LES STRUCTURES MÉTONYMIQUES, VECTEUR D'IMPLICITE DANS LA PRESSE ÉCRITE ROUMAINE ET FRANÇAISE

METONYMIES AS IMPLICIT CONTENT
IN THE ROMANIAN- AND FRENCH-LANGUAGE WRITTEN PRESS

(Abstract)

This article aims at describing the mechanism generating implicit contents by means of metonymy in the media discourse in Romanian and French, as well as explaining the way the press readers decipher these significations by completing the explicit semantic content of the linguistic utterances with a complex set of implicit cultural contents shared by the journalist and the reader. The use of metonymy in the media discourse indicates a rhetorical strategy emphasizing the story line and persuading the readers, although there are some types of metonymy which are frequently inserted in articles and therefore considered a feature of the ordinary (that is non technical) language.

Keywords: implicit content (the unsaid), media discourse, metonymy, cultural imaginary.

1. Justification du sujet

Dans cet article, nous nous proposons d'étudier le mécanisme de l'implicite à travers la métonymie, tout en décrivant une typologie de cette figure rhétorique, pour l'illustrer avec un corpus discontinu d'extraits de presse écrite française et roumaine.

L'implicite – réalité incontournable de tout type de communication interhumaine, génératrice d'une grande richesse interprétative et sujet de nombre d'études transdisciplinaires, allant de la linguistique pure à la sociolinguistique, aux sciences cognitives et à la sémiotique – est un procédé argumentatif visant à signaler au récepteur du message une information sous-

BDD-V4300 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:54:32 UTC)

jacente au contenu propositionnel explicite, car, selon Catherine Kerbrat-Orecchioni, «On ne parle jamais directement».

En tant que figures de style au départ de leur classification par les maîtres de la stylistique de l'Antiquité et en tant que productions langagières habituelles dans le discours de presse contemporain, les métonymies sont une stratégie argumentative aux visées tant esthétiques que persuasives. Le discours médiatique, centré sur la réalité immédiate, sur l'actualité, a pour mission et communiquer du savoir, ainsi que des opinions et aider les lecteurs à comprendre cette réalité et leur permettre de saisir la dynamique de la société dans ses formes les plus variées. L'article de presse est un acte de discours et par conséquent, une forme d'action linguistique, socio-institutionnalisée et idéologique.

2. Définition de la métonymie et méthodologie de recherche

Selon *Le grand dictionnaire terminologique* (GDT), la métonymie est une figure de style qui consiste à désigner une réalité par un nom associé à un concept différent, les deux étant liés par un rapport de contiguïté et appartenant au même champ sémantique.

La métonymie est une figure très fréquente, car elle permet une expression courte et frappante, tout en élaborant un sens complexe, beaucoup plus qu'une sorte de raccourci linguistique et référentiel. Exemple classique: *Je bois un verre*, au lieu de dire *Je bois le contenu d'un verre*. C'est un cas d'implicite sémantique (la boisson ou le contenant?) et pragmatique (le savoir encyclopédique et le contexte indiquent aux locuteurs qu'il s'agit, effectivement, de boire le contenu d'un verre).

La métonymie est un métasémème qui opère par contiguïté de sens, un mot ou un syntagme qui modifie les rapports ordinaires entre le signifiant et le signifié, en remplaçant le signe objectif (qui serait employé de manière évidente dans l'énoncé), dans la représentation mentale des participants à l'acte de communication, par un autre signe ayant des propriétés communes avec le premier, mais qui contient, de plus, quelques sèmes supplémentaires et qui représente, lui, une création subjective de l'énonciateur, un plus d'analyse et de synthèse du contenu, un ajout d'esthétique discursive censée singulariser l'énoncé et accroître la force illocutionnaire de l'image produite et par cela, les chances de transfert et de réception efficace du discours.

La métonymie est un signe rhétorique, un indice qui représente une réalité dans un certain univers de croyance ou *imaginaire culturel*, conçu selon le rapport du sujet à la langue et à la réalité. Le texte journalistique fait appel à la métonymie d'abord en tant que figure sémantique et rhétorico-discursive visant à créer un effet stylistique recherché, donc comme stratégie argumentative, et deuxièmement, en tant que mécanisme devenu stéréotype associé à ce type particulier de discours. Il y a certains modèles de métonymie qui sont, par tradition, utilisés dans le discours de presse plutôt que dans le langage

BDD-V4300 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:54:32 UTC)

ordinaire (par exemple, désigner une institution par l'endroit où celle-ci se trouve ou bien une personne ou un groupe de personnes par son pays d'origine ou par son métier/rôle social), grâce au fait que le public cible – récepteur du message – est parfaitement capable de décoder/d'inférer ces indices culturels non-dits, à l'aide de ses connaissances extralinguistiques. Ce mécanisme est identique à travers les langues.

