Cahiers de Traduction

Volume 31 Issue 02/November 2025 PP 367/378

دفاتر الترجمة
Cahiers de Traduction

ISSN 1111- 4606
EISSN 2602- 6023

La métaphore de la guerre dans le discours médiatique sur la crise économique liée à la COVID-19 : un cas d'étude de la presse algérienne arabophone et francophone

The War Metaphor in media discourse on Covid-19 induced economic crisis: A case study of Arabophone and Francophone Algerian press.

Auteur : Soumia Merakchi[1]

Université d'Alger 2. Institut de traduction
soumia.merakchi@univ-alger2.dz

Reçu le 26/05/2023 ***Accepté le: 16/11/2025*** ***Publié le 20/11/2025***

Résumé:

Cet article propose une analyse comparative de la métaphore de la guerre dans la presse algérienne, arabophone et francophone, durant la crise de la Covid-19, appliquée au discours économique. À partir d'un corpus de plus de 50 000 mots, l'étude combine analyses quantitative et qualitative. Les résultats confirment la prédominance du domaine guerrier et révèlent un glissement de son usage : mobilisatrice dans le discours sanitaire, la métaphore prend une tonalité plus anxiogène lorsqu'elle est transposée au champ économique. L'analyse met également en évidence des divergences culturelles dans le traitement de thèmes tels que l'endettement ou la spéculation. En conclusion, la métaphore de la guerre apparaît comme un cadre cognitif central, à la fois instrument de cohésion et vecteur d'inquiétude.

Mots-clés : métaphore de la guerre ; métaphore conceptuelle ; Covid-19 ; crise économique ; corpus comparable ; discours médiatique ; analyse critique du discours.

Abstract:

This article offers a comparative analysis of the war metaphor in Algerian press discourse, in both Arabic and French, during the Covid-19 crisis, with a particular focus on economic reporting. Based on a corpus of more than 50,000 words, the study combines quantitative and qualitative approaches. The findings confirm the predominance of the war domain and reveal a shift in its use: while the metaphor is initially mobilizing in health-related discourse, it becomes more anxiety-inducing when transferred to the economic field. The analysis also highlights cultural differences in the treatment of themes such as debt or speculation. The study concludes that the war metaphor functions as a central cognitive frame, simultaneously serving as a tool of cohesion and a source of concern depending on the discursive context.

Keywords: war metaphor; conceptual metaphor; Covid-19; economic crisis; comparable corpus; media discourse; critical discourse analysis.

1. Introduction:

Les métaphores occupent une place centrale dans le discours médiatique, en particulier dans les titres de presse, où elles servent à capter l'attention du public. Des images percutantes comme

[1] **L'auteur Correspondant : Soumia Merakchi**

Cahiers de Traduction
Volume 32 Issue 01/November 2025 pp 00-00
ISSN 1111- 4606 EISSN 2602-6023

« tempête financière » ou *« tsunami Covid »* attirent le regard tout en orientant la perception des événements économiques. Comme le rappelle Benaouda (2022, p. 565), « la presse obéit à un critère singulier qui est le jeu d'influence, c'est-à-dire comment capter le lectorat et, par conséquent, avoir une diffusion plus large ».

Au-delà de leur fonction stylistique, les métaphores structurent notre compréhension du monde. Lakoff et Johnson (1985) ont montré qu'elles ne relèvent pas seulement du langage, mais d'une manière de penser : elles organisent notre expérience et guident nos représentations sociales. Durant la pandémie de Covid-19, de nombreuses études (Semino, 2021 ; Nerlich, 2020 ; Podolšak, 2020 ; Wicke & Bolognesi, 2020 ; Štrkalj & Ostroški, 2021) ont souligné la prédominance de la métaphore de la guerre dans le discours médiatique mondial.

Or, ce recours massif n'est pas neutre. Sontag (1978, 1989) a mis en évidence le pouvoir ambivalent de ces images : elles peuvent mobiliser la société, mais aussi renforcer la peur et la stigmatisation. Semino (2021) a montré qu'elles peuvent unir ou diviser selon le contexte et la finalité du discours.

Partant de ces constats, la présente étude se propose d'analyser la métaphore de la guerre dans le discours économique lié à la pandémie de Covid-19 dans la presse algérienne, arabophone et francophone. Elle vise à identifier les similitudes, les divergences et les implications discursives de ces usages métaphoriques, afin de mieux comprendre comment les médias algériens ont conceptualisé et mis en récit la crise sanitaire et économique.

