

Comment vont les affaires ? Rencontres franco-anglaises au niveau des langues de spécialité et des concepts

Bianca Tomoni

Docteur ès Philologie, Université Babes-Bolyai, Cluj-Napoca, Roumanie

(Recherche effectuée dans le cadre de l'Université de Southampton, Grande Bretagne)



Synergies Royaume-Uni et Irlande n° 5 - 2012
pp. 125-139

Résumé : Les croisements des cultures francophone et anglophone ont eu des répercussions sur de nombreux domaines, y compris sur celui linguistique. La proximité géographique, les échanges commerciaux, les invasions, les traductions ont provoqué un chevauchement lexical considérable. Ce chevauchement est présent autant dans la langue courante que dans les langues de spécialité, et le langage économique n'en fait aucunement l'exception. Mais que se passe-t-il au niveau conceptuel? Les Anglais et les Français conçoivent-ils les phénomènes économiques de la même manière? Fondé sur les approches cognitivistes, cet article s'efforcera de répondre à ces deux questions, en mettant l'accent sur les types de conceptualisations existants dans le discours financier anglais et français, mais aussi sur leur fréquence d'apparition. A continuation, nous montrerons comment ces différentes conceptualisations se reflètent « sur terrain neutre », dans une langue très influencée jadis par le français et complètement envahie à présent par les anglicismes : le roumain économique.

Mots-clés : discours financier, conceptualisations, métaphore, croisement des cultures

Summary: A crossing of French and English cultures has had an impact on many areas, including that of language. Geographical proximity, trade, invasions and translations have all caused a considerable lexical overlap. This overlap is present both in everyday language and in specialised languages, and the language of economics is no exception to this. But what happens at the conceptual level? Do English and French speakers conceive of economic phenomena in the same way? Based on cognitive approaches, this article attempts to answer these two questions, focusing on the types of conceptualisations appearing in English and French financial discourse, and also on their frequency. We will show how these different conceptualisations are reflected "on neutral territory", in a language once heavily influenced by the French language and now completely overrun with Anglicisms: Romanian economic language.

Keywords: financial discourse, conceptualisation, metaphor, crossing of cultures

1. Introduction

Malgré les conflits occasionnels, les rapports entre le monde anglophone et celui francophone sont fondés sur une histoire commune et sur des influences culturelles et linguistiques réciproques. Du côté linguistique, l'influence du français sur le vocabulaire

anglais est indéniable. Selon Trotter, presque 30% du lexique anglais actuel est d'origine française, la plupart des termes empruntés remontant à la période de la conquête normande (Trotter, 2010). D'autre part, du moins pour ce qui est du monde des affaires, la langue anglaise exerce une influence importante sur le lexique économique du monde entier (voir Ainciburu, 2003; Martínez, 2007). Bien que cette situation soit moins évidente en France (ou en Belgique et au Canada) que, par exemple, en Allemagne (grâce à la politique linguistique menée par les autorités francophones), beaucoup de termes financiers sont encore traduits littéralement de l'anglais ou bien empruntés tels quels lorsqu'aucun équivalent n'existe dans la langue française (Phillips, 2003). Mais que se passe-t-il au niveau de la pensée ? Les Anglais et les Français conçoivent-ils les phénomènes économiques de la même manière ? Pour cet article, nous nous sommes proposée d'investiguer précisément cet aspect : les ressemblances et/ ou les différences entre les conceptualisations spécifiques au discours économique français et celles spécifiques au discours économique anglais, ainsi que la manière dont ces similarités ou dissonances se reflètent sur terrain neutre : dans le discours financier roumain. Nous partirons de la prémisse que les mots et les expressions utilisés par les banquiers renvoient à des manières de penser particulières, tel que suggéré par les approches cognitivistes et, plus particulièrement, par les adeptes de la théorie des métaphores conceptuelles.

Dans la section qui suit nous essayerons de décrire plus à fond cette théorie. Nous présenterons ensuite les types de conceptualisations déjà identifiés à travers des études du discours économique anglais et des études contrastives franco-anglaises, ainsi que notre corpus et méthodologie d'analyse. Enfin, nous exposerons les résultats de notre recherche et en donnerons notre propre interprétation.

2. Cadre théorique

Comme précisé ci-dessus, notre analyse s'inscrit dans un cadre théorique à l'orientation cognitiviste. Elle est fondée notamment sur la théorie des métaphores conceptuelles proposée par Lakoff et Johnson (1980). Selon ces auteurs, notre manière de penser et de concevoir le monde est largement métaphorique, ce qui se reflète dans notre langage quotidien.¹ Par exemple, des mots et des expressions courantes comme « affirmations *indéfendables* », « *attaquer* les points d'une argumentation », « *stratégies* de communication » ou « *gagner* des débats » ne sont que les manifestations linguistiques (de surface) d'une conceptualisation beaucoup plus profonde : la conception de la DISCUSSION en termes de GUERRE.²

En termes de fonctionnement, ces métaphores dans la pensée (appelées *métaphores conceptuelles*) supposent une projection (*mapping*) de connaissances (attributs, relations) à partir d'un domaine source (e.g. la guerre) vers un domaine cible (e.g. la discussion) (voir également Lakoff, 1993). Autrement dit, elles nous permettent d'appréhender certains types d'expériences (le plus souvent abstraites) par le biais d'autres types d'expériences (le plus souvent concrètes):

The essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in terms of another. (Lakoff et Johnson, 1980: 5)

Ancrées dans nos expériences physiques et socioculturelles, elles ont le pouvoir de mettre en évidence certains aspects du concept, tout en cachant d'autres. Ainsi, dans

le cas de la discussion, les aspects « guerriers » seraient susceptibles de masquer les aspects coopératifs du concept :

In allowing us to focus on one aspect of a concept (e.g., the battling aspects of arguing), metaphorical concept can keep us from focusing on other aspects of the concept that are inconsistent with that metaphor. For example, in the midst of a heated argument, when we are intent on attacking our opponent's position and defending our own, we may lose sight of the cooperative aspects of arguing. (Lakoff et Johnson, 1980: 10)

En concevant la métaphore comme phénomène cognitif, Lakoff et Johnson s'éloignent ainsi des approches classiques qui l'envisageaient plutôt comme un ornement, comme un outil esthétique et littéraire.³ Ce faisant, ils lui attribuent un rôle extraordinaire, celui d'illustrer des manières de penser récurrentes. C'est surtout cet aspect qui nous a amenée à choisir la métaphore conceptuelle comme instrument théorique pour notre recherche.

