

UNIVERSITÉ BABEŞ-BOLYAI DE CLUJ-NAPOCA
FACULTÉ DES LETTRES
DÉPARTEMENT DE LANGUE ROUMAINE ET LINGUISTIQUE GÉNÉRALE

Thèse de doctorat

**LA MÉTAPHORE ET SES FONCTIONS DANS LE
DISCOURS DES BANQUES ROUMAINES : UNE
APPROCHE SOCIO-COGNITIVISTE**

Directeurs de thèse :

Prof. Dr. Elena DRAGOŞ

Université Babeş Bolyai de Cluj-Napoca, Roumanie

Prof. Dr. Michael KELLY

Université de Southampton, Grande Bretagne

Doctorant :

Bianca (MORAR) TOMONI

Cluj-Napoca

2012

Table des matières

1. QUELQUES MOTS INTRODUCTIFS. LA NÉCESSITÉ ET LES OBJECTIFS DE LA THÈSE

2. APPROCHES THÉORIQUES DE LA MÉTAPHORE

2.1. APERÇUS THEORIQUES SUR LA METAPHORE : DE LA RHÉTORIQUE CLASSIQUE AU SOCIO-COGNITIVISME

2.1.1 La métaphore chez Aristote. Points de vue traditionnels

2.1.2 Les approches pragmatiques

2.1.3. Les approches philosophiques – précurseurs du cognitivisme

2.1.4 Les approches interactives

2.1.5 Les propos de Reddy et leur importance dans la formulation des théories cognitivistes

2.1.6 La théorie des métaphores conceptuelles

2.1.7 Développements ultérieurs : la théorie de l'intégration conceptuelle

2.1.8 Aperçus actuels sur la métaphore. Les approches socio-cognitivistes ou « pragmatiques - discursives »

2.1.9 Les approches fonctionnelles. La métaphore grammaticale et ses fonctions

2.2 LA MÉTAPHORE DANS LE DISCOURS ÉCONOMIQUE

2.2.1 Les fonctions de la métaphore dans le discours économique

2.2.1.1 La fonction heuristique et pédagogique

2.2.1.2 La fonction rhétorique

2.2.1.3 La fonction textuelle

2.2.2 Métaphores récurrentes dans le discours économique. L'état de la métaphore économique dans les analyses contrastives

3. ASPECTS TERMINOLOGIQUES ET MÉTHODOLOGIQUES

3.1 Discours économique ou financier ? Quelques clarifications terminologiques

3.2. Présentation du corpus et justification du choix

3.3. Les méthodes d'analyse

4. ANALYSE DES MÉTAPHORES DANS LE DISCOURS FINANCIER-BANCAIRE :
RÉSULTATS et DISCUSSION

4.1. Résultats

4.2. Types de métaphores prédominants : discussion des résultats

4.2.1 Les métaphores ontologiques – la conceptualisation de l’argent en tant qu’entité en mouvement

4.2.1.1 L’argent en tant que personne qui a besoin de soins et de protection

4.2.1.2 L’argent en tant que ressource militaire. Le scénario de la force physique

4.2.1.2 L’argent en tant que substance liquide, objet flottant ou sédiment. Le scénario du ruisseau

4.2.2 La conceptualisation des produits et des services financiers en tant qu’entités

4.2.3 D’autres métaphores ontologiques – la conceptualisation de l’économie et des institutions financières en tant qu’entités

4.2.4 La métaphore de la force physique et la métaphore sportive

4.2.5 Les métaphores mécaniques et celles aquatiques

4.2.6 Les métaphores du domaine des constructions

4.2.7 D’autres conceptualisations détectées dans le corpus

4.2.8 Métonymies

4.3. L’analyse syntaxique : résultats et discussion

5. DISCUSSION SUPPLÉMENTAIRE. CONCLUSIONS ET VOIES DE RECHERCHE ULTÉRIEURE

BIBLIOGRAPHIE

INDEX DES MÉTAPHORES

ANNEXES

Annexe 1 – Liste des conceptualisations dans le logiciel NVivo – conceptualisations appartenant à la langue roumaine en général

Annexe 2 – Liste des conceptualisations dans le logiciel NVivo – conceptualisations caractéristiques du discours financier-bancaire

Annexe 3 – Liste des expressions métaphoriques correspondantes aux conceptualisations discutées dans la thèse

Annexe 4 – Le corpus

Mots-clefs:

métaphore conceptuelle, langage économique, banques, persuasion, cohésion, cohérence, cognitivisme, métaphore grammaticale

RÉSUMÉ

Le langage financier est traditionnellement inclus dans la catégorie du langage scientifique. Aussi est-il perçu en général comme très objectif et rigoureux. Son style est d'habitude caractérisé comme étant sobre, dépourvu de métaphores, de métonymies ou d'autres expressions figuratives

L'hypothèse qui a constitué la base de cette thèse c'est que cette perception ne correspond pas toujours à la réalité. Notre expérience d'employé bancaire nous a permis d'observer que le langage des banques fait fréquemment recours à des formules d'expression créatives, dont les fonctions ne se limitent nullement à la présentation ou à l'explication des faits économiques. Nous avons remarqué que, malgré les prétentions à la rigueur et l'objectivité scientifique, ce langage s'avère souvent subjectif, manipulateur et créatif.

A travers nos lectures, nous avons découvert une notion qui, appliquée au discours économique (ou le cas échéant à notre corpus de documents bancaires), serait susceptible de démontrer tous les aspects ci-dessus : la métaphore conceptuelle. Proposée pour la première fois par George Lakoff et Mark Johnson (1980), cette théorie est venue remplacer les approches antérieures par une vision nouvelle, révolutionnaire, qui attribue la métaphore au domaine de la pensée. Du coup, la métaphore a cessé d'être envisagée uniquement comme phénomène esthétique et est devenue révélatrice de manières de penser récurrentes. C'est surtout ce pouvoir d'illustrer la pensée qui nous a conduit à choisir la métaphore conceptuelle comme instrument théorique pour notre recherche.

Bien que le cadre global de notre analyse ait une orientation essentiellement cognitiviste, nous avons également tenu compte des développements plus récents de cette théorie qui analysent la métaphore non seulement dans ses dimensions cognitives, mais aussi dans ses dimensions socioculturelles. D'après ces approches, la métaphore reflète les intérêts, l'origine et les caractéristiques de ses utilisateurs et se constitue souvent dans un instrument de persuasion et de maintien du pouvoir et des relations sociales. Ces idées remontent en fait aux représentants de l'analyse critique du discours selon lesquels le langage à la fois reflète et influence la réalité sociale :

There is not an external relationship 'between' language and society, but an internal and dialectical relationship. Language is a part of society; linguistic phenomena *are* social phenomena of a special sort, and social phenomena *are* (in part) linguistic phenomena. (Fairclough 1989: 23 *emphase originale*)

Une autre théorie qui aurait, d'après nous, le potentiel de dévoiler des motivations et des objectifs occultes, est celle de la métaphore grammaticale, formulée par M.A.K. Halliday et ses adeptes (Halliday 1994, Halliday et Matthiessen 1999, Thompson 2004). Ses partisans soutiennent que la métaphore conceptuelle manifestée au niveau lexical est accompagnée par un autre type de métaphore qui se manifeste au niveau syntaxique et qui consiste dans la sélection d'une classe grammaticale alternative (le plus souvent d'une forme nominalisée). Son utilisation est, d'après ces auteurs, destinée à limiter l'accès au savoir (donc à préserver des éventuelles relations de pouvoir), ainsi qu'à persuader l'audience en présentant les informations comme des vérités incontestables. Ces caractéristiques, doublées par le fait que la nominalisation est l'une des formes d'expressions typiques du discours financier, nous ont fait compléter notre analyse des métaphores conceptuelles par une analyse syntaxique des expressions métaphoriques identifiées *a priori*.

