

PHÉNOMÈNES DE *FRAMING* DANS LE DISCOURS ENVIRONNEMENTAL DES ENTREPRISES

UDC 81'42:316.774
005.57:33

Romuald Dalodière

Université de Mons, Faculté de traduction et d'interprétation,
Service d'Études nordiques (NORD), Mons, Belgique

ORCID iD: Romuald Dalodière

<https://orcid.org/0009-0007-4558-4459>

Résumé. *La communication des entreprises sur leur site Internet est une occasion idéale de se « mettre en scène ». Les organisations sont ainsi libres de présenter l'information à leur avantage, et, ce faisant, de tenter de diriger l'interprétation de leur public selon un procédé de framing. Sur la base de deux de ces formes de framing issues de la typologie de MacLachlan et Reid (1994), nous démontrons l'existence, dans deux corpus distincts, d'une corrélation statistique significative entre organisation spécifique de l'information dans le déroulé de la phrase, et recours aux figements thématiques du discours environnemental.*

Mots-clés : *analyse du discours, discours environnemental, framing*

INTRODUCTION

Quiconque s'intéresse à la communication des organisations trouvera dans leur présence en ligne une source d'information extrêmement précieuse. Pour des entreprises qui communiquent sur leur site Internet – sans tenir compte ici de la communication au travers des réseaux sociaux popularisée par l'avènement du Web 2.0 (Cormode et Krishnamurthy 2008) –, maîtresses en leur (nom de) domaine, ces « échanges » sont à sens unique : la réaction du public restera inconnue, des entreprises elles-mêmes comme des co-destinataires du message. Dans le sillage de la typologie de Grunig et Hunt (1984) en matière de relations publiques, ce mode de communication unidirectionnel relèverait de la propagande ou de l'information publique – la communication des entreprises comportant des traits distinctifs de ces deux types, entre dimension promotionnelle et transmission d'informations factuelles (Breeze 2013). En s'exprimant sur une plateforme où elles

Submitted April 12, 2024; Accepted October 29, 2024

Corresponding author: Romuald Dalodière

The Faculty of Translation and Interpretation, University of Mons, Avenue du Champ de Mars 17, 7000 Mons, Belgium

E-mail: Romuald.DALODIERE@umons.ac.be

exercent un contrôle total et où toute voix contraire ne trouvera aucun écho, les entreprises sont libres de se « mettre en scène » de la façon qui leur sera la plus favorable. Les travaux de Goffman en microsociologie, où la question de la mise en scène de soi joue un rôle considérable, ont été fondateurs pour le développement de la notion de *framing*, procédé au travers duquel le locuteur cherche à circonscrire ou orienter la compréhension de ses destinataires (voir par exemple Entman 1993, ou Lakoff 2006).

Nous commençons par brièvement rendre compte de la notion de *framing* avant de revenir sur deux typologies que connaît la notion dans la limite de l'espace qui nous est alloué pour le présent article et d'exposer le questionnement qui a guidé nos travaux. Après une présentation succincte de nos corpus en deuxième partie, nous détaillons notre méthodologie d'analyse dans une section consacrée. Nous concluons en présentant et discutant nos résultats.

1. LE FRAMING

En analyse du discours, on considère que discours et institutions se créent mutuellement (Fairclough 1992, 63-64) : cette relation dialogique, appliquée aux entreprises – que l'on peut qualifier d'institutions (Zucker 1983 ; Greenwood *et al.* 2014) – est reprise par Breeze (2013, 21-22) qui relève leur propension à créer, transmettre, mais aussi se conformer à une forme de réalité sociale. À cet égard, le langage joue un rôle essentiel dans la création de réalité sociale (Berger et Luckmann 2012), et avec lui le *framing* qui donne corps à l'appréhension du monde par l'individu (Hallahan 1999, 207).

1.1. Une définition difficile

Définir le *framing* n'est pas chose aisée, le terme étant réputé connaître des acceptions variables, d'une discipline à l'autre, mais aussi au sein d'une même discipline, voire parfois de la part d'un même chercheur (Stibbe 2015, 47). En fait, relever le flou régnant autour de la notion semble être une constante de la littérature qui s'y rapporte (*ibid.*, mais aussi Entman 1993, 51-52, ou Van Gorp 2007, 60-61, par exemple). En dépit de l'utilité du concept pour de nombreux champs des sciences sociales, « les critiques à son égard sont justifiées car les travaux le concernant prennent la forme d'une multitude d'approches qui diffèrent les unes des autres, tant conceptuellement qu'ontologiquement et méthodologiquement » (Dewulf *et al.* 2009, 156, notre traduction).