La théorie de Lakoff et Johnson a reçu, elle aussi, des critiques, des extensions ou des ajustements. En général, nous pourrions dire que ses développements ultérieurs ont pris deux directions différentes : une centrée sur l'analyse des mécanismes (cognitifs) de production et d'interprétation métaphorique (voir Fauconnier et Turner, 1994; Turner et Fauconnier, 1995; Grady *et al.*, 1997; Turner et Fauconnier, 2000) et une autre centrée sur l'analyse (discursive) de la métaphore en contexte, sur ses motivations socioculturelles et les effets escomptés (voir, entre autres, Cameron, 1999; Eubanks, 1999; Charteris-Black, 2004; Koller, 2004, 2005). Nous devons préciser que, pour cet article, nous avons basé notre analyse et interprétation sur les approches socio-cognitivistes.

3. Conceptualisations typiques dans le discours économique français et anglais

Le discours économique anglais a été largement étudié de cette perspective et, en effet, les métaphores conceptuelles s'y sont avérées très prolifiques. En général, les types de métaphores identifiés et mentionnés le plus souvent par les chercheurs sont ceux liés à l'organisme (y compris à la santé), au combat, à la mécanique, à l'eau et au sport.

Ainsi, la métaphore la plus répandue semble être l'ÉCONOMIE C'EST UN ORGANISME (une personne, un animal ou une plante). Elle apparaît dans de nombreuses études (Boers et Demecheleer, 1995; Boers, 1997; White, 1997; Boers, 2000; Charteris-Black, 2000; Henderson, 2000; Charteris-Black et Ennis, 2001; Charteris-Black et Musolff, 2003; White, 2003; Charteris-Black, 2004; Pessali, 2006; Skorzynska et Deignan, 2006; Alejo, 2009; Ho, 2009; White et Herrera, 2009). Chez certains auteurs (e.g. Boers et Demecheleer, 1995; White, 1997; Boers, 2000; Charteris-Black, 2000; Charteris-Black et Ennis, 2001; Charteris-Black et Musolff, 2003; White, 2003), l'économie est souvent associée à un patient ayant besoin de traitement, conceptualisation qui apparaît surtout dans les périodes d'incertitude économique. Dans ce contexte, les institutions financières ou les économistes sont la plupart des fois conçus et présentés comme des médecins à même de la guérir :

(...) the underlying notion that The Economy is a Patient implies that the economy is a passive entity whose condition can be influenced by the right decisions; this perception permits the economist to present himself as a doctor or a surgeon who can take an active role in influencing economic events. (Charteris-Black, 2000: 157, emphase originale)

Une autre métaphore très répandue est celle du **combat**. Elle apparaît sous plusieurs formes: LES AFFAIRES C'EST LA GUERRE (*BUSINESS IS WAR*) (White, 2003; Koller, 2004), LE COMMERCE C'EST LA GUERRE (*MARKET TRADING IS WAR* ou *TRADE IS WAR*) (Eubanks, 1999; Charteris-Black, 2004), LA MÉTAPHORE DU COMBAT PHYSIQUE (*FIGHTING METAPHOR, COMBAT METAPHOR*) (Smith, 1995; Boers, 2000; Koller, 2004, 2005), L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE C'EST LA GUERRE/ LE COMBAT (*ECONOMIC ACTIVITY IS WAR/ A FIGHT*) (Boers et Demecheleer, 1995), LE COMMERCE C'EST LE CONFLIT PHYSIQUE (*TRADING IS PHYSICAL CONFLICT*) (Charteris-Black et Ennis, 2001). Cette métaphore désigne parfois des aspects plus spécifiques de l'économie. Ainsi, certains auteurs ont constaté la présence des métaphores LES TRANSACTIONS EN EURO SONT DU COMBAT PHYSIQUE (*EURO TRADING IS PHYSICAL COMBAT*) (Charteris-Black et Musolff, 2003), LA CRISE VALUTAIRE C'EST LA GUERRE (*CURRENCY CRISIS IS WAR*) (White, 1997) ou LE MARKETING C'EST LA GUERRE (*MARKETING IS WAR*) (Koller, 2004).

Une autre métaphore dont la présence dans le discours économique a été constatée par de nombreux chercheurs et qui remonte plutôt aux étapes initiales de la discipline, est celle **mécanique**. Sa présence dans le discours économique (y compris dans les journaux) est mentionnée par plusieurs auteurs tels que White (2003), Boers (2000), Boers et Demecheleer (1995), Skorczynska et Deignan (2006), Pessali (2006), Charteris-Black et Ennis (2001), Alejo (2009), Henderson (1993), McCloskey (1986). Elle est parfois accompagnée par les **métaphores aquatiques**, ce qui remonte probablement à l'influence de la thermodynamique sur la formulation et la description des théories économiques (voir Henderson, 1993). Les métaphores de l'eau (y compris celles liées à la nautique) et leur prolifération dans ce type de discours ont été remarquées par, entre autres, Ho (2009), Charteris-Black (2000, 2004), Charteris-Black et Ennis (2001), Henderson (1993, 2000), Alejo (2009), Boers (2000), Skorczynska et Deignan (2006) et O'Connor (1998).

En ce qui concerne les métaphores liées au **sport** (ou aux jeux), la plupart des fois elles ne font que renforcer l'effet des métaphores belliqueuses:

(...) sports, especially contact and/or team sports, function as a sublimation of war. (Koller, 2004: 67)

Leur prolifération dans le discours économique a été mentionnée par plusieurs chercheurs tels que Smith (1995), Skorczynska et Deignan (2006) ou Charteris-Black (2004).