Ces différentes approches nous ont aidées aussi à accomplir nos objectifs plus spécifiques. Un tel objectif a été par exemple de vérifier la relation entre la sélection métaphorique et le contexte, le type et le thème du document, ainsi que les participants à la situation de communication. Une autre hypothèse que nous avons voulu vérifier à travers notre recherche est liée au fait que, d'après nous, les textes financiers-bancaires présentent des différences significatives (en matière de métaphores) par rapport aux textes de l'économie générale, ce qui indique le besoin qu'ils soient traités de manière séparée, comme appartenant à un type de discours distinct. En outre, nous avons voulu vérifier les constats de Halliday et de Matthiessen relatifs au fait que la métaphore lexicale est souvent accompagnée par une métaphore grammaticale (Halliday et Matthiessen 1999: 234). Notre intention a été aussi de vérifier s'il y a des relations entre le type de métaphore et la catégorie syntaxique. Enfin, un dernier objectif a été de voir en quelle mesure les effets des expressions métaphoriques lexicales sont influencés (renforcés/atténués) par les structures grammaticales de la phrase.

L'organisation de notre thèse reflète entièrement ces intentions, également présentées au début de la thèse, dans le cadre du **premier chapitre**. Il s'agit ici d'un chapitre introductif, destiné à présenter les prémisses et les objectifs de la recherche, le cadre théorique d'analyse, la structure et l'originalité de la thèse. Le **deuxième chapitre** présente de manière détaillée les approches mentionnées auparavant, ainsi que notre parcours théorique global. Il est partagé en deux sections. Dans la première section, nous commencerons par exposer les principales approches de la métaphore, en partant des idées d'Aristote, en passant par les approches pragmatiques et par les différentes théories qui ont anticipé l'avènement des approches cognitivistes (les approches philosophiques, la vision interactive de I.A. Richards

et de Max Black, les propos de Michael Reddy) et en arrivant aux théories mentionnées ci-dessus : la théorie des métaphores conceptuelles et ses développements ultérieurs (y compris la théorie de l'intégration conceptuelle de Gilles Fauconnier et Mark Turner) et la théorie de M.A.K. Halliday relative à la métaphore grammaticale. Ces approches qui forment le fondement de notre thèse ont, bien sûr, reçu une attention particulière et un espace plus vaste de discussion.

Dans la deuxième section de ce chapitre nous nous sommes concentrée sur la métaphore économique et ses fonctions dans le discours, ainsi que sur les différents types de conceptualisations signalés par les chercheurs du discours économique anglais, français, néerlandais, espagnol, italien, allemand et, plus rarement, roumain. Ainsi, les linguistes et les économistes ont montré que le discours économique fait largement recours aux métaphores. McCloskey, par exemple, considérait que la pensée économique est une pensée essentiellement métaphorique : « each step in economic reasoning, even in the reasoning of the official rhetoric, is metaphoric. » (McCloskey 1986: 75)

Les raisons de l'utilisation des métaphores sont diverses. Henderson pensait que la métaphore joue un rôle important dans la stylistique, l'enseignement, l'organisation du langage, la formulation des hypothèses, l'argumentation et la narration (Henderson 1993: 343). Tout comme d'autres chercheurs (par exemple Skorczinska et Deignan: 2006), il pensait que la métaphore a contribué aussi au développement du vocabulaire standard de l'économie (Henderson 1993: 358). Le rôle de la métaphore dans l'argumentation et la persuasion a été montré par plusieurs chercheurs (par exemple Boers et Demecheleer: 1995, Boers: 1997, Boers et Demecheleer: 1997, Boers: 2000, Charteris-Black et Ennis: 2001, Charteris-Black et Musolff: 2003, Charteris-Black: 2004, Koller: 2004, 2005, 2009). Selon McCloskey (1986), l'un des principaux buts des économistes c'est de persuader leur audience à l'égard des phénomènes économiques et, pour cela, ils font souvent appel à la métaphore (McCloskey 1986: 62). Enfin, plusieurs auteurs ont remarqué le rôle joué par la métaphore dans la cohérence et la cohésion des textes économiques (e.g. Boers: 2000, Koller: 2004, 2005, Alejo: 2009, White et Herrera: 2009).

En ce qui concerne les métaphores conceptuelles le plus souvent mentionnées par les chercheurs du discours économique anglais, mais aussi par les chercheurs du discours français, néerlandais, allemand, italien et espagnol, elles sont liées à l'organisme (y compris celle de la santé), au combat (elles-mêmes subordonnées à la métaphore de l'organisme), à la mécanique, à l'eau et au sport. Le tableau ci-dessous fait une synthèse de tous ces types de métaphores :

Le Tableau n° 1 – Métaphores récurrentes dans le discours économique

METAPHORE ORGANIQUE (HUMAINE, ANIMALIERE ou VEGETALE)

Koller (2004, 2005), Smith (1995), Charteris-Black (2000, 2004), Charteris-Black et Ennis (2001), Charteris-Black et Musolff (2003), Boers et Demecheleer (1995, 1997), Boers (1997, 2000), White (1997, 2003), White et Herrera (2009), Ho (2009), Alejo (2009), Henderson (1993, 2000), Pessali (2006), Skorczynska et Deignan (2006), Semino (2002), Resche (2006)

METAPHORE DE LA GUERRE

White (1997, 2003) Charteris-Black (2004), Charteris-Black et Ennis (2001), Charteris-Black et Musolff (2003), Eubanks (1999), Boers et Demecheleer (1995, 1997), Boers (2000), Smith (1995), Koller (2004, 2005)

METAPHORE MECANIQUE

White (2003) Boers (2000) Skorczynska et Deignan (2006), Pessali (2006), Boers et Demecheleer (1995) Henderson (1993), McCloskey (1986), Charteris-Black et Ennis (2001), Alejo (2009), Semino (2002), Resche (2006)

METAPHORE AQUATIQUE

Ho (2009), Charteris-Black (2000, 2004), Charteris-Black et Ennis (2001), Henderson (1993, 2000), Alejo (2009), Boers (2000), Skorczynska et Deignan (2006), O'Connor (1998)

METAPHORE SPORTIVE

Koller (2004), Smith (1995), Skorczynska et Deignan (2006), Charteris-Black (2004), Semino (2002)

AUTRES TYPES DE METAPHORES

Métaphores du voyage (Boers et Demecheleer 1995, 1997, Eubanks 1999, Semino 2002, Skorczynska et Deignan 2006)

Métaphores « gazeuses » (O'Connor 1998, Charteris-Black et Ennis 2001, Charteris-Black 2004)

Métaphores du contenant (Semino 2002, Alejo 2009)

Métaphores météorologiques (Charteris-Black et Ennis 2001, Charteris-Black 2004)

Métaphores politiques et religieuses (Koller 2009)

Quelques unes des conceptualisations présentées ci-dessus se retrouvent aussi dans les quelques études existantes sur le discours économique roumain. Dans son analyse comparative du langage boursier anglais et roumain, Teodora Ghivirigă a remarqué que la valeur des produits boursiers (les actions, les obligations) est souvent présentée en tant qu'entité en mouvement (Ghivirigă 2007). Une autre étude comparative menée par Adina Nicolae a mis en évidence l'existence, dans les articles financiers roumains et anglais, d'expressions métaphoriques liées au domaine de la santé, y compris d'expressions indiquant que l'économie est conceptualisée en tant que patient et que les difficultés économiques sont conceptualisées en tant que maladie (Nicolae 2006). Angela Rogojanu (2003), dans son livre intitulé *Comunicare și limbaj economic*, passe en revue quelques métaphores consacrées du discours économique (e.g. la « main invisible »), mais aussi quelques expressions empruntées à la physique, au sport et au domaine militaire. Il faut mentionner cependant que ces études

ne comprennent pas d'analyses quantitatives et ne peuvent donc pas mener à des généralisations valables pour le discours économique en sa totalité et d'autant moins pour celui bancaire.

