient pouvoir compter sur le fort soutien du Parlement européen. Son président, l'Italien David Sassoli, a salué "un point de départ positif".

Le "non" des frugaux

Pour révolutionnaire qu'il soit, le revirement de Berlin en faveur de transferts budgétaires au sein de l'UE ne doit pas occulter le chemin restant à parcourir à l'Europe pour effectuer ce qu'Emmanuel Macron qualifie de "saut quantique". Sans surprise, plusieurs États dit "frugaux", au nord de l'Europe, ont immédiatement rappelé leurs fortes réticences et milité pour s'en tenir à de simples prêts aux États les plus touchés par la crise. [...]

De longues nuits de négociations

Or, comme de rigueur, le futur budget pluriannuel européen nécessite l'unanimité des États membres. De quoi annoncer de longues nuits de négociations lors du sommet européen des 18 et 19 juin. Vu les enjeux, et si les conditions sanitaires le permettent, les chefs d'États et de gouvernement des vingt-Sept pourraient se retrouver physiquement à Bruxelles, au conseil européen, pour la première fois depuis mars. (*Les Échos*, 20.5.2020).

Dans cet autre article, extrait de *Libération*, il y a également effacement, malgré quelques îlots textuels qui trahissent la présence du locuteur.

- (3) Entreprise – le site historique du glacier résiste à Unilever, qui veut supprimer 254 emplois.

A Saint-Dizier, les salariés de Miko veulent boxer avec la maison mère.

Personne ne sait qui est Unilever. Mais quand on en aura fini avec eux, tout le monde le saura". Dans la salle de la réunion de la maison des syndicats, rue Waldeck-Rousseau, non loin du centre de Saint-Dizier (Haute-Marne), les délégués syndicaux du site Miko hochent la tête. Oui, bien dit. L'homme qui tient ainsi son auditoire vient d'être appelé à la rescousse par les syndicalistes du fabricant de glaces, que le géant anglo-néerlandais Unilever a décidé de restructurer pour gagner en compétitivité. Ralph Blindauer, avocat basé à Metz, a la réputation d'être une des dernières chances des salariés englués dans les conflits sociaux. Et là, l'engluement est total: depuis plus d'une semaine, l'usine ne tourne plus, bloquée par une poignée de grévistes. Le personnel est en majorité à son poste, mais il n'a pas la matière première nécessaire pour faire tourner les machines. Une initiative "usine morte" soutenue par la plupart des salariés, révoltés par les 254 suppressions de postes annoncées en novembre (sur 493), peu de temps avant que la direction de Miko ne dévoile un bénéfice annuel de 11 milliards d'euros (sur un chiffre d'affaire de 120 milliards d'euros). Avec ses citernes en inox et ses restes de banderoles claquant au vent telles des étendards en berne, le site Miko a bien des allures de bateau fantôme. (*Libération*, 25.01.2020).

Malgré ces quelques modalisateurs (soulignés dans le texte ci-dessus), qui parsèment discrètement le texte, les propos dans *Les Échos*, comme dans *Libération* apparaissent somme toute comme "factuels".

Le lissage de ce type de discours n'est possible que parce qu'il entre dans la catégorie désignée par Vion (2001, p. 335), celle des discours dans lesquels il peut y avoir anonymat et effacement du locuteur car il y a mobilisation dans le texte d'une "instance énonciatrice abstraite comme *l'État*, le *bon sens* ou la *Raison Universelle*. Dans ces textes, l'entité abstraite mobilisée serait l'*économie*.

Ce lissage est par ailleurs renforcé par des procédés argumentatifs d'écriture: le recours aux données chiffrées qui apportent le coefficient d'objectivité nécessaire. Celles-ci sont souvent mises en espace par des courbes graphiques elles-mêmes reliées à la présence très importante de chiffres et de calculs (on peut s'en rendre compte dans les exemples cités plus haut).

Simultanément à ce parti-pris dominant, qui tend à créer un type de discours économique objectif, descriptible et posé comme un "donné", le locuteur est lui aussi construit dans l'article économique. On peut s'en rendre compte si on revient de plus près sur l'effacement énonciatif.

La position du locuteur journaliste est en fait plus complexe qu'il n'y paraît: il est bien énonciateur, (tout autant que l'organe de presse qui s'exprime à travers lui par ailleurs), mais, si la stratégie énonciative courante du locuteur-énonciateur dans ce genre discursif consiste à recourir à l'effacement énonciatif, en revanche, il y a maintien d'un centre déictique et modal:

1. Des déictiques temporels continuent, en effet, de trahir la présence d'un locuteur, "hier", "il y a dix jours"
2. Il manifeste également ses propres attitudes modales avec des jugements à peine implicites (ex) et avec l'inscription des propos dans l'univers des réalités indiscutables (Vion 2001).