En outre, plusieurs auteurs ont remarqué la structuration des concepts économiques à l'aide de la métaphore du **voyage** (*PATH/ JOURNEY METAPHOR*) (e.g. Boers et Demecheleer, 1995; Boers et Demecheleer, 1997; Eubanks, 1999; Skorczynska et Deignan, 2006).

La plupart de ces conceptualisations ont été détectées dans des articles de presse financière et sont donc caractéristiques de ce que Skorczynska et Deignan appelaient « popular business discourse » (2006: 89).

Par rapport au nombre élevé d'études de la métaphore économique anglaise, la quantité d'analyses métaphoriques du discours économique français semble presque insignifiante. Les quelques études contrastives ont pourtant signalé l'existence des mêmes conceptualisations. Ainsi, dans leur analyse du discours économique britannique, néerlandais et français, Boers et Demecheleer (1995, 1997) ont montré la présence de la

métaphore du chemin (*path/ journey metaphor*), de la santé (*health metaphor*) et de la guerre (*war metaphor*) dans les trois corpus. Les différences détectées sont plutôt liées à la fréquence des expressions métaphoriques. Par exemple, la métaphore de la **guerre**, bien qu'assez répandue à travers les corpus, apparaît plus souvent dans les documents rédigés en français. Par contre, les documents en anglais se caractérisent plutôt par une présence plus significative des métaphores du domaine **nautique**, situation qui pourrait éventuellement être liée à l'histoire, au positionnement géographique de la Grande Bretagne, ou bien à ce que Charteris-Black et Ennis (qui ont constaté la même situation lors de leur analyse du discours financier anglais et espagnol) appelaient « *nostalgia for the maritime dominance on which the British Empire was built* » (Charteris-Black et Ennis, 2001: 262). En même temps, le corpus anglais semble être caractérisé par une présence plus significative des métaphores liées au **jardinage**, tandis que les économistes français semblent avoir une prédilection pour les métaphores du domaine **alimentaire**. Voici quelques exemples donnés par les mêmes auteurs pour illustrer ces conceptualisations. Les expressions métaphoriques du domaine du jardinage et du domaine alimentaire sont en italique: « *flourishing companies* », « *branches of a company* », « *to swallow subsidies* », « *salami-slicing tactics* » (Boers et Demecheleer, 1997: 128).

Apparemment, ces résultats indiquent l'existence d'un fond métaphorique commun à même de renforcer l'idée d'universalité proposée par Lakoff et ses adeptes (voir Lakoff et Johnson, 1980; Lakoff, 1993), avec des variations (culturelles) sporadiques. Les stéréotypes nationaux (celui anglais qui suppose une préoccupation pour le jardinage et celui français qui suppose une préoccupation pour la nourriture) semblent également se refléter dans la sélection métaphorique (Boers et Demecheleer, 1997: 128).

Cependant, le nombre réduit de recherches de la métaphore économique française n'est pas suffisant que pour permettre des généralisations à ce sujet. C'est pourquoi nous nous sommes proposée de tester ces idées dans notre propre corpus de documents bancaires, décrit dans la section suivante.

4. Corpus et méthodologie. Pourquoi le roumain ?

Un objectif de notre analyse a été donc de tester ces hypothèses sur terrain neutre, dans une langue tierce qui comporte à la fois des influences françaises et anglaises : le roumain économique.

En effet, le roumain est une langue d'origine latine avec une longue tradition francophone. En 1988, on estimait qu'environ 22% du lexique roumain était de provenance française, la plupart étant des néologismes (donc y compris des termes économiques) (Sala *et al.*, 1988). De plus, il paraît qu'en 1982 les deux langues partageaient 73,39% du lexique technique et scientifique (Butiurca, 2005). Dans les deux dernières décennies la situation a néanmoins changé, la source d'emprunt des néologismes étant devenue plutôt l'anglais. Ce phénomène est visible surtout dans le domaine des affaires où le nombre élevé d'anglicismes a même contribué à la création d'une langue mixte que certains chercheurs ont appelée « *romgleză* » (*roumglais*) (voir Bătrân, 2010; Rus, 2005). Dans ce contexte, le roumain serait susceptible de présenter des conceptualisations spécifiques à la fois au français et à l'anglais économique. Son analyse pourrait donc confirmer ou infirmer nos prémisses.

La structure de notre corpus pourrait être également représentative des différences/ ressemblances de conceptualisation entre les deux langues. Nous avons mené notre analyse sur les documents utilisés dans le cadre de notre recherche doctorale. Il s'agit de 74 discours, articles, interviews, dépliants et communiqués de presse (dont un seul oral et le reste écrits) rédigés en roumain et issus par la Banque Nationale Roumaine (BNR) et par trois autres banques commerciales (Banca Transilvania - BT, Raiffeisen Bank - RZB et Unicredit Bank - UNI), avant et pendant la crise financière actuelle. Au total 49 977 mots, dont 24 030 mots dans le corpus d'avant-crise et 25 947 mots dans les documents issus pendant la crise.

Le corpus contient donc des documents émis par deux banques autochtones (la BNR et la Banque Transylvanie) où la langue de communication est le roumain et par deux banques multinationales (Unicredit Țiriac Bank et Raiffeisen Bank) qui utilisent souvent l'anglais comme langue de communication entre les employés ou avec les banques-mères et dont beaucoup de documents officiels, de logiciels *etc.* sont rédigés en ou bien traduits de l'anglais. Cette situation se reflète aussi dans le nombre plus élevé d'anglicismes (également analysés dans notre étude) dans le corpus des banques multinationales.

En ce qui concerne la diversité des documents analysés, elle est due à notre désir de choisir un corpus qui reflète le plus le langage employé par les institutions bancaires. En effet, nous avons voulu éviter de tirer des conclusions à partir de documents qui ne sont pas tellement représentatifs du langage des banques, comme les articles de presse par exemple. Les quelques articles sélectionnés sont des interviews avec des représentants bancaires, où l'intervention proprement-dite du journaliste est minimale et se limite d'habitude aux titres, sous-titres et chapeaux.

