

Travailler sur les discours en SIC : le cas des discours sur le cancer

par CLAVIER Viviane, ROMEYER Hélène, « viviane.clavier@u-grenoble3.fr et helene.romeyer@u-grenoble3.fr »
Gresec - Stendhal Grenoble 3

L'objectif de cette communication est d'analyser la notion de discours telle qu'elle est abordée par les sciences de l'information et de la communication. Si c'est une évidence que de poser que le discours a une dimension langagière, au-delà de ce truisme, c'est la particularité des mots et leur rôle dans la production de discours que nous voudrions étudier. Notre étude de cas porte sur les discours médiatique et littéraire sur le cancer en partant de l'interrogation méthodologique que pose la métaphorisation du terme cancer.

Mots-clés : Discours, sciences de l'information et de la communication, langage, méthodes, métaphore, cancer

The aim of this paper is to analyse how discourse is treated in information and communication sciences. We like to combine both methodologies in order to analyse cancer discourse. It is obvious that discourse has a linguistic dimension, and words play a crucial role in the production of discourse on cancer. Our study is based on media and literature corpora and we analyse the influence of the cancer metaphors on the discourse.

Keywords : Discourse, sciences of information and communication, language, methods,

À l'occasion des 30 ans de la SFSIC, l'opportunité nous est offerte d'une réflexion épistémologique sur notre discipline. Si l'unicité des sciences de l'information et de la communication (SIC) est régulièrement affirmée, elle est peu montrée dans nos travaux. *A contrario*, l'interdisciplinarité prônée par des emprunts à des disciplines voisines – sociologie, histoire, science politique ou économie – a été maintes fois éprouvée. Nous voudrions donc ici nous attarder sur l'intérêt de recourir à une approche SIC, mêlant méthodologies informationnelle et communicationnelle, sur un objet tel que le discours.

Les thématiques sanitaires se sont développées ces dernières années en France aussi bien dans les discours politiques que dans les médias. L'émergence de cette question publique peut notamment être retracée à travers l'étude des corpus de presse. Ainsi, le cancer a été l'objet d'une production médiatique et publique importante. Bien que cette maladie soit attestée de longue date (Pinell, 1992), elle fait l'objet d'une médiatisation récente à l'occasion du plan cancer de Jacques Chirac. Cette pathologie dispose d'un fort capital symbolique dans la mémoire sociale : elle est associée à la mort, la souffrance, à une lutte inégale, à quelque chose qui « ronge de l'intérieur ». Ces représentations négatives sont transmises au mot *cancer* lorsque celui-ci ne dénomme pas la maladie mais d'autres fléaux : *le cancer du chômage*, *le cancer terroriste*.

En étudiant les valeurs métaphoriques de *cancer*, ce n'est pas la métaphore en général que nous cherchons à approcher mais l'impact de ses usages sur l'utilisation du mot dans le discours médiatique. La métaphore, comme objet de recherche, n'a pas été choisie pour céder à une mode ou pour se plier à un exercice de style. Elle s'est imposée à nous à la lecture d'un corpus d'articles de presse constitué à l'occasion d'une recherche financée par l'Institut National du Cancer. Or, prendre en compte ces usages figurés pose un problème méthodologique en SIC dans la mesure où, ni l'information, ni la communication n'accordent une place centrale à la métaphore dans leurs dispositifs d'analyse des discours. L'objet de cet article est d'une part, de montrer que les approches informationnelles et communicationnelles peuvent être complémentaires, et d'autre part, que l'étude des discours de presse peut y gagner en pertinence. Après avoir rappelé le rôle et les approches des discours en SIC, les raisons qui conduisent à rejeter la métaphore, nous procéderons à une analyse comparée des résultats de deux corpus.

L'analyse des discours au cœur des SIC

Bien que l'information et la communication abordent l'analyse des discours et s'intéressent toutes les deux à la fois à leur production et à leur réception, elles diffèrent sur les points d'entrée préalables à leurs analyses : l'une est centrée sur le langage et les effets de sens attribuables au code et l'autre sur les effets de sens produits et reçus dans un espace donné. Dans les deux cas se pose la question du rapport entre le signifié de l'expression et l'interprétation du message.