La littérature permet toutefois d'esquisser une compréhension partagée tendancielle de la notion de *framing*, que l'on peut au minimum circonscrire en tant que procédé visant à mettre les destinataires d'un message dans une disposition interprétative particulière – c'est-à-dire, à influencer leur compréhension d'un message, sans cependant leur mentir. Il ne s'agit pas à proprement parler de persuasion, par laquelle on chercherait à modifier l'attitude du destinataire à l'égard d'un sujet précis, mais plutôt d'une tentative de modifier l'ordre de ses priorités (Druckman 2001). On comprend alors que la notion implique des questions de sélection et de saillance : c'est-à-dire de choisir les éléments essentiels d'un message devant être mis en lumière, ou au contraire dissimulés (Entman 1993). Un cas de figure classique pour illustrer le procédé repose sur l'exploitation de l'aversion humaine pour le risque : par ce moyen, on a pu mettre en évidence le fait que deux propositions de choix, identiques en termes de résultats mais différentes du point de vue de leur formulation, provoquent des effets contraires chez la population qui en viendrait alors à

prendre des décisions contradictoires sur la seule base de la tournure du message (Kahneman et Tversky 1984). Le procédé, par exemple, a démontré son efficacité pour orienter l'opinion des citoyens vis-à-vis de questions de société, et ce indépendamment de leur obédience politique initiale (Sniderman et Theriault 2004). Dans le même temps, les métaphores, essentielles pour la capacité humaine à conceptualiser le monde qui l'entoure (Lakoff et Johnson 1980), représentent un pan essentiel des travaux sur le *framing*, et leur sélection a des conséquences pour l'efficacité des discours relatifs au changement climatique (Flusberg *et al.* 2017).

Ainsi, pour Hallahan par exemple, un *frame* « circonscrit ou précise le sens du message en donnant forme aux inférences que les individus font à partir de celui-ci » (Hallahan 1999, 207, notre traduction). Breton (2003, 35) ne dit pas autre chose quand il décrit le *cadrage* comme « une description orientée utilisée dans un domaine où il n'y a pas d'objectivité possible ». Il s'agit dans tous les cas, pour une scène donnée, d'en choisir l'angle de vue et l'ampleur de ce qu'elle embrasse avant de la communiquer au public.

1.2. Typologies du *framing*

Compte tenu de l'indétermination du concept et de la multiplicité des domaines où il est employé, il n'est pas surprenant qu'il ait fait l'objet de multiples tentatives de typologisation. La plus répandue, sans doute – et peut-être l'une des plus utiles car intervenant à un niveau superordonné – est celle distinguant entre les approches cognitive et interactionnelle du *framing* (voir par exemple Ensink 2003 ; Dewulf *et al.* 2009).

Dans l'approche cognitive, où se situent notamment les travaux de Fillmore ou de Lakoff, les cadres (*frames*) sont des structures mentales inconscientes porteuses d'une charge sémantique (y compris discursive) impliquant plusieurs rôles (acteurs, lieux, fonctions...) liés les uns aux autres, ainsi qu'avec d'autres *frames* (Lakoff 2010) : il y a une dimension catégorisante du *framing* qui permet une affectation des informations reçues dans des cases préexistantes (Dewulf *et al.* 2009), ce qui explique la capacité des métaphores à orienter le traitement de l'un ou l'autre phénomène. Par exemple, le fait de présenter un désaccord comme un « conflit » plutôt qu'une « possibilité de coopération » aura des conséquences pour sa gestion (Semino *et al.* 2016 ; plus largement, voir Lakoff et Johnson 1980). De tels *frames* sont porteurs d'une connaissance encyclopédique intrinsèque propre aux récepteurs, de sorte que le stock de références culturelles partagées au sein d'une population donnée permet leur réception (Van Gorp 2007).

Dans l'approche interactionnelle, rattachée aux travaux de Goffman ou Bateson, le sens est négocié par les parties au cours de leur échange (Dewulf *et al.* 2009) : dans l'exemple classique où deux enfants jouent à se battre, le sens est constamment négocié, de sorte qu'en dépit de l'aspect prétendument sérieux de l'activité, les risques encourus par les participants sont inexistantes, avec le risque toutefois qu'une incompréhension puisse se produire et que le jeu se transforme en véritable pugilat. Il y a donc une dimension dynamique, mais aussi temporaire du *framing* interactionnel (nous renvoyons à Ensink (2003) pour une distinction plus détaillée des types de *frames* interactionnels).