Dans l'analyse du corpus, nous allons dégager également quelques références culturelles qui requièrent du savoir extra-linguistique implicite (non-dit) pour être décodées correctement. Nous considérons ces références comme des indices de l'imaginaire linguistique et culturel représentant un faisceau de données facilement reconnaissables par un connaisseur de la culture en question, comme par exemple *Sèvres*, qui, au-delà d'être le nom d'une ville en France, indique, dans l'imaginaire de tout locuteur du français, la ville où l'on fabrique des porcelaines célèbres, d'où, par métonymie, le nom commun *sèvre*.

Nous nous proposons une démarche empirico déductive: identifier les métonymies dans un corpus de presse écrite française et roumaine portant essentiellement sur l'actualité politique et dégager leur fonctionnement au niveau des genres journalistiques divers (sans pour autant comparer les effets selon le genre), pour rendre compte des effets argumentatifs créés en montrant en structure explicite des contenus similaires à ceux des significations non dites, mais voulues par l'émetteur; nous allons faire une analyse sémantico-syntaxico-pragmatique du corpus choisi, afin d'actualiser les métonymies et les effets rhétoriques produits par cette figure en définissant la situation de communication (la sémiose) avec ses participants, son contexte, son but et ses moyens.

La théorie de la communication expliquée par Emmanuel Marty (2010: 25) place le discours de presse comme résultat d'un processus épistémologique, prenant toujours une place centrale à l'intérieur du système de la société.

Notre analyse du discours de presse se veut entreprendre dans une démarche pragmatique, vu que le discours médiatique est une illustration de l'usage du langage dans la communication. Tout énoncé de presse se lit (et se comprend) en complétant l'énoncé au contenu purement linguistique par toute une série d'hypothèses contextuelles que le lecteur construit implicitement. Le destinataire du message *déduit* une quantité importante d'informations qui ne se trouvent pas *là*, dans le reportage, mais qui ont été acquises par le journaliste, aussi que par le lecteur et qui existent dans l'univers de croyance de chacun.

Du point de vue du modèle d'analyse pragmatique, nous pouvons considérer le discours comme un acte «inséré dans un espace-temps donné», alors que «le contexte n'est pas autour du message, mais fait partie du message». «Le sens du message émerge de la confrontation d'un individu avec une situation donnée. La situation pèse sur le champ des possibles offerts à l'individu, mais

BDD-V4300 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:54:32 UTC)

en contrepartie l'individu tend à accroître sa prise sur les situations, et la communication est le vecteur de ce double processus» (Marty 2010: 28). La communication obéit, dans cette perspective pragmatique, aux lois des actes de langage. Aux énoncés référentiels qui composent le discours du reportage, on superpose une métacommunication engagée entre le journaliste et son lecteur à partir des contenus implicites partagés par les deux; il s'agit de contenus propositionnels qui font partie de l'univers de croyance de l'énonciateur, aussi bien que de celui du destinataire du message de presse, qui sont communiqués à travers une structure sémantico-syntaxique contenant d'autres informations au niveau explicite. Le contenu non dit est pourtant compris et accepté par le lecteur, qui possède les clés du décodage référentiel dans son imaginaire culturel – l'ensemble des savoirs encyclopédiques d'un participant à l'acte d'énonciation, détermine par son vécu dans une certaine culture ou civilisation. C'est le sens de la «force illocutoire d'Austin», par laquelle la finalité ou la fonction pragmatique du discours s'accomplit par le discours de presse même, déterminant le mode d'organisation macrostructurale, la présence et la fréquence de certains actes de discours et de certaines stratégies discursives dans l'article de presse, ayant pour but d'informer le public, mais aussi de le convaincre, l'inciter, l'amuser, l'instruire, le séduire ou bien l'émouvoir. Selon Quéré (1984: 67), cette métacommunication «a pour fonction de réduire l'indétermination du contenu propositionnel du message en spécifiant la relation interpersonnelle dans laquelle les interlocuteurs s'engagent, c'est-à-dire, en définitive, en actualisant un jeu de rôles socialement institués», voire celui de vecteur de diffusion de l'information et celui de récepteur du produit médiatique.