On peut s'en rendre compte avec l'extrait ci-dessous dans lequel sont soulignées ces attitudes modales:

- (4) Le nombre d'inscrits à Pôle emploi en catégorie A (sans activité) a bondi de 834000 personnes le mois dernier, a annoncé jeudi le ministre du Travail. Cette hausse exceptionnelle de 22,6 % par rapport à mars s'explique pour les trois quarts par une bascule des chômeurs déjà inscrits en activité réduite. Des chômeurs plus nombreux, malgré l'amortissement massif de l'activité partielle, et surtout de plus en plus "à temps plein". C'est ce que montrent les statistiques de Pôle emploi pour le mois d'avril, premier mois plein de confinement, publiées jeudi. Elles confirment l'envolée amorcée en mars. Leur *ampleur* rend encore plus urgente l'annonce par le ministère du Travail de son grand plan de soutien à l'emploi pour éviter que les entreprises n'engagent des vagues de plan sociaux. Il ressort des chiffres que le nombre de personnes inscrites en catégorie A en France et hors Mayotte, c'est-à-dire sans aucune activité dans le mois a enregistré un bond spectaculaire: + 843.000, ou +22,6 % par rapport à mars où la hausse avait déjà été de 7,1 %. Il s'agit d'un record



absolu depuis le début de la mesure en 1996, et qui porte les effectifs de cette catégorie, la plus scrutée, à 4,57 millions de personnes! Toutes les tranches d'âges sont concernées, de même que toutes les régions. A noter toutefois que les hommes paient un plus lourd tribut.

Intérimaires ou CDD

Pour spectaculaire et exceptionnelle qu'elle soit, cette hausse doit être relativisée. Comme en mars, mais de façon beaucoup plus forte, elle s'explique aux trois quarts par un effet de bascule des chômeurs en activité réduite courte (moins de 78 heures, catégories B) ou plus intense (plus de 79 heures, catégorie C) vers la catégorie A. De manière logique avec la grande panne qui a frappé l'économie, ces chômeurs déjà inscrits à Pôle emploi donc – intérimaires ou en CDD pour la plupart – ont dû cesser tout ou partie de leur travail. (*Les Échos*, 29-30.5.2020)

Les attitudes modales assertives adoptées par le locuteur journaliste contribuent bien à asseoir sa position de “surénonciateur” (Rabatel 2004, p. 19). Comme le remarque Vion (2004, p. 23), celles-ci portent sur la tonalité assertive certes, mais aussi sur les “raccourcis d'enchaînement”: “Elles concernent également l'existence de choix lexicaux marqués relevant de sa représentation construite [...] qui expriment sa propre attitude.”

On peut ajouter à ces éléments la liste des chiffres extrapolés et des termes approximatifs qui, eux aussi, renforcent à un autre niveau cette prise en main du discours par le locuteur journaliste. Au-delà des modes d'inscription du sujet locuteur par le biais des attitudes modales et des choix lexicaux, on note que le locuteur journaliste est au centre des multiples centres déictiques qu'il convoque par le biais des paroles d'autrui, ce qui fait de lui un vrai “chef d'orchestre” (Temmar 2014), au carrefour de diverses voix qu'il centralise et redistribue.

Le traitement de l'actualité par les médias repose en grande partie sur le recueil et l'intégration des discours qui se trouvent ainsi “rapportés”, comme nous le mentionnions dans le début de cet article et, surtout, reconfigurés dans une nouvelle situation d'énonciation qui leur donne sens. L'économie n'y échappe pas. Le locuteur citant se trouve ainsi dans une position ambivalente vis-à-vis de cet entrecroisement discursif, tantôt dominé, tantôt dominant (Rabatel 2004), dans la mesure où une activité de sélection préside à cette mise en texte des discours rapportés; le locuteur est de toutes façons à l'origine de ce qui se donne à lire dans l'article final. La profusion journalistique produit un effet d'exhaustivité qui masque toutes les paroles laissées de côté.