Nous avons donc suivi les conseils de Henderson (2000) qui suggérait que les articles de presse ne sont pas adéquats pour l'étude du langage économique:⁴

(...) in trying to reach conclusions about the use of metaphors in formal economics, by using evidence from journalistic writing, there may be problems. (Henderson, 2000: 169)

Par rapport à la méthodologie employée, après la sélection du corpus, l'analyse proprement-dite a compris plusieurs étapes : l'identification et la classification des expressions métaphoriques selon les domaines-source, la dérivation et la hiérarchisation des métaphores conceptuelles, l'analyse quantitative des expressions métaphoriques (fréquence, collocations), l'interprétation des résultats.

Pour l'étape d'identification des métaphores linguistiques, nous avons fait appel à la procédure d'identification des métaphores (MIP) proposée par le groupe Pragglejaz,⁵ tout en suivant aussi les changements proposés par Steen et ses collaborateurs (Steen *et al.*, 2010). Ses auteurs, spécialistes réputés de la métaphore, ont recommandé le parcours des étapes suivantes :

1. La lecture et la compréhension du texte en sa totalité.
2. La délimitation des unités lexicales.
3. Une étape formée de plusieurs pas, qui suppose que l'analyste :
 - (a) Détermine la *signification contextuelle* de chaque unité lexicale (en fonction du contexte et du cotexte)

(b) Vérifie si, dans un contexte différent, l'unité lexicale en question a une *signification contemporaine* plus fondamentale (*more basic contemporary meaning*). Selon les auteurs, cette signification de base n'est pas nécessairement la plus fréquente, sinon :

- plus concrète
- liée à l'action corporelle
- plus précise
- souvent plus ancienne du point de vue historique.

(c) S'assure que les deux significations soient *contrastantes*, mais que la signification contextuelle puisse néanmoins être *comprise par comparaison* avec la signification de base.

4. Si c'est le cas, le marquage de l'unité en question comme métaphorique (Pragglejaz Group, 2007: 3).

Notre démarche analytique a suivi de près ces conseils. Pour l'évaluation de la signification de base nous avons fait appel à des dictionnaires généraux, comme le « Dictionnaire Explicatif de la Langue Roumaine » (DEX), édité par l'Académie Roumaine en 2009, et, parfois, même à des dictionnaires étymologiques, comme le « Dictionnaire Étymologique de la Langue Roumaine » rédigé par Alexandru Ciorănescu.

Même si la plupart de notre recherche a été faite à la main, pour cette étude nous avons bénéficié aussi de l'aide d'un logiciel de traitement linguistique, à savoir du logiciel QSR NVivo 8 SP4. Quoique conçu (et utilisé en général) pour l'analyse thématique, il s'est avéré très utile à notre investigation. Une autre caractéristique du logiciel est le fait qu'il permet aussi de retrouver les informations à l'aide d'un outil de recherche, de les regrouper sous forme de rapports et même de faire quelques analyses statistiques, de rédiger des graphiques, etc. En même temps, ce logiciel nous a servi aussi de base de données pour le stockage et le classement des documents.

A continuation, nous présenterons les résultats de notre étude empirique.

5. Le roumain financier-bancaire : conceptualisations détectées

La plupart des conceptualisations mentionnées auparavant figurent aussi dans le discours bancaire roumain. Les types de métaphores apparaissant le plus souvent dans notre corpus semblent être les métaphores ontologiques⁶ LES PRODUITS FINANCIERS SONT DES ENTITÉS (y compris LES PRODUITS FINANCIERS SONT DES ORGANISMES et LES PRODUITS FINANCIERS SONT DE LA NOURRITURE) et L'ARGENT C'EST UNE ENTITÉ, suivies par les métaphores du COMBAT, L'ÉCONOMIE C'EST UNE ENTITÉ (y compris L'ÉCONOMIE C'EST UN ORGANISME et L'ÉCONOMIE C'EST UN PATIENT), les métaphores du domaine des MATHÉMATIQUES, LES INSTITUTIONS FINANCIÈRES SONT DES ENTITÉS, les métaphores du domaine de la MÉCANIQUE, les métaphores du domaine des CONSTRUCTIONS, les métaphores AQUATIQUES et les métaphores SPORTIVES.

Nous avons également observé quelques différences de distribution que nous avons trouvées intéressantes.

Ainsi, tout comme dans le cas du discours économique français, le corpus émis par les banques roumaines semble avoir une prédilection pour la métaphore du **combat**. Sa distribution à travers le corpus est la suivante :

Tableau 1 - LA MÉTAPHORE DU COMBAT et sa distribution à travers le corpus

Banque	MÉTAPHORES DE LA FORCE PHYSIQUE			N° de mots			Densité		
	Av. Crise	Pend. Cr.	Total	Av. Crise	Pend. Cr.	Total	Av. Crise	Pend. Cr.	Total
BT	58	92	150	4516	5686	10202	12.84	16.18	14.70
BNR	74	61	135	4321	4887	9208	17.13	12.48	14.66
RZB	93	89	182	7516	8058	15574	12.37	11.04	11.69
UNI	72	63	135	7677	7316	14993	9.38	8.61	9.00
TOTAL	297	305	602	24030	25947	49977	12.36	11.75	12.05

Apparemment, le corpus le plus « agressif » semble être celui de Raiffeisen Bank, avec 182 expressions métaphoriques, soit 30% du total.

Par contre, par rapport à la quantité de mots existants dans le corpus, le classement est assez différent. Les documents émis par la BT se situent en première position, avec 14.70 expressions métaphoriques/1000 mots. Ils sont suivis par le corpus de la BNR, par les documents de la RZB et, en dernière instance, par ceux de la banque Unicredit.