Pour les sciences de l'information investies dans les traitements automatiques de l'information, la question du sens est abordée par la relation qui unit les formes de l'expression à leur signifié. Elle est travaillée dans le cadre des langages formels. Dans ce contexte, la signification d'un mot est mécaniquement déterminée par sa forme : à une phrase correspond un seul ensemble de conditions de vérité et à une expression linguistique, un seul ensemble de conditions d'applications. Mais choisir l'unité lexicale comme unité minimale de sens se heurte à la question des ambiguïtés qui se manifestent à deux niveaux, celui de l'unité

lexicale et celui de la phrase. Ainsi, « *le langage naturel s'éloigne de l'idéal représenté par le langage formel, puisqu'il contient des expressions ambiguës : à une phrase ambiguë correspondent plusieurs ensembles distincts de conditions de vérité, et à une expression plusieurs ensembles distincts de conditions d'application* » (Bianchi, 2001 : 92). Calculer le sens d'un énoncé automatiquement, revient donc d'une part, à déterminer l'ensemble des signifiés et de leurs conditions d'applications et d'autre part, à appliquer des procédures de désambiguïsation. La réalisation de cet objectif est complexe. Les modèles théoriques de représentation sont légion (Enjalbert, 2005) mais les applications développées affichent des ambitions revues à la baisse (Piotrowski, 1999). Elles se révèlent cependant performantes dans des domaines de spécialité précis, des genres plus contraints qui manifestent une polysémie moindre que dans des corpus à large couverture linguistique, comme la presse par exemple. Les corpus de presse remplissent à l'heure actuelle des objectifs de mise à l'épreuve de techniques robustes, ou servent de corpus de référence pour contraster des corpus d'étude.

En sciences de la communication, ce n'est pas au signifié de l'expression que l'on s'intéresse, mais aux lieux et acteurs sociaux de sa production et de sa réception. Par conséquent, l'analyse n'entre pas par le texte lui-même, mais par le ou les discours entendus comme « *trace qui a vocation à faire sens* » (Utard, 2004) du point de vue des stratégies d'acteurs, des publics, des industries culturelles, dans des situations données. Ce qui intéresse ici c'est moins l'objet textuel en lui-même que l'analyse d'un ensemble de textes constituant une unité discursive. Ce n'est pas à des énoncés isolés que s'attache l'analyse mais à des ensembles de textes correspondant à une même situation d'énonciation : un corpus (Oger, 2007). Et l'étude porte à la fois sur les acteurs, les supports et les modalités de sa production, sur les moyens de sa diffusion et/ou les modalités de sa réception. Comme l'a rappelé Roselyne Ringoot l'approche communicationnelle peut appréhender le discours du point de vue de son objectif (discours didactique, discours prescriptif), en tenant compte du secteur d'activité d'où il émane (discours télévisuel, lui-même englobé dans le discours médiatique) ou être catégorisé par des institutions ou organismes (l'hôpital, la famille, la mairie). Le discours peut enfin être celui de positionnements idéologiques (discours socialiste, discours religieux).

Finalement, en SIC, étudier les discours, c'est donc se situer à l'articulation d'une pratique discursive et de pratiques sociales. L'analyse des discours suppose ainsi à la fois un travail sur l'énonciation (son contexte et son auteur), une démarche d'analyse linguistique des énoncés, une démarche d'analyse sociologique des énoncés, une étude des stratégies d'acteurs et des logiques sociales à l'œuvre. « *Le rapprochement de la sociologie et de l'analyse de discours est particulièrement pertinent pour l'étude des phénomènes de communication* » Miège (2000 : 557-559).

Si la métaphore échappe aux SIC, dans le sens où elle est abordée sous son aspect psychosociologique ou par un traitement automatisé, son étude fait l'objet d'une littérature abondante comme le rappelle Marque-Pucheu (2001), et constitue un objet de recherche très largement investi par de nombreuses disciplines. Pour Rastier (1997), « *la métaphore est une figure outrageusement envahissante, au dépens des tropes, des figures, puis de la rhétorique tout entière. L'inflation académique à son propos est sans exemple, et les théories cognitives n'ont fait que radicaliser un opportunisme théorique angoissant (cf. "Une métaphore, c'est comprendre quelque chose par quelque chose d'autre", Lakoff et Johnson), qui en a fait le fondement de toute interprétation.* » Évoquons sans prétention d'exhaustivité, la philosophie du langage, la sémiotique, la sémantique, la syntaxe, la rhétorique, la psychologie, la

sociologie. Pour ne citer qu'un exemple dans le domaine médical, signalons les travaux de psychosociologie de Susan Sontag (1989) sur le sida et ses métaphores. La métaphore, n'a jamais été à notre connaissance analysée pour étudier des phénomènes de communication. De même, pour les sciences de l'information en charge de concevoir des outils d'accès au contenu (thesaurus, ontologies, *etc.*) c'est la question du sens qui est centrale et non celle des « effets de sens ». En ce qui concerne les procédures automatiques de repérage, Moriceau et Saint-Dizier (2006) mentionnent que la métaphore est encore peu intégrée dans les cadres formels de la linguistique. Nous pouvons toutefois signaler les travaux de Bestgen et Cabiaux (2002), qui proposent de détecter des métaphores littéraires suivant la méthode de l'analyse sémantique latente ainsi que des outils d'analyse et de cartographie de métaphores conceptuelles dans la presse économique et financière (Ferrari et *al.* 2000 ; Beust et *al.*, 2003). Ces méthodes relèvent de l'apprentissage ou du traitement automatique de la langue.

