

## LA DYNAMIQUE LEXICALE DU FRANÇAIS DE SPÉCIALITÉ

## LEXICAL DYNAMICS OF PROFESSIONAL FRENCH

IVETA RIZEKOVÁ

**Abstract**

The paper deals with the dynamic processes in professional vocabulary. It aims to identify, based on examples selected from economic papers, those processes and methods of creating terminology in the area of entrepreneurial and business communication that are the most productive from a synchronic perspective. The author first studies the extralinguistic factors causing the necessity of creating terminological neologisms in the sphere of economy. Further, she specifies the individual methods of expanding and modifying the economic vocabulary from both internal and external sources. Finally, she summarises and evaluates the impact of lexical changes in professional language on the overall dynamics in language.

**Keywords:** dynamics, economic term, professional vocabulary, language borrowing, contraction.

**Résumé**

Le présent article porte sur la problématique des tendances dynamiques au sein du lexique français spécialisé. En s'appuyant sur des exemples concrets de la presse économique, l'auteur de l'article vise à identifier tels procédés et tels moyens de créer des termes professionnels, liés au domaine des affaires et de la communication commerciale, qui sont les plus productifs du point de vue synchrone. Dans un premier temps, elle examine des facteurs extralinguistiques qui provoquent le processus de formation des néologismes dans la sphère économique. Par la suite, elle décrit les différentes façons d'élargir et de modifier le vocabulaire économique, et cela à partir des sources internes ainsi qu'externes. Enfin, elle tente à résumer et à évaluer l'impact des changements lexicaux de la langue professionnelle sur la dynamique globale de la langue.

**Mots-clés:** dynamique, terme économique, vocabulaire professionnel, emprunt linguistique, abréviation.

**Introduction**

L'évolution d'une langue est sous la dépendance de l'évolution des besoins communicatifs du groupe qui l'emploie. Il est évident que cette évolution est en rapport direct avec l'évolution intellectuelle, sociale et économique de la société. Le lexique est le sous-système de langue qui est le plus marqué par l'ouverture et le dynamisme. Il s'agit de l'ouverture à la pénétration de nouvelles unités qui élargissent et enrichissent la base lexicale existante. De surcroît, ces changements dynamiques, de nature quantitative ou qualitative, entraînent le processus d'adaptation et d'intégration de nouveaux éléments dans le système lexical de la langue respective. En d'autres termes, ces mots nouveaux entrent en relations réciproques et tissent ainsi de nouvelles structures, au niveau de formation des mots, au niveau de synonymie, d'antonymie et d'autres.

Le lexique de spécialité est le sous-système linguistique qui recourt à la terminologie afin d'éviter l'ambiguïté de la communication dans un domaine particulier. Le terme est un élément définissable du système lexical, pour cela nous pourrions croire qu'il est invariable (Džuganová, 2002, s. 3). Cependant, des termes et des locutions terminologiques ne doivent pas être perçus comme éléments fermes, invariables, étant donné qu'ils sont soumis aux changements causés par le développement scientifique et technique et par la mondialisation.

Le présent article s'attache donc à étudier des unités lexicales françaises qui désignent des réalités nouvelles ou des notions déjà établies dans le discours économique. Plus précisément, il se propose de révéler, à la base du corpus constitué à partir des textes économiques actuels<sup>1</sup>, les procédés lexicaux les plus productifs pour créer des termes se référant aux notions de gestion, de commerce, d'entreprise, de finances etc. Il vise à offrir un aperçu de différents moyens d'enrichissement terminologique et de transformations sémantiques au sein du vocabulaire économique, et à évaluer leur impact sur la dynamique de la langue en tant que telle.

### Procédés de formation des termes

L'inventaire lexical du français s'enrichit aujourd'hui comme dans le passé. Les mots surgissent et disparaissent toujours. Cet enrichissement est réalisé d'une part, des ressources propres (*par ex. la monnaie*), d'autre part, grâce aux langues étrangères (*par ex. le week-end*). Il est incroyable que « *près de la moitié du lexique français général, évalué à 60 000 mots, a été renouvelé depuis un demi-siècle !* » (Feltin, 2015, p. 19).

A l'heure actuelle, l'aménagement linguistique dépasse largement la simple création de mots et de termes. « *Il suppose une approche écologique à la langue comme élément essentiel de la société humaine et il comporte une multitude de facteurs sociolinguistiques. L'aménagement linguistique englobe un éventail de méthodes et d'approches, y compris la terminologie et la lexicographie, la gestion de la terminologie, la traduction et la gestion de la traduction et, de plus en plus, les approches par corpus (extraction de termes, analyse de corpus dans le but de repérer les néologismes créés dans les communautés discursives, etc.)* (Infoterm, 2005, p. 7).

Certes, le vocabulaire économique s'est développé considérablement au cours du dernier siècle. La langue économique est la plus dynamique et la plus créative, parce qu'elle utilise des moyens d'expression appartenant au style scientifique (terminologie), mais également au style journalistique, voire littéraire (phraséologie, métaphores) ou encore familier (argot, jeux de mots, anglicismes) (Spišiaková, 2018, p. 43). Le développement de la consommation, le progrès dans le monde de travail et celui de l'entreprise, y compris l'accroissement de la complexité des relations humaines, tout cela a pour conséquence la génération de nouvelles désignations correspondant aux nouveaux objets concrets (*le smartphone*) ou noms abstraits (*l'action*), nouvelles professions (*le recruteur*), fonctions (*le commissaire*), activités (*le coaching*), ou encore aux nouveaux modes de communication (*le courriel*).