Cette typologie entre approches cognitive et interactionnelle n'est *a priori* pas incompatible avec celle de MacLachlan et Reid (1994), qui distinguent entre quatre « textualités » du *framing* : un *framing* intratextuel, un *framing* extratextuel, un *framing* intertextuel, et enfin un *framing* circumtextuel. Dans le cas des *framings* inter- et circumtextuels, ce sont, d'une part, les références intertextuelles contenues dans le texte, et d'autre part, les éléments extérieurs au texte à proprement parler – ce que Genette (1982) nomme « paratexte » et qui, appliqué

aux titres ou dénominations de productions diverses, ne va pas sans rappeler les « genres auctoriaux » (Maingueneau 2007) – qui sont convoqués pour orienter la compréhension des destinataires.

Les deux autres formes de *framing* de la typologie sont particulièrement intéressantes dans notre cas : le *framing* intratextuel renvoie au déroulement du texte, spatial ou temporel ; de sorte que le « déjà-lu » participe de la compréhension du lecteur. Hyland (2005, 8) souligne l'intérêt de cette forme particulière de *framing* pour sa capacité à restreindre la latitude laissée au lecteur dans son processus interprétatif, et ce notamment au travers des éléments métadiscursifs contenus dans l'énoncé. Cette remarque de Hyland résonne avec un sous-système de la (vaste) typologie développée par Martin et White (2005) pour leur *appraisal theory* : cette sous-catégorie qu'ils nomment *proclaim* par laquelle les locuteurs tentent de limiter l'ampleur des voix discordantes dans l'échange en cours (*ibid.* p.121). De la même façon, la capacité du métadiscours de type cause-effet a également été remarqué pour sa capacité à orienter les lecteurs dans l'interprétation du discours (Moreno 1997).

Du côté du *framing* extratextuel, on retrouve les procédés par lesquels le destinataire est poussé à mobiliser sa connaissance encyclopédique pour inférer un certain nombre d'informations passées sous silence. Ici, convoquer la question du figement, qui « participe à la capacité des discours à faire autorité, c'est-à-dire à dissuader la contradiction, à s'imposer sur le mode de l'évidence, à sembler faire consensus » (Krieg-Planque 2015, 115), semble particulièrement pertinent – et ce d'autant plus quand le figement s'appréhende discursivement. De fait, la riche productivité du lexique dans le discours environnemental et les différents procédés qu'il mobilise a été dénoncée (Antelmi 2018, 50). Ainsi, *buzzwords*, *fuzzwords* et *catch-words* (*ibid.* p.28) sont autant de notions conceptuellement consensuelles, mais concrètement conflictuelles, qui ne vont pas sans rappeler la propriété de « référent social » de la formule (Krieg-Planque 2009), qui signifie quelque chose pour tout le monde, mais pas nécessairement la même chose pour tous. En ce sens, on pense immédiatement aux « concepts essentiellement contestés » de Gallie (1956), qui sont porteurs d'un désaccord fondamental relatif à leur nature intrinsèque en dépit de leur usage répandu en discours.

1.3. Question de recherche

En considérant le *framing* comme une tentative, de la part du locuteur, de façonner la compréhension du destinataire en modelant l'information de sorte à en faciliter certaines conclusions ou interprétations, et sur la base des modes de *framings* intra- et extratextuels de MacLachlan et Reid (1994), nous nous interrogeons sur la propension de l'un à renforcer l'autre : y a-t-il une corrélation statistique significative, au niveau de la phrase (que nous définissons, pour les besoins de l'article, comme une séquence bornée par une série de caractères délimitateurs), entre modes de *framing* intratextuel et extratextuel (ce second cas étant ici représenté par les figements du corpus) ?

Au travers de cette analyse, nous poursuivons des calculs menés précédemment (Dalodiere 2023), dont les résultats avaient été encourageants mais exigeaient qu'ils soient affinés sur le plan méthodologique.

2. PRÉSENTATION DES CORPUS

Nous menons nos analyses sur deux corpus constitués à partir de la communication à caractère environnemental de petites et moyennes entreprises sur leur site Internet : un corpus d'entreprises belges francophones, et un corpus d'entreprises françaises. Le profil des entreprises retenues¹, les conditions de sélection des textes, leur extraction et leur nettoyage² sont décrits en détail dans un travail précédent (Dalodiere 2023). Chacun des corpus est constitué de 28 entreprises, pour lesquelles un maximum de 3 URLs thématiques (à caractère au moins partiellement environnemental) a été retenu. Ceci représente, au total, 52 et 47 URLs pour les corpus belge et français respectivement, pour une longueur totale de 20 185 et 18 084 *tokens* (selon le décompte effectué par AntConc), et des textes d'une longueur moyenne de moins de 400 *tokens*. Ces données sont résumées dans le tableau ci-bas (Table 1).