Le **troisième chapitre** a pour but de présenter (et de justifier) notre corpus et notre méthodologie d'analyse, ainsi que de clarifier quelques aspects terminologiques.

Ainsi, notre recherche a été effectuée sur un corpus formé de 74 documents (dont un seul oral et le reste écrits) issus par la Banque Nationale Roumaine (BNR), mais aussi par trois banques commerciales : Raiffeisen Bank (RZB), Unicredit Bank (UNI) et Banque Transylvanie (BT). Les documents sont de différents types (discours et interviews, communiqués de presse et dépliants) et sont issus avant et pendant la crise financière actuelle (dans la période 2007 - 2009). Au total 49977 mots, dont 24030 mots dans le corpus d'avant-crise et 25947 mots dans les documents issus pendant la crise.

Tous ces documents ont été choisis dans le but de nous aider à vérifier les hypothèses de notre recherche. Par exemple, les documents de la BNR ont eu comme but de montrer la différence entre le discours économique et celui bancaire, leur auteur, le gouverneur Mugur Isărescu, étant plutôt un économiste et un académicien qu'un banquier. L'utilisation de documents issus par trois banques commerciales différentes, l'utilisation de différents types de documents, ainsi que leur sélection basée sur des critères de similarité thématique, a été motivée par notre intention de vérifier en quelle mesure les caractéristiques de chaque banque (type de banque, origine, objectifs), le type et la thématique du document influencent le choix des métaphores. En même temps, la sélection de documents issus avant et pendant la crise financière actuelle a été influencée par notre désir d'investiguer l'effet du contexte sur le choix et l'emploi des métaphores.

La sélection du corpus a été suivie par l'analyse proprement-dite : dans une première phase par une analyse du type socio-cognitiviste et ensuite par une analyse syntaxique des expressions métaphoriques identifiées. L'analyse du type cognitiviste a compris elle aussi plusieurs étapes : l'identification et la classification des expressions métaphoriques selon les domaines-source et le degré de conventionalité ou de créativité, la détermination des correspondances ontologiques (*mappings*), la dérivation et la hiérarchisation des métaphores conceptuelles (en « métaphores-clefs », métaphores conceptuelles et sous-métaphores), l'analyse des relations entre les différents concepts, l'analyse quantitative des expressions métaphoriques (fréquence, collocations), l'interprétation des résultats en fonction du contexte, des participants, des types de documents et du thème.

Pour l'identification des expressions métaphoriques nous avons fait appel à la procédure d'identification des métaphores (MIP) proposée par les chercheurs du groupe Pragglejaz⁽¹⁾ (2007), mais nous avons tenu compte aussi des changements proposés par Steen *et al.* (2010). Pour la dérivation des métaphores conceptuelles, nous avons pris en compte les suggestions de Steen (1997). Bien que la plupart de ces étapes aient été faites à la main, pour les analyses quantitatives nous avons fait appel à deux logiciels de traitement linguistique: QSR NVivo SP4 et Wordsmith Tools version 5. En plus, pour la vérification du domaine source, nous avons fait appel à des dictionnaires généraux, comme le « Dictionnaire Explicatif de la Langue Roumaine » (DEX) et, parfois, même à des dictionnaires étymologiques, comme le « Dictionnaire Etymologique de la Langue Roumaine » rédigé par Alexandru Ciorănescu.

Le **chapitre suivant** expose les résultats de notre analyse et leur interprétation. Ainsi, notre analyse qualitative a révélé une densité métaphorique impressionnante. Au total, 5829 expressions métaphoriques (soit une métaphore tous les 9 mots ou bien 116.63 expressions métaphoriques/1000 mots), dont 5050 semblent être caractéristiques du discours financier, le reste appartenant plutôt à la langue roumaine en général. Le plus métaphorique semble être le corpus du gouverneur BNR, suivi de près par celui de la Banque Transylvanie, de la banque Unicredit et, en dernière position, par les documents émis par Raiffeisen Bank.

Quant aux types de métaphores apparaissant le plus souvent dans notre corpus, les plus fréquents semblent être les métaphores ontologiques L' ARGENT C'EST UNE ENTITÉ, LES PRODUITS ET LES SERVICES FINANCIERS SONT DES ENTITÉS et LES INSTITUTIONS FINANCIÈRES SONT DES ENTITÉS, suivies par les métaphores de la FORCE PHYSIQUE / du COMBAT, par L'ÉCONOMIE C'EST UNE ENTITÉ, par les métaphores AQUATIQUES, par celles du domaine des MATHÉMATIQUES, par les métaphores du domaine des CONSTRUCTIONS, par celles du domaine de la MÉCANIQUE, et enfin par les métaphores SPORTIVES.

Toutes ces conceptualisations sont utilisées à des effets des plus divers : pour faciliter la compréhension des notions financières, pour combler des vides terminologiques, pour persuader les clients (ou les électeurs) et pour assurer l'organisation textuelle. En plus, la plupart des expressions métaphoriques employées dans notre corpus accomplissent plusieurs fonctions à la fois. Il est très rare, en effet, qu'une conceptualisation soit employée pour créer

⁽¹⁾ Pragglejaz est un projet de recherche visant la création d'une procédure d'identification des expressions métaphoriques dans le discours. Le nom est un acronyme et comprend les initiales des prénoms des dix chercheurs impliqués dans le projet : Peter Crisp, Ray Gibbs, Alan Cienki, Graham Low, Gerard Steen, Lynne Cameron, Elena Semino, Joe Grady, Alice Deignan, et Zoltan Kövecses.

un seul effet et il est encore plus rare que les intentions derrière cet emploi soient vraiment innocentes.

Ainsi, nous avons remarqué que l'argent est conceptualisé de manière très différente (en tant qu'enfant, patient, soldat, armement, ruisseau, *etc.*), mais que ces différentes conceptualisations évoquent en général des images ou des scénarios très cohérents : un scénario protectif, un scénario agressif et un scénario aquatique. Le premier présente l'argent en tant que patient/enfant ayant besoin de soins et protection, le deuxième le dépeint comme une ressource militaire essentielle pour gagner des combats et le dernier le présente comme une sorte de ruisseau, bloqué parfois dans des lacs ou réservoirs. Leur utilisation dans le discours est destinée le plus souvent à faciliter la compréhension, à persuader les clients (à l'égard du caractère essentiel de l'argent et de la nécessité de le sauver/protéger à tout prix), à induire des sentiments (de stabilité, de sympathie) ou des désirs de protection, à masquer les relations de causalité, à justifier des mesures économiques et même à créer des identités (*e.g.* la BNR en tant que médecin).