Deux questionnements liés au statut de la métaphore nous semblent centraux pour notre propos. Il s'agit de l'impact des genres de discours sur la production de métaphores et de la notion de figement. Ainsi, il est couramment admis que le sens littéral et le sens figuré sont exprimés en termes d'écart entre l'usage ordinaire des mots et l'usage occasionnel, créatif. La métaphore est souvent considérée comme un procédé stylistique attaché aux genres littéraires. Or, Lecolle (2002) montre que la presse regorge de métaphores. Cependant, qu'en est-il des métaphores sur le *cancer* dans la littérature ? Est-ce un procédé créatif ? Vient ensuite la question du figement. Loin de se limiter à un trope d'invention, les métaphores peuvent être usuelles, figées, voire mortes. Durant ce processus graduel de lexicalisation qui conduit au figement et à son absorption dans la langue, la mémoire semble jouer un rôle prépondérant. Pour Perrin (2002) en effet, « *tout discours regorge de formes linguistiques assorties de significations référentielles préalablement mémorisées, héritées de faits pragmatiques ponctuels, de figures rhétoriques la plupart du temps, souvent métaphoriques, dont on a pris l'habitude et que l'on finit parfois par entériner sous forme de dénominations.* ». Depuis quand produit-on des métaphores sur le *cancer* ? Est-ce un phénomène récent ou ancien ?

Constatant la prégnance des discours sur des thématiques sanitaires, le Gresec a engagé une série de travaux en information et communication (Staii & *al.* à paraître) (Pailliart et Lafon, 2007) (Romeyer 2008)¹. Comme nous l'avons signalé, une étude sur les discours médiatiques à propos du cancer nous a permis de rassembler 2446 articles de presse parus entre 2000 et 2005². Lors de la phase de tri, les textes présentant une valeur métaphorique (ou plus largement polysémique) du mot ont été écartés puisqu'ils n'ont pas pour objet la maladie *cancer*. Dès lors, le premier corpus de notre étude ne comporte aucune valeur métaphorique.

Dans un second temps, nous avons analysé le corpus résiduel constitué uniquement des sens métaphoriques, mais limité à deux titres : *Le Nouvel Observateur* (Nouvel Obs Hebdo, Challenge et TéléObs) et *le Figaro* (Figaro Magazine, Figaro Madame et Le Figaro). Les textes ont été triés en fonction du statut sémantique des occurrences de *cancer* : valeurs propres et valeurs figurées, dont les valeurs métaphoriques. Nous avons considéré comme métaphoriques, des emplois qui ne relèvent pas *stricto sensu* de la métaphore, mais aussi de la comparaison, parfois de la personnification, c'est pourquoi il serait plus juste de parler de processus de métaphorisation. Pour élargir l'étude à d'autres genres de discours nous avons rajouté un corpus complémentaire de 2706 textes, constitué de genres littéraires variés³ (correspondance, éloquence, mémoire, pamphlet, poésie, récit de voyage, roman et théâtre) et

produits sur un empan historique beaucoup plus large, puisque les textes les plus anciens remontent au XVI^{ème} siècle.

En conclusion, si les discours intéressent les SIC, et notamment les discours médiatiques, la métaphore échappe quant à elle aux SIC. Essayons à présent de montrer ce que la complémentarité des méthodologies informationnelle et communicationnelle permet d'éclairer.

L'analyse des discours sur le cancer

Notre première étude est celle du discours médiatique sur le cancer. Méthodologiquement, nous avons retracé les univers de référence que nous qualifions de sphères de discours. Ces sphères renvoient à un cadre, une catégorie d'entendements, commun et transversal à la fois aux titres de presse et aux publics. L'appartenance à une sphère de discours repose sur la présence d'actions ou de paroles d'acteurs en relation avec cet univers de référence. À partir d'une liste de descripteurs (identités discursives) affectés aux articles après lecture, le corpus a ainsi été ventilé en univers de référence. L'étude des descripteurs les plus récurrents nous permet d'affirmer qu'une utilisation de la sémantique de l'urgence et de la peur est utilisée par la presse d'information générale à propos du cancer, ce qui se révèle à travers la thématisation des articles.

Ainsi, le discours médiatique sur le cancer utilise deux ressorts reliés directement aux peurs que suscitent la maladie et la mort : les risques et, son corollaire immédiat, la prévention. Le ton est dramatique : quand on meurt d'un cancer c'est un cancer « foudroyant »⁴. Avec près d'un quart du corpus en moyenne, les articles du journal *Le Monde* entre 2000 et 2005 ont abordé le cancer en évoquant la notion de risque. Dans ce quotidien d'information générale, le risque, avec 296 occurrences, est la thématique la plus fréquente tous univers de discours confondus. Cette prégnance de la notion de risque est largement entretenue par les médias, « anglant » les articles sur cette notion et parfois de façon alarmante : « *l'interminable drame des filles du Distilbène* », pour *Le Nouvel Observateur* du 13 juin 2002, ou « *La progression inquiétante des tumeurs chez l'enfant* », pour *Le Figaro* du 10 décembre 2004.