1. Le locuteur-journaliste est d'abord soumis à l'énonciation d'autrui: ce qui le place sous les dires des autorités compétentes (institutionnelles ou professionnelles): il fait se succéder les points de vue présentés comme légitimes et non mis en question. Il faut noter que c'est le discours direct qui permet les énoncés les plus explicitement argumentatifs, tout en

maintenant l'effet de désengagement du locuteur (Marnette 2004):

- (5) Ce qui est le plus inquiétant, c'est l'écart des taux qui se crée des deux côtés de l'Atlantique, indiquait, hier, le ministre des Affaires européennes, Jean-Pierre Jouyet. "Si l'écart se creusait dramatiquement, nous aurions une situation de plus en plus difficile pour les exportations européennes", a ajouté J-Claude Juncker, le président luxembourgeois de l'Eurogroupe. (*Figaro*, 1.2.2008)
2. Plusieurs procédés dont le rôle convergent consistent à donner la parole aux locuteurs autorisés, et ainsi à légitimer le discours journalistique qui s'en fait l'écho.

Les fréquentes modalisations en discours second ("Pour les investisseurs... Pour les analystes... Pour la plupart des analystes, la baisse ne s'arrêtera pas là... pour certains... pour d'autres..."), permettent au locuteur d'articuler, à sa voix, la présence d'autres énonciateurs, qui le dédouanent.

Le recours aux îlots textuels peut servir l'orientation argumentative de l'article, tout en introduisant une hétérogénéité discursive, qui ira jusqu'à la distance. Les textes sont parsemés de tels fragments discursifs, entre guillemets et éventuellement en italique, que le journaliste ne prend pas à sa charge, mais insère syntaxiquement dans la chaîne de ses propres énoncés: nous sommes loin d'un discours direct avec la construction explicite d'une énonciation montrée, mais bien plutôt dans une situation hybride. C'est le cas du passage suivant:

- (6) Non, c'est non. Dans une lettre adressée hier au commissaire européen à l'énergie, Andris Piebalgs, huit pays de l'union européenne réitèrent leur opposition farouche au démantèlement des entreprises d'électricité et de gaz comme EDF ou Gaz de France. Emmenés par la France et l'Allemagne, l'Autriche, la Bulgarie, la Grèce, la Lettonie, le Luxembourg et la Slovaquie jugent "disproportionnées" les solutions envisagées par la commission européenne pour renforcer la concurrence sur les marchés de l'énergie. Ni la solution de la "sécurité de propriété" entre transporteurs et fournisseurs ni celle du "gestionnaire de réseau indépendant" ne les ont convaincus. Ces pays proposent donc une "troisième voie", à savoir celle d'une "dissociation effective et efficace". (*Les Échos*, 31.1.2008)

#### 4. Quelques invariants du discours sur l'économique

Après avoir essayé de dégager l'hétérogénéité du texte économique dans la presse qui, comme d'autres textes de presse, présente plusieurs hétérogénéités, aussi bien au niveau textuel, que sémiotique, nous avons pu mettre en valeur que le discours économique apparaît dans l'ensemble comme un discours factuel et objectif, bien que nombreuses sont, à y regarder de près, les traces d'un locuteur qui participe à la construction de la prise en

charge énonciative de façon plus ou moins détournée ou discrète. Le lissage de ce discours est lui-même soutenu par un procédé significatif: le recours fréquent à la référence nominale. La référence nominale est quant à elle vectrice de métaphores et nous souhaiterions ici nous attarder sur les métaphores récurrentes qui ont dominé dans la presse lors de la crise du Covid.

#### **4.1. La référence nominale**

On est frappé par le recours fréquent aux descriptions définies comme "l'économie", "la Banque de France", "la Bourse", qui se substituent à des locuteurs humains et agissent comme des entités non animées que le journaliste fait en quelque sorte parler. Ces entités abstraites sont en effet textualisées comme des personnages animés, voire parlants, du discours économique.

On peut s'en rendre compte dans de multiples exemples, notamment avec ces titres:

- (7) La Bourse à l'épreuve du coronavirus. (*Le Monde*, 17.03.2020).
- (8) Coronavirus: paniquées, les Bourses chinoises subissent leur plus fort plongeon depuis 5 ans. (*La Tribune*, 4.02.2020).
- (9) La mondialisation économique malade du Covid 19. (*La Tribune*, 6.03.2020).
- (10) Les Bourses touchées par la fièvre du Coronavirus. (*Le Monde*, 26.02.2020).
- (11) La Fed frappe vite et fort pour éviter une débâcle boursière. (*Les Échos*, 23.01.2008).
- (12) Il faut encore croire aux actions en 2008. (*Les Échos*, 11-12.01.2008).
- (13) Les secteurs public et privé au chevet des rehausseurs de crédits américains. (*Les Échos*, 28.01.2001).
- (14) Le cuivre souffre du ralentissement économique aux États-Unis. (*Les Échos*, 11.12.2001).
- (15) Réveil en fanfare pour le marché français du meuble. (*Les Échos*, 28.01.2008).