La conceptualisation des produits et des services financiers en tant qu'entités, également découverte dans notre corpus, a elle aussi des rôles similaires. Tout comme dans le cas de l'argent, les produits bancaires sont conçus comme des enfants, comme des patients, mais aussi comme des amis. De plus, ils sont conçus aussi en tant qu'objets d'une grande diversité : des vêtements, des pièces de mobilier, des boissons alcooliques, des substances gazeuses et ainsi de suite, conceptualisations qui dénotent parfois des évaluations négatives (*e.g.* dans le cas des boissons alcooliques et des substances gazeuses) ou positives (dans le cas de l'enfant ou de l'ami). Leur utilisation dans le discours est à nouveau intentionnelle : leur but est d'attirer la sympathie des clients, de leur induire un sentiment de familiarité et un désir de protection, de regagner leur confiance, de restaurer le prestige de la banque, de fidéliser les clients.

La même situation (et degré d'intentionnalité) a été constatée dans le cas des expressions appartenant au domaine alimentaire. La présentation des produits financiers en tant qu'ingrédients pourrait avoir à la fois un but explicatif et persuasif.

D'autres métaphores ontologiques à fonctions similaires que nous avons dépistées dans le corpus sont les INSTITUTIONS FINANCIÈRES SONT DES ENTITÉS, L'ÉCONOMIE EST UNE ENTITÉ et, avec une quantité plus réduite de manifestations linguistiques, LE MARCHÉ EST UNE ENTITÉ. Les expressions renvoyant à ces conceptualisations font souvent référence à des patients, la BNR étant, dans tous ces cas, présentée comme un médecin à même de les guérir. Les systèmes financiers apparaissent souvent comme faisant

partie d'une famille et le marché est lui aussi conçu souvent comme un enfant. L'appel à des métaphores du domaine familial pourrait avoir pour but celui d'attirer la sympathie, d'induire un sentiment de familiarité ou un désir de protection. Le même effet pourrait être atteint à l'aide de la métaphore médicale qui, en plus, servirait également à cacher les éventuels responsables d'une situation de crise.

La métaphore combative est de loin la plus élaborée dans notre corpus et ses effets sont également des plus nocifs. Nous avons vu que tous les éléments du combat militaire apparaissent dans notre corpus : les banques sont conçues comme des armées, les agences bancaires en tant qu'unités militaires, les employés en tant que soldats, l'argent et les produits financiers apparaissent représentés en tant que ressources ou objectifs militaires, le marché financier apparaît comme un champ de bataille, la crise comme un ennemi, *etc.* Les termes militaires sont renforcés par des termes policiers/judiciaires, le résultat final étant un scénario cohérent, beaucoup plus puissant, dans lequel la force physique est utilisée contre les éventuels malfaiteurs. Nous avons vu également que la présence de cette métaphore dans le corpus de la crise est probablement motivée par la lutte pour la survie. Ses effets sont souvent renforcés par la métaphore sportive.

Le recours à ces deux conceptualisations semble être destiné à transmettre un sentiment de solidarité et d'appartenance au groupe, à éveiller l'esprit de compétitivité, mais aussi à justifier les éventuels sacrifices. En plus, selon Koller (2004, 2005), elles sont porteuses d'idéologie et contribuent à masculiniser le discours et à limiter l'accès des femmes aux postes de haute direction.

Un autre effet de la conceptualisation combative est d'induire une idée de contrôle dans un contexte d'instabilité et de manque de prévision. Cet aspect est beaucoup plus évident quand la métaphore est utilisée en réseau, avec des expressions du domaine médical ou mécanique. Leur effet est renforcé par la métaphore des constructions qui suggère elle aussi une utilisation destinée à rassurer, à calmer les esprits et à transmettre un sentiment de stabilité. Encore une fois, la BNR ou d'autres institutions financières (comme la BERD) apparaissent comme des entités à même de sauver la situation : de protéger le système financier et l'économie contre les éventuels ennemis/problèmes techniques/de santé, de maintenir le contrôle, de réparer/guérir/servir d'appui pour les banques et l'économie. Cette image servirait bien sûr à rassurer mais surtout à restaurer/augmenter le prestige de ces institutions, leur importance pour le système économique roumain.

Un autre scénario mis en évidence par notre analyse est celui du voyage. Les systèmes bancaires ou l'économie sont conçus comme des moyens de transport (voiture, avion ou

bateau) pilotés à nouveau par la BNR (une autre façon d'augmenter son prestige et importance). Le client est lui aussi présenté comme un chauffeur ou, plus rarement, comme un piéton. Ce scénario pourrait appartenir en fait à une conceptualisation beaucoup plus générique – à l'image-schéma du chemin ou, pour aller plus loin, à la soi-disant EVENT STRUCTURE METAPHOR.

La plupart de ces conceptualisations sont réalisées par des expressions métaphoriques conventionnelles (prédominantes dans notre corpus), mais aussi par quelques expressions plus créatives, discutées plus en détail dans notre thèse. De plus, nous avons pu remarquer que la combinaison des expressions perçues normalement comme inactives produit néanmoins des images assez créatives (*e.g.* l'image du sauveur) et contribue donc à « activer » en quelque sorte ces expressions. La même chose pourrait être dite à propos de la métonymie qui, également présente dans notre corpus, contribue parfois à la création d'images innovatrices.

Une autre observation que nous avons pu faire suite à notre analyse, c'est que le contexte joue décidément un rôle très important dans le choix métaphorique. La plupart des conceptualisations détectées apparaissent plus souvent dans la période de crise. C'est surtout le cas des métaphores ontologiques telles que LES PRODUITS FINANCIERS SONT DES ENTITÉS/ORGANISMES, L'ARGENT C'EST UNE ENTITÉ, L'ÉCONOMIE C'EST UNE ENTITÉ, LES INSTITUTIONS FINANCIÈRES SONT DES ENTITÉS/ORGANISMES, mais aussi des métaphores du domaine des liquides. En grand, nous pensons que cette situation pourrait être le résultat d'un désir de « fidéliser » les clients, en leur prêtant plus d'attention et en leur expliquant plus à fond les notions financières. La même chose est suggérée par la tendance des banques à utiliser moins d'anglicismes pendant la crise et à les remplacer plutôt par des métaphores. En outre, nombre de ces conceptualisations sont également destinées à « humaniser » les institutions et les produits financiers (LES PRODUITS FINANCIERS SONT DES ENFANTS/AMIS, LES INSTITUTIONS FINANCIÈRES SONT DES ORGANISMES etc.). Les rapports du client avec les institutions bancaires deviennent ainsi **personnels** et même **affectifs**, une technique de rétention des clients spécifique au soi-disant « marketing relationnel » (*relationship marketing*), politique de marketing très « à la mode » dans les dernières décennies (voir aussi Koller 2008: 103-104). Cet effort de retenir les clients est tout à fait naturel pour une période problématique et un client qui a une relation « personnelle » avec une banque serait moins enclin à la « quitter » dans des conditions financières défavorables.