La volonté de contrôler ce développement apparent des risques s'appuie sur un discours axé sur la prévention. Que ce soit le tabac, l'alcool, la nutrition, ce sont des prises de risques individuelles liés à des choix individuels qui sont remis en question. Ainsi, dans le journal *Le Monde*, de 2000 à 2005, si la mise en cause de comportements jugés à risque (hors tabac) ne concerne que 48 articles, il est important de noter que ce chiffre va croissant chaque année. Ce qu'il faut combattre c'est le tabac car c'est « une arme de destruction massive »⁵. Les femmes semblent être la cible privilégiée de ce discours de responsabilisation dans les articles de presse abordant le cancer. Il s'agit du seul groupe social pointé de façon spécifique par la presse et les campagnes de communication publique notamment de prévention. Ainsi les articles du *Monde* abordent à 84 reprises le sujet du cancer à travers un problème ou un risque ou encore une responsabilité liés aux femmes. Ce discours est tout à fait spécifique puisqu'en

étudiant de près les articles de presse et leur contenu, nous notons l'association de la notion de risque à celle de femmes à 35 reprises. C'est-à-dire que près de 42% des textes sur le cancer choisissant d'évoquer les cancers féminins le font à travers la notion de risque. Ainsi, « l'inquiétante progression du cancer du sein » amène au constat que « *Le cancer du sein est un véritable fléau pour les femmes* »⁶.

Pour légitimer la charge émotionnelle des sujets sur le cancer et aussi aliéner le public, un élément prend progressivement de l'importance entre 2000 et 2005 dans les médias d'information générale : la parole des malades sous forme de témoignages. C'est ainsi que les témoignages des malades dans le journal *Le Monde* atteignent près de 10% du total des articles de ce quotidien ayant abordé le cancer entre 2000 et 2005, dont plus de la moitié entre 2003 et 2004. Pour *Le Nouvel Observateur* c'est un peu moins de 5% des articles qui font une place aux témoignages des malades mais là aussi essentiellement après 2003.

Au regard de notre étude, s'« il semble difficile de caractériser « le » discours des médias, [...] on peut en revanche mettre au jour des fonctionnements discursifs caractéristiques des médias » (Moirand, 2007 : 157). Ainsi, du point de vue des discours, apparaissent à propos de la santé trois grands ensembles :

- un « discours médical » qui privilégie l'explication et la vulgarisation. Ce discours s'appuie sur des experts, des rapports scientifiques et produit régulièrement des données chiffrées. Les acteurs principaux de ce discours sont des médecins, de grands professeurs, mais aussi les entreprises pharmaceutiques et les grands hôpitaux. La vision de la science qui est véhiculée est celle d'une science en « guerre » contre un fléau, publicité autour des progrès, positivisme.

Pour asseoir cette vision de la science en lutte, un vocabulaire guerrier se développe. Parmi de nombreux exemples : « *La guerre contre le **cancer** est déclarée. Une guerre pour lutter contre 150 000 morts (...)* »⁷

- un « discours sociétal » sur la santé. Le principal indice de cette forme d'écriture est la présence des questions de santé dans les rubriques « Société », « Politique » ou bien encore « Débats ». Dans ce discours, très marqué par les différents scandales de la fin du XXème siècle, le ton est plus souvent celui de la controverse. Les affaires judiciaires de la santé (tabac, amiante, nucléaire, etc.) vont ici trouver leur espace d'expression. Souvent, ces articles relaieront les polémiques entre les autorités et les citoyens ou autour des résultats de telle ou telle étude scientifique. Le ton est régulièrement celui de la remise en question des autorités qu'elles soient politiques, médicales ou plus largement scientifiques.

- enfin, le troisième type de discours produit sur la santé par les médias français d'information générale est un « discours institutionnel », qui apparaît comme un relais des politiques publiques. Ces articles montrent un certain conformisme vis-à-vis des autorités publiques. Plus généralement, c'est l'intérêt général qui sera développé ici et notamment l'insistance sur le discours de prévention : « *Le cancer du sein est le plus fréquent des cancers féminins avec près de 32 000 nouveaux cas par an et [...] ; Des facteurs de risques ont pu être identifiés [...] ; Un dépistage de masse a débuté il y a quelques années [...] ; La prévention fonctionne [...]* ».

Abordons à présent l'analyse du corpus dédié à l'observation des métaphores. Nous avons trié les énoncés selon leur valeur propre (1) et figurée (2) :

1. *D'autres sont condamnées à souffrir des années entières les douleurs d'une goutte opiniâtre, d'un cancer dévorant, et d'expirer ensuite dans des tourments effroyables* (Frantext, Dulaurens, 1766)
2. *Consternation, car ces articles illustrent un état d'esprit poujado-libertaire que je ne m'attendais pas à trouver dans les pages de votre journal, et qui est le cancer de notre démocratie.* (Le Figaro, 2000)

Cette opération nous a permis de constituer des sous-corpus et de quantifier les valeurs de *cancer*. (Tableau 1). Les décomptes sont effectués après élimination de *cancer* comme signe astrologique.