Table 1 Présentation des corpus

	Nb. entreprises	Nb. URLs	Nb. occurrences (<i>tokens</i>)	Nb. formes (<i>types</i>)	Lg. Moyenne des textes
Corpus belge	28	52	20 185	3 866	388 <i>tokens</i>
Corpus français	28	47	18 084	3 521	385 <i>tokens</i>

3. MÉTHODOLOGIE D'ANALYSE

Notre objectif est de vérifier s'il existe une corrélation statistique significative entre l'utilisation de structures figées thématiques et le recours à certaines stratégies de *framing* au niveau de la phrase. Comme nous l'avons vu dans la première section de cet article, le *framing* peut s'envisager de nombreuses façons différentes, et la difficulté de son appréhension, indépendamment des domaines, est une constante de la littérature.

Sur la base de la typologie de MacLachlan et Reid (1994), c'est la corrélation entre deux formes de *framing* qui fait l'objet d'un codage : *framing* intratextuel, sous la forme de l'organisation de l'information dans le texte, et *framing* extratextuel sous la forme de figements. Alors que cette seconde forme de *framing* peut faire l'objet d'une procédure de sélection objective selon des critères relativement stricts³, la première convoque le ressenti de l'analyste dans toute sa subjectivité – justifiant ainsi le recours à une procédure de concordance inter-juges.

Il y a donc, dans chacun de ces procédés, une part d'arbitraire qui n'est pas sans conséquence pour les calculs de corrélation à venir. Afin de compenser l'incertitude générée par l'identification de ces procédés, nous opérons deux calculs de corrélation selon des paramétrages différents pour chacune des deux formes de *framing*, ce qui produit quatre calculs – et autant de résultats – par corpus. Les détails de ces dédoublements sont fournis dans les sections correspondantes.

¹ Exprimé en termes d'effectifs, de chiffre d'affaires et de total de bilan.

² La norme de dépouillement appliquée aux corpus a notamment impliqué une suppression des majuscules, les programmes utilisés étant sensibles à la casse.

³ Bien que toujours discutables, cf. ci-bas.

3.1. Framing intratextuel

Dans le cas du *framing* intratextuel, ce sont donc les procédés de façonnage de la compréhension du message mis en œuvre par les entreprises locutrices à destination de leur auditoire qui ont été recherchés : il s'agissait ainsi, au niveau de la « phrase », de relever les cas de figure où de tels mécanismes se produisaient.

Dans les faits, de tels mécanismes prennent fréquemment la forme de constructions exprimant le but, ou articulant la cause et la conséquence – une stratégie dont la capacité à diriger la compréhension des destinataires a déjà été relevée (Moreno 1997), puisqu'elle fournit une conclusion « clés en main » à l'auditoire en le libérant du fastidieux travail de chercher des interprétations complémentaires.

Avec cet extrait (1) tiré de notre corpus français, l'entreprise locutrice établit « à la place » du destinataire le lien de cause à effet entre les actions mises en œuvre (quelles qu'elles soient) et les conséquences (évidemment positives) de celles-ci – épargnant au lecteur la nécessité de tirer ses propres conclusions :

- (1) « elle contribue *ainsi* au développement [...] de filières de recyclage efficaces et respectueuses de l'environnement. » (epsilon-composites-19 [FR])

Parmi les autres modes de *framing* particulièrement répandus qui ont été identifiés, mentionnons les procédés syntaxiques de thématization (2) ; les structure équatives posant une identité entre le thème et le rhème (Halliday 2014, 92-96) (3) ; les procédés de contraction relevant de la catégorie *endorse* dans la typologie de Martin et White (2005) (4) ; ou ceux relevant de la catégorie *concur* (*ibid.*) (5) ; ou encore le recours à des présupposés (6) :