Le type et la thématique des documents se sont avérés eux aussi importants dans la sélection métaphorique et, par ailleurs, dans la sélection des catégories grammaticales. Les dépliants ont manifesté une prédilection pour les métaphores ontologiques (LES PRODUITS FINANCIERS SONT DES ENTITÉS OU ORGANISMES), ce qui, d'après nous, correspond à une tendance générale à compenser la déshumanisation des relations banques-clients, survenue dans les dernières années en raison du développement des techniques alternatives de « banking ». En outre, ils présentent une préférence pour les métaphores créatives, due probablement à leur caractère publicitaire.

Un autre aspect remarqué c'est que chaque banque semble avoir des préférences particulières en matière d'expressions métaphoriques, ce qui contribue parfois à la création d'une identité spécifique.

La BT, par exemple, occupe la première position en ce qui concerne l'utilisation des métaphores ontologiques LES PRODUITS FINANCIERS SONT DES ENTITÉS (enfants, amis) et L'ARGENT C'EST UNE ENTITÉ et semble avoir une prédilection pour la personnification (LES PRODUITS FINANCIERS SONT DES ORGANISMES, L'ARGENT EST UN PATIENT). De plus, elle est aussi en tête du classement en ce qui concerne le nombre d'expressions métaphoriques du domaine de la force physique. Nous pensons que ces différentes conceptualisations et leur utilisation combinée contribuent à présenter la BT comme un « **ami** » et un camarade d'armée.

Dans le cas de la Raiffeisen Bank, elle semble avoir une préférence pour les métaphores ontologiques LE MARCHÉ C'EST UNE ENTITÉ et L'ARGENT C'EST UN ORGANISME (y compris un enfant), mais aussi une prédilection pour la métaphore mécanique (par rapport aux autres banques commerciales). L'abondance de métaphores mécaniques (y compris de métaphores liées au voyage) contribue à présenter la RZB comme une sorte de « **mécanisme parfait** ».

En ce qui concerne la banque Unicredit, elle semble avoir une préférence pour la métaphore organique LES INSTITUTIONS FINANCIÈRES SONT DES ORGANISMES, ainsi que pour la conceptualisation sportive. La métaphore sportive et celle organique se combinent pour créer l'image d'un véritable « **team player** ».

Les documents de la BNR présentent beaucoup de différences par rapport aux documents émis par les banques commerciales. Dans ce cas, l'image créée par l'abondance et la combinaison des métaphores médicales, combattives, mécaniques et du domaine des constructions est celle d'un « **sauveur** », une image très rassurante dans un contexte financier problématique.

La dernière partie de ce chapitre est dédiée à la présentation des résultats de notre analyse syntaxique. La catégorie grammaticale la plus fréquente est, comme prévu, le nom. Les verbes se situent en deuxième position, suivis par les adjectifs, les prépositions, les phrases, les adverbes et finalement par les préfixes².

En termes de préférences, la BNR se remarque par sa prédilection pour les formes nominales, mais aussi par sa tendance à exprimer des significations métaphoriques au niveau de la phrase. En ce qui concerne la BT, on observe une préférence pour les adjectifs, mais aussi pour les prépositions. La banque UNICREDIT se distingue surtout par sa prédilection pour les formes verbales, mais aussi par le nombre réduit de phrases. Ces dernières sont cependant plus fréquentes dans le corpus de la RZB, caractérisé plutôt par une prédominance des formes nominalisées et des verbes à la voix passive.

En outre, notre analyse syntaxique a mis en évidence une autre collaboration à effets similaires. Nous avons constaté qu'il existe effectivement une relation entre la métaphore lexicale et celle grammaticale, que les deux se superposent souvent ou bien apparaissent souvent ensemble (*e.g.* bon nombre d'expressions métaphoriques apparaissent sous forme nominalisée ou bien accompagnées par d'autres nominalisations) et que cela contribue à renforcer l'effet des conceptualisations (l'effet des métaphores ontologiques – l'économie est un patient), à masquer les relations de causalité (but atteint aussi à l'aide des constructions verbales passives), à donner l'impression d'objectivité, mais aussi à obscurcir le sens des phrases, donc à transformer le discours des banques dans un discours élitiste (surtout dans le cas des discours du gouverneur) et à maintenir automatiquement les relations de pouvoir (la BNR est en possession du savoir donc en possession du pouvoir).

La thèse s'achève avec un **chapitre de conclusions** qui reprend les résultats les plus importants de notre analyse et qui discute le degré d'accomplissement des objectifs assumés. Comme mentionné dans les paragraphes ci-dessus, la plupart de nos hypothèses de départ ont été en fait confirmées : le contexte, les types et la thématique des documents, mais surtout les participants à la situation de communication et leurs intentions se sont avérés importants dans le processus de sélection métaphorique.

A travers notre recherche, nous espérons avoir apporté davantage de clarifications à l'égard du phénomène de la métaphore conceptuelle, de ses relations avec d'autres phénomènes linguistiques et cognitifs comme la métonymie ou bien comme la métaphore grammaticale,

² Givirigă avait découvert elle aussi une préférence du langage boursier roumain pour les formes nominales (voir Givirigă 2007: 315). En outre, cette classification ressemble beaucoup à celle obtenue par Slave dans son analyse des métaphores de la langue roumaine, telles que mentionnées par les dictionnaires de langue roumaine générale (voir Slave 1991: 261).

mais surtout de ses motivations et de ses effets potentiels lorsqu'elle est employée dans un discours apparemment technique et objectif comme celui financier-bancaire. Nous gardons aussi l'espoir que les informations fournies par notre recherche s'avéreront utiles non seulement aux linguistes et aux chercheurs du discours économique, mais aussi à toute personne ayant contact avec le monde bancaire qui sera ainsi munie d'un appareil critique destiné à la protéger contre les éventuelles tentatives de manipulation linguistique. Les banques pourraient également s'en servir pour la reconsidération de leurs stratégies communicationnelles.

Ce qui est quand même sûr c'est que notre analyse a révélé une fois de plus l'extraordinaire complexité du phénomène de la métaphore dans le discours. Peut-être est-ce précisément cette caractéristique qui continue à fasciner les chercheurs et fait couler tellement d'encre dans les ouvrages scientifiques du monde entier.

BIBLIOGRAPHIE

« Cunoașterea limbilor străine, condiție obligatorie la angajare », *Adevărul*, 13 février 2008, Consulté le 11 avril 2011, Disponible sur http://www.adevarul.ro/actualitate/Cunoasterea-limbilor-conditie-obligatorie-angajare_0_33597820.html.

« Le portail lexical du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales », Disponible sur <http://www.cnrtl.fr/etymologie/>.

« Cel mai eficient bancher din România », *Ziua de Cluj*, 9 février 2009, Consulté le 2 février 2011, Disponible sur <http://www.ziua.ro/economie/cel-mai-eficient-bancher-din-romania--26351.html>.

Academia Română Institutul De Lingvistică "Iorgu Iordan - Al. Rosetti": 2009, *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, A. Română (București: Univers Enciclopedic Gold, **1**), pp. 1230.

Agamben, Giorgio: 2009, *The Signature of All Things* (New York: Zone Books).

Ainciburu, María Cecilia: 2003, *Morfología y productividad del léxico económico*, article présenté lors de la conférence *II Congreso Internacional de Español para Fines Específicos* (Amsterdam).

Alejo, Rafael: 2009, « Where does the money go? An analysis of the container metaphor in economics: The market and the economy », *Journal of Pragmatics*, **30**, pp. 1-14.

Aristote: IV^e siècle av. J-C, *Poétique* (Paris: Les Belles Lettres 1932).