Titres	Frantext	Le Nouvel Obs	Le Figaro
Valeurs propres	347	924	-
Valeurs figurées	133	29	71
Total	480	953	-

Tableau 1. Répartition des valeurs propres et figurées dans *Frantext*, *Le Nouvel Obs* et *Le Figaro*

Nous obtenons cinq sous-corpus au total, trois pour les valeurs figurées (*Frantext*, *Le Figaro* et *Le Nouvel Obs*) et deux pour les valeurs propres (*Frantext* et *le Nouvel Obs*⁸). Alors que le pourcentage de valeurs figurées est élevé dans *Frantext*, 30% du total des occurrences, il est très faible dans le corpus presse, 3% dans *Le Nouvel Obs*. Marginale dans la presse, fréquente dans la littérature, la métaphore comme trope de l'écrivain semble se confirmer.

Pour les valeurs propres de *cancer*, elles sont très nombreuses dans la presse. Même si nous ne pouvons fournir les fréquences relatives, nous pouvons mettre en regard 347 occurrences pour cinq siècles d'histoire littéraire avec 924 occurrences pour cinq années d'édition de presse écrite. *Cancer* fait partie de ces mots qui participent de l'accroissement du vocabulaire, c'est-à-dire de l'augmentation constante de la masse lexicale au fil du temps. Lorsqu'il dénomme la maladie, *cancer* devient en effet très productif, puisqu'il permet de créer des termes médicaux spécialisés (Tableau 2).

Années	Sur la racine <i>cancer</i>	Sur la racine <i>carcer</i>	Sur la racine <i>onco</i>
--------	-----------------------------	-----------------------------	---------------------------

2000	cancéreuse(s) (7) cancéreux (3) cancérologie (1) cancérologue(s) (3)		oncologie (4)
2001	cancéreuse(s) (3) cancéreux (1) cancérigènes (1) cancérogènes (2) cancérologie (1) cancérologues (1)		
2002	cancéreux (4) cancérigènes (1) cancérologie (5)	carcinogène (1)	
2003	cancéreuses (3) cancéreux (4) cancérigène(s) (10) cancérogènes (1) cancérologie (1) cancérologue (3)		oncologie (1) oncology (1)
2004	cancéreuse(s) (3) cancéreux (1) cancérigènes (1) cancérisation (1)		
2005	cancéreuses (3) cancéreux (3) cancérogène(s) (8) cancérigène (1) cancérologie (1) cancérogénicité (1) cancérologue (1) anticancéreux (1)		oncology (2) oncologie (1) oncologique (1) oncologue (1)

Tableau 2. Répartition du nombre d'occurrences de la famille de mots de *cancer* par année dans le *Nouvel Obs*.

Ces relevés issus du *Nouvel Obs* montrent que le vocabulaire spécialisé en cancérologie est engrangé et diversifié : ceci traduit une pénétration importante du discours médical dans la sphère médiatique. Trois racines concourent à la productivité de la famille morphologique, *cancer-*, *carcer-* et *onco-*, cette dernière, moins négativement connotée que les deux autres, s'impose progressivement.

Hormis ces observations sur les fréquences respectives des valeurs propres et figurées dans le corpus, nous avons procédé à des analyses de cooccurrences. Ces méthodes empruntées aux statistiques textuelles permettent de faire émerger des associations statistiquement remarquables entre une forme pôle *cancer* et ses cooccurrents⁹. Les corpus ont été préalablement lemmatisés pour que les cooccurrences observées soient significatives. Nous avons comparé les environnements lexicaux du pôle *cancer* selon sa valeur propre et figurée. Ensuite, nous avons pris en compte la variable temporelle pour mettre en perspective les axes synchronique et diachronique, puis introduit les genres littéraires pour les comparer avec les discours de presse.

Tout d'abord, *cancer* au sens figuré, partage de nombreux cooccurrents avec *cancer* de valeur propre. Parmi ces items lexicaux, les plus fréquents sont les verbes *ronger* et *mourir*. Ils expriment respectivement l'aspect imperfectif – *ronger* est compatible avec *se mettre à* – et l'aspect perfectif – *mourir* est compatible avec un complément de durée qui exprime un intervalle. Dans le corpus, les verbes imperfectifs dominent nettement (*ronger*, *pourrir*, *dévorer*, *généraliser*, *proliférer*, *métastaser*, *résister*). Ces verbes expriment la déchéance, la nuisance, le dépérissement. Par ailleurs, *cancer* attire un champ lexical qui renvoie à l'univers du *crabe*. Lié à *crabe* par l'étymologie, *cancer* désigne le signe du zodiaque, l'astre solaire et