- (2) « *engagés dans ce processus d'amélioration continue*, nous avons... » (pierrebleuebelge-1 [BE])
 (3) « *organiser un événement dans un des martin's hotels*, c'est faire le choix du développement durable. » (martins-hotels-1 [BE])
 (4) « ce label *assure* que les produits sont issus d'un mode de gestion responsable et durable des forêts. » (snel-1 [BE])
 (5) « avec la surface de toit que compte notre bâtiment, la suite *logique* était de passer le cap du solaire. » (belot-156 [BE])
 (6) « nous [...] *sommes fiers de* proposer des produits performants avec un impact réduit sur l'environnement. » (st-groupe-24 [FR])

De tels cas de figure démontrent bien une description orientée du réel : il s'agit d'amener son auditoire vers une conclusion qu'il n'aura pas besoin de formuler lui-même, ou de prémâcher son travail interprétatif. Une version de l'histoire seulement est présentée et mise en lumière, « cadrée » selon le choix du metteur en scène.

3.1.1. Concordance inter-juges

Nous mettons en œuvre une procédure de concordance inter-juges (*inter-rater reliability test*) pour identifier et quantifier le sentiment de *framing*. Concrètement, cela

signifie que deux juges se sont vu attribuer le même ensemble de « phrases »⁴ à évaluer indépendamment. Les observations ont ensuite été confrontées et les désaccords ont fait l'objet d'une discussion pour aligner les points de vue.

En dépit de leur taille restreinte, l'analyse des corpus « phrase par phrase » (ou contexte par contexte) et la discussion des désaccords subséquente à la mise en commun des résultats requièrent un temps considérable. Dès lors, un tiers seulement de l'ensemble des contextes, sélectionnés aléatoirement, a été analysé pour chaque corpus. Les résultats de l'analyse sont indiqués dans le tableau ci-bas (Table 2).

Avant confrontation des résultats, le taux d'accord brut pour les corpus belge et français était de 82,4% et 77,7% respectivement. En dépit de ce que ces valeurs paraissent indiquer, le taux d'accord calculé à l'aide du kappa de Cohen (κ), avec des valeurs de 0,571 et 0,531, reste moyen et se situe dans le haut du spectre d'un niveau d'accord « modéré » (Landis et Koch 1977). Dans le sillage des observations formulées ci-haut, un résultat de ce type paraît confirmer l'existence d'un « sentiment de *framing* » consensuel, mais une difficulté à le circonscrire précisément lorsque l'on est confronté à des situations complexes. Les points de désaccord ont ensuite été discutés tour à tour par les juges afin de les résoudre.

Pour cette forme de *framing*, les calculs de corrélation sont effectués aux deux étapes de la procédure : avant et après discussion (et résolution) des points de désaccord. Dans le premier cas, le calcul ne porte donc que sur les contextes pour lesquels il existait un accord mutuel préalable quant à la présence, ou non, d'un procédé de *framing* intratextuel en leur sein.

Table 2 Attribution d'une stratégie de *framing* sur un échantillon des phrases constitutives des corpus belge francophone et français ; et niveau d'accord inter-juges

Corpus belge				
Contextes	Accords	Désaccords	Taux d'accord	Kappa (Cohen)
433	357	76	82,4%	0,571
Corpus français				
Contextes	Accords	Désaccords	Taux d'accord	Kappa (Cohen)
349	271	78	77,7%	0,531

3.1. *Framing* extratextuel

Du côté du *framing* extratextuel, nous interprétons cette catégorie sur la base des figements à caractère environnemental du corpus – le figement étant susceptible d'être interprété discursivement (Krieg-Planque 2009 ; 2015). Dans un premier temps, la notion est comprise dans un sens relativement strict, c'est-à-dire, selon les critères suivants :

- Il connaît au moins deux occurrences chez deux entreprises (et non deux textes) du corpus ;
- Les variations en flexion sont acceptées (« impact environnemental » et « impacts environnementaux » par exemple) ;
- Il se comprend comme un syntagme nominal ou adjectival (« protection de l'environnement » ou « respectueux de l'environnement ») ; les syntagmes verbaux étant en revanche exclus (« protéger la planète »). Le sigle particulièrement répandu

⁴ Ou « contextes » : c'est-à-dire, d'un point de vue textométrique, de séquences séparées par des caractères délimiteurs.

« RSE » (pour « responsabilité sociétale des entreprises ») est compris comme un figement ;

- Il accepte les ellipses ou les insertions d'épithètes (« gestion *rationnelle* des déchets ») ;
- Afin de mieux prendre en compte la notion de défigement dans l'élargissement des critères (ci-bas), les variations de « développement durable » ou « responsabilité sociale / sociétale » (« entrepreneuriat responsable », « achats durables », par exemple) sont automatiquement exclues.