Aristote: IV^e siècle av. J-C, *Rhétorique* (Paris: Les Belles Lettres 1973).

Austin, John Langshaw: 1962, *How to Do Things With Words* (London: Oxford University Press).

Bachelard, Gaston: 1949, *La psychanalyse du feu* (France: Gallimard).

Bătrân, Mariana: 2010, « Globalizarea Lingvistică », *Revista de Administrație Publică și Politici Sociale*, **3**, pp. 74-78.

Black, Max: 1993, « More about metaphor », dans A. Ortony, *Metaphor and Thought* (Cambridge: Cambridge University Press), pp. 19-41.

Blackburn, Perry L.: 2007, *The Code Model of Communication. A Powerful Metaphor in Linguistic Metatheory* M. R. Wise SIL International,

Blaa, Lucian: 1969, *Trilogia Culturii* (București: Editura pentru Literatură Universală).

Boers, Frank: 1997, « When a bodily source domain becomes prominent. The joy of counting metaphors in the socio-economic domain », dans R. W. Gibbs, Jr. et G. J. Steen, *Metaphor in Cognitive Linguistics* (Amsterdam: John Benjamins), pp. 47-56.

- Boers, Frank: 2000, « Enhancing metaphoric awareness in specialised reading », *English for Specific Purposes*, **19**, pp. 137-147.
- Boers, Frank et Demecheleer, Murielle: 1995, « Travellers, patients and warriors in English, Dutch and French economic discourse », *Revue Belge de Philologie et d'Histoire*, **73**, pp. 673-691.
- Boers, Frank et Demecheleer, Murielle: 1997, « A Few Metaphorical Models in (Western) Economic Discourse », dans W.-A. Liebert, G. Redeker et L. R. Waugh, *Discourse and Perspective in Cognitive Linguistics* (Amsterdam: John Benjamins), pp. 115-131.
- Brooke-Rose, Christine: 1958, *A Grammar of Metaphor* (London: Secker and Warburg).
- Brown, Vivienne: 1994, « The Economy as Text », dans R. E. Backhouse, *New Directions in Economic Methodology* (London: Routledge), pp. 368-382.
- Cameron, Lynne: 1999, « Operationalising 'metaphor' for applied linguistic research », dans L. Cameron et G. Low, *Researching and Applying Metaphor* (Cambridge: Cambridge University Press), pp. 3-28.
- Cassany, Daniel: 2004, *La lectura y la escritura de géneros profesionales en EpFE*, article présenté lors de la conférence *II Congreso Internacional de Español para Fines Específicos* (Madrid).
- Charteris-Black, Jonathan: 2000, « Metaphor and vocabulary teaching in ESP economics », *English for Specific Purposes*, **19**, pp. 149-165.
- Charteris-Black, Jonathan: 2004, *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis* (Basingstoke: Palgrave Macmillan).
- Charteris-Black, Jonathan et Ennis, Timothy: 2001, « A comparative study of metaphor in Spanish and English financial reporting », *English for Specific Purposes*, **20**, pp. 249-266.
- Charteris-Black, Jonathan et Musolff, Andreas: 2003, « 'Battered hero' or 'innocent victim'? A comparative study of metaphors for euro trading in British and German financial reporting », *English for Specific Purposes*, **22**, pp. 153-176.
- Ciorănescu, Alexandru: 2007, *Dicționarul Etimologic al Limbii Române*, (București: Saeculum I.O., **1**), pp. 1055.
- Dragoș, Elena: 1973, « Cîteva considerații asupra formei imaginii figurative », *Cercetări de lingvistică*, **XVIII**, (1), pp. 113-126.
- Dragoș, Elena: 2000, *Introducere în pragmatică* (Cluj-Napoca: Casa Cărții de Știință).
- Ehlich, Konrad: 2007, « La communication économique et l'analyse du discours », dans I. Behr, D. Hentschel, M. Kauffmann et A. Kern, *Langue, économie, entreprise: Le travail des mots* (Paris: Presses Sorbonne Nouvelle), pp. 21-40.

Eubanks, Philip: 1999, « Conceptual Metaphors as Rhetorical Response: A Reconsideration of Metaphor », *Written Communication*, **16**, (2), pp. 171-199.

Fairclough, Norman: 1989, *Language and power* (Harlow: Longman).

Fairclough, Norman: 2005, « Critical discourse analysis », *Marges Linguistiques*, pp. 76-91.

Fauconnier, Gilles et Turner, Mark: 1994, *Conceptual Projection and Middle Spaces* (San Diego: University of California, 1-39).

Gentner, Dedre et Gentner, Donald R.: 1983, « Flowing waters or teeming crowds: Mental models of electricity », dans D. Gentner et A. Stevens, *Mental Models* (Hillsdale: Lawrence Erlbaum), pp. 99-129.

Ghivirigă, Teodora: 2007, « The Language of Stock Exchange Transactions. Trends in English and Romanian Trends (in English and Romanian) – Impossible Synonymy », *Annales Universitatis Apulensis*, **8**, pp. 311-314, Disponible sur https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:qBbeBLCmP7MJ:www.uab.ro/reviste_recuno_scute/philologica/philologica_2007_tom3/41.ghiviriga_teodora.doc+%22The+Language+of+Stock+Exchange+Transactions%22&hl=ro&gl=ro&pid=bl&srcid=ADGEESj_ajUSHHyk4j6NDKVLLh2f3SkEI5dcJBxNJqVe5nyu0fAC8jacuZ5Y1aP2ITizQ4J_couEQzzS1wpUXT96qyW1IXeIWRC6-9woou-nyCN2ze6XNngXrswia1R3cyCJnc7YEps&sig=AHIEtbQm7_ibNLpDrTGSGIY9pMxW7-IfDQ.

Gibbs, Raymond W., Jr.: 1990, « Psycholinguistics studies on the conceptual basis of idiomacity », *Cognitive Linguistics*, **1**, (4), pp. 417-451.

Gibbs, Raymond W., Jr.: 1999, « Researching metaphor », dans L. Cameron et G. Low, *Researching and Applying Metaphor* (Cambridge: Cambridge University Press), pp. 29-47.

Goatly, Andrew: 1998, *The Language of Metaphors* (London: Routledge).

Gómez De Enterría, Josefa: 2000, « La función metafórica en el léxico económico », dans A. Melloni, R. Lozano et P. Capanaga, *Interpretar/traducir textos de las culturas hispánicas* (Bologna: CLUEB), pp. 389-399.

Graddol, David, Cheshire, Jenny et Swann, Joan: 1994, *Describing Language..* (Glasgow: Open University Press).

Grady, Joseph: 1998, « The "Conduit Metaphor" Revisited: A Reassessment of Metaphors for Communication », dans J.-P. Koenig, *Discourse and Cognition: Bridging the Gap* (Stanford: CSLI Publications), pp. 205-218.

Grady, Joseph: 2005, « Primary metaphors as inputs to conceptual integration », *Journal of Pragmatics*, **37**, pp. 1595–1614.

Grady, Joseph, Oakley, Todd et Coulson, Seana: 1997, « Blending and Metaphor », dans R. W. Gibbs, Jr. et G. J. Steen, *Metaphor in Cognitive Linguistics* (Amsterdam: John Benjamins), pp. 101-124.