Cadre théorique

Le cadre théorique de cette étude s'articule autour de trois axes complémentaires :

1. Fondements cognitifs : la Théorie de la Métaphore Conceptuelle (TMC)

Selon la Théorie de la Métaphore Conceptuelle (Lakoff & Johnson, 1980), la métaphore ne constitue pas un simple ornement linguistique, mais un mécanisme cognitif qui structure notre manière de penser et de communiquer.

Elle permet de comprendre des concepts abstraits (domaines cibles) à travers des expériences concrètes et familières (domaines sources), selon un processus de projection conceptuelle (mapping).

Ainsi, la métaphore conceptuelle **LA VIE EST UN VOYAGE** projette le domaine source du déplacement (départ, chemin, destination) sur le domaine cible de la vie humaine, comme en témoignent des expressions telles que « nous sommes arrivés au bout du chemin » ou « il faut suivre sa propre voie ».

De la même manière, dans le corpus étudié, la métaphore **LA CRISE ÉCONOMIQUE EST UNE GUERRE** projette le domaine source de la guerre sur celui de la crise économique et sanitaire, en activant un réseau lexical (lutter, combattre, mobiliser, première ligne) qui oriente la perception de la crise vers une logique d'affrontement et de résistance.

Cahiers de Traduction
Volume 32 Issue 01/November 2025 pp 00-00
ISSN 1111- 4606 EISSN 2602-6023

Devenues conventionnelles, ces métaphores influencent la construction du sens et la réception émotionnelle du lecteur. Elles jouent ainsi un rôle central dans la structuration cognitive et discursive de la crise, ce qui justifie l'adoption de la TMC comme cadre principal d'analyse.

2. Variation culturelle : la perspective de Kövecses

Kövecses (2005, 2010, 2014) a montré que, si certaines métaphores reposent sur des expériences universelles, leur réalisation linguistique et leur interprétation culturelle varient selon les sociétés. Deux langues peuvent ainsi partager une même métaphore conceptuelle tout en lui attribuant des nuances spécifiques liées à leur contexte symbolique. Comme le souligne Kövecses (2014, p. 31) :

"If the linguistic expression of a conceptual metaphor that exists in two languages is influenced by differences in cultural context, we have an important source of difficulties in translation."

Autrement dit, la variation métaphorique ne dépend pas seulement des structures linguistiques, mais aussi des valeurs, référents et expériences collectives qui façonnent la vision du monde propre à chaque culture. Dans le contexte algérien, cette perspective s'avère particulièrement pertinente : la coexistence de la presse arabophone et francophone illustre deux modes de conceptualisation distincts d'une même réalité. La presse francophone tend à s'appuyer sur des références historiques et politiques héritées du discours occidental, tandis que la presse arabophone mobilise davantage des valeurs morales et communautaires enracinées dans la culture locale. Ces différences d'ancrage symbolique expliquent certaines divergences d'interprétation métaphorique, tout en confirmant la pertinence de l'approche comparative adoptée dans cette étude.

3. Portée sociale et critique : Sontag et Semino

Au-delà de leur dimension cognitive, les métaphores remplissent une fonction sociale et idéologique : elles simplifient la réalité, mais peuvent aussi la dramatiser ou la détourner. Sontag (1978, 1989) a montré que les métaphores guerrières dans le discours médical peuvent renforcer la peur ou culpabiliser les malades.
Semino (2021) prolonge cette réflexion dans le contexte de la Covid-19, en démontrant que la rhétorique de la guerre peut tantôt mobiliser la solidarité collective, tantôt accentuer les divisions sociales.
Ces approches critiques permettent d'évaluer, dans la presse algérienne, la fonction idéologique et émotionnelle des métaphores de guerre : servent-elles à renforcer la cohésion nationale et la résilience collective, ou, au contraire, à nourrir l'anxiété et la peur face à la crise ?

Méthodologie

1. Constitution du corpus

L'étude repose sur un **corpus comparable** d'environ **51 534 mots**, composé de 50 articles arabophones (21 212 mots) et 50 articles francophones (30 322 mots). Les textes, publiés entre mars et juin 2020, correspondent à la première phase de la pandémie, marquée par l'incertitude

Cahiers de Traduction
Volume 32 Issue 01/November 2025 pp 00-00
ISSN 1111- 4606 EISSN 2602-6023

et la mobilisation nationale. Ce choix permet d'examiner le **discours de crise immédiat**, période où l'usage métaphorique atteint son intensité maximale.

