

Les *Lettres aux Actionnaires*, ou ce que la vulgarisation peut nous apprendre de la langue de spécialité

Ruggero Druetta

Università di Urbino « Carlo Bo », Italie

Résumé : *L'analisi lessicometrica comparativa di due corpora di comunicazione finanziaria permette di circoscrivere alcuni degli elementi lessicali implicati nella variazione caratteristica del linguaggio specialistico, via via considerati sotto l'aspetto delle combinazioni sintagmatiche (le collocazioni), del ricorso al prestito e degli indici tipografici che segnalano il passaggio all'autonomia (le virgolette come segnale dell'uso di parole non terminologiche in un discorso specialistico e, reciprocamente, come segnale dell'uso di termini appartenenti all'ambito finanziario in un testo divulgativo). Esito non secondario di tale analisi differenziale è la constatazione della granularità di questo sotto-sistema, che la riformulazione che il discorso divulgativo opera non riesce ad esaurire del tutto.*

Les *Lettres aux Actionnaires*, publications¹ destinées à un public indifférencié d'investisseurs, parmi lesquels figurent des professionnels de la finance mais également le tout-venant soucieux de diversifier ses placements, sont des objets textuels particulièrement intéressants pour appréhender – par le biais de la vulgarisation – les problèmes liés à la caractérisation d'un sous-système de spécialité. Véritables vitrines de l'entreprise, ces lettres doivent être à la fois séduisantes et crédibles et, faute d'un ciblage plus fin des destinataires, utiliser un langage qui porte le sceau de la discipline économique, gage de sérieux, mais qui ne soit pas complètement abscons pour autant. Bref, ce sont toutes les caractéristiques du discours de vulgarisation, où il n'y a pas simplement une sorte de transcodage intralinguistique, où chaque phrase serait dite autrement, sans modification des enjeux énonciatifs, mais une reformulation globale du discours spécialisé de base, en fonction du destinataire et de la fonction perlocutoire du texte. Cette reformulation comporte une porosité entre les domaines de l'*épistémé* et de la *doxa*, un abandon partiel du discours conceptualisant et univoque des professionnels de la finance au profit du domaine doxal, caractérisé par la « parasémie diluante » des lieux communs et des mots-notions flous, pourtant considérés comme allant de soi (cf. Peytard, Moirand 1992 : 69). S'agissant d'ailleurs de documents produits par l'entreprise elle-même, dont le message du PDG en couverture se porte garant, ce genre de vulgarisation échappe à la typologie du « troisième homme » (cf. Mortureux 1982) – généralement un journaliste – chargé de reformuler le discours du spécialiste (le premier homme) au bénéfice du grand public (le deuxième homme). Dans le cas des publications des entreprises, en effet, c'est le « premier homme » – *via* son service de communication – qui fait l'effort d'aller vers le « deuxième homme ». L'absence d'un médiateur tiers a pour conséquence la suppression d'un territoire intermédiaire, d'un sas de sécurité : dès lors, le texte produit n'est plus neutre, mais partage les repères épistémologiques de l'émetteur, alors que le destinataire se trouve confronté à un système qu'il essaie de s'approprier mais qui ne lui appartient pas complètement. Du côté de l'émetteur, par contre, il y a une continuité intertextuelle très forte entre les *Lettres* et les autres documents d'entreprise, *Documents de Référence* ou *Rapports annuels* entre autres, qui demeurent des documents publics, mais s'adressent

prioritairement aux professionnels de la finance, à la fois par leur contenu et par la terminologie employée.

Nous allons décrire quelques-unes des spécificités lexicales² du français économique à travers la comparaison des *Lettres de l'actionnaire* avec les documents réservés aux professionnels (*Rapports annuels* et *Documents de Référence*) ; cela nous permettra de mettre en lumière l'effort de reformulation accompli par les rédacteurs, mais aussi la granularité du langage spécialisé, ses points irréductibles, ne pouvant pas trouver de relais langagiers ou qui, tout simplement, ne sont pas reformulés par une sorte d'inertie du rédacteur spécialisé, pour qui ces termes, syntagmes et structures sont familiers et qui ne voit par conséquent pas la nécessité d'une telle reformulation.