Dans ces titres, ce sont les unités abstraites, soit des noms propres de groupe, soit des découpages de catégories, qui sont au centre de phénomènes de prédication, en tant que sujet et objet des verbes *faire*, (*perce*)*voir*, etc.

Une entité privilégiée est celle du ou des "marché(s)", qui parcourt les quatre journaux du corpus. Telle un personnage narratif, elle fonctionne tantôt comme protagoniste, tantôt comme témoin d'une crise s'apparentant à un cataclysme naturel ou à une maladie brutale.

- Le marché redoute que la contagion s'étende de façon sévère aux banques européennes et asiatiques.
- Les marchés ont paniqué au mois d'août.
- Les marchés attendent un autre geste de la Réserve fédérale.
- Les marchés ne voient aucune issue rapide à la crise.
- Les marchés d'actions ont jusqu'à cet hiver étonnamment bien résisté à la

crise du subprime.

- En outre, les marchés d’actions s’accrochent aux “cordes de rappel”.
- Après avoir retrouvé un peu d’oxygène mardi, les marchés européens ont replongé hier.
- L’avenir dira qui, des économistes ou des marchés, avait vu juste.

Dans notre deuxième corpus (crise du Covid 2020), c’est “l’économie” qui est l’entité privilégiée.

La tendance à narrativiser et même fictionnaliser des objets de discours est étudiée dans l’ouvrage de C. Salmon (2007) autour du *storytelling*, particulièrement le *storytelling management*: dans une approche relevant à la fois de la sociologie et de l’analyse discursive, l’auteur décortique “le nouveau modèle d’autorité du capitalisme émotionnel” en ces termes, qui pourraient s’appliquer tout aussi bien à la mise en discours des “marchés” et autres entités dans la presse:

L’autorité d’un récit – celui du “changement” – a pris sa place. Un récit écrit par le marché sous des nombreux pseudonymes, aussi nombreux que les hétéronymes de Pessoa: la mondialisation, la globalisation, le progrès technique, la concurrence ... [...]. Une fiction qu’il s’agit de jouer au mieux. Les techniques du management s’apparentent de plus en plus à celles de la mise en scène, les partenaires doivent s’ajuster le mieux possible à leurs rôles, de façon à rendre le récit crédible aux yeux d’un public de consommateurs et d’investisseurs. La synchronisation technique des flux de matières et des forces de travail dont l’entreprise était le siège cède le pas à la synchronisation par un récit des rôles et des attributs de chacun, de leurs compétences et de leurs émotions utiles. (Salmon 2007, p. 83)

## 4.2. Les nominalisations

Outre ces grandes entités, figurent des lexèmes issus d’une transformation morphosyntaxique à partir de verbes ou d’adjectifs. Les noms ainsi produits naturalisent le procès tout en l’énonçant, car celui-ci est dépourvu d’aspect temporel, de précisions circonstancielle, et le plus souvent le cotexte ne mentionne pas son agent. Ces procédés discursifs renforcent l’abstraction et la déshumanisation au plan sémantique.

- (16) L’assèchement brutal de certains compartiments des marchés de crédits a créé une vaste panne de liquidités au niveau mondial [...] Parallèlement, leurs [*des banques*] bilans ont fondu sous l’effet d’engagements qu’il est devenu impossible de transférer au marché. Enfin, la valeur des actifs a fondu, à cause de l’augmentation du risque et de la baisse de la demande d’investissements. En conséquence, les comptes des banques se sont dégradés à une vitesse incroyable. (*Figaro*, 22.1.2008)
- (17) La chute des marchés européens et asiatiques, lundi, conjuguée au ralentissement économique, a contribué, mardi, à la décision prise en urgence par la Fed de réduire son principal taux directeur de 0,75 point à 3,50. [...] La

volatilité des cours durant la semaine révèle la fragilité de la situation. (*Le Monde*, 27-28.1.2008)

- (18) Sous l'effet de la crise des subprimes qui multiplie les ventes des maisons, dont les propriétaires ne peuvent plus rembourser leurs prêts, l'investissement résidentiel a plongé de 23,9% [...] Deuxième handicap, le recul de la consommation des ménages menacés dans leurs biens immobiliers comme dans leur emploi par l'anémie de la croissance. (*Le Monde*, 1.2.2008)

Ou encore les réactions humaines ne sont pas régies par leurs agents, mais figurent elles-mêmes en tant qu'agents:

- (19) La crainte tient surtout à la contagion de la crise. (*Le Monde*, 23.1.2008)  
 (20) La situation de la sphère financière et la nervosité des investisseurs se sont conjuguées pour créer un courant massif de fuite non seulement vers la qualité, mais aussi vers la liquidité. (*Figaro*, 22.1. 2008)

### 4.3. Les métaphores de l'économie

De nombreuses métaphores parsèment le discours économique pour décrire, désigner et analyser l'activité économique. La récurrence de ces métaphores, leur fréquence et leur systématisme amène à interroger leur particularité et à se demander quelles métaphores sont privilégiées.