- Graur, Alexandru: 1950, « Etimologia multiplă », *Studii și cercetări lingvistice*, **I**, (1), pp. 2-24.
- Grice, Paul: 1975, « Logic and Conversation », dans P. Cole et J. L. Morgan, *Syntax and Semantics* (New York: Academic Press), pp. 41-58.
- Halliday, M.A.K.: 1991, *An Introduction to Functional Grammar* (London: Edward Arnold).
- Halliday, M.A.K.: 1994, *An Introduction to Functional Grammar* (London: Edward Arnold).
- Halliday, M.A.K.: 2002, *On Grammar* (London: Continuum).
- Halliday, M.A.K. et Hasan, Ruqaiya: 1989, *Language, context and text: aspects of language in a social-semiotic perspective* (Oxford: Oxford University Press).
- Halliday, M.A.K. et Matthiessen, Christian M.I.M.: 1999, *Construing experience through meaning : a language-based approach to cognition* (London: Cassell).
- Henderson, Willie: 1993, « Metaphor and Economics », dans A. Ortony, *Metaphor and Thought* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Henderson, Willie: 2000, « Metaphor, economics and ESP: some comments », *English for Specific Purposes*, **19**, pp. 167-173.
- Ho, Janet: 2009, « A corpus approach to figurative expressions of fear in business reports », pp. 1-9, Disponible.
- Hyland, Ken: 1997, « Scientific Claims and Community Values: Articulating and Academic Culture », *Language & Communication*, **17**, (1), pp. 19-31.
- Jakobson, Roman: 1956, « Two aspects of language and two types of aphasic disturbances », dans R. Jakobson et M. Halle, *Fundamentals of language* (La Haye: Mouton & Co), pp. 55-87.
- Jakobson, Roman: 1960, « Closing statement: linguistics and poetics », dans T. A. Sebeok, *Style in language* (New York: John Wiley & Sons), pp. 350-377.
- Jakobson, Roman: 1980, *The Framework of Language* Michigan Studies in the Humanities).
- Johnson, Mark: 1987, *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason* (Chicago: The University of Chicago Press).
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine: 2001, *Les actes de langage dans le discours. Théorie et fonctionnement* (Paris: Nathan).
- Koller, Veronika: 2004, *Metaphor and Gender in Business Media Discourse. A critical cognitive study* (Basingstoke: Palgrave Macmillan).

- Koller, Veronika: 2005, « Critical discourse analysis and social cognition: evidence from business media discourse », *Discourse Society*, **16**, (199), pp. 199-220.
- Koller, Veronika: 2008, « Brothers in arms. Contradictory metaphors in contemporary marketing discourse », dans M. S. Zanotto, L. Cameron et M. C. Cavalcanti, *Confronting metaphor in use An applied linguistic approach* (Amsterdam: John Benjamins), pp. 103-125.
- Koller, Veronika: 2009, « Missions and Empires: Religious and Political Metaphors in Corporate Discourse », dans A. Musolff et J. Zinken, *Metaphor and Discourse* (Basingstoke: Palgrave Macmillan), pp. 116-134.
- Kövecses, Zoltán: 2000, « The scope of metaphor », dans A. Barcelona, *Metaphor and Metonymy at the Crossroads* (Berlin: Mouton de Gruyter), pp. 79-92.
- Kövecses, Zoltán: 2009, « Metaphor, Culture, and Discourse: The Pressure of Coherence », dans A. Musolff et J. Zinken, *Metaphor and Discourse* (Basingstoke: Palgrave Macmillan), pp. 11-24.
- Kuhn, Thomas S.: 1993, « Metaphor in science », dans A. Ortony, *Metaphor and Thought* (Cambridge: Cambridge University Press), pp. 533-542.
- Lakoff, George: 1991, « Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf », *Viet Nam Generation Journal*, **3**, pp. Disponible sur http://www2.iath.virginia.edu/sixties/HTML_docs/Texts/Scholarly/Lakoff_Gulf_Metaphor_2.html.
- Lakoff, George: 1993, « The Contemporary Theory of Metaphor », dans A. Ortony, *Metaphor and Thought* (Cambridge: Cambridge University Press), pp. 202-250.
- Lakoff, George et Johnson, Mark: 1980, *Metaphors we live by* (London: The University of Chicago Press).
- Lakoff, George et Núñez, Rafael: 1998, « Conceptual metaphor in mathematics », dans J. P. Koenig, *Discourse and Cognition: Bridging the Gap* (Stanford: Cambridge University Press), pp. 219-237.
- Lakoff, George et Turner, Mark: 1989, *More than Cool Reason. A Field Guide to Poetic Metaphor* (Chicago and London: The University of Chicago Press).
- Mahon, James Edwin: 1999, « Getting your sources right. What Aristotle didn't say », dans L. Cameron et G. Low, *Researching and Applying Metaphor* (Cambridge: Cambridge University Press), pp. 69-80.
- Mainueneau, Dominique: 1998, *Analyser les textes de communication* (Paris: Dunod).
- Mainueneau, Dominique: 2005, « L'analyse du discours et ses frontières », *Marges Linguistiques*, pp. 64-75.
- Marcus, Solomon: 1970, *Poetica matematică* (București: Editura Academiei Republicii Socialiste Române).

- Martínez, José Mateo: 2007, « El lenguaje de las ciencias económicas », dans E. Alcaraz, J. Mateo et F. Yus, *Las lenguas profesionales y académicas* (Barcelona: Ariel), pp. 191-203.
- Mccloskey, Donald N: 1986, *The Rhetoric of Economics* (Brighton: Wheatsheaf Books).
- Moeschler, Jacques et Auchlin, Antoine: 2005, *Introducere în lingvistica contemporană* (Cluj-Napoca: Echinox).
- Moeschler, Jacques et Reboul, Anne: 1999, *Dicționar enciclopedic de pragmatică* (Cluj-Napoca: Echinox).
- Musolff, Andreas: 2006, « Metaphor Scenarios in Public Discourse », *Metaphor and Symbol*, **21**, (1), pp. 23-38.
- Nicolae, Adina: 2006, « Health and illness metaphors in business journals », *Romanian Journal of English Studies*, **3**.
- O'connor, Kathleen Therese: 1998, « Money and Finance as Solid, Liquid, and Gas in Spanish », *Metaphor and Symbol*, **13**, (2), pp. 141-157.
- Ortony, Andrew: 1980, « Metaphor: A multidisciplinary problem », dans A. Ortony, *Metaphor and Thought* (Cambridge: Cambridge University Press), pp. 1-16.
- Pessali, Huascar Fialho: 2006, « The Metaphors of Transaction Cost Economics », pp. 1-26, Disponible sur http://www.economiaetecnologia.ufpr.br/textos_discussao/texto_para_discussao_ano_2006_texto_17.pdf.
- Phillips, Diana: 2003, « Le cash-flow or do you speak franglais revisited », *Global Business Languages*, **8**, (11), pp. 56-65.
- Ponterotto, Diane: 2000, « The cohesive role of cognitive metaphor in discourse and conversation », dans A. Barcelona, *Metaphor and metonymy at the crossroads: A cognitive perspective* (Berlin: Mouton de Gruyter).
- Pragglejaz Group: 2007, « MIP: A Method for Identifying Metaphorically Used Words in Discourse », *Metaphor and Symbol*, **22**, (1), pp. 1-39.
- Reddy, Michael J.: 1980, « The Conduit Metaphor - A Case of Frame Conflict in Our Language about Language », dans A. Ortony, *Metaphor and Thought* (Cambridge: Cambridge University Press), pp. 284-324.
- Resche, Catherine: 2006, « Étude préliminaire du discours de présentation de la notion de marché dans les manuels d'introduction aux principes de l'économie », *ASp*, **49-50**, pp. 1-22, Disponible sur <http://asp.revues.org/708>.
- Richards, I.A.: 1936, *The Philosophy of Rhetoric* (New York: Oxford University Press).