1. Les textes

Nous avons constitué notre corpus de référence (environ 500.000 mots³) à partir des documents de cinq sociétés opérant dans des secteurs d'activité variés, choisies parmi celles qui mettent en ligne leurs lettres de l'actionnaire ainsi que des documents plus techniques, tels que les rapports annuels. La spécificité linguistique des *Lettres* ne pouvant ressortir que par contraste avec des documents destinés à des professionnels, nous avons sélectionné, pour chaque entreprise, au moins un de ces autres documents. Le rapport des deux sous-corpus est à peu près de 1:10, en raison de la taille beaucoup plus importante et de la structure plus contraignante des *Rapports annuels* et autres *Documents de référence*, alors que les *Lettres aux actionnaires*, aux contenus et à la structure plus libres, s'adressent à un public indifférencié, pour lequel une longueur excessive peut même devenir un obstacle à la compréhension.

Documents analysés (LA : lettre de l'actionnaire ; RA : rapport annuel ; DR : document de référence)

	LA	RA/DR	total
Accor	2	1	3
Lagardère	3	1	4
PSA	2	1+1	4
Rhodia	3	1	4
Seb	3	1	4
Total	13	5+1	19
Nombre de mots	52.140	475.629	527.769

2. Les emprunts et les internationalismes : le cas de *-ing*

Pour limiter les directions de recherche, notre recherche d'emprunts porte uniquement sur les anglicismes en *-ing*, dont l'intérêt pour la langue française est indéniable. Du point de vue morphologique, d'abord, car ce suffixe recouvre la plupart des nominalisations verbales « ordinaires » de l'anglais, dont l'équivalent en français (les nominalisations affixales en *-(at)ion*) est disponible mais à la place duquel on a préféré l'unité anglaise « toute prête ». Du point de vue phonologique ensuite, car, comme a pu le montrer Walter (2002), ce suffixe anglais contient un phonème étranger au système héréditaire du français : la consonne nasale vélaire [N], dont l'implantation progressive⁴ en français est la conséquence justement du nombre grandissant d'emprunts de mots anglais en *-ing*.

Nous avons réuni dans les deux tableaux suivants les données relatives aux corpus LA et RA⁵ :

	Lemmes en ING après sélection	occurrences	Fréquence relative	hapax	Rapport lemmes en -ing / formes du corpus	Distribution moyenne (rapport occurrences/formes)
Corpus LA	7 (0,085%)	18	0,0345%	5 (71,4%)	0,085%	2,57
Corpus RA	36 (0,182%)	209	0,0439%	23 (63,9%)	0,182%	5,81

Corpus LA	Corpus RA			
<i>marketing</i> , 11	<i>reporting</i> , 73	<i>planning</i> , 3	<i>earning</i> , 1	<i>merchandising</i> , 1
<i>planning</i> , 2	<i>marketing</i> , 48	<i>vesting</i> , 2	<i>drying</i> , 1	<i>vending</i> , 1
<i>coaching</i> , 1	<i>holding</i> , 32	<i>gearing</i> , 2	<i>shopping</i> , 1	<i>incoming</i> , 1
<i>engineering</i> , 1	<i>sous-holding</i> , 1	<i>meeting</i> , 2	<i>standing</i> , 1	<i>backlighting</i> , 1
<i>reporting</i> , 1	<i>sterling (livre-)</i> 32	<i>parking</i> , 2	<i>sponsoring</i> , 1	<i>snacking</i> , 1
<i>sourcing</i> , 1	<i>building (- block)</i> , 6	<i>trading</i> , 1	<i>cash-pooling</i> , 1	<i>sourcing</i> , 1
<i>standing</i> , 1	<i>rating</i> , 6	<i>leasing</i> , 1	<i>dipping</i> , 1	<i>dumping</i> , 1
	<i>revolving</i> , 6	<i>pressing</i> , 1	<i>télémarketing</i> , 1	<i>booking</i> , 1
	<i>downsizing</i> , 4	<i>sponsoring</i> , 1	<i>coaching</i> , 1	<i>self-booking</i> , 1

Du point de vue quantitatif, les emprunts sont plus nombreux dans le corpus RA que dans LA : l'écart est en effet de 0,01%, à savoir 20 occurrences de plus dans RA par rapport à la projection de la fréquence du corpus LA⁶ ; cette différence s'accroît encore si l'on considère les lemmes, dont la proportion par rapport aux formes fléchies⁷ du corpus RA est plus du double de celle du corpus LA. Lorsqu'on projette les chiffres du corpus RA sur celui des *Lettres*, on pourrait s'attendre à avoir au moins 15 lemmes différents, ce qui n'est pas le cas et qui montre bien l'effort de vulgarisation déployé. Une dernière considération quantitative concerne le nombre d'hapax, proportionnellement plus nombreux dans LA que dans RA (presque 8%), alors que les manuels de lexicométrie affirment que ce nombre est normalement directement proportionnel à la taille du corpus (cf. Lafon, 1984) : c'est la preuve que les rédacteurs des *Lettres aux actionnaires* sont assez prudents dans le recours aux emprunts, leur préférant des mots français, alors que dans RA, où la prise en compte du destinataire est moins délicate, le maniement de ces mots est plus désinvolte.