Dans un second calcul, nous élargissons la notion de figement sur la base des critères suivants et opérons un second calcul prenant en compte :

- Le défigement, qui s'apprécie lui aussi discursivement (Krieg-Planque 2010) : ainsi, toutes les formes comprenant le préfixe « éco- » ou celles connaissant une apposition des adjectifs « durable » ou « environnemental » sont considérées comme des figements du corpus ;
- Les variations en dérivation (grammaticale ou discursive) des formes de la première sélection : par exemple, « protéger l'environnement » (en plus de « protection ») ;
- Le critère de seuil en matière de nombre d'occurrences / d'entreprises ne s'applique plus pour les phénomènes de défigement et de dérivation.

Les cas de figure où deux figements relevant de deux catégories différentes (restreint – large) existent au sein du même contexte sont comptabilisée dans la première catégorie.

4. RÉSULTATS ET DISCUSSION

Nous procédons donc, pour chaque corpus, à quatre calculs de corrélation : un calcul « préaccord », effectué sur les seules formes où les deux juges arrivaient à des conclusions similaires avant confrontation de leurs observations ; et un calcul « postaccord », après confrontation des observations et résolution des désaccords. Chacune de ces étapes envisage le figement dans un sens restreint ou large. La corrélation est calculée à l'aide du χ^2 . Nous posons comme hypothèse nulle (H_0) l'absence de corrélation statistique entre l'utilisation de stratégies de *framing* intratextuel et le recours à des figements au niveau de la « phrase », et comme hypothèse alternative (H_1) l'existence d'une corrélation statistique significative. Les résultats sont synthétisés dans la table 3 ci-bas.

Table 3 Corrélation entre figements et stratégies de *framing* intratextuel

	Corpus belge	Corpus français
Préaccord		
Figement restreint	$\chi^2 (1) = 10,434$ $p < 0,005$	$\chi^2 (1) = 13,344$ $p < 0,001$
Figement large	$\chi^2 (1) = 11,224$ $p < 0,001$	$\chi^2 (1) = 14,565$ $p < 0,001$
Postaccord		
Figement restreint	$\chi^2 (1) = 8,375$ $p < 0,005$	$\chi^2 (1) = 12,32$ $p < 0,001$
Figement large	$\chi^2 (1) = 10,815$ $p < 0,005$	$\chi^2 (1) = 13,629$ $p < 0,001$

Les résultats sont sans appel : à toutes les étapes et niveaux d'analyse, pour les deux corpus, il existe une corrélation statistique significative ($p < 0,05$) entre le recours à des stratégies de *framing* dans le déroulé de l'énoncé au niveau de la phrase (*framing* intratextuel) et l'emploi de figements (*framing* extratextuel).

Autrement dit, les procédés visant à restreindre ou orienter la compréhension de l'auditoire, par exemple au moyen de constructions imposant l'articulation entre cause et conséquence (7) ou au travers de formes verbales fournissant au destinataire un jugement qu'il n'aura pas besoin de formuler lui-même (8), apparaissent fréquemment en cooccurrence avec des formes figées du corpus, telles que « impact écologique », « démarche environnementale » ou « respect de l'environnement » :

- (7) « cette innovation permet *ainsi* à sicolyc de maîtriser au mieux l'*impact écologique* de son activité et renforce sa *démarche environnementale*. » (sicolyc-456 [FR])
- (8) « l'association [...] *assure* la sécurité, le confort et le *respect de l'environnement* tout au long du cycle de vie [...]. » (chevalier-1 [FR])

La mise en évidence d'une telle corrélation est révélatrice de l'intérêt des figements et semi-figements lexicaux. Si la propension des modes de *framing* intratextuel à diriger la compréhension des destinataires ne fait pas de doute – en dépit de la difficulté à observer et circonscrire de tels phénomènes –, celle des structures figées à tenter d'obtenir le même effet est plus discutable, dans la mesure où il est toujours possible de se prévaloir de leur valeur descriptive. Plusieurs travaux relèvent cependant la portée polémique de certaines formes de figements (Krieg-Planque 2009), leur capacité à construire l'autorité (Krieg-Planque 2015) ou à évoquer la langue de bois (Fiala *et al.* 1987 ; Krieg-Planque 2013). Le fait qu'ils accompagnent des modes d'organisation phrastiques à visée manipulative, au sein de discours sensibles et générateurs d'attentes chez le public, en dit long sur leur utilisation, consciente ou inconsciente, par les entreprises. Le sujet de l'environnement, même chez des structures de taille modeste, est indéniablement perçu comme porteur d'enjeux et fait l'objet de tentatives de mobilisation, voire d'adhésion, chez le public de ces entreprises.

