



HAL
open science

La crise économique : on nous en dit trop ou pas assez?

Loredana Ruccella

► **To cite this version:**

Loredana Ruccella. La crise économique : on nous en dit trop ou pas assez?. Le dit et le non-dit, Jun 2015, Bucarest, Roumanie. halshs-01163828

HAL Id: halshs-01163828

<https://shs.hal.science/halshs-01163828v1>

Submitted on 19 Jun 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La crise économique : on nous en dit trop ou pas assez?

Introduction

Au cours de cette intervention, je souhaite examiner comment le discours de la crise économique est *vulgarisé* par les majeurs organes de presse française. Pour ce faire, j'ai analysé un corpus d'articles issus des pages économiques de la presse générale et notamment des trois principaux quotidiens français : *Le Monde*, *Libération* et *Le Figaro*. Ce corpus a été collecté à partir de 2007 et permet donc d'examiner plusieurs périodes de crise, notamment la crise des *subprimes* (2008-2009) et la crise de la dette publique européenne, dont les conséquences sont encore visibles aujourd'hui.

Bien évidemment, mon travail n'est pas une étude économique, mais une étude pragmatique du discours de la crise économique qui a pour objectif d'identifier les procédés récurrents dans ce discours et leurs effets communicatifs. Le cadre théorique de référence est celui d'une linguistique des discours reconnaissant la relation profonde entre les marques discursives, le cadre discursif et l'interdiscours. Je me suis inspirée particulièrement des travaux de Catherine Kerbrat-Orecchioni (l'implicite et les notions de politesse et impolitesse) et de Marc Bonhomme (l'étude pragmatique des figures).

L'hypothèse est que le discours économique *vulgarisé* par la presse contemporaine, différemment des autres types de discours, échappe à l'hétérogénéité des points de vue qui caractérisent les journaux en fonction de leur orientation politique. En d'autres termes, en analysant le discours économique diffusé par la presse considérée, j'ai constaté la propagation d'informations homogènes, indépendantes de l'orientation politique du journal et traduisant la doxa néolibérale. On pourrait parler de *discours économiquement correct* – un discours homogène, unique et standardisé permettant de soutenir le modèle économique néolibéral ou, du moins, de le présenter comme le seul modèle possible.

Je tiens néanmoins à préciser, d'une part, que cette étude ne veut pas être une critique des médias ou du journalisme, mais une tentative de décrire l'activité de *vulgarisation* de la crise. Et d'autre part, que je suis tout à fait consciente que l'information économique n'est pas le lieu d'une conspiration imaginée pour tromper le lecteur, mais plus vraisemblablement, la

représentation du champ économique reproduite par ceux qui en font partie. Le journaliste, en effet, n'est pas le producteur d'un discours autonome, mais il se présente comme l'énonciateur d'un discours constitué par la parole des autres, parole qu'il a probablement intériorisée à son insu. En d'autres termes, il est amené à considérer le modèle dominant comme naturel et légitime, du fait qu'il le vit au quotidien, de l'intérieur.

Ces considérations, m'ont amenée à essayer de comprendre comment ce champ nous parle, ce qu'il nous « dit » et ce qu'il ne nous « dit pas », et surtout comment il nous transmet les informations autour d'un problème d'intérêt général qui nous touche au quotidien : la crise économique.

À travers l'analyse de mon « corpus », j'ai pu remarquer que le discours de la crise se caractérise par la présence de procédés hétérogènes (morphosyntaxiques, sémantiques, rhétoriques, pragmatiques et certains traits graphiques tels que les guillemets) qui favorisent la diffusion de messages implicites. Bien évidemment, je ne pourrai pas tous les analyser lors de cette intervention ; je me concentrerai donc uniquement sur l'étude de deux procédés très récurrents dans la presse analysée : les procédés d'euphémisation et les procédés d'amplification tels que l'hyperbole.

1. Définition des concepts

Avant de procéder, il me paraît important de définir l'hyperbole et l'euphémisme. De manière générale, on peut définir l'hyperbole comme un procédé qui « augmente ou diminue les choses avec excès, et les présente bien au-dessus ou bien au-dessous de ce qu'elles sont. »^[1]

Et l'euphémisme comme :

Une figure par laquelle on déguise des idées désagréables, odieuses ou tristes, sous des noms qui ne sont point les noms propres de ces idées : ils leur servent comme de voile, et ils en expriment en apparence de plus agréables, de moins choquantes, ou de plus honnêtes, selon le besoin [...]^[2].

^[1] Fontanier, *Les Figures de discours*, réédition Paris, Flammarion, «Champs Flammarion», 1977, p. 123.

^[2] C. Dumarsais, *Des Tropes ou des différents sens*, Paris, Imprimerie de Prud'homme 1811, p. 129.

Ces définitions, nous aident à comprendre que ces deux procédés provoquent une variation d'intensité entre langage et réalité (comme le souligne pertinemment Marc Bonhomme^[3]) ; l'hyperbole amplifie la réalité et l'euphémisme – que je préfère appeler *substitut potentiellement euphémique* ou SPE^[4] – la réduit^[5]. Cette considération met en jeu la valeur pragmatique de ces procédés ; une réalité, en effet, peut être amplifiée ou réduite uniquement si l'élément (le signe ou le syntagme) prévu à cet effet est contextualisé. En d'autres termes, pour reconnaître la valeur de l'hyperbole ou de l'euphémisme, le locuteur doit posséder un ensemble de connaissances lui permettant de mettre en relation l'élément *potentiellement hyperbolique* ou *potentiellement euphémique* avec la réalité que l'énonciateur a voulu amplifier ou réduire.