Passons à présent en revue quelques théories rhétoriques de la métonymie.

Si la plupart des traités de rhétorique ancienne n'ont pas donné une définition satisfaisante de la métonymie, mais une simple énumération de sa typologie (Quintilien la plaçait dans la classe des figures par suppression et ajout de traits distinctifs de sens, en vertu d'une correspondance qualitative entre ces composantes); si, encore, Roman Jakobson considère la métonymie un processus mental d'association en vertu de la contiguïté de sens, qui aide à structurer l'organisation de la pensée (en dichotomie avec la métaphore, qui repose sur la similarité entre les notions), la *Rhétorique générale* du Groupe μ (1974: 172–173) la définit comme étant un métasémème, une figure rhétorique de substitution qui repose sur un processus fondamental de la nomination qui, au lieu de désigner directement une réalité, l'évoque indirectement par *association* à une réalité contiguë du point de vue spatial, temporel ou bien causal (une relation de cause à effet, de contenant à contenu, de partie à tout, d'objet à la matière etc., entre les deux notions). Des courants plus modernes tels la théorie cognitiviste montrent que, loin de caractériser le déploiement du discours, la métonymie est considérée comme un processus structurant l'organisation de la pensée et que, loin de produire par lui-même

BDD-V4300 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:54:32 UTC)

des métonymies, le langage se contente de reproduire des métonymies conceptuelles qui lui préexistent, à travers un processus de pensée inférentielle. Des modèles de métonymies dans le langage reflètent des modèles de pensées métonymiques.

Les métonymies, figures du discours qui renferment du non-dit car le référent manque de l'expression pour faire place à son description (l'accent est mis sur l'aspect du référent le plus frappant pour l'énonciateur) s'inscrivent dans des modalités énonciatives marquées stylistiquement. Nous allons étudier ces figures de style en tant qu'opération sémantique à effets pragmatiques de marquage stylistique qui se manifeste aussi dans le texte de presse. Cette pratique discursive s'inscrit parmi les modalités énonciatives spécifiques de la presse écrite – produit informatif et persuasif à la fois. Selon Dan Dobre (1999: 12), la presse «est un *signe global sémantico-syntaxico-pragmatique* à autoréglage, sous-système de base de la structure socio-politique de toute société démocratique».

Au cours de notre analyse, nous avons pu constater que le mécanisme métonymique produit dans la presse surtout des exemples lexicalisées. Des métonymies du type «pays/région pour son dirigeant/son gouvernement/sa diplomatie/son équipe de football ou autre sport/son armée/ses hommes de culture» sont employées quotidiennement dans le discours journalistique, en vertu du non-dit que les récepteurs du message sont parfaitement capables de déchiffrer. Dans ce sens, on conclut que les métonymies du discours médiatique sont lexicalisées, voire utilisées très souvent et entrées dans le vocabulaire de base des locuteurs contemporains car elles témoignent de la façon de penser métonymique théorisée par Jakobson. Les lecteurs des journaux ne sont plus surpris, de nos jours, de lire plusieurs désignations successives pour un certain référent (par exemple: *la France a signé tel traité… Paris a organisé les préparatifs… le président de la République a déclaré…*, pour désigner la même entité: *l'administration présidentielle* en tant que *représentant du peuple français*); ces désignations constituent des paraphrases des contenus, ayant une fonction anaphorique pour éviter les répétitions fâcheuses du même mot. Les exemples (1) et (2) représentent des cas classiques dans l'expression de presse.

(1) *Un **Occident** très méchant qui n'aime pas les musulmans* (*Le Figaro*).

Lire: «les citoyens des pays de l'Europe Occidentale» – pays envahis par une population musulmane nombreuse, fidèle à une culture, religion et mentalité différentes par rapport à celles des pays d'accueil et qui se rallient dans une entité appelée *Occident* pour se faire le symbole du monde civilisé.

(2) *Le traité du Touquet, signé en 2003 entre la **France** et le **Royaume-Uni**, définit la politique migratoire entre les deux pays et leur coopération* (*Le Monde*).