Presque tous les aspects du domaine militaire (et guerrier) se retrouvent dans le corpus. Ainsi, les succursales bancaires sont souvent appelées « unités » (*unități*), les départements sont appelés « divisions » (*divizii*), leurs employés sont appelés « officiers » (*ofițeri*) et les transactions financières sont appelées « opérations » (*operațiuni*). On parle d'« objectifs » (*obiective*) et de « cibles » (*targete, țintă*), de « stratégies » (*strategii*) et de « positions » (*poziții*). Tout cela indique le fait que les INSTITUTIONS FINANCIÈRES sont susceptibles d'être conceptualisées en tant qu'ORGANISATIONS MILITAIRES.

Selon Koller (2004: 5), vu que le COMBAT est une activité spécifique plutôt aux hommes, employer cette métaphore servirait à masculiniser le discours (donc à promouvoir la présence masculine dans le monde des affaires) et à exclure les femmes des positions hiérarchiques supérieures. C'est pourquoi elle pourrait être perçue également comme assez agressive (notamment par les femmes).

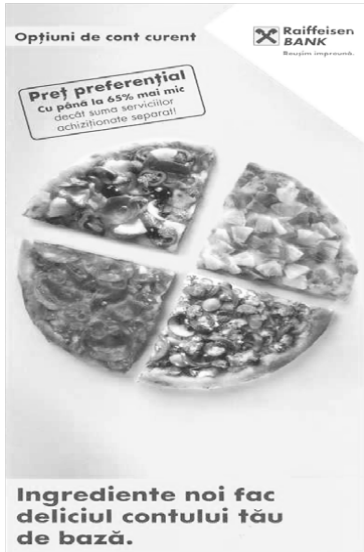
Une distribution similaire a été constatée dans le cas des métaphores du domaine alimentaire. Elles semblent être plus spécifiques du corpus des banques roumaines (7 expressions métaphoriques dans le corpus des banques autochtones vs. 6 expressions métaphoriques dans le corpus des banques multinationales).

En voici quelques exemples qui présentent les PRODUITS FINANCIERS ou L'ARGENT comme NOURRITURE :

- « *apetit* mai ridicat al populației în ceea ce privește economisirea » (un *appétit* plus grand pour l'épargne)
- « *apetit* pentru risc » (*appétit* pour le risque)
- « *solicți alimentarea* contului » (on sollicite *l'alimentation* du compte)
- « *impactul este*, ca să folosesc terminologia anglo-saxonă, de *crunch* » (*l'impact est*, pour utiliser la terminologie anglo-saxonne, de *crunch*).

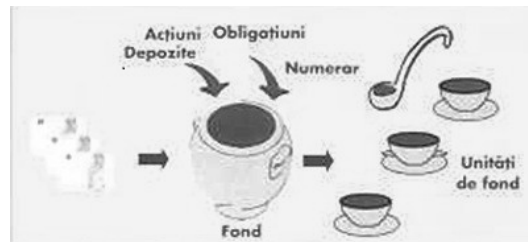
Les conceptualisations les plus créatives se retrouvent néanmoins dans le corpus de la RZB et apparaissent d'habitude sous forme d'images. Ainsi, sur un des dépliants émis par la banque autrichienne, le compte et les services attachés apparaissent sous la forme d'une pizza, accompagnée par le slogan « *Ingrediente noi fac deliciul contului tău de bază* » (Nouveaux ingrédients font le délice de votre compte de base).

Figure 1 - Les options de compte courant dans les dépliants de la RZB



Sur un autre dépliant de la RZB les fonds d'investissement, un produit bancaire dont le fonctionnement est particulièrement compliqué, sont présentés comme une sorte de marmite.

Figure 2 - Représentation visuelle des fonds d'investissement dans les dépliants de la RZB



Les autres produits d'investissement tels que les actions, les obligations et les comptes ou les dépôts à terme (les ingrédients) sont tous mis dans cette marmite, processus servant à préparer la nourriture (l'argent). L'appel à ces images (et à ces conceptualisations) saurait avoir à la fois un but explicatif et un but persuasif. L'argent-nourriture étant conçu comme quelque chose d'essentiel pour survivre, présenter les produits bancaires comme un récipient de cuisine ou, encore plus, comme « le sel et le poivre » du « plat », c'est leur attribuer un rôle extrêmement important, voire primordial. Les clients sont ainsi subrepticement incités à les acquérir.

Les métaphores **aquatiques**, également présentes dans notre corpus, apparaissent elles aussi plus souvent dans les documents des banques autochtones. Ainsi, la banque qui utilise le plus de termes aquatiques est la Banque Nationale, avec 10,32 expressions métaphoriques/1000 mots, chiffre qui est néanmoins influencé par la présence répétée du mot *lichiditate* (liquidité) (15 occurrences dans un seul discours). Une situation similaire se présente dans le cas de la banque BT qui se trouve en deuxième position, avec 8,72 expressions métaphoriques/1000 mots, mais dont les résultats sont également influencés par la répétition du mot *lichiditate*. Elle est suivie de près par la banque Unicredit (7,34 expressions métaphoriques/1000 mots). La RZB se situe cette fois-ci en position finale (5,20 expressions métaphoriques/1000 mots).

Certaines expressions proviennent même du domaine nautique. C'est le cas du mot *ancoră* (ancre) et de ses dérivés (e.g. *ancorat* - ancré) qui apparaissent 3 fois dans les documents de la BNR ou bien de l'exemple suivant, tiré du corpus de la RZB :

« țările emergente nu constituie un *port* sigur pentru investițiile în acțiuni » (les pays émergents ne constituent pas un *port* sûr pour les investissements en actions)

En ce qui concerne les métaphores liées au **jardinage**, elles sont très rares dans notre corpus. Nous n'avons pu identifier que trois occurrences du mot *ramură* (branche) et une seule occurrence du verbe *a cultiva* (cultiver). Tous ces mots apparaissent exclusivement dans le corpus de la RZB.