Au vu de ces considérations, l'hyperbole et l'euphémisme pourraient être considérés comme la réalisation en discours d'un *potentiel euphémique* (PE) ou d'un *potentiel hyperbolique* ou d'*amplification* (PA). Ce *potentiel* pourra se réaliser en discours uniquement en présence ou en l'absence de certaines connaissances individuelles et circonstancielles chez le récepteur.

Afin de mieux comprendre cette idée, nous pouvons observer comment l'interprétation d'un énoncé tel que « c'est une catastrophe » varie par rapport au contexte d'énonciation et aux connaissances possédées par l'interlocuteur.

^[3] M. Bonhomme, *Les Figures clés du discours*, Paris, Seuil, 1998, p. 75.

^[4] Je préfère parler de *substitut potentiellement euphémique* (SPE) car aucun signe n'est à priori un euphémisme, il peut être considéré comme tel uniquement par rapport à la manière dont le destinataire le perçoit. Le concept de SPE, considéré comme la capacité d'un signe à remplacer un autre désignant une réalité taboue, permet de distinguer l'euphémisme du faux-euphémisme. Cette distinction part du principe que tout SPE peut véritablement devenir un euphémisme uniquement si son *potentiel d'euphémisation* ou PE, considéré comme la possibilité intrinsèque à chaque signe de devenir euphémisme, se réalise en discours, c'est-à-dire si le destinataire ne reconnaît pas ce PE, s'il assigne au SPE sa valeur littérale. Si le *potentiel d'euphémisation* du *substitut potentiellement euphémique* ne se réalise pas en discours, nous parlerons de faux-euphémisme. Il va de soi que le *substitut potentiellement euphémique* ne pourra jamais accomplir le rôle d'euphémisme pour l'émetteur « conscient » qui se limite à effectuer une substitution lexicale. L'émetteur, en effet, assigne un référent identique au signe tabou et à son *substitut potentiellement euphémique* et par conséquent, pour lui, l'euphémisation est nulle. Il suffit de penser au journaliste (émetteur) qui emploie, dans un certain contexte, un SPE à la place d'un signe/syntagme tabou ; pour lui, les deux signes/syntagmes sont synonymes car ils réfèrent à la même réalité extralinguistique.

^[5] Sur la base des considérations faites ci-dessous (cf. ^[4]), pour qu'un signe ou syntagme puisse acquérir une valeur euphémique dans un contexte déterminé, sa force d'atténuation ou d'amélioration ne doit pas être perçue par le récepteur.

1. « C'est une catastrophe » → contexte : tremblement de terre qui a causé la mort de 10000 → énoncé non hyperbolique.
2. « C'est une catastrophe » → contexte : un téléphone portable tombe → énoncé hyperbolique.

Dans ces exemples donc le signe *catastrophe* est *potentiellement hyperbolique* et son *potentiel* se réalise uniquement si le récepteur est en mesure d'inférer que la réalité est moins grave par rapport à la façon dont elle a été énoncée (contexte 2). Pour ce faire, le récepteur doit avoir accès à cette réalité (savoir que l'émetteur a formulé son énoncé suite au fait que son téléphone portable est tombé).

Le cas de l'euphémisme est différent ; en effet, le *potentiel euphémique*, contrairement au *potentiel hyperbolique* se réalise uniquement si le récepteur n'a pas accès à la réalité à laquelle l'énonciateur se réfère. Afin d'éclaircir cette idée, observons l'exemple ci-dessous :

« Pour parvenir à ce miracle, le ministère a **optimisé la gestion du personnel**, jusqu'ici trop dispendieuse. » (*Libération*, 16/04/2008)

Optimisé = licencié → valeur non euphémique

Optimisé = amélioré → valeur euphémique

Comme nous pouvons le voir, si l'énonciateur (le journaliste de *Libération*) emploie, dans un certain contexte, le signe *optimisé* pour parler du licenciement et le récepteur reconnaît la relation allusive entre *optimisé* et *licencié*, la valeur de l'euphémisme s'estompe et ces deux signes ne seront plus que deux quasi-synonymes en discours^[6]. Si, au contraire, le récepteur donne au signe *optimisé* sa valeur littérale (*amélioré*), le *potentiel d'euphémisation* se réalisera car, dans ce cas, il ne sera pas en mesure de reconnaître la réalité du licenciement et le caractère négatif de celle-ci sera effectivement atténué^[7].