Le croisement des données quantitatives avec l'aspect qualitatif ne fait que renforcer ce constat : la plupart des attestations d'emprunts en *-ing* de LA concernent des unités non terminologiques appartenant au vocabulaire général (*planning*, *standing*) ou un terme popularisé du fait de ses retombées sur l'ensemble de la population (*marketing*), alors que RA présente un éventail beaucoup plus large d'emprunts terminologiques purs, dont certains ont un grand nombre d'attestations (*reporting*, *holding* ainsi que, dans une moindre mesure, *rating*, *revolving*, *downsizing*).

Par ailleurs, l'analyse des attestations de *marketing*, terme commun aux deux corpus, avec un grand nombre d'occurrences dans les deux cas, révèle des différences considérables : entité globale et quasiment opaque dans LA, il connaît en revanche de multiples déclinaisons dans RA. En effet, l'étude des co-occurrences montre que *marketing* se trouve généralement en position de déterminant dans LA, par exemple lorsqu'il désigne la fonction de tel dirigeant (*directeur marketing*, *directeur général du marketing*), mais qu'il n'est jamais lui-même déterminé :

- (1) avec un *marketing* et des enseignes redynamisés (Accor 01/06)
- (2) des investissements publicitaires et *marketing* importants (SEB 06/04)
- (3) la politique *marketing* du Groupe (SEB 06/04)
- (4) nous poursuivons nos actions *marketing* sur le terrain (SEB 06/05)

En revanche, les attestations dans RA correspondent souvent à des syntagmes terminologiques, avec *marketing* comme terme de base (déterminé) ; parfois l'emploi terminologique comporte une modification morphologique, comme dans le cas des dérivés ou des composés :

SN (<i>marketing</i> + adjectif)	SN (<i>marketing</i> + SP) (synapsie)
marketing relationnel marketing stratégique marketing hôtellerie marketing direct	marketing en ligne le marketing de produits alimentaires
dérivation affixale	composition
télémarketing	marketing-plan

La combinatoire syntagmatique apparaît donc comme non spécifique dans LA, où abondent les syntagmes libres et où le terme *marketing* garde une signification globale, qui renvoie à un secteur de l'entreprise, dont on n'approfondit ni le fonctionnement ni les domaines. Elle est au contraire spécifique et les SN sont assez souvent de type terminologique dans RA, en raison non seulement des destinataires, mais aussi d'un niveau d'approfondissement plus poussé, tel qu'on peut l'attendre d'un document censé faire le bilan de l'évolution annuelle de l'entreprise.

De manière générale, on remarque que les SN où *marketing* figure en position de déterminant, aussi bien dans LA que dans RA, comportent presque systématiquement l'omission de la préposition, conformément à l'usage spécialisé et semi-spécialisé.

LA : SN (N + SP)	RA : SN (N + SP)
directeur général <i>du</i> marketing directeur marketing politique marketing actions marketing	opérations <i>de</i> marketing frais <i>de</i> marketing fonction Marketing directeur marketing opérations marketing politique marketing investissements marketing équipes marketing stratégie marketing initiatives marketing approche marketing

3. Les collocations comme marque de terminologisation

Comment repérer le passage d'un lexème de la langue générale à un répertoire de spécialité, avant même que celui-ci ne soit inséré dans une liste terminologique ? Nous faisons référence notamment à la néologie par extension sémantique et à la lexicalisation : il s'agit, d'une part, de la spécialisation d'un mot de la langue générale pour désigner un concept de la discipline et, par là, du surgissement d'une acception terminologique de ce mot (cf., dans le domaine de l'informatique, le mot *souris*). D'autre part, cela renvoie à la transformation progressive d'un SN libre en SN figé (lexicalisation) à valeur globale de terme, avec toutes les transformations que ce SN peut subir suite à son figement : réduction par perte de la base nominale (*bilan consolidé* → *consolidé*) ou du joncteur syntactique (assurance sur la vie → *assurance-vie* ; plan pour le produit → *plan produit*).