« *rădăcina* acestui fenomen » (la *racine* de ce phénomène)

« *Cultivăm* performanța » (nous *cultivons* la performance)

« În funcție de *ramura* industrială » (en fonction de la *branche* industrielle)

En général, il semble donc que le langage employé par les banques autochtones a plutôt tendance à favoriser les métaphores guerrières et alimentaires (tout comme celui français), mais aussi celles aquatiques (résultats influencés néanmoins par la répétitivité). Par contre, les termes du domaine du jardinage apparaissent uniquement dans le corpus des banques multinationales (qui présente donc plus de similarités avec le discours économique anglais).

D'autre part, bien que le discours roumain semble être plus semblable à celui français (en termes de préférences), les anglicismes (et les nouvelles métaphores) sont facilement adoptés.

Par exemple, dans une interview avec le gouverneur de la Banque Nationale Roumaine, Mugur Isarescu, le reporter parle du fait que les analystes préconisent que l'économie roumaine est destinée à un *atterrissage dur* (donc que la période de croissance économique va être suivie par une période de récession). *Atterrissage dur*, une traduction littérale de l'anglais *hard landing*, suggère le fait que l'économie est susceptible d'être associée à une sorte d'*avion*. Dans les exemples suivants, nous pouvons remarquer que c'est le reporter qui introduit la métaphore. Nous verrons ensuite que celle-ci sera très facilement acceptée et développée par le gouverneur :

« Domnule guvernator, analiști din străinătate includ România, împreună cu alte patru state - Lituania, Letonia, Estonia și Bulgaria - într un grup despre care spun că este sortit *aterizării dure*. *Hard landing*, cum spun englezii. » (Monsieur le gouverneur, les analystes étrangers incluent la Roumanie, ainsi que quatre autres États - la Lituanie, la Lettonie, l'Estonie et la Bulgarie - dans un groupe destiné, disent-ils, à *l'atterrissage dur*. *Hard landing*, comme disent les Anglais.)

L'ajout du syntagme anglais indique que cette expression est probablement d'origine anglaise. Le gouverneur reprend le syntagme (le répète 4 fois) et le développe :

« cu greu am găsit vreun argument solid care să justifice încadrarea României în zona de risc a *aterizării dure*. » (j'ai eu du mal à trouver un argument solide qui justifie l'encadrement de la Roumanie dans la zone de risque *d'atterrissage dur*)

« În locul unui *vehicul cu două "pedale"* - politica monetară și politica fiscală - economia țarilor care au consiliu monetar rămâne cu o *singură pedală*: politica fiscală. » (Au lieu d'un *véhicule à deux pédales* - la politique monétaire et celle fiscale - l'économie des pays ayant un système type conseil monétaire reste avec *une seule pédale*: la politique fiscale)

La même métaphore apparaît dans d'autres discours du gouverneur :

« politica monetară este lăsată pe seama unui "pilot automat" » (la politique monétaire est confiée à un *pilote automatique*)

Parfois la comparaison est littérale :

« țările care s-au angajat în procesul dezinflationist ar trebui să aleagă un ritm adecvat al dezinflației pentru a evita conflictul cu obiectivul stabilității financiare. (...) Acest fapt îmi reamintește de *instrucțiunile de securitate standard de la bordul aeronavelor conform cărora, în cazul depresurizării cabinei, părintele este cel care trebuie să își pună mai întâi masca de oxigen pe față și numai după aceea să o atașeze copilului* » (les pays engagés dans le processus de désinflation devraient choisir un rythme de désinflation approprié afin d'éviter tout conflit avec la stabilité financière. (...) Cela me rappelle *les consignes de sécurité standard au bord des avions selon lesquelles, en cas de dépressurisation de la cabine, le parent doit d'abord mettre son propre masque à oxygène et ce n'est qu'après qu'il doit le mettre à son enfant.*)

Dans d'autres contextes, le gouverneur s'avère tellement influencé par la langue anglaise qu'il mentionne le terme roumain (d'ailleurs parfaitement correcte) et immédiatement après il ajoute le terme anglais (qui est en fait une métaphore), comme si cela était « plus naturel » :

« Esențial pentru momentul actual al României este redarea încrederii. *Redarea încrederii, rebuild confidence* ca să spunem așa, este punctul de start al oricarui proces de iesire durabilă din criza. » (En ce moment, il est essentiel que la Roumanie reprenne confiance. *La reprise de confiance, rebuild confidence* pour ainsi dire, c'est le point de départ de tout processus durable de sortie de crise).

Ces mots empruntés à l'anglais apparaissent d'ailleurs très fréquemment dans notre corpus (20,39 anglicismes/1000 mots). Bien qu'ils aient une présence plus significative dans les documents issus par les banques multinationales (26,56/1000 vs. 10,66/1000) (situation motivée probablement par le fait que les banques multinationales utilisent souvent l'anglais comme langue de communication avec leurs banques-mères), ils figurent aussi dans le corpus des banques roumaines. De surcroît, ils sont très facilement adoptés et sont même utilisés pour renforcer l'effet des termes roumains. Dans l'exemple ci-dessus, l'inclusion de l'anglicisme (et la répétition du syntagme *redarea încrederii*) serait susceptible d'avoir un effet rassurant.

6. Conclusions

Malgré le nombre réduit d'études de la métaphore économique française, leurs résultats ont été partiellement confirmés par ceux de notre propre analyse du langage économique roumain. Ainsi, nous avons découvert les mêmes types de conceptualisations et, paradoxalement, des préférences presque similaires. Ce caractère mixte du roumain économique (et de notre corpus) nous a permis non seulement de tirer des conclusions applicables à la fois au discours économique français et à celui anglais, mais aussi d'assister à une sorte de « fusion » terminologique généralement réussie. La présence des mêmes types de conceptualisations, mais surtout l'adoption rapide et facile des mots et des métaphores de provenance anglaise indiquent que, lorsqu'il s'agit des affaires, les Français et les Anglais pourraient avoir des manières de penser similaires. Les éventuels conflits et les malentendus semblent être plutôt provoqués par une utilisation plus ou

moins fréquente de certains types de métaphores (comme celle du combat, qui pourrait être perçue comme agressive, ou bien comme celle aquatique, qui pourrait transmettre des sentiments d'instabilité, d'insécurité et même suggérer un caractère changeant, voire perfide). Enfin, d'autres recherches (plus extensives) devront être menées afin de confirmer entièrement ces constats.