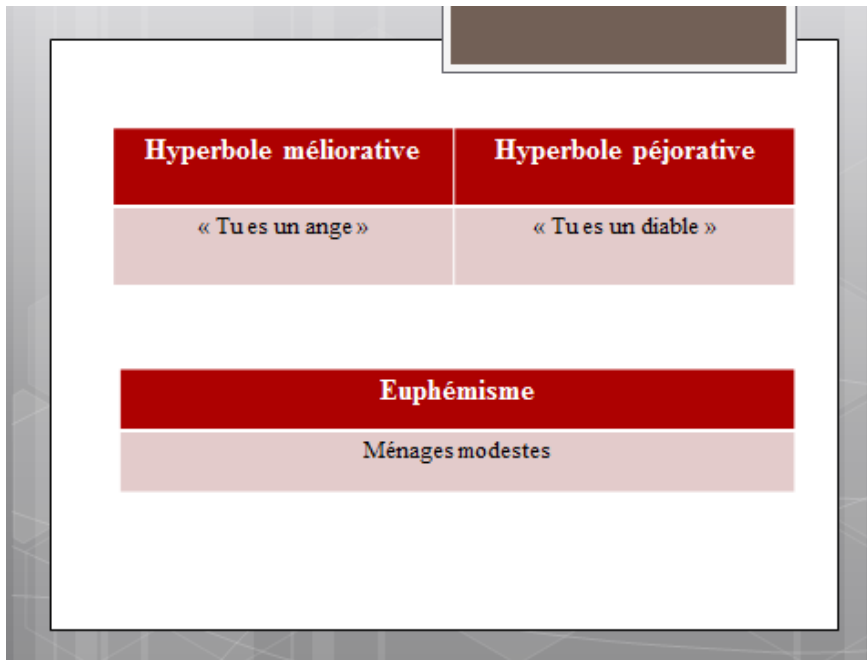
Dans ce cas, le signe *optimisé* est donc *potentiellement euphémique* et son *potentiel* s'active uniquement si le récepteur n'est pas en mesure d'inférer que la réalité est plus grave par rapport à la façon dont elle est énoncée. Pour ce faire, il ne doit pas avoir accès à cette réalité.

L'hyperbole remplit donc sa fonction et acquiert sa valeur uniquement si elle est reconnue ; l'euphémisme, en revanche, remplit sa fonction et acquiert sa valeur uniquement s'il n'est pas reconnu. Cette caractéristique permet de distinguer ces deux procédés sur le plan pragmatique. Mais il y a une deuxième différence majeure entre l'hyperbole et l'euphémisme: l'hyperbole est « bidirectionnelle » (j'emprunte ce terme à Horak^[8] qui l'utilise pour parler de la litote) et l'euphémisme est unidirectionnel. En d'autres termes, l'hyperbole peut amplifier la réalité dans un sens positif ou dans un sens négatif. En revanche, l'euphémisme est toujours dirigé vers la positivité. Afin de mieux comprendre, nous pouvons observer le schéma ci-dessous :

^[6] Cela s'explique par le fait que l'euphémisme existe uniquement si le récepteur assigne à un signifiant un signifié erronément connoté. En effet, à partir du sens dénoté, le récepteur pourra conférer au signe un sens connoté résultant de l'identification correcte ou incorrecte de certains indices contextuels et pragmatiques et dépendant de la relation oppositive que ce signe entretient avec les autres unités sémiotiques dénotant la même référence que celui-ci, c'est-à-dire avec ses synonymes. L'identification correcte des indices contextuels et pragmatiques caractérisant la situation énonciative permettra de connoter un SPE tel qu'*optimisé* comme un signe appartenant au discours *économiquement correct* et de l'opposer à des termes dénotativement équivalents tels que *licencié*, terme « neutre » utilisé dans la langue standard ou *dégraissé* et *rationalisé*, termes appartenant eux aussi au discours *économiquement correct*. Dans ce cas, le SPE ne pourra pas être considéré comme un euphémisme ; il s'agit pour nous ici d'un registre de langue différent du registre standard, d'un choix lexical privilégiant pour maintes raisons le signe *optimisé* au signe *licencié*. Il s'agit tout simplement d'adapter un mot à la situation d'énonciation et à ses fins.

^[7] Dans ce cas, l'identification incorrecte des indices contextuels et pragmatiques caractérisant la situation énonciative donnera lieu à une connotation inexacte du signe *optimisé* qui sera probablement considéré comme un technicisme appartenant au langage de l'entreprise. Ce signe trouvera donc son sens par opposition à des signes dénotativement synonymes tels qu'*amélioré*, *maximisé* ou *perfectionné*, par exemple ; ce qui compromettra la référence – le référent du signe *optimisé* ne correspond pas au référent des signes considérés erronément comme signes équivalents – et provoquera, par conséquent, une connotation incorrecte. Cela car, comme nous le savons, le sens connoté change sans compromettre la référence. Seulement dans ce deuxième cas le SPE acquerra la valeur d'euphémisme.