Dans cette zone grise, lorsque les syntagmes sont encore libres mais de plus en plus stéréotypés, et que des mots de la langue générale sont utilisés dans des contextes inhabituels, seule l'analyse des co-occurrences et de leurs récursivités peut nous renseigner sur les transformations du répertoire terminologique. C'est dire toute l'importance de ce que nous appellerons, à la suite de Silva, Costa, Ferreira (2004), les *collocations terminologiques*, agencements habituels de mots permettant de discriminer entre emploi terminologique et non terminologique de tel ou tel lexème. Appliquée à notre corpus, la méthode des co-occurrences récurrentes nous a permis d'identifier l'émergence de quelques « usages terminologiques » qui n'ont pas encore été répertoriés en tant que tels mais dont l'importance dans ce sous-système de la communication financière apparaît de manière incontestable.

Etant donné les limites du présent article, nous nous bornerons à l'analyse du seul mot *périmètre*, qui illustre les deux types de terminologisation. Ce mot ne figure pas dans les dictionnaires économiques⁸, et ses acceptions sont presque entièrement limitées au domaine géométrique ; pourtant, le dépouillement des corpus (aussi bien LA que RA) montre une fréquence inattendue de ce mot⁹, et ce dans tous les documents : c'est la preuve de ce qu'il fait partie de la « langue » de la communication financière et pas seulement du « discours » de tel ou tel rédacteur. L'examen des co-occurrences permet d'identifier un nombre restreint de collocations terminologiques qui montrent l'utilisation métaphorique de ce terme (néologie par extension sémantique) pour indiquer, à un premier niveau, l'étendue géographique des activités du groupe (5-6) puis, à un deuxième niveau, l'ensemble de ces activités, sans égard à leur emplacement (7-8).

(5) nous attendons maintenant de Accor la publication d'indicateurs et de résultats obtenus sur un plus large périmètre géographique. (Accor, RA 2004)

(6) Certaines des informations ci-après ne portent cependant que sur un périmètre français, les indicateurs correspondants étant difficilement consolidables sur un périmètre plus vaste que le périmètre français en l'absence de définition internationale communément admise. (Lagardère RA 2004)

(7) L'activité STPP Europe fait également partie du périmètre de PPF. (Rhodia RA 2004)

(8) Ce processus de consolidation statutaire décentralisé s'appuie sur une consolidation des sociétés du périmètre Groupe au niveau du holding tête de Groupe, SEB S.A. (SEB RA 2004)

D'autres extensions de signification peuvent évidemment se greffer sur celle-ci, et désigner, par exemple, la zone d'influence d'une branche du groupe (9) ou encore, à l'intérieur de l'entreprise, l'ensemble des compétences et des missions dévolues à tel ou tel service (10) :

(9) Votre Groupe consolide depuis le 1er janvier 2004 Larousse, Dalloz, Dunod, Armand Colin en France, Chambers et Harraps en Grande-Bretagne, et Anaya en Espagne, ex-actifs Editis. Leur intégration dans le périmètre de Hachette Livre se poursuit conformément aux prévisions. (Lagardère LA 10/04)

(10) En parallèle, la fonction R&D s'est recentrée autour de ses compétences clés – Chimie minérale de synthèse, Chimie organique, Polymères par voie radicalaire ou polycondensation, Physico chimie et Génie des procédés – avec comme impact une réduction des frais de fonctionnement et, dans certains cas, des modifications de périmètre autour de compétences évaluées comme peu ou pas critiques. (Rhodia, RA 2004)

Le tableau suivant réunit les collocations de *périmètre*, classées par type de lien syntaxique et ordonnées par ordre de fréquence :

périmètre + adj.	LA	RA	total	périmètre + de N	LA	RA	total
constant	5	12	17	consolidation	-	42	42
comparable	6	5	11	reporting	-	7	7
historique	-	7	7	activité	1	3	5
actuel	-	5	5	contrôle	-	2	2
courant	-	4	4	actifs	-	2	2
identique	3	-	3	attribution des options	-	1	1
français	-	2	2	intégration	-	1	1
géographique	-	2	2	influence	-	1	1
mondial	-	2	2	application	-	1	1
consolidé	-	1	1	taux de C.A. net	-	1	1
				production	-	1	1
				sociétés cotées	-	1	1
				le présent avis	-	1	1
N + de périmètre	LA	RA	total	périmètre + (de) + N	LA	RA	total
variation	-	30	30	division automobile	-	6	6
changement	-	28	28	EADS/hors EADS	-	3	3
évolution	1	10	11	groupe	-	3	3
conversion	-	6	6	monde	-	3	3
entrée (de/en)	-	5	5	Airbus	-	1	1
mouvement	-	4	4				
effet	1	3	3				
modification	-	2	2				
bloc	-	2	2				
sortie	-	1	1				