Le corpus comparable, contrairement au corpus parallèle, regroupe des textes traitant d'un même thème sans relation de traduction directe (Biber, 1993). Cette approche évite l'effet de *translationese* (Olohan, 2004 ; Shuttleworth, 1997) et permet d'observer les variations linguistiques et culturelles propres à chaque langue.

Les articles proviennent de deux journaux à large diffusion : *Echourouk* (arabe) et *L'Expression* (français), considérés parmi les plus lus en Algérie (Dris, 2017 ; Miliani, 2013). Le corpus a été constitué à l'aide de Sketch Engine, à partir des mots-clés *économie*, *finance*, *crise*, *Covid-19* et leurs équivalents arabes.

2. Identification des métaphores : la méthode MIPVU

Les expressions métaphoriques ont été repérées selon la méthode **MIPVU** (*Metaphor Identification Procedure Vrije Universiteit*), développée par Steen et al. (2010) et largement utilisée dans les recherches en linguistique cognitive.
Cette méthode garantit un repérage systématique et reproductible, condition essentielle à la validité scientifique de toute étude sur la métaphore.

"Reliable metaphor identification is crucial for assessing the validity of metaphor research." (Steen, 2014, p. 15)

Les étapes appliquées sont :

1. Lecture analytique des textes pour repérer les unités lexicales à sens potentiellement non littéral.
2. Vérification du sens premier de chaque unité dans les dictionnaires de référence (*Larousse* pour le français, *Almaany* pour l'arabe).
3. Annotation des expressions dont le sens contextuel diffère du sens premier comme métaphoriques.

La densité métaphorique observée s'inscrit dans les tendances d'études antérieures (Steen et al., 2010 ; Semino, 2021), confirmant la forte prégnance de ce procédé dans le discours médiatique sur la pandémie et justifiant une analyse ciblée sur les domaines sources les plus récurrents.

3. Limites de la méthode et rôle du contexte culturel

Bien que la MIPVU soit reconnue pour sa fiabilité, elle présente des limites d'interprétation lorsque le sens dépend fortement du contexte culturel.
Par exemple : *« Des savons bénis par un raki… »*

Ici, *raki* ne renvoie pas à l'eau-de-vie turque, mais à *rāqi* (راقي), le praticien de la *roqya* (pratique religieuse).
Le sens est donc littéral et religieux (*« savons sur lesquels on a récité le Coran »*), non métaphorique.

Cahiers de Traduction
Volume 32 Issue 01/November 2025 pp 00-00
ISSN 1111- 4606 EISSN 2602-6023

Ce type de cas, bien qu'extérieur au domaine de la guerre, montre que l'application mécanique de la méthode MIPVU ne permet pas toujours de saisir ces nuances. L'interprétation correcte des métaphores suppose non seulement une analyse contextuelle approfondie, mais aussi une connaissance fine des référents culturels et linguistiques propres à chaque communauté discursive.

4. Classification et analyse quantitative

Chaque expression métaphorique a été associée à un **domaine source** (guerre, mouvement, médical, etc.). Toutefois, comme le notent Ahrens et Jiang (2020, p. 43), cette classification reste partiellement **non standardisée** : certaines métaphores peuvent relever de plusieurs domaines, par exemple *« C'est l'hécatombe »*, qui évoque à la fois la **catastrophe**, la **religion** et la **guerre**.

L'analyse quantitative a consisté à compter les métaphores, calculer leur proportion et identifier les domaines dominants pour chaque langue. Les résultats, présentés dans la section suivante, montrent que le domaine de la guerre est le plus récurrent. Cette tendance quantitative constitue la base de l'analyse qualitative, qui explore l'impact discursif et culturel de ces métaphores.

Analyse du corpus :

1. Analyse quantitative

L'analyse de l'ensemble du corpus (51 534 mots) a permis d'identifier 3 331 expressions métaphoriques, soit une moyenne de 6,46 % du total lexical. Cette proportion est légèrement plus élevée dans le corpus arabophone (6,99 %) que dans le corpus francophone (6,09 %).