^[8] A. Horak, Y a-t-il des litotes euphémiques, in *La litote*, Berne, Peter Lang, 2011, p. 162



À mon avis donc l'opposition entre ces deux procédés ne réside pas, comme on a tendance à le croire, dans le fait que l'hyperbole « laisse entendre plus » et l'euphémisme « laisse entendre moins ». Cette réflexion naît tout simplement de l'analyse de mon corpus, dans lequel il n'est pas rare qu'une hyperbole soit insérée dans un contexte visant à faire passer un sujet problématique en second plan. Dans ce contexte donc, il ne me semble pas qu'on puisse affirmer que la visée pragmatique de l'hyperbole est celle de « laisser entendre plus ». Afin d'éclaircir cette idée, considérons l'énoncé ci-dessous :

« Dans cette **crise inédite**, la BCE n'est pas la seule à faire prendre des risques à son bilan. Les gouvernements européens vont tous annoncer des plans de sauvetage coûteux pour leurs finances publiques. Ils risquent d'accroître leur dette, ce qui ne manquera pas de peser sur le contribuable européen. "Nous serons attentifs aux intérêts des contribuables", insiste le texte de l'Eurogroupe. Pour l'Europe, c'est bel et bien **le plan de la dernière chance**. » (Le Figaro, 13/10/2008)

Ici, le journaliste, recourt aux hyperboles (*crise inédite*, *le plan de la dernière chance*) pour présenter au lecteur une série d'informations alarmantes relatives à la crise financière et à ses effets. Il la définit comme une crise *inédite*, adjectif qui permet de la présenter comme une crise nouvelle et sans précédents. Cela lui permet, de faire comprendre au lecteur l'importance d'intervenir à travers le recours à des « plans de sauvetage » (syntagme euphémique). Ici donc, le journaliste annonce le « mal », c'est-à-dire une probable augmentation des impôts, mais il focalise l'attention sur un « mal » bien plus grave, c'est-à-dire sur la récession, et sur

l'impératif – dissimulé derrière la phrase « pour l'Europe, c'est bel et bien le plan de la dernière chance » – d'accepter de contribuer à ce « sauvetage ». Dans ce cas, les hyperboles affectent la crise d'une connotation négative et cela permet de focaliser l'intérêt sur la gravité du problème afin de faire passer en second plan certains sujets tabous (rigueur, augmentation des impôts, les excès de la finance, par exemple). Dans ce sens, je considère que l'hyperbole comme l'euphémisme, permet de voiler certains sujets, « de non-dire » et cela en focalisant l'attention sur un problème présenté comme plus grave et plus urgent. Ici, l'hyperbole joue, en quelque sorte, le rôle d'un inverseur d'orientation argumentative implicite ; dans ce cas, on pourrait parler d'hyperbole euphémique.

2. Le « dit » et le « non-dit » du discours de la crise

Après avoir défini ces deux concepts, nous pouvons essayer de comprendre de quelle manière ils participent à la diffusion du discours de la crise. Pour ce faire, j'étudierai, dans un premier temps, le champ thématique de la *crise* tel qu'on le retrouve dans le corpus analysé. Ensuite, je présenterai un modèle de transmission de l'information qui me paraît récurrent dans la presse considérée.

2.1. Le champ thématique de la crise

À travers l'analyse de mon corpus, j'ai pu identifier un certain nombre de signes et syntagmes remplaçant le signe *crise* ; j'ai classé ces substituts dans le tableau ci-dessous :

Procédés euphémiques	Procédés d'amplification
Ajustement	Destruction créatrice
Correction	Tsunami
Autorégulation	Séisme
Périodes de rééquilibrage	Tempête
Atterrissage en douceur	Bourrasque
Essoufflement	Tornade
Ralentissement	Grippe
Turbulences	Pneumonie
Perturbations	Accident cardiaque
Rhume	La pire crise de l'histoire
Mésaventure	Crise inédite

Comme nous pouvons le voir, le paradigme désignationnel de la crise est plutôt large et hétérogène et cela est sûrement dû au besoin de captiver le lecteur, mais ce n'est pas la seule raison. En effet, tous ces éléments se présentent sous forme de qualifications évaluatives – permettant au journaliste d'exprimer un point de vue sur la crise, résultant, comme nous l'avons déjà souligné, d'autres points de vue. Chacune de ces formes répond donc à une « intentionnalité énonciative » et produit un effet sur le récepteur. Il me semble donc intéressant d'essayer de comprendre, à travers l'analyse de quelques énoncés quelle pourrait être cette « intentionnalité énonciative » et quel pourrait être l'effet engendré sur le lecteur. Pour ce faire, nous pouvons considérer, tout d'abord, les quatre premiers euphémismes présentés dans le tableau ci-dessus : *ajustement*^[9], *correction*^[10], *autorégulation*^[11], *période de rééquilibrage*^[12]. Ces signes et syntagmes sont affectés d'une connotation positive ; en effet, ils possèdent tous le sème /retour à l'équilibre/. Le signe *crise*, en revanche, possède le sème /rupture de l'équilibre/ ou /déséquilibre/. D'un point de vue sémantique donc, considérer le signe *crise* et ces substituts en tant que coréférents signifie ôter à *crise* un sème distinctif, celui du retournement, de la rupture de l'équilibre. Considérant cet aspect, le signe *crise* – contenant le sème /déséquilibre/ – et les signes ou syntagmes substituts – contenant le sème /équilibre/ – paraissent liés par une relation d'antonymie sur le plan linguistique et par une relation de synonymie sur le plan discursif. Du point de vue pragmatique, le recours à ces coréférents discursifs permet – grâce à la connotation positive que généralement ils reçoivent – de présenter la crise de manière positive. Marc Bonhomme parle dans ce contexte de manipulation axiologique^[13] relevant d'une amélioration qui consiste à changer le « mal » en « bien ».