Les études des métaphores du discours économique s'appuient souvent sur les travaux de G. Lakoff et M. Johnson (1980, p. 3), qui invitent à penser les liens mutuels entre la pensée et les procédés métaphoriques.

We have found, on the contrary, that metaphor is pervasive in everyday life, not just in language but in thought and action. Our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature [...]. Our concepts structure what we perceive, how we get around in the world, and how we relate to other people. Our conceptual system thus plays a central role in defining our everyday realities.

Loin de se limiter à la rhétorique et à la poétique, les métaphores sont omniprésentes dans une pluralité de discours non littéraires ou poétiques. Celles-ci sont véhiculées par le langage, mais les métaphores jouent un rôle déterminant dans l'identification de nos réalités quotidiennes. G. Lakoff et M. Johnson ont recours au concept de «métaphore conceptuelle» pour désigner ce procédé de compréhension et de représentation d'une réalité, d'un domaine avec les termes de la réalité d'un autre domaine : «The essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in term of another» (Lakoff, Johnson 1980, p. 5).

Étudier les métaphores dans ce cadre permet de voir comment l'économie se perçoit, se conçoit, s'exprime et s'opère dans la société moderne.

Ces approches proposent aussi l'étude des métaphores du discours économique pour elles-mêmes. Pour Alessandra Rollo (2012), par exemple, les métaphores du discours économique ont une valeur didactique et informative.

Suite à la médiatisation de l'économie rivalisant avec la politique, le processus de métaphorisation a enregistré une forte accélération. Les métaphores représentent un véritable moyen de fertilisation du lexique économique; en effet, les notions-clés dudit domaine – production, consommation... – ont essentiellement un caractère abstrait. L'efficacité de la métaphore tient au fait qu'elle permet de représenter un concept abstrait, qui serait difficile à expliquer, par une image concrète: *spirale des prix; levier financier; échelle mobile; élasticité de la demande*. C'est aussi une démarche adoptée pour créer des termes tirés de la langue générale et combler, ainsi faisant, des lacunes métalinguistiques (catachrèse<sup>3</sup>): *Le concept de commerce équitable trouve ses racines dans la communauté des ONG*. Le contexte, le cotexte, le bagage cognitif du lecteur et la connaissance de l'intention de l'auteur contribuent à la désambiguïsation, même si, de par sa nature, la métaphore aura toujours un certain degré d'indétermination et de flou terminologique qui constitue sa véritable essence (Rollo 2012, en ligne).

Dans son article, Rollo (2012) propose de répartir en trois catégories les métaphores du discours économique: les métaphores de la vie quotidienne, les métaphores conceptuelles propres au discours économique et les métaphores spécifiques au lexique français. Elle propose enfin de répertorier les métaphores les plus représentatives et les plus récurrentes du discours économique. Parmi ces métaphores, il y a celles dans lesquelles l'activité économique est conçue comme une "guerre", celle où l'activité économique est conçue comme un jeu sportif, il y a aussi celle du voyage qui constitue un *topos* parmi bon nombre de métaphores. Plus originales apparaissent les métaphores du liquide qui identifient l'argent à une substance liquide comme l'eau, les transactions financières à des mouvements fluctuants. Parmi cette classification, la métaphore de l'être vivant nous paraît particulièrement significative. Dans cette métaphore très fréquente, l'économie est assimilée à un être vivant. Cette métaphore va jusqu'à identifier l'économie à un patient, comme nous le verrons dans le corpus que nous avons sélectionné et qui concerne la crise du Covid. Parmi le répertoire des métaphores du discours économique, une autre métaphore nous paraît significative: celle consistant à assimiler l'économie à un phénomène météorologique.

Les métaphores de l'économie sont riches et variées, nous retiendrons ici particulièrement la bipartition de Catherine Resche (2016, p. 105):

<sup>3</sup> La catachrèse lexicale est une métaphore obligée, intégrée dans le lexique, qui sert à désigner une réalité pour laquelle il n'existe aucun autre terme (*feuille de papier, pied de la montagne*). Il s'agit évidemment d'une métaphore "morte", non productive.