Le clivage entre LA et RA apparaît ici clairement : non seulement la fréquence de ce mot est moindre dans LA que dans RA, mais le nombre de collocations aussi est incomparablement plus bas : six collocations au total, dont trois adjectifs synonymes ou presque (*constant*, *identique* et *comparable*), contre 37 dans RA. L'analyse des fréquences permet par ailleurs d'identifier les collocations prototypiques (SN terminologiques) : ainsi, parmi les adjectifs, le trait sémantique [+stable] est commun à plusieurs collocations (*constant*, *comparable*, *identique*), mais seuls les deux premiers semblent pouvoir assumer une valeur terminologique. En particulier, c'est au premier que revient la valeur de prototype : ses occurrences avec *périmètre* sont en effet souvent accompagnées de l'occurrence simultanée du SN *taux de change* et de l'absence de tout déterminant, ce qui configure une formule conventionnelle des bilans d'entreprise :

(11) Le chiffre d'affaires des systèmes d'échappement, à 1 715 millions d'euros, augmente de 8 % par rapport à 2003 et de 8,9 % hors ventes de catalyseurs, à taux de change et périmètre constants. (PSA docref 2004)

(12) Evolution trimestrielle du chiffre d'affaires à périmètre et change constants : 906 millions d'euros (Accor RA 2004)

De même, parmi les SN *N + de périmètre*, de nombreuses collocations partagent le sème [-stable] (*variation*, *changement*, *évolution*, *mouvement*, *modification*, *sortie*), mais seules *variation* et *changement*, en vertu de leur fréquence relative, peuvent prétendre au rôle de prototypes.

Le groupe des SN avec *périmètre* comme mot de base se distingue des autres en ce que la plupart des unités à la droite de la base sont des termes (*consolidation*, *reporting*, *actifs*, *taux de C.A.*, etc.), alors que dans les autres configurations syntaxiques il s'agissait de mots de la langue générale. Ce constat est extrêmement important, car il indique que

la productivité néologique de ce terme est abondante et qu'elle se réalise essentiellement en appliquant une nouvelle notion (celle de *périmètre*) à des termes et à des domaines déjà bien établis dans la spécialité (p. ex. *reporting* → *p. de reporting*, plutôt que *zone, champ, domaine...de reporting*, SN moins attestés).

Parmi ces SN, *périmètre de consolidation* est particulièrement intéressant, tout d'abord parce que c'est le syntagme le plus attesté du groupe et le moins affecté par des expansions à droite : il s'agit par conséquent d'un terme syntagmatique¹⁰. Dans sa structure sémantique, qui fait le raccourci d'une définition plus étendue (« ensemble des sociétés dont le groupe consolide les comptes »), la base *périmètre*, suite à un procédé métonymique (contour → contenu), assume une signification nouvelle, spécifique à ce domaine (les sociétés, envisagées du point de vue de leur détenteur), donc nettement terminologique¹¹.

(13) En 2004, le périmètre de consolidation inclut 151 sociétés (176 en 2003) dont 136 intégrées globalement (152 en 2003) et 15 mises en équivalence (24 en 2003). (Rhodia RA 2004)

(14) Ce compartiment créé le 25 février 2004 pour acquérir un encours global de 1 milliard d'euros de créances à PSA Finance Deutschland GmbH, a été intégré dès sa création dans le périmètre de consolidation. (PSA docref 2004)

(15) La liste des sociétés incluses dans le périmètre de consolidation est présentée en note 30. (SEB RA 2004)

Il faut souligner, enfin, que les occurrences du SN terminologisé *périmètre de consolidation* restent cantonnées au seul corpus RA ; l'ensemble des SN *périmètre constant/comparable/identique* sont par contre représentés à hauteur égale dans les deux corpus¹². L'élaboration terminologique est en effet du ressort des seuls spécialistes et la diffusion des termes s'effectue en deux temps : leur circulation initiale ne concerne que la communication entre pairs, et ce n'est qu'au bout d'un processus plus ou moins long de stabilisation et d'intégration que les termes nouveaux accèdent à une circulation et à une notoriété plus larges, *via* la vulgarisation (termes notionnels) ou la popularisation de nouveaux produits (technologies de production). C'est ce qui se passe dans nos corpus, avec, d'une part, un SN plutôt opaque pour le profane et lié à des usages experts, où la compréhension du texte repose sur la connaissance de la théorie et, d'autre part, une acception terminologique basée sur une extension métaphorique et métonymique, donc beaucoup plus transparente et où la désambiguïsation contextuelle est assurée par la stabilité (et, partant, la notoriété) de la formule *taux de change et périmètre constants*.