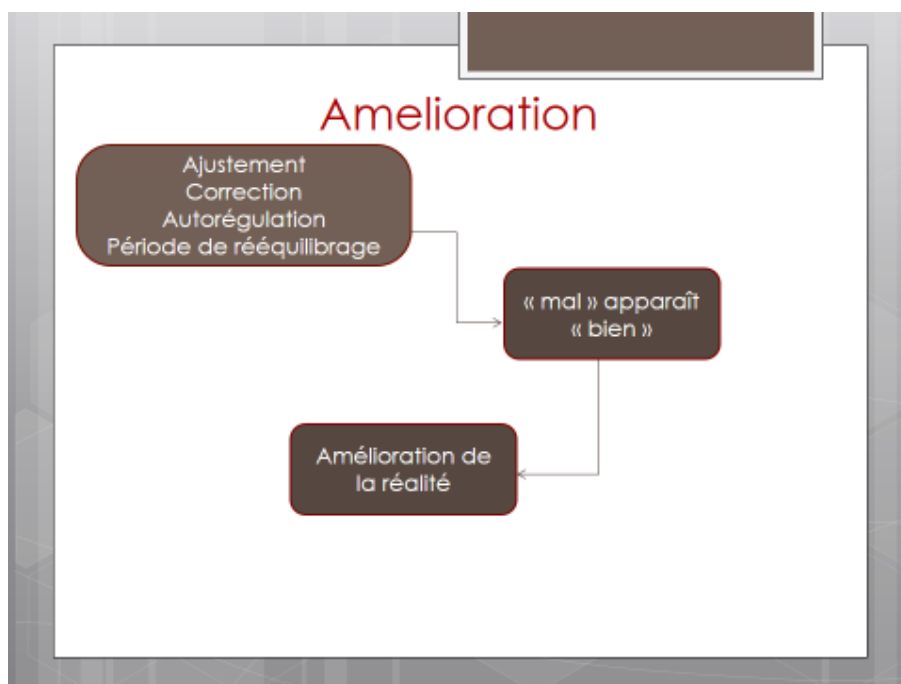
[9] « “Une hausse des taux d'intérêt aurait un double impact sur les pays en plein **ajustement** : renchérir le coût de leur endettement, et fragiliser leur reprise”, craint M. Cailloux. » (*Le Monde*, 31/08/2010)

[10] « Henry Paulson est resté vague, expliquant la prise de conscience de “l'importance cruciale de maintenir l'économie aussi forte que possible au fur et à mesure que nous absorberons la **correction immobilière**”.» (*Le Figaro*, 07/01/2008)

[11] « C'est oublier que la “crise”, si l'on veut la nommer ainsi, est à l'économie ce que la respiration est au coureur de fond. Certains parlent plutôt d'ajustement ou d'**autorégulation**. » (*Le Figaro*, 29/01/2008)

[12] « Mais il est sain que dans une économie qui pousse la croissance aux limites du soutenable, il y ait régulièrement des **périodes de rééquilibrage**. » (*Le Figaro*, 29/01/2008)

[13] M. Bonhomme, *op. cit.*, p. 252.

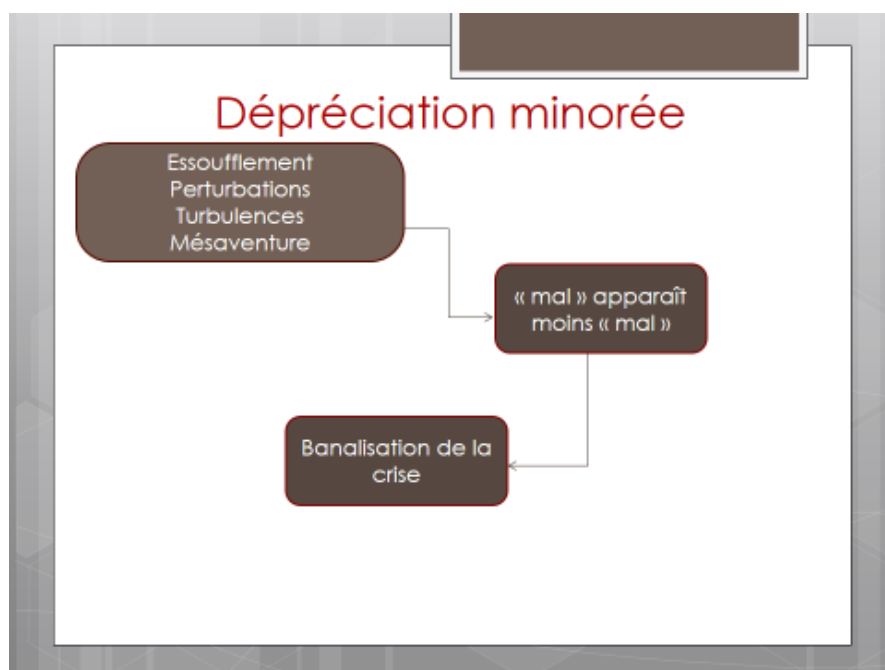


Les procédés euphémiques permettent donc, dans ce cas, de présenter la crise comme un phénomène positif. Cette fonction méliorative est facilitée par la présence de procédés hyperboliques qui agissent en tant que *renforceurs* permettant d’accentuer le caractère positif du contexte économique.