Toute une série de termes métaphoriques comme *force, équilibre, levier, mécanisme, élasticité, vitesse*, d'une part, et *circulation de la monnaie, inflation, croissance, injection monétaire, fièvre, crise, contagion et liquidité*, d'autre part, interpellent immanquablement le linguiste quant à leur raison d'être et leur origine. Une démarche croisant les points de vue onomasiologique et sémasiologique nous a permis de les rattacher à deux grandes veines métaphoriques qui irriguent le domaine de la théorie économique, à savoir la veine mécaniste, empruntée à la physique mécanique, et la veine organique et naturelle, inspirée par la biologie. Si les économistes se sont tournés vers la physique, c'est pour asseoir la légitimité de leur domaine en tant que science; s'ils ont également emprunté à la biologie, c'est pour asseoir la légitimité d'un nouveau modèle de représentation des interactions sociales.

Dans notre corpus qui concerne la crise du Covid de 2020, c'est bien “la veine organique” qui prédomine. On peut s'en rendre compte dans la sélection de titres de presse ci-dessous.

Dans cet article, il ne s'agit pas d'aborder toutes les métaphores du discours économique, mais nous choisissons d'aborder celles qui ont prédominé dans la presse française pendant la crise du Covid (plus précisément entre la mi-mars 2020 et la mi-juillet 2020). Lors de cette période, la presse donne à voir une véritable exacerbation de l'assimilation de l'économie à la santé, cas récurrent de métaphore privilégiée dans la presse économique. Dans la presse française, les métaphores associées à l'économie pendant la crise du Covid sont organiques, par personnification, l'économie est pensée comme un être humain malade, ou un patient. L'économie, par effet de contamination, est malade (Richardt 2005, p. 129-131) et les traits de la maladie qui lui sont associés sont celles du Covid, à savoir, la fièvre, la toux et les difficultés respiratoires.

Tour à tour, l'économie est perçue comme *un patient* dont on décrit l'état:

- (21) L'économie chancelante en ce début 2020. (*Le Figaro*, 29.02.2020).
- (22) L'économie sous anesthésie générale. (*Le Figaro*, 24.04.2020).
- (23) L'économie française en réanimation. (*Les Échos*, 24.04.2020).

Par effet de substitution, l'économie est pensée comme un patient: “Une économie malade devenue patient à haut risque” (22.05.2020, *Le Figaro*), dans ce sens, plusieurs titres attribuent les traits du virus à l'économie: à savoir la toux, la fièvre et l'état grippal.

- (24) Quand la Chine tousse, le monde s'enrhume. (*La Tribune*, 12.02.2020).
- (25) Le coronavirus pourrait gripper un peu plus la croissance mondiale déjà affaiblie. (*La Tribune*, 05.02.2020).
- (26) Les Bourses touchées par la fièvre du Coronavirus. (*Le Monde*, 26.02.2020).

- (27) Le virus fait tousser l'économie mondiale. (*Le Progrès*, 04.02.2020).
- (28) Sueurs froides pour l'économie. (*Libération*, 26.02.2020).
- (29) Le coronavirus grippe l'économie mondiale. (*La Dépêche*, 02.03.2020).
- (30) L'économie française grippée? (*Aujourd'hui en France*, 22.02.2020).
- (31) L'économie mondiale infectée. (*L'Humanité*, 03.03.2020).

Ces associations “économie” et “maladie” sont elles-mêmes relayées par la thématique de la contagion, très présente aussi dans les titres des journaux économiques:

- (32) Une épidémie qui contamine l'économie mondiale. (*L'Humanité*, 30.3.2020)
- (33) Les économies mis en quarantaine. (*La Tribune*, 16.5.2020)
- (34) Tousse en quarantaine? (*La Tribune*, 14.2.2020)

Parfois le lien entre l'économie et la maladie, sont explicitement mentionnés, on peut s'en rendre compte dans les exemples ci-dessous:

- (35) Il faut réaliser que l'économie et la santé sont interdépendantes. (*Libération*, 30.04.2020).
- (36) La mondialisation économique malade du Covid 19. (*La Tribune*, 06.03.2020).
- (37) L'économie mondiale malade du coronavirus. (*La Croix*, 02.03.2020).
- (38) Les mesures de confinement asphyxient l'économie européenne. (*L'AGEFI quotidien*, 13.03.2020).

Le lexique de la maladie se trouve disséminé dans d'autres exemples, dans lesquels il n'est pas question de l'économie directement:

- (39) Le gouvernement au chevet des entreprises françaises touchées par le Coronavirus. (*Le Figaro*, 22.02.2020).
- (40) Coronavirus: des ordonnances en rafale, les syndicats sur le qui-vive. (*La Tribune*, 26.03.2020).
- (41) Les banques non plus n'ont pas de vaccin. (*Le Monde*, 27.04.2020).