4. La monstration de l'hétérogénéité terminologique

Bien que la dimension intertextuelle soit constitutive de l'écriture de tout texte, il est intéressant d'analyser les situations où la rencontre entre plusieurs textes et plusieurs sources énonciatives est montrée explicitement au destinataire, à travers l'emploi des guillemets, signes typographiques du décrochage autonymique, donc du passage de l'usage à la mention et, par là même, outils désignés de l'introduction et de l'acclimatation progressive de néologismes (terminologiques ou courants) ou de nouvelles acceptions de mots existants. Comme le dit J. Authier :

Le guillemet se fait « sur le bord » d'un discours, c'est-à-dire qu'il marque la *rencontre avec un discours autre*. Il est un balisage de cette zone de démarcation [...]. Les guillemets manifestent que pour le locuteur il y a un bord, qui pose un extérieur par rapport auquel se constitue pour lui, locuteur, un intérieur, son discours propre, à lui, dans lequel il se reconnaît. [...] Le guillemet réapparaît lorsque revient un bord au discours mathématique sous la forme d'un contact avec l'extérieur de ce que les mathématiciens appellent « la communauté mathématique » : [...] destinataires, « profanes », de textes de vulgarisation auxquels sont adressés guillemets d'à peu près et guillemets d'insistance

(soulignant l'emploi spécifiquement mathématique d'un terme)¹³.

En dehors des guillemets utilisés pour les noms propres, qui signalent des combinaisons non libres d'unités (*le forfait* « *Privilège Swing* » ; *vos avantages* « *Actionnaires Accor* » ; *la division* « *Livre* » ; *une opération* « *Chandeleur* »), l'usage de ce signe typographique dans LA correspond essentiellement à deux fonctions :

- signaler des expressions courantes, voire familières, qui n'appartiennent pas au langage de spécialité, mais que le rédacteur attribue au répertoire des destinataires. Ce sont donc des guillemets de condescendance, typiques du discours de vulgarisation, qui mettent en scène un effort de la part de l'émetteur spécialisé pour intégrer le destinataire non spécialisé dans sa démarche discursive.

(16) Après une présentation rapide des résultats 2003 et de notre stratégie en Soins du linge, les actionnaires, répartis en petits groupes de 10 et accompagnés de guides « maison », ont pu faire un tour complet du site et des lignes de montage [...]. La visite s'est achevée par des conversations à « bâtons rompus » autour d'un rafraîchissement. (SEB, LA 06/04)

(17) Ajoutons que Jean-Pierre Elkabbach a « musclé » et dynamisé l'information matinale (5h-9h) (Lagardère, LA 10/05)

(18) Plus de 40 000 personnes aux abords de l'aéroport, au premier décollage du dernier « gros bébé » d'Airbus. (Lagardère, LA 10/05)

- introduire des unités terminologiques appartenant au domaine financier ou bien au domaine d'activité de l'entreprise. C'est l'attitude complémentaire à la précédente : à la frontière entre discours de spécialiste et discours « grand public », il est important de signaler ce qui relève de la spécialité et dont l'éventuelle incompréhension n'est pas à attribuer à l'inculture du destinataire, mais bien à une lacune locale qu'il revient à l'émetteur soucieux de vulgarisation de combler. Il s'agit de guillemets d'insistance (« il s'agit bien d'un terme ! »), et leur emploi s'accompagne souvent d'une glose du terme qu'ils signalent.

(19) Premier groupe producteur de fictions de « prime time » en 2003-2004 pour la troisième saison consécutive sur les chaînes hertziennes (Lagardère LA avril 2005)

(20) Rhodia confirme ses objectifs 2006, en principes comptables français : > marge d'EBE (« EBITDA ») récurrente d'au moins 13 % (Rhodia LA avril 2005)

(21) Nous avons au demeurant indiqué depuis longtemps que la part des produits « sourcés » (achetés finis) atteindrait 30 % et nous nous en rapprochons. SEB LA 2005)

(22) Comme la plupart des fabricants américains, nous avons effectivement été « dé-référencés » en articles culinaires à partir du second semestre 2005. (SEB LA 06/05)

Dans RA, par contre, la plupart des occurrences sont liées à l'utilisation d'un terme étranger à la place d'un terme français. La démarcation opérée par le guillemet renvoie ici moins à l'opposition terminologique/non terminologique qu'au clivage autochtone/étranger. A travers cette marque typographique, le rédacteur essaie de composer entre l'utilisation courante, chez les spécialistes, des termes anglo-américains, notamment lorsque les entreprises opèrent à l'échelle internationale, et la réticence des institutions françaises vis-à-vis de cette pratique¹⁴. Il s'agit donc d'un guillemet politiquement correct, qui met à l'abri le rédacteur des critiques éventuelles vis-à-vis de l'abus de termes étrangers.