Observons ces exemples :

- [1] « Le système bancaire a en effet **très largement** les moyens d'amortir le choc, les banques centrales veillent au grain et, surtout, la croissance économique aux États-Unis et dans le monde reste fondamentalement bien orientée. Les profits des grandes entreprises, notamment françaises, en constituent une **illustration éclatante**. » (*Le Figaro*, 03/08/2007)
- [2] « Les fondamentaux des entreprises **sont excellents**. Et les nouveaux marchés nés de l'essor économique des pays émergents (Chine, Inde, Brésil...), de la crise des énergies, ou encore des produits innovants leur offrent **plus que jamais de fantastiques débouchés** de par le monde. Le capitalisme n'est pas mort : il est même sur le point de renaître ! » (*Le Figaro*, 17/10/2008)
- [3] « “La zone euro est **extrêmement solide**”, a ajouté mercredi le patron de l'institut de Francfort, faisant preuve d'optimisme dans ses derniers messages. » (*Le Figaro*, 19/03/2009)

Après avoir considéré ces premiers euphémismes, nous pouvons prêter attention aux autres (*atterrissage en douceur*^[14], *essoufflement*^[15], *ralentissement*^[16], *perturbations*^[17], *rhume*^[18], *turbulences*^[19], *mésaventure*^[20]). Dans ces cas, le sémantisme négatif est présent et facilement identifiable (tous ces signes détiennent le sème /dysfonctionnement/, /rupture d'un équilibre/), mais le sémantisme est moins négatif par rapport au signe *crise*. Dans ce cas, le journaliste présente la crise à travers un procédé que Bonhomme définit dépréciation minorée^[21] et qui consiste à présenter le « mal » comme quelque chose de moins « mal ».



[14] « Le marché du crédit immobilier poursuit son **atterrissage en douceur**, explique la banque dirigée par Daniel Bouton. L'encours de prêts à l'habitat par rapport au PIB est moins élevé qu'aux États-Unis et que dans d'autres pays d'Europe et les taux sont fixes pour 96 % des prêts immobiliers. » (*Le Figaro*, 08/11/2007)

[15] « Cet indicateur est en effet très suivi par la Réserve fédérale et sa hausse réduit sa marge de manœuvre en matière d'assouplissement monétaire alors que plusieurs autres indicateurs (immobilier, ISM, emploi, etc.) semblent montrer un **essoufflement** outre-Atlantique. » (*Le Figaro*, 08/08/2007)

[16] « Au sein de la zone euro, l'Irlande connaît le **ralentissement** le plus brutal, à la suite de l'explosion de la bulle immobilière : - 1,6 % en 2008 et - 0,9 % en 2009. » (*Libération*, 04/11/2008)

[17] « Quant à la crise financière, le "gros" est probablement passé, mais ses conséquences "se feront ressentir pendant encore longtemps" et "de nouvelles **perturbations** ne peuvent être exclues". » (*Le Figaro*, 05/06/2008)

[18] « "Un **rhume** aux États-Unis ne manquera pas de provoquer une grippe dans notre partie du monde, mais il ne débouchera pas sur une pneumonie", affirme-t-il. » (*Le Figaro*, 18/09/2007)

[19] « Les **turbulences** ont trouvé leur origine outre-Atlantique dans les difficultés affichées d'un organisme de refinancement des prêts hypothécaires (American Home Mortgage) et d'un troisième fonds de Bear Stern. » (*Le Figaro*, 06/08/2007)

[20] « Rien ne dit, à ce stade, que l'Europe ne payera pas une note plus salée que les établissements financiers américains eux-mêmes de cette **mésaventure du subprime**. » (*Le Figaro*, 25/09/2007)

[21] M. Bonhomme, *op. cit.*, p. 252.

Les procédés euphémiques permettent donc ici non pas d'améliorer la réalité de la crise, mais de la banaliser. Dans ce cas aussi, nous pouvons identifier des procédés hyperboliques qui remplissent la même fonction, à travers la mise en relief d'un aspect positif qui pourrait découler d'un épisode négatif tel qu'une crise économique. C'est ainsi qu'en [4], la crise devient *une occasion unique de transformer l'adversité en opportunité* et qu'en [5] elle devient, par oxymore, *un processus sain de destruction créatrice*. Ici, on remarquera enfin, le choix de recourir à l'adjectif *sain* qui permet de mettre en avant le fonctionnement normal du système économique-financier et l'absence de vices ou d'anomalies au sein de celui-ci. Dans ces exemples, le lecteur pourra inférer que la crise est un nouveau départ ; le message sera donc un message positif, d'espoir.

- [4] « "C'est une **occasion unique** pour une génération d'agir avec audace, de **transformer l'adversité en opportunité** ", estime Barack Obama, alors que le moral des Américains replonge. » (*Le Figaro*, 13/02/2009)
- [5] « C'est un **processus sain de destruction créatrice**", estime Sylvain Broyer, économiste chez Natixis. » (*Le Monde*, 28/08/2007)

À côté de cette rhétorique voilant ou améliorant la crise, il y a également un discours très négatif qui met en avant son caractère catastrophique et ses effets. La crise devient donc un *tsunami*, un *séisme*, une *catastrophe*, etc. Ici, le caractère très grave de la crise est probablement lié à la volonté de faire passer un sujet considéré comme menaçant en second plan, en amplifiant la gravité de la situation (cf. hyperbole euphémique).