Dans la période sélectionnée, l'économie ne semble faire qu'un avec la maladie, plus précisément avec le Covid qui grippe cette dernière. Les métaphores liées à la santé sont prédominantes et on ne trouve que de rares exemples où c'est la métaphore de la tempête qui est exploitée:

On ne trouve que cet exemple:

- (42) L'économie française dans la tourmente, la reprise s'annonce laborieuse. (*La Tribune*, N°6931, 10.06.20).

ou encore celles de la chute (métaphore, qui avec celle de la tempête sont importantes dans le discours économique):

- (43) L'économie planétaire à terre. (*Libération*, 27.03.2020).
- (44) L'économie allemande plonge au deuxième trimestre. (*Le Monde*,



31.07.2020).

(45) Comment le Covid a mis à genoux l'économie mondiale. (*La Tribune*, 12.03.2020).

De façon générale, l'assimilation de l'économie à la maladie du Covid est très frappante au point qu'elle vient contredire le caractère objectif et souvent «lisse» du discours économique dans la presse. Les métaphores qu'on y trouve sont en effet à la fois très imagées et elles imposent des images au lecteur de cette presse qui doit considérer la machine économique comme atteinte d'une maladie qu'il faut par conséquent soigner...

L'analogie avec la science du vivant et la science naturelle a aussi donné lieu à un foisonnement de métaphores de surface inspirées par les efforts nécessaires à la survie dans un contexte difficile. Ces nouveaux déploiements métaphoriques peuvent sembler éloignés de la veine biologique, qu'il convient toutefois de garder en mémoire pour en mesurer l'impact. En effet, plutôt que de considérer les métaphores souches comme des «racines» uniques, il nous semble possible, en empruntant à G. Deleuze et F. Guattari (1980), de suggérer une conception rhizomatique des métaphores. Contrairement à une racine unique qui fait le vide autour d'elle, le rhizome évoque la racine multiple qui s'étend à la rencontre d'autres racines. Conçue ainsi, une métaphore souche ne fermerait pas d'autres voies d'exploration, mais permettrait d'envisager de nouvelles combinaisons et des prolongements multidirectionnels. Ceci permet de mieux comprendre comment les difficultés économiques sont régulièrement transcrites non seulement en termes de problèmes de santé, de crise, de contagion, mais également en termes de lutte contre les éléments naturels déchaînés (tempêtes, tsunamis, etc.), d'une part, ou de bataille entre prédateurs et proies, voire de guerre, d'autre part. (Resche 2016, p.103)

## 5. Conclusion

Le discours économique multiplie les procédés linguistiques qui font de lui un discours aux propos factuels, représentés, donnés comme évidents. Parmi ces procédés, on a pu relever l'effacement énonciatif, ainsi que la nominalisation qui nous sont apparus comme des phénomènes très significatifs. Ces procédés tendent à faire du discours économique de presse un discours lisse, sans prise en charge énonciative franche au point où, à lire ces textes, on pourrait croire que ces textes sont «objectifs». L'étude énonciative plus poussée de ces textes a montré que ce discours construit paradoxalement un point de vue; un locuteur qui prendrait en charge les propos se dessine de manière discrète, jouant à la fois sur le recours à l'effacement énonciatif et aux affirmations modales.

Si plusieurs indices trahissent la présence d'un locuteur (cette présence est plus ou moins marquée selon les différents genres de la presse, en fonction de la répartition des rubriques de l'économie dans la presse), on peut

s'interroger cependant sur ce qui semble s'apparenter à une instance composite: à la fois une figure de technicien neutre qui restitue les propos des sources autorisées à formuler une opinion, qui dit la Loi économique, et simultanément, une figure d'expert qui évalue en dominant les contradicteurs.

On peut s'interroger et se demander si ce locuteur s'adresse à un destinataire ciblé et si on voit à travers lui se dessiner un lecteur universel, éclairé par le discours économique explicatif, ou à l'inverse des publics cibles en termes de communautés d'usages: actionnaires, épargnants, managers, conseillers financiers, investisseurs etc.?

L'étude des métaphores dans le discours économique a montré que, de façon générale, ce discours détient ses propres métaphores et que celles-ci permettent de voir comment l'économie se perçoit, se conçoit, s'exprime et s'opère dans la société moderne. Le recours à ces métaphores très imagées semble bien infléchir ce discours en relativisant son aspect factuel et son caractère lisse. Le discours économie semble jouer sur une double lecture, à la fois neutre et imagé, comme si ces deux aspects devaient, de façon paradoxale, concourir ensemble à constituer le discours économique de presse.