(23) Le Département Financement du Groupe assure, partout où la réglementation le permet, le financement de ses filiales via des « cash pooling » ou des contrats de financements intercompagnies. (SEB, RA 2004)

(24) Dette nette sur fonds propres (« gearing ») (Accor, RA 2004)

(25) Sont exclues notamment les clauses liées aux changements de notation (« rating triggers ») ou les clauses liées à des changements des conditions économiques (« material adverse change »). (PSA, docref 2004)

(26) La charge est étalée sur la période d'acquisition des droits (« vesting period » – deux ans pour le groupe Lagardère). (Lagardère, RA 2004)

Conclusion

Les premiers résultats de cette analyse comparative entre corpus de langue de spécialité, présentés jusqu'ici, permettent un bilan, à la fois méthodologique et de contenu, sur cette approche.

Du point de vue méthodologique, cette étude a révélé l'intérêt d'une approche différentielle de la définition de la LS : sous-système de la langue générale, partageant avec elle la plupart de ses ressources, sa spécificité ne peut être mise en évidence que par contraste. Or, ce contraste est difficilement réalisable avec la « langue générale », car celle-ci est par définition inclusive : toutes les réalisations langagières respectant les contraintes syntaxiques de bonne formation rentrent en effet dans cette langue, ce qui rend le contraste malaisé. Toutefois, puisque la variation s'exerce sur un continuum, il nous a semblé plus avantageux de réaliser ce contraste sur un genre textuel caractérisé par des aspects de proximité et de variation minimale, à savoir la vulgarisation. Les textes de vulgarisation semblent en effet constituer un instrument heuristique fiable pour aborder contrastivement la LS, car les opérations de reformulation imposées par le changement de cadre énonciatif sont révélatrices à l'égard de ce qui appartient en propre au répertoire et aux ressources linguistiques de la LS et que les instances de reformulation (rédacteurs, entreprise, formateurs, « société ») imposent de modifier. Enfin, nous croyons avoir montré l'intérêt de l'utilisation de méthodes lexicométriques permettant l'analyse des distributions sur de larges corpus, ce qui révèle les processus de terminologisation à l'œuvre, le degré d'implantation des néologismes, mais aussi l'utilisation assez différente des mêmes unités lexicales dans les textes spécialisés et les textes de vulgarisation.

Du point de vue du contenu, un premier constat, assez rassurant, est que la comparaison systématique entre textes de spécialité et de vulgarisation révèle de larges zones qui ne sont pas touchées par la reformulation: c'est la sphère de la langue « générale », plaque tournante permettant, malgré tout, l'intercompréhension entre locuteurs d'un même idiome. Cependant, et de manière plus surprenante, notre analyse a aussi révélé des zones d'invariabilité à l'intérieur même des catégories soumises à variation: inertie du rédacteur ou granularité de la LS? Nous faisons l'hypothèse que même derrière les cas pouvant être ramenés à la première typologie, c'est toujours la dimension irréductible de l'hétérogénéité vis-à-vis de la langue générale qui se manifeste ainsi, la granularité pouvant être définie comme l'impuissance à reformuler autrement ce que le terme indique de façon univoque, un concept qui n'a pas d'existence en dehors de la spécialité qui l'utilise, de la théorie qui le fonde, des spécialistes qui l'ont forgé.

Bibliographie

- Authier-Revuz, J., 1981. « Paroles tenues à distance ». In Conein, B., et al. (éds.), *Matérialités discursives*. Lille : PUL, p. 127-142.
- Cusin-Berche, F., 2000. « Exploration des caractéristiques des langues de spécialité... La quête du Graal ». In *La rédaction technique*. Actes du séminaire de Bruxelles des 24 et 25 novembre 1997. Bruxelles : Duculot (Champs Linguistiques), p. 55-77.
- Dolphin, B., 1979. *Vocabulaire et lexicque*. Genève : Slatkine.
- Flouzat Osmont D'Amilly, D., Pelé, M., 2000. « La langue de l'économie ». In Antoine, G., Cerquiglini, B., *Histoire de la langue française 1945-2000*. Paris : CNRS Editions, p. 491-501.
- Kocourek, R., 1991. *La langue française de la technique et de la science*. Wiesbaden : Brandstetter Verlag.
- Lafon, P., 1984. *Dépouillements et statistiques en lexicométrie*. Genève-Paris : Slatkine – Champion.
- Lerat, P., 1995. *Les langues spécialisées*. Paris : PUF.
- Moirand, S., 1998. « Dialogisme et circulation des savoirs ». In Cabasino, F., (ed.), *Du dialogue au polylogue*, Actes du 3^e Colloque International Do.Ri.F.-Università. Roma : CISU, p. 123-139.
- Mortureux, M.-F., (éd.) 1982. « La vulgarisation ». *Langue française*, n° 53.
- Peytard, J., Moirand, S., 1992. *Discours et enseignement du français. Les lieux d'une rencontre*. Paris : Hachette.
- Silva, R., Costa, R., Ferreira, F., 2004. « Entre langue générale et langue de spécialité : une question de collocations ». *Etudes de Linguistique Appliquée*, n° 135, p. 347-360.
- Walter, H., 2002., « La dynamique phonologique peut-elle dépendre de la dynamique lexicale? ». *La linguistique*, vol.38, n.2, p. 133-137.