Observons quelques exemples.

- [6] « Nous ne voulons pas devenir une seconde Islande », s'inquiète une journaliste de télévision, faisant allusion au **tsunami** financier qui a submergé l'île aux geysers. » (*Le Figaro*, 15/01/2009)

En [6], la crise devient par hyperbole un *tsunami* et cela est probablement lié au fait que la France se voit contrainte de faire accepter des mesures de rigueur. Pour faire passer cet argument, le journaliste a recours à l'hyperbole (*tsunami*) et à l'énoncé « nous ne voulons pas devenir une seconde Islande » qui résonne comme une sonnette d'alarme pour la France. Le message qui pourrait être inféré est que la rigueur est la seule solution possible pour éviter un épilogue dramatique (la faillite du pays). Ce type de discours pourrait déclencher la peur et, par conséquent, un sentiment d'impuissance et de résignation qui pourraient jouer en rôle

important dans le mécanisme d'acceptation de cette mesure, considérée comme indispensable à la survie du pays.

[7] « Ce qui sera **pire** que 1946, **pire** que 1961, **pire** que 1982, **pire** que 1991. Mais moins pire que la Grande Dépression. A l'époque, le PIB des pays riches avait perdu entre 15 et 20 % de croissance entre 1929 et 1933. Les gouvernements et les banques ont répondu, cette fois, de façon coordonnée à la magnitude du **séisme**, évité une crise systémique et lancé des premiers plans de relance. » (Libération, 12/02/2009)

En [7], l'hyperbole (*séisme*) sert à justifier les mesures employées contre la crise (« cette fois » les gouvernements et les banques ont pris la bonne décision). On peut souligner aussi la récurrence du signe *pire* qui contribue à noircir le tableau.

L'analyse de ce paradigme nous a permis de déceler le « dit » et le « non-dit » du discours de la crise. Ce qui est dit est que la crise est une manière de reconduire le système à l'équilibre, un épisode banal, une opportunité ; ce qui montre un lien avec la rhétorique néolibérale. Ce qui n'est pas dit, l'implicite de ce discours, ce sont les normes socio-culturelles – spécifiques aux appartenants au champ économique – qui peuvent engendrer un soutien naturel au modèle en vigueur.

2.2. Le modèle de transmission de l'information

Le soutien au néolibéralisme peut être également identifié lorsqu'on prête attention à la manière dont les informations sont diffusées. Dans ce contexte, j'ai pu identifier un modèle de transmission des informations qui se caractérise sur la base de la distinction de trois axes principaux :

- 1^{er} axe : les coupables
- 2^{ème} axe : le pragmatisme
- 3^{ème} axe : l'axiologie

2.2.1. Première axe : les coupables

Le premier axe reconnu est construit autour d'informations visant à dénoncer les coupables de la crise. En général, j'ai pu observer qu'il y a deux catégories de coupables :

➤ Les Etats

[8] À Athènes, l'État n'existe pas, il est **un puits sans fond** : les Grecs ont fait de la **fraude fiscale** et de la **corruption un sport national**.

➤ Certains individus isolés

[9] « Richard Bierbaum, surnommé "Chip", n'était peut-être pas un trader **fou**, mais sans aucun doute un **mégalo**. [...] Cette version des faits d'un **salarié désobéissant** collerait à sa biographie. Après une scolarité dans une école huppée de Manhattan, Chip a été **envoyé en maison de correction** pour ados **irrespectueux, ou drogués**. En 2001, il a été **arrêté pour conduite en état d'ivresse**. » (*Libération*, 12/10/2007)

Dans ces exemples, les procédés d'amplification donnent lieu à un acte d'*impolitesse* à travers la production d'un FTA^[22]. Cet FTA permet de déresponsabiliser le système en emphasiant certains comportements de l'Etat (qui régularise et qui entrave donc le principe de liberté spécifique au libéralisme) ou d'individus irresponsables.

2.2.2. Deuxième axe : le pragmatisme

Le deuxième axe réunit les informations pragmatiques - au sens non linguistique – indiquant les possibles manœuvres à suivre afin de résister à la crise. Dans ce contexte, les euphémismes sont nombreux. On peut en observer quelques-uns :

^[22] Sigle pour « *Face Threatening Act* », in P. Brown, S. Levinson, *Politeness: some universals in language usage*, Cambridge, Cambridge University Press, 1987.