Remerciements

L'auteur veut remercier pour l'appui financier offert par le programme co-financé par le PROGRAMME OPÉRATIONNEL SECTORIEL POUR LE DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES 2007-2013, Contrat POSDRU 6/1.5/S/4 - « LES ÉTUDES DOCTORALES, UN FACTEUR MAJEUR POUR LE DÉVELOPPEMENT DES RECHERCHES SOCIO-ÉCONOMIQUES ET HUMANISTES ».

Bibliographie

Academia Română Institutul De Lingvistică "Iorgu Iordan - Al. Rosetti". 2009. *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, A. Română, București: Univers Enciclopedic Gold.

Ainciburu, María Cecilia. 2003. *Morfología y productividad del léxico económico, II*. Congreso Internacional de Español para Fines Específicos. Amsterdam: Instituto Cervantes.

Alejo, Rafael. 2009. « Where does the money go? An analysis of the container metaphor in economics: The market and the economy ». *Journal of Pragmatics*, 30, pp. 1-14.

Aristote. IV^{ème} siècle av. J-C. *Rhétorique*. Paris: Les Belles Lettres.

Bătrân, M. 2010. « Globalizarea Lingvistică ». *Revista de Administrație Publică și Politici Sociale*, 3: 74-8.

Boers, Frank. 1997. « When a bodily source domain becomes prominent. The joy of counting metaphors in the socio-economic domain ». In R. W. Gibbs, Jr. et G. J. Steen, *Metaphor in Cognitive Linguistics*. Amsterdam: John Benjamins: pp. 47-56.

Boers, Frank. 2000. « Enhancing metaphoric awareness in specialised reading ». *English for Specific Purposes*, 19, pp. 137-47.

Boers, Frank et Demecheleer, Murielle. 1995. « Travellers, patients and warriors in English, Dutch and French economic discourse ». *Revue Belge de Philologie et d'Histoire*, 73, pp. 673-91.

Boers, Frank et Demecheleer, Murielle. 1997. « A Few Metaphorical Models in (Western) Economic Discourse ». In W.-A. Liebert, G. Redeker et L. R. Waugh, *Discourse and Perspective in Cognitive Linguistics*. Amsterdam: John Benjamins: pp. 115-31.

Butiurca, Doina. 2005. « Influenta franceza », dans le volume de la Conférence Internationale *L'intégration européenne entre tradition et modernité*, Tg-Mures, disponible en ligne sur http://www.upm.ro/facultati_departamente/stiinte_litere/conferinte/situl_integrare_europeana/Lucrari/Butiurca.pdf.

Cameron, Lynne. 1999. « Operationalising "metaphor" for applied linguistic research ». In L. Cameron et G. Low, *Researching and Applying Metaphor*. Cambridge: Cambridge University Press: pp. 3-28.

Charteris-Black, Jonathan. 2000. « Metaphor and vocabulary teaching in ESP economics ». *English for Specific Purposes*, 19, pp. 149-65.

- Charteris-Black, Jonathan. 2004. *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Charteris-Black, Jonathan et Ennis, Timothy. 2001. « A comparative study of metaphor in Spanish and English financial reporting ». *English for Specific Purposes*, 20, pp. 249-66.
- Charteris-Black, Jonathan et Musolf, Andreas. 2003. « 'Battered hero' or 'innocent victim'? A comparative study of metaphors for euro trading in British and German financial reporting ». *English for Specific Purposes*, 22, pp. 153-76.
- Ciorănescu, Alexandru. 2007. *Dicționarul Etimologic al Limbii Române*. București: Saeculum I.O., 1, pp. 1055.
- Eubanks, Philip. 1999. « Conceptual Metaphors as Rhetorical Response: A Reconsideration of Metaphor ». *Written Communication*, 16, (2), pp. 171-99.
- Fauconnier, Gilles et Turner, Mark. 1994. *Conceptual Projection and Middle Spaces*. San Diego: University of California: pp. 1-39.
- Gentner, Dedre et Gentner, Donald R. 1983. « Flowing waters or teeming crowds: Mental models of electricity ». In D. Gentner et A. Stevens, *Mental Models*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum: pp. 99-129.
- Gibbs, Raymond W., Jr. 1990. « Psycholinguistics studies on the conceptual basis of idiomacity ». *Cognitive Linguistics*, 1, (4), pp. 417-51.
- Grady, Joseph E., Oakley, Todd, *et al.* 1997. « Blending and Metaphor ». In R. W. Gibbs, Jr. et G. J. Steen, *Metaphor in Cognitive Linguistics*. Amsterdam: John Benjamins: pp. 101-24.
- Henderson, Willie. 1993. « Metaphor and Economics ». In A. Ortony, *Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 1-9.
- Ho, Janet. 2009. « A corpus approach to figurative expressions of fear in business reports ». In M. Mahlberg, V. González-Díaz et C. Smith, *Proceedings of the Corpus Linguistics Conference*, University of Liverpool. Disponible en ligne sur <http://ucrel.lancs.ac.uk/publications/cl2009/#colloquia>.
- Koller, Veronika. 2004. *Metaphor and Gender in Business Media Discourse. A critical cognitive study*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Koller, Veronika. 2005. « Critical discourse analysis and social cognition: evidence from business media discourse ». *Discourse Society*, 16, (199), pp. 199-220.
- Lakoff, George. 1993. « The Contemporary Theory of Metaphor ». In A. Ortony, *Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press: pp. 202-50.
- Lakoff, George et Johnson, Mark. 1980. *Metaphors we live by*. London: The University of Chicago Press.
- Mahon, James Edwin. 1999. « Getting your sources right. What Aristotle didn't say ». In L. Cameron et G. Low, *Researching and Applying Metaphor*. Cambridge: Cambridge University Press: pp. 69-80.
- Martínez, José Mateo. 2007. « El lenguaje de las ciencias económicas ». In E. Alcaraz, J. Mateo et F. Yús, *Las lenguas profesionales y académica*. Barcelona: Ariel: pp. 191-203.
- McCloskey, Donald N. 1986. *The Rhetoric of Economics*. Brighton: Wheatsheaf Books.
- O'Connor, Kathleen Therese. 1998. « Money and Finance as Solid, Liquid, and Gas in Spanish ». *Metaphor and Symbol*, 13, (2), pp. 141-57.