Les domaines sources les plus fréquents sont la personnification, la guerre, le mouvement et le domaine médical. Parmi eux, celui de la guerre domine nettement, représentant 21,10 % des métaphores recensées dans le corpus arabophone et 15,63 % dans le corpus francophone.

Cependant, **la répartition de ces métaphores n'est pas homogène.** Lorsqu'elles apparaissent de manière **isolée**, souvent dans les titres, **elles exercent une fonction expressive ou accrocheuse,** sans véritable portée cognitive. En revanche, lorsque les expressions issues du même domaine **se répètent** et se répondent à l'intérieur d'un même texte, elles construisent un **réseau métaphorique cohérent** qui oriente la représentation de la crise selon une logique de combat collectif.

L'analyse quantitative a ainsi révélé la prédominance de deux grands récits de guerre : l'un centré sur la crise sanitaire, l'autre sur la crise économique. Si la présente étude se concentre principalement sur la dimension économique, il est apparu que la métaphore de la guerre s'est d'abord structurée et enracinée dans le discours sanitaire avant d'être projetée sur la sphère économique. La partie qualitative qui suit examinera en détail la dynamique de ces deux récits et leurs effets discursifs respectifs.

2. Analyse qualitative :

Cahiers de Traduction
Volume 32 Issue 01/November 2025 pp 00-00
ISSN 1111- 4606 EISSN 2602-6023

L'analyse qualitative confirme que la métaphore de la guerre n'est pas univoque. Elle se déploie selon deux axes thématiques aux effets radicalement différents : la guerre sanitaire, présentée comme un combat héroïque, et la guerre économique, dépeinte comme un désastre anxiogène

2.1. La guerre sanitaire : une métaphore de mobilisation et de mémoire

Dans la presse algérienne, qu'elle soit francophone ou arabophone, la métaphore de la guerre constitue le principal cadre d'interprétation de la pandémie. Elle oriente la compréhension collective vers un imaginaire d'unité et de résistance. La lutte contre le coronavirus y est présentée comme une bataille nationale où chaque acteur : État, personnel médical et citoyens participe à la défense du pays. Les expressions « *guerre contre l'épidémie* », « *chaque citoyen est un combattant* » ou encore *الهبة التضامنية لمجابهة فيروس كورونا* traduisent cette volonté d'impliquer la société entière dans un effort commun. Dans ce discours, la guerre ne renvoie pas à la violence, mais à la solidarité organisée face à un ennemi invisible.

Cette métaphore vise également à sensibiliser le public à la gravité du virus et à légitimer les mesures gouvernementales. Le champ lexical du combat, visible dans *محاصرة كورونا إجراءات أكثر تشدّدا، ضخّ 5 مليار في حساب مكافحة كورونا*, dramatise la situation tout en maintenant un ton mesuré. Il rappelle la persistance du danger et justifie la mise en place d'actions fermes : « *Le Premier ministre est revenu sur les mesures prises pour faire face à cette pandémie […] avant d'appeler les Algériens à être prudents face au virus et aux manipulateurs.* »

Dans la presse arabophone, la même orientation apparaît dans l'appel à la vigilance : *على وزارة الصحة ووسائل الإعلام، توعية المواطن، وإفهامه أن تحرير بعض النشاطات التجارية لا يعني القضاء على الوباء، وأن هذا الأخير لا يزال خطره قائما*.

Ces formulations traduisent un discours de prévention et de discipline civique, où la peur devient un moteur d'action plutôt qu'un facteur de repli.

La presse francophone ajoute à cette logique de mobilisation une dimension mémorielle et patriotique. En inscrivant la pandémie dans la continuité des épreuves nationales, elle réactive la mémoire de la résistance algérienne :

« *Depuis son accession à l'indépendance, le pays a eu à affronter de nombreuses étapes souvent tragiques dont elle est sortie à chaque fois victorieuse. […] Cette autre bataille d'un autre type, menée contre un coronavirus qui secoue la planète, sera extrêmement rude.* »
La guerre sanitaire devient ainsi le prolongement symbolique des luttes passées : une nouvelle épreuve où se rejoue la capacité du peuple à surmonter l'adversité.

Dans ce cadre, la femme algérienne incarne la continuité de l'héroïsme national. Présentée comme « *la digne descendante de Hassiba Ben Bouali et de Djamila Bouhired* », elle apparaît en première ligne, engagée dans le soin et la solidarité. Son image relie le combat sanitaire à l'histoire patriotique et confère à la métaphore une valeur identitaire et morale.