BDD-V4300 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:54:32 UTC)

Les accords du Touquet ont été signés par les représentants de l'époque des deux pays, lors du 25e Sommet franco-britannique. Par métonymie, deux individus qui assurent une fonction d'état pour une période clairement définie (un mandat ou plus) de quelques mois ou quelques années sont, au niveau de l'énonciation, les symboles et les indices culturels reconnus par les destinataires du message en tant que représentants officiels de deux pays qui, eux, constituent des entités stables et de longue durée dans l'histoire.

3. Typologie de la métonymie

Avec la métonymie, il y a un glissement de référence implicite d'un objet à un autre, en raison de la contiguïté entre les deux objets. L'on constate, avec Catherine Kerbrat-Orecchioni (1986), que les effets d'un tel phénomène sont mystérieux, mais certains, car, du point de vue de l'encodage, l'implicite est un moyen d'économie dans la langue, tandis que dans la perspective du décodage, l'implicite témoigne de l'originalité et de la complicité qui existe entre les interlocuteurs, capables d'enlever l'indétermination interprétative et de compléter la compréhension totale de l'énonciation par les informations non dites.

Selon Oswald Ducrot (1984), le dispositif de l'implicite comporte un posé (simultané avec l'énonciation: le mot ou l'expression produite explicitement par l'émetteur), un présupposé (une information antérieure: pour boire un liquide à l'aide d'un verre, il est nécessaire que ce liquide existe dans le verre) et l'implicite (une postériorité, sous-entendu: on boit le contenu, non pas le contenant). Le processus de la métonymie s'explique par une ellipse (*J'ai bu* le contenu *d'un verre*) et c'est l'ellipse qui définit le rapport qui caractérise chaque catégorie de métonymie, que nous allons illustrer par la suite avec quelques exemples.

La partie pour le tout:

(3) ***Moscova*** *şi* ***Beijingul*** *au pus bazele unui parteneriat strategic prin care cele două mari puteri se angajeaza să creeze o nouă ordine mondială multipolară.* A…] *Ambele puteri detestă intenţiile* ***Washingtonului*** *de a promova liberalismul în lume* (*Ziarul Financiar*).

Les trois noms de capitales désignent, par métonymie, leurs pays respectifs et encore, le lecteur déconstruit l'information et l'interprète en la complétant avec ce qui n'est pas dit, voire que, malgré le sujet syntaxique «capitale» de la phrase, le vrai sujet lexical, ou, autrement dit, l'agent qui accomplit l'action du verbe est [+ humain] – les dirigeants ou les représentants de la Russie et de la Chine ont conclu un partenariat contre les actions menées par les représentants des Etats-Unis. Ce choix lexical montre que le journaliste a l'intention de mettre l'accent sur le pays et non pas sur ses représentants qui

BDD-V4300 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:54:32 UTC)

assurent une fonction pour une période limitée. Le non-dit surgit à l'esprit du lecteur, en lui rappelant à l'instant même de la lecture tout un imaginaire culturel contenant les valeurs rattachées aux pays en question, aussi bien que l'image des rapports de force entre ces grands pouvoirs du monde, image qui justifie, à l'esprit du lecteur, pourquoi tel pays a fait telle action (par l'intermédiaire de ses représentants).

L'espèce pour l'individu:

(4) *«**Hippocrate** ou **Harpagon**?»* (*Le Monde diplomatique*).

L'exemple (4) met à l'œuvre des *antonomases*, figures qui servent à désigner une personne par sa nationalité, sa typologie, son métier, un défaut ou une qualité etc.: *Hippocrate* est un prototype de *médecin*, alors que *Harpagon* est devenu synonyme de *l'avare*, d'après le personnage homonyme de Molière, qui était avare. Ces symboles se sont si nettement imposés dans le mental collectif, que tout locuteur sait décoder la métonymie parfaitement, quoiqu'il y ait d'autres personnages avares dans la littérature ou le théâtre.

L'auteur pour l'œuvre:

(5) *La Clubul Ţăranului va avea loc evenimentul „Tolstoi citind **Shakespeare**"* (*Gândul*).

L'énoncé numéro (5) est un cas classique de métonymie, construite en vertu de la compréhension mutuelle de l'énonciateur et du récepteur de l'idée qu'il s'agit bien de *l'œuvre* ou bien d'*une certaine œuvre* de Shakespeare et non pas de la personne de l'écrivain. On désigne souvent des créations littéraires, musicales, plastiques ou architecturales particulières par le nom de leur créateur. Remarquons, pourtant, que malgré les structures de surface identiques (Tolstoi *[+nom d'écrivain]*, Shakespeare *[+nom d'écrivain]*), les structures sémantiques profondes sont différentes (Tolstoi *[+nom d'écrivain]*, Shakespeare *[+œuvre de cet écrivain]*).