la maladie. La mémoire de ces premières valeurs polysémiques a donc perduré jusqu'à nos jours¹⁰ et se manifeste explicitement dans la symbolique astrologique : le *cancer brûle/irradie/attise ; il est comme le feu sur le ventre*. Le champ métaphorique de l'animal est le plus manifeste. Il suggère sa boulimie frénétique : *[le cancer] ronge, détruit, absorbe, se nourrit* ; la reproduction de l'animal : *il prolifère, s'étend, se multiplie* sous forme de *tumeurs, de métastases* ; son agressivité : *le cancer est virulent, ne se laisse pas extirper, s'accroche, attaque, frappe*. Le *crabe* apparaît comme la métaphore stéréotypique de *cancer* et ne se rencontre que dans les énoncés à valeur propre (5).

(5) *Encore une quadra malade d'un cancer foudroyant et irrécupérable. (...). Depuis, parce que rien n'a été fait, le crabe a galopé et pris ses aises. La tumeur est tellement volumineuse qu'elle comprime tout. La pauvre femme n'a plus que quelques semaines d'espérance de vie à cause de cette bourde. (Nouvel Obs Hebdo, 2005)*

Ensuite, si l'on prend en compte les occurrences de *cancer* au fil du temps, on observe que le *cancer du sein* est la maladie la plus fréquemment évoquée dans la littérature, le premier texte remontant au XVI^{ème} siècle. Toutefois, la description de la maladie a changé au fil des siècles en raison de l'évolution des connaissances médicales. Ainsi, au départ, on appelait *cancer* toute forme d'abcès, de squirrhé, de chancre ou de cancroïde. Les discours d'antan sont plus focalisés sur l'aspect (*le pus, la couleur verdâtre, jaunâtre, le jaune éburné ou la couleur cadavre*) et sont pleins de compassion pour la féminité perdue. Ce n'est qu'à partir du XVIII^{ème} siècle que les organes se diversifient : *le sein, le foie, la gorge, la lèvre, l'estomac, le pancréas* ; aujourd'hui, les organes sont plus nombreux, mais ce sont *le sein, la prostate, le poumon, le foie* qui sont majoritairement évoqués. En ce qui concerne les valeurs figurées, la constante au fil des siècles est l'évocation des fléaux, même si ce ne sont pas les mêmes : *typhus, peste, choléra, tuberculose, syphilis, polyomyélite, asthme, sida, etc.* Les fléaux ne se limitent d'ailleurs pas aux maladies, mais à toutes formes de catastrophes liées à la condition humaine : *le temps, les guerres, la misère, les taudis, la dépression, les chagrins, le chômage*.

Enfin, qu'en est-il de l'usage de *cancer* dans le sous-corpus littéraire ? Les textes issus de Frantext présentent de nombreux adjectifs évaluatifs (*cancer infâme, monstrueux, sérieux, affreux*), que l'on rencontre dans une moindre proportion dans la presse. Les sous-corpus de presse présentent également des éléments subjectifs, mais il s'agit de modalités épistémiques : *cancer implacable, incurable, inévitable*. Hormis quelques figures remarquables, de plus ou moins bon goût¹¹, les métaphores sur *cancer* ne sont pas particulièrement créatives. L'énonciation dans les corpus de valeurs figurées est très nettement centrée sur la première personne (présence de pronoms personnels de première personne), le cancer étant vécu dans la solitude et le désarroi, ce qui renvoie à l'usage des témoignages dans la presse.

En conclusion, cette étude montre que *cancer* présente des environnements contextuels communs lorsque celui-ci renvoie aux sens propre et figuré. D'une part, l'analyse du corpus de presse expurgé de ses métaphores et l'analyse centrée sur les métaphores aboutissent au même constat : le cancer est abordé sur un ton dramatique ; il est fait largement usage d'un vocabulaire guerrier ; et enfin ce sont les cancers touchant la femme ou les risques pour les femmes qui sont les plus représentés. Mais d'autre part, la méthode d'analyse informationnelle sur les métaphores permet l'émergence de certains champs comme celui de la souffrance, de l'isolement, de la mort, qui sont particulièrement tabous pour la presse d'information générale.

Conclusion

Notre étude des discours sur le cancer révèle la nécessité de prendre en compte la part du langagier qui a un impact sur les représentations collectives de la maladie, travaillant sur le long terme de la mémoire discursive et sociale. Cette notion fait intervenir la dimension temporelle observée dans le processus de figement et la diversité des genres de discours. En outre, cette approche relève parfaitement des SIC, puisque c'est moins l'objet en soi que l'on cherche à approcher que le rapport dynamique de l'objet dans et avec son contexte social.