Des reproductions de ce travail seraient pertinentes : sur d'autres corpus constitués d'entités similaires bien sûr, mais aussi auprès d'autres acteurs sociaux : grandes entreprises, pouvoirs publics, associations, et ce, au-delà de la seule sphère francophone. Toutefois, affiner la définition et l'appréhension du *framing* paraît être un préalable nécessaire : s'il est toujours possible d'envisager un élargissement du nombre de « juges », une meilleure compréhension de la notion à juger est indispensable. Une telle formalisation ouvrirait de nombreuses perspectives, et, en particulier, l'utilisation de mesures d'association directionnelles (voir par exemple Brezina 2018, 70-74) qui permettraient de déterminer si une forme de *framing* appelle particulièrement l'autre.

Précisons enfin que cet article ne prend pas en compte les deux autres formes de *framing* de MacLachlan et Reid (1994) : les *framings* intra- et circumtextuels, peut-être plus difficiles à quantifier, mais indéniablement féconds pour l'analyse.

Remerciements : *Nous remercions Bénédicte Van Gysel pour son aide précieuse et ses remarques toujours très pertinentes.*

RÉFÉRENCES

- Antelmi, Donella. 2018. *Verdi parole. Un'analisi linguistica del discorso green*. Milan / Udine: Mimesis.
- Berger, Peter, and Thomas Luckmann. 2012. *La Construction sociale de la réalité*. Translated by Pierre Taminaux, reviewed by Danilo Martuccelli. Paris: Armand Colin.
- Breeze, Ruth. 2013. *Corporate discourse*. Londres: Bloomsbury.
- Breton, Philippe. 2003 [1996]. *L'argumentation dans la communication*. Paris: La Découverte.
- Brezina, Vaclav. 2018. *Statistics in Corpus Linguistics: A Practical Guide*. Cambridge / New York: Cambridge University Press.
- Cormode, Graham, and Balachander Krishnamurthy. 2008. "Key differences between Web 1.0 and Web 2.0." *First Monday* 13, no. 6 [online]. <https://doi.org/10.5210/fm.v13i6.2125>
- Dalodiere, Romuald. 2023. "Analyse du discours environnemental et sociétal de PME scandinaves et francophones : une approche textométrique." PhD diss., Université de Mons.
- Dewulf, Art., Barbara Gray, Linda Putnam, Roy Lewicki, Noelle Aarts, Rene Bouwen, and Cees van Woerkum. 2009. "Disentangling approaches to framing in conflict and negotiation research: A meta-paradigmatic perspective." *Human Relations* 62: 155 - 193. <https://doi.org/10.1177/0018726708100356>
- Druckman, James N. 2001. "On the limits of framing effects: who can frame?" *The Journal of Politics* 63, no. 4: 1041-1066. <https://doi.org/10.1111/0022-3816.00100>
- Ensink, Titus. 2003. "Transformational frames." In *Framing and Perspectivising in Discourse*, edited by Titus Ensink and Christoph Sauer, 63-90. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/pbns.111.04ens>
- Entman, Robert M. 1993. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43, no. 4: 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fairclough, Norman. 1992. *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Fiala, Pierre, Benoît Habert, Pierre Lafon, and Carmen Pineira-Tresmontant. 1987. "Des mots aux syntagmes: Figements et variations dans la Résolution générale du congrès de la CGT de 1978." *Mots. Les langages du politique* 14: 47-87. <https://doi.org/10.3406/MOTS.1987.1329>
- Flusberg, Stephen J., Teenie Matlock, and Paul H. Thibodeau. 2017. "Metaphors for the War (or Race) against Climate Change." *Environmental Communication* 11, no. 6: 769 - 783. <https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1289111>
- Gallie, Walter B. 1956. "Essentially contested concepts." *Meeting of the Aristotelian Society*, London, United Kingdom, March 12th, 1956: 167-198. <https://doi.org/10.1093/aristotelian/56.1.167>
- Genette, Gérard. 1982. *Palimpsestes*. Paris: Seuil.
- Greenwood, Royston, C. R. Hinings, and Dave Whetten. 2014. "Rethinking Institutions and Organizations." *Journal of Management studies* 51, no. 7: 1206-1220. <https://doi.org/10.1111/joms.12070>
- Grunig, James E., and Todd Hunt. 1984. *Managing public relations*. New York: CBS College Publishing
- Hallahan, Kirk. 1999. "Seven Models of Framing: Implications for Public Relations." *Journal of Public Relations Research*, 11, no. 3: 205-242. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1103_02
- Halliday, Michael. A. K. 2014 [1985]. *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. London / New York: Routledge.
- Hyland, Ken. 2005. *Metadiscourse: exploring interaction in writing*. London: Continuum.
- Kahneman, Daniel, and Amos Tversky. 1984. "Choices, values, and frames." *American Psychologist* 39, no. 4: 341-350. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511803475.002>
- Krieg-Planque, Alice. 2009. *La notion de "formule" en analyse du discours*. Besançon: Presses universitaires de Franche-Comté.
- Krieg-Planque, Alice. 2010. "La formule « développement durable » : un opérateur de neutralisation de la conflictualité." *Langage et Société* 134: 5-29. <https://doi.org/10.3917/L.S.134.0005>
- Krieg-Planque, A. (2013). "Le traitement du « figement » par des locuteurs ordinaires : le sentiment linguistique d'« expression toute faite » dans des contextes de critique du discours politique." *Pratiques* 159-160: 189-203. <https://doi.org/10.4000/PRATIQUES.2904>
- Krieg-Planque, A. (2015). "Construire et déconstruire l'autorité en discours. Le figement discursif et sa subversion." *Mots. Les langages du politique* 107: 115-131. <https://doi.org/10.4000/MOTS.21926>
- Lakoff, George. 2006. *Thinking Points. Communicating our American Values and Vision*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Lakoff, George. 2010. "Why it Matters How We Frame the Environment." *Environmental Communication* 4, no. 1: 70-81. <https://doi.org/10.1080/17524030903529749>
- Lakoff, George, and Mark Johnson. 2003 [1980]. *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Landis, J. Richard, and Gary G. Koch. 1977. "The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data." *Biometrics* 33, no. 1: 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- MacLachlan, Gale, and Ian Reid. 1994. *Framing and Interpretation*. Melbourne: Melbourne University Press.