Ainsi, la guerre sanitaire ne stigmatise pas les malades : l'ennemi n'est pas l'individu contaminé, mais uniquement le virus, perçu comme une menace impersonnelle à combattre

Cahiers de Traduction
Volume 32 Issue 01/November 2025 pp 00-00
ISSN 1111- 4606 EISSN 2602-6023

collectivement. Contrairement à la logique binaire du « gagner ou mourir » décrite par Sontag, la presse algérienne n'aborde pas la question de la défaite face au virus ni ne culpabilise les victimes. Le discours médiatique met davantage l'accent sur la bataille en cours, la résistance et la continuité de l'effort collectif, plutôt que sur les pertes humaines. Dans la presse arabophone, cette attitude s'inscrit souvent dans une lecture religieuse de la crise, où la maladie et la guérison relèvent de la volonté divine (مشيئة الله). Par la combinaison de la vigilance, de la mémoire et de la solidarité, le discours médiatique construit ainsi une représentation de la crise où l'unité nationale devient la condition de la victoire collective sur la crise

2.2. La guerre économique : métaphore de la crise et de la vulnérabilité

Contrairement à la guerre sanitaire, qui véhicule un discours de cohésion et de solidarité, la guerre économique adopte un ton plus dramatique et anxiogène. Elle traduit la fragilité de l'économie nationale, aggravée par la pandémie et la chute brutale des prix du pétrole perçue comme le détonateur symbolique d'une crise mondiale. La presse multiplie les formules alarmistes :

*« ماذا أعددنا **لمواجهة الحرب الاقتصادية الكونية؟** »*,
« يوم اثنين أسود انهارت فيه أسعار النفط بالثلث »,
« كارثة في الاقتصادات المتقدمة والاقتصادات النامية على حد سواء ».

Le vocabulaire guerrier s'associe ici à celui de la catastrophe et du désastre : la pandémie apparaît comme une attaque soudaine qui désorganise et paralyse les économies.

Les articles arabophones insistent sur la dimension mondiale et incontrôlable du phénomène : *« دورة الحياة الاقتصادية توقفت، **في حرب مفاجئة ضد عدو خفي،** مازال الأقوى من قوى دفاع العالم أجمع »* *« فايروس كورونا لم يعد مجرد وباء لا علاج له، **هو حرب بنظم قتال جديدة،** يعطل قواعد الاقتصاد دون تدمير هياكله »*
Le virus est décrit comme un ennemi invisible dont la stratégie consiste à désarmer les défenses économiques. Cette représentation nourrit un sentiment d'impuissance : la guerre économique est subie, non choisie. L'Algérie y apparaît comme victime collatérale d'un affrontement mondial : *« الحرب الاقتصادية كانت قد بدأت منذ أكثر من سنة بين الولايات المتحدة والصين »*, la pandémie n'ayant fait qu'en accélérer les effets.

Dans la presse francophone, le ton se durcit. Le lexique de la guerre se mêle à celui de la catastrophe naturelle :« *C'est l'hécatombe. Le coronavirus a une force de frappe dévastatrice, meurtrière.* », « *faire face à un cataclysme économique.* », Les métaphores animales « *mastodontes de l'économie mondiale* », « *guerre féroce entre géants pétroliers* » et les images d'effondrement « *économie mondiale laminée* » accentuent l'idée de chaos. La guerre économique devient une bataille pour la survie de l'humanité et la remise en cause d'un modèle économique.

Sur le plan national, cette guerre prend une dimension morale. Les articles dénonçant la spéculation réactivent la figure de l'ennemi intérieur :
*« وزير التجارة **يعلن الحرب على المضاربين** في حملة بلا هوادة... لتطهير عالم التجارة من هذه الفئة التي تستغل الظرف **لامتصاص دماء إخوانها** »*
« ***La guerre-éclair contre les suceurs de sang*** *à l'origine des pénuries ne fait que*

Cahiers de Traduction
Volume 32 Issue 01/November 2025 pp 00-00
ISSN 1111- 4606 EISSN 2602-6023

commencer.»
Le spéculateur devient un traître économique, voire un vampire social.
Les deux presses activent le même imaginaire, celui de la guerre et du vampire, pour dénoncer la cupidité et moraliser la crise.
L'État, en déclarant la guerre à ces profiteurs, confirme son rôle de protecteur du peuple et renforce l'idée d'unité nationale.
Cependant, cette métaphore, tout en valorisant la solidarité, peut aussi entretenir une forme de rancune envers une catégorie sociale présentée comme parasite, révélant ainsi la flexibilité du schéma guerrier : il peut unir ou diviser selon le contexte.