Euphémismes	Possible interprétation
Programme d'ajustement	Augmentation des impôts
Alléger le poids des fonctions administratives	Licencier
Ajustement structurel des finances publiques	Rigueur
Maîtrise des dépenses publiques	Rigueur
Assainissement budgétaire	Rigueur
Politique de dynamisation et de flexibilisation de la force de travail	Déréglementation
Permissivité réglementaire	Déréglementation
Simplification	Déréglementation
Assouplir les normes comptables	Déréglementation

2.2.3. Troisième axe : l'axiologie

Le troisième axe regroupe un ensemble d'informations considérées axiologiques par le fait qu'elles exhortent à l'action à travers la mise en relief de certaines valeurs morales telles que le courage, la solidarité, la fierté, par exemple. Dans ce contexte, on peut relever le recours à des pratiques discursives relevant de la *politesse* (les hyperboles se présentent comme des FFA^[23]) en mesure de stimuler chez le lecteur une certaine disposition à l'effort, au sens du sacrifice, de la responsabilité. Dans l'énoncé proposé, par exemple, le journaliste met en avant les qualités du peuple espagnol : un peuple de travailleurs sérieux, tenaces et courageux. Le message pourrait être : prenez exemple sur eux et non pas sur les grecs qui se rebellent (« Les Espagnols [...] n'ont rien de commun avec les peuples des Balkans »).

[10] « Avec l'Irlande, l'Espagne a été la plus touchée par la crise financière. Entré bon dernier dans la **tourmente**, le pays sera le dernier aussi à en sortir. [...] Les Espagnols, ces “**Prussiens du Sud**”, **graves, opiniâtres, travailleurs, et aujourd'hui courageux dans l'adversité**, n'ont rien de commun avec les peuples des Balkans. » (Le Figaro, 24/02/2010)

^[23] Sigle pour « *Face Flattering Acts* », in C. Kerbrat-Orecchioni, *Le discours en interaction*, Paris, Armand Colin, 2005.

Considérations conclusives

Cette analyse a permis de relever un discours s'appuyant sur :

1. Les hyperboles qui prennent la forme d' :

- ✓ *Actes d'impolitesse* qui permettent de ne pas remettre en cause le système.
- ✓ *Actes de politesse* qui peuvent aider à obtenir la collaboration, souvent résignée, du lecteur-citoyen.

2. Les euphémismes à travers lesquels on peut :

- ✓ Améliorer la réalité (*correction, ajustement, etc.*)
- ✓ Banaliser la réalité (*essoufflement, turbulences, etc.*)

3. Les hyperboles euphémiques qui permettent le détournement de l'attention du lecteur vis-à-vis de certains sujets menaçants.

Après avoir prêté attention à ces éléments, je reviens à ma question initiale : on nous en dit trop ou pas assez à propos de la crise ? J'aurais tendance à répondre « pas assez » et cela tout simplement parce que, malgré les effets plus ou moins contraignants produits par la rhétorique de la crise, ce qui m'a paru flagrant est l'absence quasi-totale d'un contre-discours s'opposant au néolibéralisme.

Loredana Ruccella

Docteur en Sciences du Langage
Université Paris Ouest-Nanterre-La Défense
Laboratoire MoDyCo

Bibliographie

ALLOUCHE V., *Approche interprétative des discours de presse*, Paris, L'Harmattan, 2012.

AUTHIER-REVUZ J., « Défaut du dire, dire du défaut : les mots du silence », in NORMAND C., SITRI F. (éd.), « Du dire et du Discours. Hommage à Denise Maldidier », in *LINX*, numéro spécial, Paris X, 1996.

BONHOMME M., DE LA TORRE M., HORAK A., *Études pragmatico-discursives sur l'euphémisme. Estudios pragmático-discursivos sobre el eufemismo*, Berne, Peter Lang, 2012.

BONHOMME M., *Les Figures clés du discours*, Paris, Seuil, 1998.

BROWN P., LEVINSON S., *Politeness: some universals in language usage*, Cambridge, Cambridge University Press, 1987.

CHARAUDEAU P., « L'analyse linguistique des discours des médias : apports, limites et enjeux », in *Revue Communication Éditions Nota Bene*, Québec, 2008.

CHARAUDEAU P., « Les conditions de compréhension du sens de discours. », in *Langage en FLE Texte et compréhension, Revue ICI et LÀ*, Madrid, Soc. General Española de Librería, 1994.

DU MARSAIS C., *Des Tropes ou des différents sens*, Paris, Imprimerie de Prud'homme 1811.

FONTANIER P., *Les Figures de discours*, réédition Paris, Flammarion, «Champs Flammarion», 1977.

HORAK A. (éd), *La litote*, Berne, Peter Lang, 2011.

JACOBI D., « Sémiotique du discours de vulgarisation scientifique. », in *Semen*, 2|1985.

JAUBERT A., « Dire et plus ou moins dire. Analyse pragmatique de l'euphémisme et de la litote », in *Langue française*, 2008/4 n° 160.

KERBRAT-ORECCHIONI C., *L'implicite*, Paris, Armand Colin, 1998.

KERBRAT-ORECCHIONI C., *Le discours en interaction*, Paris, Armand Colin, 2005.

KORKUT E., « La Pragmatique et l'Implicite », in *Synergie Turquie*, 1|2008.

PRANDI M., « Una figura testuale del silenzio: la reticenza », in CONTE M.E., GIACALONE RAMAT P. (éd.), *Dimensioni della linguistica*, Milano, Franco Angeli, 1990.

ROUDIÈRE G., *Traquer le non-dit : une sémantique au quotidien*, E.S.F. Éditeur, Issy-les-Moulineaux, 2002.