- Ritchie, David: 2003, « ARGUMENT IS WAR - Or is it a Game of Chess? Multiple Meanings in the Analysis of Implicit Metaphors », *Metaphor and Symbol*, **18**, (2), pp. 125-146.
- Rogojanu, Angela: 2003, *Comunicare și limbaj economic* (București: Editura Academiei de Științe Economice).
- Rovența-Frumușani, Daniela: 1995, *Semiotica discursului științific* (București: Editura Științifică).
- Rozen, Janine: 2007, « Un cas de publicité hors-média. Les brochures bancaires entre utilitaire et imaginaire », dans I. Behr, D. Hentschel, M. Kauffmann et A. Kern, *Langue, économie, entreprise: Le travail des mots* (Paris: Presses Sorbonne Nouvelle), pp. 285-310.
- Rus, Maria Laura: 2005, *Un fapt lingvistic de actualitate: influența engleză asupra limbii române*, article présenté lors de la conférence *Integrarea europeană între tradiție și modernitate* (Tg Mureș).
- Searle, John R.: 1980, « Metaphor », dans A. Ortony, *Metaphor and Thought* (Cambridge: Cambridge University Press), pp. 92-123.
- Searle, John R.: 2005, *Speech acts. An essay in the philosophy of language* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Searls, Doc: 1999, « Markets Are Conversations », dans R. Levine, C. Locke, D. Searls et D. Weinberger, *The Cluetrain Manifesto The End of Business as Usual* (Cambridge: Perseus Books), pp. 75-114.
- Semino, Elena: 2002, « A sturdy baby or a derailing train? Metaphorical representations of the euro in British and Italian newspapers », *Text*, **22**, (1), pp. 107-139.
- Skorczynska, Hanna et Deignan, Alice: 2006, « Readership and Purpose in the Choice of Economics Metaphors », *Metaphor and Symbol*, **21**, (2), pp. 87-104.
- Slave, Elena: 1991, *Metafora în limba română. Comentarii și aplicații* (București: Editura Științifică).
- Smith, Geoff P.: 1995, « How High Can a Dead Cat Bounce?: Metaphor and the Hong Kong Stock Market », *Hong Kong Papers in Linguistics and Language Teaching*, **18**, pp. 43-57.
- Sperber, Dan et Wilson, Deirdre: 1995, *Relevance: Communication and Cognition* (Oxford: Blackwell).
- Spillner, Bernd: 2007, « Discours économique : variétés intralinguistiques et différences contrastives », dans I. Behr, D. Hentschel, M. Kauffmann et A. Kern, *Langue, économie, entreprise: Le travail des mots* (Paris: Presses Sorbonne Nouvelle), pp. 117-146.
- Steen, Gerard J.: 1997, « From linguistic to conceptual metaphor in five steps », dans R. W. Gibbs, Jr. et G. J. Steen, *Metaphor in Cognitive Linguistics* (Amsterdam: John Benjamins), pp. 57-78.

Steen, Gerard J.: 2009, « Three Kinds of Metaphor in Discourse. A linguistic taxonomy », dans A. Musolff et J. Zinken, *Metaphor and Discourse* (Basingstoke: Palgrave Macmillan), pp. 25-39.

Steen, Gerard J. , Dorst, Aletta G. , Herrmann, J. Berenike , Kaal, Anna A., Krennmayr, Tina et Trijntje, Pasma: 2010, *A Method for Linguistic Metaphor Identification: From MIP to MIPVU* (Amsterdam: John Benjamins).

Talmy, Leonard: 1988, « Force Dynamics in Language and Cognition », *Cognitive Science*, **12**, pp. 49-100.

The Women's Memorial: 2009, « Statistics on Women in the Military », Disponible sur <http://www.womensmemorial.org/PDFs/StatsonWIM.pdf>.

Thompson, Geoff: 2004, *Introducing Functional Grammar* (London: Arnold).

Trotter, David: 2009, « L'apport de l'anglo-normand à la lexicographie de l'anglais, ou : les 'gallicismes' en anglais », dans A. Thibault, *Galicismes et théorie de l'emprunt linguistique* (Paris: L'Harmattan), pp. 147 - 168.

Turner, Mark et Fauconnier, Gilles: 1995, « Conceptual Integration and Formal Expression », *Metaphor and Symbolic Activity*, **10**, (3), pp. 183-204.

Turner, Mark et Fauconnier, Gilles: 2000, « Metaphor, metonymy, and binding », dans A. Barcelona, *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective* (Berlin: Mouton de Gruyter), pp. 133-145.

Van Dijk, Teun A.: 1990, « Social Cognition and Discourse », dans H. Giles et W. P. Robinson, *Handbook of Language and Social Psychology* (John Wiley & Sons), pp. 163-183.

Van Dijk, Teun A.: 1993, « Discourse and Cognition in Society », dans D. Crowley et D. Mitchell, *Communication Theory Today* (Oxford: Pergamon Press), pp. 107-126.

Van Dijk, Teun A.: 1997, « Cognitive Context Models and Discourse », dans M. Stamenow, *Language Structure, Discourse and the Access to Consciousness* (Amsterdam: John Benjamins), pp. 189-226.

Van Dijk, Teun A.: 2001, « Critical Discourse Analysis », dans D. Tannen, D. Schiffrin et H. Hamilton, *Handbook of Discourse Analysis* (Oxford: Blackwell), pp. 352-371.

Vasiloaia, Mihaela et Druguş, Liviu: 2008, « The use of metaphors in teaching students of economics », *Analele Universităţii din Oradea*, **1**, pp. 658-663, Disponible sur <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2008/v1-international-business-and-european-integration/118.pdf>.

Vianu, Tudor: 1957, *Problemele metaforei și alte studii de stilistică* (București: Editura de stat pentru literatură și artă).

Vico, Giambattista: 1948, *The New Science of Giambattista Vico. Translated from the third edition (1744) by Thomas Goddard Bergin and Max Harold Fisch* (Ithaca New York: Cornell University Press).

Vion, Robert: 2001a, « Modalites, modalisations et activites langagières », *Marges Linguistiques*, **2**, pp. 209-231, Disponible sur http://www.revue-texto.net/Parutions/Marges/00_ml112001.pdf.

Vion, Robert: 2001b, « Effacement énonciatif et stratégies discursives », dans M. De Mattia et A. Joly, *De la syntaxe à la narratologie énonciative* (Paris: Ophrys), pp. 331-354.

White, Michael: 1997, « The Use of Metaphor in Reporting Financial Market Transactions », *Cuadernos de Filología Inglesa*, **612**, pp. 233-245.

White, Michael: 2003, « Metaphor and economics: the case of growth », *English for Specific Purposes*, **22**, pp. 131-151.

White, Michael et Herrera, Honesto: 2009, « How Business Press Headlines Get Their Message Across: A Different Perspective on Metaphor », dans A. Musolff et J. Zinken, *Metaphor and Discourse* (Basingstoke: Palgrave Macmillan), pp. 136-152.