2.3. Métaphores et contexte

Il convient toutefois de noter que cette métaphore anxiogène change de ton selon le contexte et la perspective adoptée par la presse. Dans certains articles francophones, la guerre économique est décrite avec des accents de combativité et de confiance : « *Le coronavirus, qui met le monde à genoux, a, il faut le dire, permis à l'Algérie de se découvrir des capacités qu'elle ne se connaissait pas*. » Dans le même registre, l'appel à une « *riposte vigoureuse* » et à « *une réaction énergique face à ce nouveau virus qui décime la population mondiale et met à genoux l'économie de la planète* » exprime la volonté d'agir plutôt que de subir. Dans la presse arabophone, le ton se fait plus pragmatique et collectif. L'idée de « *حرب فرضت نفسها* » (« une guerre qui s'impose ») traduit la contrainte, mais aussi la résilience face à l'adversité. Des formulations telles que « *تكمن قوة المواجهة في الحفاظ على بنى إدامة دورة الحياة الطبيعية، وتنشيط قطاعاتها باستنهاض الطاقات المتاحة* » soulignent la nécessité de préserver les structures vitales de l'économie et de relancer les secteurs productifs. L'accent est mis sur la gestion concrète de la crise : « *استنفر رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون جميع الهيئات الرسمية، استعدادا لمواجهة الوضع المالي والاقتصادي للبلد* »
Ces variations montrent que la métaphore de la guerre ne possède pas de valeur unique : elle s'ajuste aux circonstances, aux priorités et à la vision du rôle de l'État. Dans un cas, elle sert à renforcer la résilience nationale ; dans l'autre, à encadrer l'action collective et à rationaliser la réponse à la crise. Elle révèle ainsi la capacité du discours médiatique algérien à adapter le même cadre métaphorique à des contextes différents, pour maintenir la vigilance tout en nourrissant la cohésion sociale.

2.4. Divergences culturelles et implications pour la traduction

L'analyse contrastive révèle des différences culturelles marquées derrière des thèmes en apparence similaires. La traduction des métaphores engage ainsi des visions du monde, des valeurs et des modes de persuasion propres à chaque culture médiatique.

a) La « guerre des prix » :

Les deux corpus évoquent la confrontation pétrolière entre l'Arabie saoudite et la Russie comme une **guerre des prix**, mais selon des imaginaires divergents.
Dans la presse francophone, la métaphore s'inscrit dans un cadre militaire rationnel :

Cahiers de Traduction
Volume 32 Issue 01/November 2025 pp 00-00
ISSN 1111- 4606 EISSN 2602-6023

*« **La guerre des prix** entre l'Arabie saoudite et la Russie leur **a porté le coup de grâce**. »*

L'expression ***coup de grâce*** renvoie à la logique d'un combat final et maîtrisé : la guerre économique est présentée comme une manœuvre tactique calculée, visant la neutralisation de l'adversaire. Le ton demeure analytique, marqué par une approche stratégique et gestionnaire du conflit.

Le discours arabophone, en revanche, adopte un registre culturel et moral qui détourne la métaphore vers la dérision :

« **معركة الطواحين** "عزمها رسميا على ثني المملكة العربية السعودية من مواصلة". »

L'allusion à **معركة الطواحين**(la bataille des moulins à vent) renverse le cadre de référence : la guerre devient **absurde et vaine**, symbole d'un affrontement illusoire. Le traitement ironique de la métaphore dénonce la déraison du conflit plutôt qu'il n'en célèbre la puissance.

Ce contraste illustre un enjeu traductologique majeur : une même métaphore peut véhiculer des valeurs et des interprétations opposées selon la culture qui la mobilise.

b) L'endettement extérieur :

La question de l'endettement extérieur, vis-à-vis du FMI, constitue un autre exemple révélateur de divergence discursive.
Dans la presse francophone, la métaphore revêt une forte charge historique et émotionnelle : *« Acceptera-t-il de **passer sous les fourches Caudines du FMI** ? Nombreux sont les Algériens qui gardent encore **les séquelles de ce remède administré à froid et sans anesthésie,** au milieu des années 1990...»* Le discours associe deux images, l'humiliation militaire antique et la douleur médicale, pour transformer la dépendance économique en souffrance nationale. Cette hybridation métaphorique provoque un rejet immédiat de l'idée d'endettement, motivé par la volonté de préserver la dignité nationale et nourri par la mémoire de la soumission économique passée.