Le signe pour la chose:

(6) *Le nouveau roi Felipe VI est monté sur le trône* (*Tribune de Genève*).

Le trône est généralement accepté et reconnu comme étant le symbole de la royauté. Le savoir encyclopédique du lecteur comble le non-dit de l'énoncé, lui indiquant qu'il ne s'agit bien évidemment pas de l'action physique de s'asseoir sur un siège royal, mais le fait pour un héritier dynastique de prendre ses fonctions en tant que monarque.

BDD-V4300 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:54:32 UTC)

Contenant pour le contenu / le siège pour l'institution:

(7) *Du **quai d'Orsay** à la **Coupole**, il a suffi à M... de passer **l'habit vert*** (*Le Point*).

Le «Quai d'Orsay» désigne la fonction de ministre par le lieu de son exercice, voire le Ministère des Affaires Etrangères, alors que «la Coupole», c'est l'Académie Française et «l'habit vert», les vêtements symboliques des membres de l'Académie qui sont un indice culturel en soi, renfermant tout un savoir culturel au sujet des immortels qui n'est pas exprimé explicitement dans le texte. Cette formulation figurée témoigne également de l'attitude un peu précieuse des intellectuels qui n'emploient pas un langage ordinaire, dénotatif.

(8) *Syrie: le bras de fer continue entre **Moscou** et **Washington**. Selon **Barack Obama**, il faut remplacer **Bachar el-Assad** pour lutter contre l'État islamique; selon **Vladimir Poutine**, il faut au contraire coopérer avec lui* (*Le Point*).

Les noms de capitales, en tant que siège du gouvernement et de toute décision politique importante pour la nation en cause, désignent en fait les pays associés. On ne saurait pas s'imaginer que les villes de *Moscou* et de *Washington* pourraient se rencontrer physiquement pour des débats, le cas d'un glissement majeur de la plaque tectonique ayant pour effet le rapprochement des deux unités géographiques est, de toute évidence, à exclure! Ensuite, le même procédé apparaît dans le contenu de l'article, lorsque ces pouvoirs politiques sont explicités par la personne qui assure la fonction de président de pays pour une certaine période. Les présidents sont la manifestation synchronique de leurs pays (les Etats-Unis, la Syrie et la Russie, respectivement), qui, eux, symbolisent l'esprit national au long du temps, de manière diachronique.

L'instrument pour l'agent:

(9) *Mon concerto choisit pour protagonistes **le premier violon** et **le violoncelle** et les projette dans une relation instinctive, comme lorsque se rencontrent deux personnages d'un opéra* (*Le Figaro*).

Dans le jargon des musiciens, on associe et désigne souvent les personnes jouant d'un certain instrument à l'instrument lui-même. Le contexte [+ animé] nous indique, pourtant, qu'il s'agit des musiciens et non pas des instruments.

BDD-V4300 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:54:32 UTC)

Le lieu d'origine pour le produit:

(10) *Joseph Drouhin este unul dintre cei mai buni producători de* ***bourgogne*** (*Cotidianul*).

Les métonymies peuvent être considérées comme *des indices culturels* si elles renferment tout un savoir sur le terme de départ, le terme d'arrivé et la correspondance (la relation métonymique) entre les deux; ce savoir encyclopédique doit être partagé par le journaliste et par le lecteur pour que le message puisse passer. C'est le cas des noms propres devenus des noms communs (il y en a des centaines): *Camembert* (lieu en Normandie) – *camembert* (fromage plat et rond à pâte molle) en roumain, comme en français; *Cachemire* (province située entre l'Inde et le Pakistan) – *cachemire*, avec minuscule (tissu) en français et *caşmir* en roumain; *La Champagne* (région) – *le champagne* (vin pétillant) et *şampanie*; *Cologne* (la ville de Köln, en Allemagne) *(eau de) cologne* (parfum) et *colonie* respectivement. L'exemple (10) est un cas de métonymie qui désigne un produit ou une création spécifique à un endroit par le nom de l'endroit, devenant ainsi un indice culturel rattaché à tout un imaginaire (implicite, bien-sûr) décodé ou *traduit* dans une clé sémantique et pragmatique à l'aide du savoir concernant cet indice-là.