L'exemple de ce travail est significatif sur deux points : l'ancienneté des phénomènes de métaphorisation dans les corpus littéraires nous renseigne sur l'ancrage social de la maladie et les représentations sociales qui lui sont associées. Or cet élément d'analyse est très important pour tout travail sur les discours médiatiques, et notamment sur les discours de prévention. Ensuite, l'approche informationnelle du processus de métaphorisation a mis en évidence des éléments qui relèvent du non-dit médiatique sur le cancer et qui font référence à la souffrance, la mort, la décrépitude, le sentiment d'être rongé ; éléments que nous n'avions repérés qu'au cours d'une série d'entretiens avec des malades lors de l'étude mais pas directement dans les discours de presse. Or, les politiques de prévention s'appuient en partie sur des discours médiatiques, et les expressions comme « risque », « comportement à risque », « principe de précaution », « prévention », « dépistage », « responsabilité » sont d'autant plus efficaces qu'ils renvoient à un inconscient établi par la mémoire sociale, elle-même amplifiée par les emplois métaphoriques du terme *cancer*.

Entre l'analyse des discours et les SIC, on ne peut donc plaider que pour une véritable méthodologie interdisciplinaire. « *Le social n'est pas un simple contexte où se manifesterait un sens tout entier contenu dans la langue ; et le discours n'est pas que l'effet second d'une structure sociale qui le précéderait comme sa cause* » (Utard, 2004 : 29). Pour notre part, nous évoquerons des méthodologies interscientifiques plus qu'interdisciplinaires, l'analyse de discours n'étant pas constituée en discipline, du moins institutionnellement. Cette méthodologie interscientifique permettrait une étude complète des discours en SIC : « *l'articulation entre les problématiques des sciences sociales [...] et celles des sciences des langages et des discours [...] se révèle comme une approche productive dans le cadre des SIC* » (Miège, 2000 : 557-559).

Notre étude offre enfin des perspectives pour un traitement de la métaphore recevable en SIC. En effet, plutôt que d'aborder les métaphores en termes d'écart entre sens propre et sens figuré (cf. la notion de trope), il semble plus rentable d'interroger la place de la métaphore dans le processus d'interprétation des messages. Nous abondons dans le sens de Prandi (2002) lorsqu'elle affirme que « *la distance entre signifié et message n'est pas spécifique du discours figuré, mais [qu'] elle est une propriété structurale de tout acte de communication* ».

Bibliographie

Bestgen Y., Cabiaux A.-F., “L’analyse sémantique latente et l’interprétation des métaphores”, *in* : Actes de la 9^{ième} Conférence annuelle sur le traitement automatique des langues naturelles. Nancy : INRIA. [en ligne], 2002, [consulté en février 2008]. Disponible sur :

<http://www.psor.ucl.ac.be/personal/yb/Doc/Taln02YBAFC.pdf>

Beust P., Ferrari S., Perlerin V., “NLP model and tools for detecting and interpreting metaphors in domain-specific corpora” *in* : Proceedings of the Corpus Linguistics 2003 conference. UCREL technical paper number 16. UCREL, Lancaster University, Dawn Archer, Rayson P., Wilson A., and McEnery T., (eds.), pp 114-123. [en ligne], 2003, [consulté en février 2008]. Disponible sur :

<http://users.info.unicaen.fr/perlerin/recherche/publis/Lancaster2003.pdf>

Bianchi C., 2001, “La flexibilité sémantique, une approche critique” *Langue Française*, 129, pp. 91-110.

Bonnafeous S., Temmar M. dir. 2007, *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*, Éd. Ophrys, (Les chemins du discours).

Bonnafeous S., 1992, “Linguistique et communication, une rencontre obligée” *Cinemaction* n°63, mars, 47-51.

Bonnafeous S., 2006, “L’analyse du discours” *in* Olivesi S. (dir), *Sciences de l’information et de la communication. Objets, savoirs et disciplines*, Presses universitaires de Grenoble, 213-

Enjalbert P., dir., 2005, *Sémantique et traitement automatique du langage naturel*. Paris, Éd. Hermès Sciences, traité IC2 (cognition et traitement de l’information).

Ferrari S., Giguët E., Lucas N., Vergne J., “Projet LINGUIX, recherche d’informations et traitements linguistiques : le cas des métaphores”, *in* : Actes du 3^{ème} colloque international sur le document électronique (CIDE 2000), pp. 279-293. [en ligne], 2000, [consulté en février 2008]. Disponible sur : <http://www.lirmm.fr/lafourcade/ML-biblio/OTHER-BIB/GiguëtCide2000.pdf>

Lecolle M., “Figures et références plurielles en corpus journalistique”, *Cahiers de Grammaire*, 25, *Sémantique et corpus*, pp. 29-52. [en ligne], 2000, [consulté en février 2008]. Disponible sur :

<http://w3.univ-tlse2.fr/erss/textes/publications/CDG/25/CG25-3-Lecolle.pdf>

Marque-Pucheu C., (coord. par), 2001, “Présentation” *Langue française*, 129, *Les figures ; entre langue et discours*, pp. 3-20.