Le corpus arabophone, à l'inverse, adopte un ton sobre et analytique : *« ... مع ما يعنيه ذلك من **الرضوخ للشروط القاسية للهيئات** المالية الدولية... قد تدفع ملايين الجزائريين إلى ما دون خطّ الفقر »*
Le terme *الرضوخ*(soumission) exprime une conséquence logique plutôt qu'une humiliation morale. Le raisonnement repose sur la causalité : la soumission entraîne la pauvreté. Le discours cherche à informer, à anticiper et à responsabiliser plutôt qu'à susciter une réaction affective.

Ces exemples montrent que, même lorsque les deux langues recourent à une même métaphore conceptuelle, elles construisent des imaginaires distincts. La presse francophone privilégie la mémoire et l'émotion, transformant les enjeux économiques en récits de bravoure ou d'humiliation. La presse arabophone, en revanche, adopte une posture pragmatique et collective, centrée sur la responsabilité et la gestion des conséquences.

La difficulté traductologique ne réside donc pas seulement dans la correspondance lexicale, mais dans la transposition conceptuelle des valeurs symboliques et des cadres culturels sous-

Cahiers de Traduction
Volume 32 Issue 01/November 2025 pp 00-00
ISSN 1111- 4606 EISSN 2602-6023

jacents. La métaphore devient ainsi un espace de tension et de négociation interculturelle, où s'opposent deux manières de concevoir la crise :

- l'une, ancrée dans la mémoire et l'émotion ;
- l'autre, fondée sur la raison, la prudence et l'action collective.

En ce sens, la traduction ne se limite pas à reproduire une image, mais à réinterpréter une vision du monde. Elle suppose une compréhension fine du contexte discursif et culturel pour restituer, au-delà des mots, la logique de sens propre à chaque univers médiatique

Conclusion

L'analyse du corpus a montré que la métaphore de la guerre constitue le cadre dominant de représentation de la pandémie dans la presse algérienne, qu'elle soit francophone ou arabophone. La « guerre sanitaire » s'y charge d'une dimension héroïque et mobilisatrice, exaltant la solidarité et la mémoire collective, tandis que la « guerre économique » adopte un ton plus anxiogène, souvent renforcé par l'hybridation avec les domaines de la catastrophe ou de la maladie.

L'usage du domaine de la guerre ne relève pas d'un simple effet rhétorique, mais d'une véritable stratégie discursive visant à signifier l'urgence, à sensibiliser l'opinion et à légitimer certaines mesures. Employée avec discernement, la métaphore favorise la cohésion et la mobilisation collectives ; utilisée de manière excessive, elle risque au contraire d'entretenir la peur et la méfiance. Elle agit ainsi comme une arme à double tranchant, capable à la fois de rassembler et d'inquiéter.

Cette recherche présente néanmoins certaines limites. Elle repose sur un corpus restreint à la presse algérienne francophone et arabophone et sur un seul champ conceptuel, celui de la guerre. Les résultats ne peuvent donc être généralisés, mais ils constituent une base solide pour de futures études portant sur d'autres cadres métaphoriques ou sur la diversité des discours médiatiques en contexte de crise.

En définitive, l'étude confirme que la métaphore de la guerre dépasse le statut de simple figure de style : elle fonctionne comme un véritable instrument cognitif et discursif permettant de rendre intelligibles des réalités complexes et abstraites. En projetant l'expérience concrète du combat sur celle de la crise, elle contribue à structurer la pensée collective, à orienter les émotions et à modeler les représentations sociales. La métaphore façonne ainsi non seulement la manière dont les sociétés perçoivent et racontent les crises, mais aussi la façon dont elles y réagissent, révélant le pouvoir du langage dans la construction du réel.