**Bionote:** Malika Temmar est Maître de Conférences-HDR en sciences du langage à l'université de Picardie Jules Verne et membre du STIH à Sorbonne Université. Elle a suivi un double cursus en philosophie et littérature, ses travaux s'inscrivent dans le champ de l'analyse du discours. Elle est auteure de plusieurs travaux sur le discours philosophique, les discours académiques dans les médias. Plus largement, ses travaux portent sur l'analyse des discours et les sciences humaines et sociales et sur la question de la transdisciplinarité dans les sciences du langage.

**Adresse:** [malikatem@yahoo.fr](mailto:malikatem@yahoo.fr)

**Remerciements:** Nous tenons à remercier l'Union européenne pour son précieux soutien financier à la présente recherche.

## Références bibliographiques

- Banfield A. 1995, *Phrases sans parole, théorie du récit et discours indirect libre*, Seuil, Paris.
- Boltanski L. et Thevenot L. 1991, *De la justification: les économistes de la grandeur*, Gallimard, Paris, pp. 167-168.
- Duval J. 2004, *Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France*, Seuil, Paris.
- Fløttum K., Jonasson K. et Norén C. 2007, *On Pronom à facettes*, De Boeck, Bruxelles.
- Habermas J. 2006 (1962), *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, trad. de l'allemand par M. B. de Launay, Payot, Paris.
- Lakoff G., Johnson M. 1985, *Les métaphores dans la vie quotidienne*, Éditions de Minuit, Paris.
- Lugrin G. 2001, *Le mélange des genres dans l'hyperstructure*, in "Semen" 13, <https://journals.openedition.org/semen/2654>.
- Maingueneau D. 2012, *Phrases sans texte*, Armand Colin, Paris.
- Marnette S. 2004, *L'effacement énonciatif dans la presse contemporaine*, in "Langages" 156, pp. 51-65.
- Moirand S. 2007, *Les Discours de la presse quotidienne, observer, analyser, comprendre*, PUF, Paris.
- Neveu E. 1995, *Les sciences sociales face à l'espace public, les sciences sociales dans l'espace public*, in Paillart I. (éds.), *L'espace public et l'emprise de la communication*, Ellug, Grenoble, pp. 37-64.
- Rabatel A. 2004, *Stratégies d'effacement énonciatif et surénonciation dans le dictionnaire philosophique de Comte-Sponville*, in "Langages" 156, pp. 18-33.
- Resche C. 2016, *Termes métaphoriques et métaphores constitutives de la théorie dans le domaine de l'économie: de la nécessité d'une veille métaphorique*, in "Langue française" 189 [1], pp. 103-107.
- Rollo A. 2012, *Les métaphores dans le lexique économique: modèles culturels en œuvre*, in Ligas P. et Frassi P. (éds.), *Lexiques Identités Cultures*, QuiEdit, Verona, pp. 153-175, <https://www.apesa-france.com>.
- Salmon C. 2007, *Storytelling, La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, La Découverte, Paris.
- Souchier E. 1998, *L'énonciation éditoriale*, in "Cahiers de médiologie" 2, pp. 137-145.
- Richardt S. 2005, *Metaphor in Languages for Special Purposes. The function of Conceptual metaphor in Written Expert Language and Expert-Lay Communication in the Domains of Economics, Medicine and Computing*, Peter Lang, Berlin.
- Temmar M. 2014, *Die Debatte um das französische Hochschulgesetz L.R.U. von 2009. Eine Äußerungsanalyse der Darstellung hochschulpolitischer AkteurInnen in Presstexten*, in Angermüller J. et al. (éds.), *Diskursforschung. Ein interdisziplinäres Handbuch*, Transcript, Bielefeld, pp. 454-471.
- Vion R. 2001, *Effacement énonciatif et stratégies discursives*, in Joly A. et M. De Mattia M. (éds.), *De la syntaxe à la narratologie énonciative*, Ophrys, Paris, pp. 331-354.
- Vion R. 2004, *Modalités, modalisations et discours représentés*, in "Langages" 156, pp. 96-110.
- Zanotto M.S. et Palma D.V. 2008, *Opening Pandora's box. Multiple readings of "a metaphor"*, in Zanotto M.S. et al. (éds.), *Confronting Metaphor in Use. An applied linguistic approach*, Benjamins, Amsterdam-Philadelphia, pp. 13-15.