Pessali, Huascar Fialho. 2006. « The Metaphors of Transaction Cost Economics ». Disponible en ligne sur http://www.economiaetecnologia.ufpr.br/textos_discussao/texto_para_discussao_ano_2006_texto_17.pdf.

Phillips, Diana. 2003. « Le cash-flow or do you speak franglais revisited ». *Global Business Languages*, 8, (11), pp. 56-65.

Pragglejaz Group. 2007. « MIP: A Method for Identifying Metaphorically Used Words in Discourse ». *Metaphor and Symbol*, 22, (1), pp. 1-39.

Rus, M. L. 2005. « Un fapt lingvistic de actualitate: influența engleză asupra limbii române », dans le volume de la conférence *Integrarea europeană între tradiție și modernitate*. Tg-Mureș: pp. 266-72. Disponible en ligne sur: http://www.upm.ro/facultati_departamente/stiinte_litere/conferinte/situl_integrare_europeana/Lucrari/LauraRus.pdf.

Sala, Marius (coord), Bîrlădeanu, Mihaela, Iliescu, Macarie, Liliana, Nichita, Ioana, Ploae-Hanganu, Mariana, Theban, Maria, Vintilă-Rădulescu, Ioana. 1988. *Vocabularul reprezentativ al limbilor romanice*. București: Editura Științifică și Enciclopedică.

Skorczynska, Hanna et Deignan, Alice. 2006. « Readership and Purpose in the Choice of Economics Metaphors ». *Metaphor and Symbol*, 21, (2), pp. 87-104.

Smith, Geoff P. 1995. « How High Can a Dead Cat Bounce?: Metaphor and the Hong Kong Stock Market ». *Hong Kong Papers in Linguistics and Language Teaching*, 18, pp. 43-57.

Steen, Gerard J., Dorst, Aletta G., Herrmann, J. Berenike, Kaal, Anna A., Krennmayr, Tina et Trijntje, Pasma. 2010. *A Method for Linguistic Metaphor Identification: From MIP to MIPVU*. Amsterdam: John Benjamins.

Trotter, D. 2010. « L'apport de l'anglo-normand à la lexicographie de l'anglais, ou: les 'gallicismes' en anglais ». In A. Thibault, *Galicismes et théorie de l'emprunt*. Paris: Harmattan: pp. 147-68.

Turner, Mark et Fauconnier, Gilles. 1995. « Conceptual Integration and Formal Expression ». *Metaphor and Symbolic Activity*, 10, (3), pp. 183-204.

Turner, Mark et Fauconnier, Gilles. 2000. « Metaphor, metonymy, and binding ». In A. Barcelona, *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*. Berlin: Mouton de Gruyter: pp. 133-45.

White, Michael. 1997. « The Use of Metaphor in Reporting Financial Market Transactions ». *Cuadernos de Filología Inglesa*, 612, pp. 233-45.

White, Michael. 2003. « Metaphor and economics: the case of growth ». *English for Specific Purposes*, 22, pp. 131-51.

White, Michael et Herrera, Honesto. 2009. « How Business Press Headlines Get Their Message Across: A Different Perspective on Metaphor ». In A. Musolff et J. Zinken, *Metaphor and Discourse*. Basingstoke: Palgrave Macmillan: pp. 136-52.

Notes

¹ Cette pensée métaphorique a été également prouvée à travers des études empiriques de nature psycholinguistique (voir Gentner et Gentner, 1983; Gibbs, 1990).

² Lakoff et Johnson ont proposé de désigner les métaphores du langage à l'aide du terme « expressions métaphoriques » et de réserver le terme « métaphore » aux conceptualisations (donc aux métaphores de la pensée). De plus (pour marquer la différence entre les deux), ils ont proposé de représenter ces dernières en majuscules (e.g. LA DISCUSSION C'EST UN CONFLIT).

³ Lakoff et Johnson n'ont pas été les premiers à signaler le côté cognitif des métaphores. Cette idée est présente aussi chez Aristote (voir, par exemple, la Rhétorique d'Aristote, IV^e siècle avant J-C ou bien Mahon, 1999).

⁴ Henderson affirmait que les articles de presse ne présentent que des « ressemblances de famille » (*family resemblance*) avec le langage économique formel. Cet aspect a été ultérieurement démontré par Skorczynska et Deignan (2006) qui ont découvert plusieurs différences au niveau des types de métaphores utilisés et de leurs fonctions.

⁵ Pragglejaz est un projet de recherche visant la création d'une procédure d'identification des expressions métaphoriques dans le discours. Le nom est un acronyme et comprend les initiales des prénoms des dix chercheurs impliqués dans le projet: Peter Crisp, Ray Gibbs, Alan Cienki, Graham Low, Gerard Steen, Lynne Cameron, Elena Semino, Joe Grady, Alice Deignan, and Zoltan Kövecses.

⁶ Suivant Lakoff et Johnson, les métaphores du type ontologique nous permettent de concevoir les phénomènes abstraits en tant qu'entités concrètes - objets, organismes, substances, à savoir de les assigner des limites, de les nommer, de les classer, de les quantifier. Une catégorie spéciale de métaphores ontologiques est constituée par les *métaphores du contenant* qui suggèrent notre tendance à percevoir les éléments de notre environnement en tant qu'objets physiques, ayant une surface délimitée, un intérieur et un extérieur (une orientation dedans-dehors).