Cahiers de Traduction
Volume 32 Issue 01/November 2025 pp 00-00
ISSN 1111- 4606 EISSN 2602-6023

Liste Bibliographique :

Ahrens, Kathleen & Jiang, Michelle (2020), Source domain verification using corpus-based tools, Metaphor and Symbol, 35(1), 43–55.
Alipour, Samad; Sharifi, Sina & Izanloo, Ali (2016), Introducing MIP: A method for identifying metaphors in discourse, Journal of Linguistics & Khorasan Dialects, 8(14), 111–139.
Angeli, Elizabeth (2012), Metaphors in the rhetoric of pandemic flu, Journal of Technical Writing and Communication, 42(3), 203–222.
Balteiro, Isabel (2017), Metaphor in Ebola's popularised scientific discourse, Ibérica, 34, 209–230.
Benaouda, Adila (2022), Traduction et culture, Cahiers de traduction, 26(1), 565–580.
Biber, Douglas (1993a), Using register-diversified corpora for general language studies, Computational Linguistics, 19(2), 180–201.
Biber, Douglas (1993b), Representativeness in corpus design, Literary and Linguistic Computing, 8(4), 243–257.
Borodulina, Natalia Y. & Makeeva, Marina N. (2014), Métaphores dans la langue économique, Transactions of TSTU, 20(2), 372–380.
Charteris-Black, Jonathan (2005), Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor, Palgrave Macmillan, Royaume-Uni.
Charteris-Black, Jonathan (2021), Metaphors of COVID-19: Comparative perspectives on the pandemic discourse, Palgrave Macmillan, Royaume-Uni.
Charteris-Black, Jonathan & Ennis, Thomas (2001), A comparative study of metaphor in Spanish and English financial reporting, English for Specific Purposes, 20(3), 249–266.
Coleman, Melissa P. (2013), War on cancer and the influence of the medical-industrial complex, Journal of Cancer, 1(1), 31–34.
Dris, Cherif (2017), La presse algérienne : une dérégulation sous contraintes, Questions de communication, 32, 261–286.
Fuertes-Olivera, Pedro A. & Pizarro-Sánchez, Isabel (2002), Translation and "similarity-creating metaphors" in specialised languages, Target, 14(1), 43–73.
Jaspal, Rusi & Nerlich, Brigitte (2020), Social representations, identity threat, and coping amid COVID-19, Psychological Trauma, 12(S1), S24–S26.
Kövecses, Zoltán (2014), Conceptual metaphor theory and the nature of difficulties in metaphor translation, in Miller, D. R. & Monti, E. (dir.), Tradurre figure: Translating figurative language, Quaderni du CeSLiC, Bologne, pp. 25–39.
Lakoff, George & Johnson, Mark (1985), Les métaphores dans la vie quotidienne, Les Éditions de Minuit, France.
Le, Hoang Truong (2012), Les métaphores conceptuelles de l'économie dans les presses française et vietnamienne, Synergies Corée, 3, 33–45.
Miliani, Hadj (2013), La presse écrite en Algérie, Multilinguales, 1, 181–191.
Nasr, Samah (2020), Métaphores de la crise de la Covid-19 dans la presse économique

Cahiers de Traduction
Volume 32 Issue 01/November 2025 pp 00-00
ISSN 1111- 4606 EISSN 2602-6023

française, Journal of Scientific Research in Art, 21(7), 1–16.
Nacey, Susan; Dorst, Anita G.; Krennmayr, Tina & Reijnierse, W. G. (dir.) (2019), Metaphor identification in multiple languages, John Benjamins, Pays-Bas.
Olohan, Maeve (2004), Introducing corpora in translation studies, Routledge, Royaume-Uni.
Potts, Amanda & Semino, Elena (2019), Cancer as a metaphor, Metaphor and Symbol, 34(2), 81–95.
Pragglejaz Group (2007), MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse, Metaphor and Symbol, 22(1), 1–39.
Semino, Elena (2021), Not soldiers but fire-fighters, Health Communication, 36(1), 50–58.
Semino, Elena; Demjén, Zsófia & Demmen, Jane (2018), An integrated approach to metaphor and framing, Applied Linguistics, 39(5), 625–645.
Shuttleworth, Mark & Cowie, Moira (1997), Dictionary of translation studies, Routledge, Royaume-Uni.
Steen, Gerard J. (2014), Translating metaphor: What's the problem?, in Miller, D. R. & Monti, E. (dir.), Tradurre figure: Translating figurative language, Quaderni du CeSLiC, Bologne, pp. 41–57.
Wicke, Philipp & Bolognesi, Marianna M. (2020), Framing COVID-19, PLOS ONE, 15(9), e0238591.