Notes

¹ L'instrument périodique de la Lettre aux Actionnaires – sous sa forme actuelle - a fait son apparition en France en 2003.

² Un prochain article sera consacré aux aspects syntaxiques de ces documents.

³ L'exploitation du corpus a été réalisée à l'aide du concordancier Textstat, élaboré par le professeur Matthias Hüning, de l'Université de Berlin (<http://www.niederlandistik.fu-berlin.de/textstat/>).

⁴ Walter (2002) retrace bien les étapes d'implantation de ce phonème : alors que dans le passé peu de mots en *-ing* pouvaient s'acclimater en français et étaient souvent estropiés, l'augmentation des emprunts en *-ing*, liés en particulier aux nouvelles technologies, a banalisé ce suffixe ainsi que sa réalisation phonétique originale, de sorte que ce genre de mots sont maintenant ressentis comme moins déviants qu'auparavant, donc mieux acceptés.

⁵ Dans le tableau des lemmes, nous avons indiqué en italiques les mots recensés dans les dictionnaires usuels (*Petit Robert* et/ou *Petit Larousse*), que nous estimons par conséquent assez répandus dans l'usage moyen.

⁶ Compte tenu de ce que la distribution inclut les mots grammaticaux ainsi que les chiffres.

⁷ Il s'agit là d'une approximation, car nous avons pu lemmatiser uniquement les mots en *-ing* et pas l'ensemble du corpus. Le chiffre utilisé ici comme référence est par conséquent celui des formes fléchies (ou lexique) du corpus, qui ne comptabilise chaque forme qu'une seule fois. C'est une donnée qui s'approche de celle de forme de base (lemme), que nos outils ne nous ont toutefois pas permis d'extraire.

⁸ Cf., à titre d'exemple, le *DAFA* (*Dictionnaire d'apprentissage du français des affaires*).

⁹ Les occurrences de *périmètre* (toujours au singulier) s'élèvent à 19 dans LA (contre une fréquence moyenne de 6,33, et un écart positif de 12,67 ; la fréquence en pourcentage est de 0,036%. Dans RA les attestations sont encore plus nombreuses : 218 occurrences (dont 2 au pluriel), contre une fréquence moyenne de 24,04 et un écart positif de 193,96. Le pourcentage des occurrences dans RA est de 0,046%.

¹⁰ On le trouve en effet dans quelques glossaires financiers récents, par exemple dans le glossaire maintenu par l'équipe Vernimmen, auteur d'un manuel très réputé de finance (www.vernimmen.net), s.v. *périmètre de consolidation*, mais pas dans le dictionnaire du journal financier *La tribune*. Il est significatif que le glossaire cité recense le terme syntagmatique, mais ne consacre pas d'entrée à la base *périmètre* : c'est une confirmation

a posteriori du statut encore inachevé de sa terminologisation.

¹¹ On peut également remarquer que la détermination de la base *périmètre* est réalisée par la nominalisation *consolidation*, ce qui comporte l'absence d'indications relatives à l'agent de cette consolidation (le Groupe ou les sociétés ?). Il s'agit bien entendu d'une indication inutile pour les usagers « autorisés » de cette formule, ce qui confirme une fois de plus le caractère terminologique de ce syntagme.

¹² Globalement, 14 occurrences dans LA contre 17 dans RA, ce qui, en pourcentage, donne même une avance à LA de l'ordre de dix fois (avec une fréquence de 0,027% dans LA, contre 0,0036% dans RA).

¹³ Authier-Revuz (1981), p. 135-137.

¹⁴ Cette attitude est incarnée par la Commission Générale de Terminologie (Cogéter).