Miège B., 2000, “Les apports à la recherche des sciences de l’information et de la communication”, *Réseaux*, 100, pp. 547-568.

Moirand S., 2007, *Les discours de la presse quotidienne : observer, analyser, comprendre*, Paris, PUF.

Moriceau V., Saint-Dizier P., “Métaphore”, in : Godard D., Roussarie L. et Corblin F. éd., *Sémanticlopédie : dictionnaire de sémantique*, GDR Sémantique & Modélisation, CNRS, [en ligne], 2006, [consulté en février 2008]. Disponible sur : <http://www.semantique-gdr.net/dico/>.

Oger C., 2007, “Analyse du discours et sciences de l’information et de la communication. Au-delà des corpus et des méthodes”, in Bonnaïfous S., Temmar M. dir., *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*, Éd. Ophrys, (Les chemins du discours), pp. 23-38.

Pailliart I., Lafon B., dir., 2007, *Malades et maladies dans l’espace public. Questions de communications*, 11.

Perrin, L. “Figures et dénominations”, *Semen*, 15, *Figures du discours et ambiguïté*. [en ligne], 2002, [consulté en février 2008]. Disponible sur : <http://semen.revues.org/document2410.html>.

Pinell P., 1992, *Naissance d’un fléau. Histoire de la lutte contre le cancer en France (1890-1940)*, Paris, Éd. Métailié.

Piotrowski D., 1999, “Le T.A.L.N. Faillite des ambitions théoriques, Succès de la raison pratique”, *Sémiotiques*, 17, pp. 1-27.

Prandi M. “Métonymie et métaphore : parcours partagés dans l’espace de la communication”, *Semen*, 15, *Figures du discours et ambiguïté*. [en ligne], 2002, [consulté en février 2008]. Disponible sur : <http://semen.revues.org/document2386.html>.

Rastier F., *La métaphore est une figure outrageusement envahissante*. Echange entre François Rastier et Pascal Michelucci sur sa thèse *Philosophie et sémantique du poème chez Paul Valéry : la métaphore aux limites du complexe valéryen*. [en ligne] 1997, [consulté en février 2008] Disponible sur : <http://revue-texto.net/Dialogues/Rastier-Michelucci.html>

Ringoot R., Robert-Demontrond P. dir., 2004, *L’analyse de discours*, Rennes, Éd. Apogée. (Méthodes de recherche en sciences humaines et sociales).

Romeyer H., 2008, *La publicisation de la lutte contre le cancer en France entre 2000 et 2005*, Rapport de recherche dans le cadre d’un post doctorat pour l’Institut National du cancer, document non publié, Université Stendhal.

Sontag S., 1989, *Le sida et ses métaphores*, Paris, Bourgeois éditeurs, 2^{ème} éd. 2005.

Staii A., Balicco L., Bertier M., Clavier V., Mounier E., Paganelli C., à paraître, “Les pratiques informationnelles des médecins dans les centres hospitaliers universitaires : au croisement de la logique scientifique et de la culture professionnelle” *The Canadian Journal of Library and Information Science (CJILS)*.

Utard J-M., (2004) « L’analyse de discours entre méthode et discipline » , in Ringoot R., Robert-Demontrond P. dir., *L’analyse de discours*, Rennes, Éd. Apogée. (Méthodes de recherche en sciences humaines et sociales)

1 Le GRESEC participe à un cluster de recherche financé par la région Rhône-Alpes intitulé « Sciences, techniques et communication », (<http://erstu.ens-lsh.fr>) dont l'une des thématiques développées s'inscrit à la croisée de l'information et de la communication dans le secteur de la santé. (projet en cours)

2 Corpus constitué à partir de la base Europresse sur *Le Monde*, *Le Figaro* et le *Nouvel Observateur*.

3 Nous avons éliminé les traités et les essais, ces genres sciences et techniques (encyclopédies, manuels de médecine, etc.) interdisent l'apparition de valeurs tropiques pour *cancer*.

4 *Le Monde*, 22/11/03

5 *Le Monde*, 21/10/03

6 *Le Figaro* 31/12/04

7 *Le Figaro*, 17/01/03

8 Les valeurs propres du *Figaro* n'ont pas été répertoriées.

9 Pour cette entreprise, nous avons eu recours à deux logiciels, Coocs développé par Williams Martinez (2005) qui s'appuie sur des méthodes de lexicométrie, et Antconc qui est un concordancier.

10 De nombreux termes de maladie sont issus de noms d'animaux (*pavillon* > *papillon*, *équisme du pied* > *cheval*, *coracoïde* > *corbeau*, etc.), pour autant, la valeur première n'est plus réactivable.

11 Rien ne **cancer** de mourir, il faut partir à temps (Benoziglio, Cabinet Portrait, 1980) ; Il y a encore le **cancer** de la lampe rouge du corridor et la mâchoire enguirlandée d'ongles attend le nain le train et le lapin (Tzara, L'Antitête, 1933)