

Discours et émotions : la construction de la relation franco-chinoise par *Le Monde**

XIA Xiaoxiao**

Université Sun Yat-sen, Chine

Reçu le le 26 novembre 2019

Relu et modifié le 20 décembre 2019. Accepté le 15 janvier 2020

Résumé : Le président français Emmanuel Macron considère que les relations franco-chinoises sont entrées dans une nouvelle ère. Vu que la situation internationale actuelle reste tendue et qu'il existe une rivalité sino-américaine, la France et la Chine multiplient les visites officielles de hauts fonctionnaires. Bien des indices laissent supposer que la France et la Chine entretiennent une bonne relation. Mais les médias français diffusent-ils une image positive de la Chine ? Comment les médias représentent la relation franco-chinoise ? Notre recherche vise à étudier les émotions sémiotisées dans les discours de la presse française afin d'interpréter quelle image de la Chine elles construisent.

Mots-clés : Argumentation émotive, identité, discours médiatique, images.

* This work is supported by The Provincial Social Science Fund of Guangdong (GD18YWW01) and The Provincial Social Science Fund of Heilongjiang (16WWE06)

** Coordonnées de l'auteur.

Courriel : xi Xiaoxiao@mail.sysu.edu.cn

Discourse and Emotions: the Construction of Sino-French Relations in *Le Monde**

XIA Xiaoxiao**

Sun Yat-sen University, Chine

Received 26 November 2019

Revised 20 December 2019. Accepted 15 January 2020

Abstract : French President Emmanuel Macron considers a new era in Franco-Chinese relationship. As the current international situation remains tense and there is a Sino-American rivalry, France and China are stepping up official visits by senior officials. There is a lot of evidence to suggest that France and China have a good relationship. However, in the French media, does China have a positive image? How does the media define the Franco-Chinese relationship? Our research aims to study the semiotized emotions in French press speeches. Through these emotions and their arguments, we can interpret the image of China constructed by these discourses.

Keywords : Emotive argumentation, identity, media discourse.

* This work is supported by The Provincial Social Science Fund of Guangdong (GD18YWW01) and The Provincial Social Science Fund of Heilongjiang (16WWE06)

** Corresponding author.

E-mail : xi Xiaoxiao@mail.sysu.edu.cn