- Mainueneau, Dominique. 2007. "Genres de discours et modes de généricité." *Le français aujourd'hui* 159, no. 4: 29-35. <https://doi.org/10.3917/LFA.159.0029>
- Martin, James R., and Peter R. R. White. 2005. *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. New York: Palgrave MacMillan.
- Moreno, Ana. I. 1997. "Genre Constraints Across Languages: Causal Metatext in Spanish and English RAs." *English for Specific Purposes* 16, no. 3: 161-179. [https://doi.org/10.1016/S0889-4906\(96\)00023-3](https://doi.org/10.1016/S0889-4906(96)00023-3)
- Semino, Elena, Zsófia Demjén, and Jane Demmen. 2016. "An integrated approach to metaphor and framing in cognition, discourse and practice, with an application to metaphors for cancer." *Applied Linguistics* 39: 625-645. <https://doi.org/10.1093/applin/amw028>
- Sniderman, Paul M., and Sean M. Theriault. 2004. "The Structure of Political Argument and the Logic of Issue Framing". In *Studies in Public Opinion*, edited by Willem E. Saris and Paul M. Sniderman, 133-165. Princeton and Oxford: Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv346px8.9>
- Stibbe, Arran. 2015. *Ecolinguistics. Language, Ecology and the Stories We Live By*. London / New York: Routledge.
- Van Gorp, Baldwin. 2007. "The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In." *Journal of Communication* 57: 60-78. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x>
- Zucker, Lynne G. 1983. "Organizations as Institutions". In *Research in the Sociology of Organizations*, vol.2, edited by Samuel B. Bacharach, 1-47. Greenwich: JAI Press.

FRAMING FENOMEN UNUTAR DISKURSA KORPORATIVNOG OKRUŽENJA

Način na koji kompanije komuniciraju na veb stranicama pruža idealnu priliku da se time „predstave“. Organizacije stoga imaju slobodu da predstave informacije sebi u korist, čineći to, one skreću interpretaciju svoje publike kroz framing proces. Zasnivajući se na dve framing forme proizvedene iz tipologije MacLachlan i Reid (1994), mi ovim putem pokazujemo postojanje statistički bitnih korelacija, u dva različita korpusa, između specifičnih organizacija informacija u strukturi rečenica i korišćenje rekurentnih, tematsko-ekoloških izraza.

Ključne reči: *Analiza diskursa, diskurs okruženja, framing*