La matière pour l'objet:

(11) ***Un bronze*** *de Rodin vendu 260 000 euros* (*Le Monde*).

Il s'agit d'une statue en bronze, syntagme qui garde du groupe nominal uniquement la précision de la matière et laisse de côté le noyau même du groupe, car il n'y a pas de raison qu'un lecteur avisé puisse penser à… une boîte de conserve en bronze, par exemple, sculptée par ce maître de la sculpture moderne.

4. Conclusions

Les figures de style augmentent le sensationnel de l'événement/du personnage décrit dans la presse. Les journalistes font si souvent appel aux métonymies (et encore aux métaphores, aux proverbes – parfois mal interprétés – et aux jeux de mots, tous ces mécanismes reposant sur l'implicite culturel et pragmatique) afin d'inciter le public à consommer le produit médiatique, s'il s'agit de placer les tropes dans le titre de l'article ou du reportage télévisé, ou bien pour obtenir la connivence et finalement l'adhésion des lecteurs au contenu informatif transmis en vertu des connaissances communes.

L'analyse stylistique démontre que les métonymies non-lexicalisées jouent un rôle important dans le discours journalistique: (a) elles soulignent des aspects du sujet de presse qui sont pertinents du point de vue pragmatique ou

BDD-V4300 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:54:32 UTC)

intéressants du point de vue stylistique, (b) orientent le processus d'inférence pragmatique dans l'interprétation textuelle, (c) créent de la variété référentielle et augmentent la cohésion et la cohérence du texte.

Comme les médias ont pour fonction d'informer, distraire et cultiver à travers leurs effets émotifs et cognitifs, les conclusions de cette étude nous amèneront à démontrer le besoin intrinsèque de l'écriture journalistique de se réinventer et de s'enrichir en permanence par des moyens lexico-discursifs tels la métonymie afin de d'être un produit d'actualité (voire utile) pour ses consommateurs, pour stimuler la curiosité (à travers le mystère du non-dit) et orienter l'action sociale. Tous ces rôles réaffirment le caractère subjectif et implicite de l'acte de communication particulier qui est la presse écrite.

Beaucoup plus qu'être une simple figure du discours, la métonymie (tout comme d'autres figures fréquentes dans le discours de presse actuel) sert à établir des rapports de cohérence au niveau du texte, ce qui veut dire que, du point de vue cognitif, les textes dépendent des figures rhétoriques. L'expression métonymique (y compris le non-dit correspondant, qui se forge de manière indissociable dans le texte) constitue un procédé cognitif et discursif qui sert à structurer les informations.

La métonymie est un mécanisme nécessaire au style journalistique et non pas un artifice, ni une mode passagère. La présence de cette figure dans le texte de presse est justifiée dans une perspective cognitive et psychologique, plutôt que rhétorique, vu le nombre important de métonymies lexicalisées et « banalisées » par un usage fréquent dû aux contiguïtés de sens prévisibles, qui ne requièrent pas un gros effort d'imagination de la part du lecteur. L'intérêt d'utiliser des métonymies dans le discours médiatique est qu'elles contribuent à transmettre des informations nuancées de manière efficace, claire et rapide.

BIBLIOGRAPHIE

Dobre, Dan, 1999, *Préliminaires à une sémiotique de la presse. Le quotidien,* Bucarest, les Editions de l'Université de Bucarest.

Ducrot, Oswald, 1984, *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.

Groupe μ, 1974, *Retorică generală*, traduction par A. Constantinescu et I. Littera, Bucureşti, Univers.

Kerbrat-Orecchioni, Catherine, 1986, *L'implicite*, Paris, Armand Colin.

Marty, Emmanuel, 2010, *Journalismes, discours et publics: une approche comparative de trois types de presse, de la production à la réception de l'information*, Toulouse, Université Toulouse le Mirail.

Quéré, Louis, 1984, «L'oubli de la communication dans la science des communications», dans *Réseaux*, 2 (8), p. 53–76.

BDD-V4300 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:54:32 UTC)

ABRÉVIATIONS BIBLIOGRAFIQUES

GDT: *Le Grand Dictionnaire Terminologique* [http://www.granddictionnaire.com/].

Claudia-Iulia VOEVOZEANU
Université de Bucarest

BDD-V4300 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:54:32 UTC)