En ce qui concerne les procédés se déroulant au sein du lexique français, c'est « la dérivation » qui reste le procédé fort productif pour former des termes à partir des unités déjà existantes. En ce sens, il s'agit notamment de la substantivation (formation à partir d'un verbe), car la plupart des termes appartiennent à cette catégorie de mots. Les substantifs suivants servent d'exemples de la formation:

- des mots dérivés d'un préfixe (*l'invalidité, la macroéconomie, le recouvrement*)
- des mots dérivés d'un suffixe:
  - tion (distribuer – *la distribution*, contribuer – *la contribution*);
  - ation (coter – *la cotation*, consommer – *la consommation*);
  - aison (livrer – *la livraison*);
  - eur (employer – *l'employeur*, travailler – *le travailleur*);
  - ement (lancer – *le lancement*, prélever – *le prélèvement*);
  - iment (blanchir – *le blanchiment*, assortir – *assortiment*, modifié: investir – *investissement*);
  - ance (assurer – *l'assurance*, modifié: croître – *la croissance*);
  - age (démarrer – *le démarrage*, modifié: bloquer – *le blocage*, marchander – *marchandage*);
  - e/-ie (siéger – *le siège*, garantir – *la garantie*);
  - ée/-é (durer – *la durée*, modifié: indemniser – *l'indemnité*);
  - ite/-ité (faillir – *la faillite*, liquider – *la liquidité*);

- ure (procéder – *la procédure*, modifié: couvrir – *la couverture*);
- à l'aide de la « formation parasynthétique » (la place – *l'emplacement*, la bourse – *le déboursement*, pauvre – *l'appauvrissement*);
- à l'aide de la « troncation » (le bureau fiscal – *le fisc*, débiter – *le débit*).

Tandis que la « dérivation propre » allonge ordinairement le mot primitif, la « dérivation régressive » le raccourcit toujours (accorder – *l'accord*, coûter – *le coût*, apporter – *l'apport*). Dans le vocabulaire du français des affaires, on observe souvent l'apparition des substantifs, des adjectifs, des verbes qui ont été formés par « la conversion », c'est-à-dire la transposition de leur classe grammaticale dans une autre (*le président*, *l'associé*, *la conduite*, *le revenu*, *la personne*, *l'employé*, *le particulier*, *le négociant*, *le pouvoir*). Parfois, un seul objet, une seule entité ou activité sont désignés par une expression composée de deux ou plusieurs substantifs, adjectifs, verbes ou adverbes (*le panneau-réclame*, *le porte-folio* ou *le portfolio*, *le savoir-faire*, *la micro-économie*, *le bouleversement*, *la plus-value*, *le bien-être*, *les pourparlers*). Néanmoins, en langue française, la composition n'est pas le procédé aussi productif que la dérivation. De plus, plusieurs néologismes sont formés par les « mots-valises », cela veut dire par la fusion d'au moins deux mots existant dans la langue de telle sorte qu'un de ces mots au moins y apparaisse tronqué. A titre d'exemple, *le Brexit* formé de *Britain* et *exit* ou *l'informatique* formé de *information* et *automatique*. Les mots-valises peuvent fournir une solution alternative aux emprunts à l'anglais. Ainsi, la fusion des mots *clavier* et *bavardage* a donné naissance au mot-valise *clavardage* (en anglais *chat*, *chatting*). Le mot-valise *courriel* a été créé par la fusion des mots *courrier* et *électronique* (Contant, 2018). Le *franglais* est un autre exemple du mot-valise formé de deux mots – *le français* et *l'anglais*. Ce mot a acquis une certaine notoriété et est devenu l'indicateur d'un phénomène sociolinguistique plus vaste et interprété de différentes manières de la part des locuteurs francophones.

### Tendances à internationaliser la terminologie

Les emprunts aux langues étrangères témoignent des relations que les locuteurs du français ont entretenues avec les autres peuples au cours de leur histoire, notamment pendant les guerres, la colonisation et les activités commerciales. La terminologie française est actuellement sous une grande influence de l'internationalisation<sup>2</sup>. À part des emprunts des termes ayant la base gréco-latine, c'est l'adoption des termes anglais<sup>3</sup> qui prédomine au cours des dernières décennies. En effet, un grand nombre de termes anglais ont été internationalisés et utilisés dans plusieurs langues. La langue française, qui, à son tour, a servi aux autres langues de source d'emprunts, a fourni aussi de nombreux mots internationaux (*l'avance*, *l'avant-garde*, *l'attaché*, *le cliché*, *le communiqué*, *le rapport*, *au-pair*) employés fréquemment dans les médias.

Bien que les terminologies riches en termes internationaux permettent de faciliter la communication au sein de la coopération internationale et multiculturelle, elles créent, en même temps, de l'espace pour un litige entre les moyens lexicaux propres et étrangers. La majorité des linguistes s'accordent à dire qu'il existe différents niveaux d'intégration des emprunts linguistiques dans la langue. Cécile Planchon distingue:

- les « occasionnalismes » – des mots étrangers employés à l'occasion, pour exprimer une nuance, une singularité ou toute autre particularité;
- les « xénismes ou pérégrinismes » – des mots sentis comme étrangers, qui sont généralement issus de la langue savante et des langues spécialisées;
- les « emprunts à proprement dit » – des mots tout à fait naturalisés dans la langue emprunteuse (Planchon, 2019, p. 58 – 59).

Tandis que les « occasionnalismes » n'ont pas vocation à entrer dans la langue de façon permanente et sont généralement mis en italique ou entre guillemets, les « xénismes » perdent leur statut une fois qu'ils intègrent le langage courant (ibidem). Contrairement aux xénismes, chez les « emprunts à proprement dit » les signifiants sont intégrés avec leur signifié, c'est-à-dire que l'on emprunte le terme et la réalité qu'il représente. Il s'agit donc d'un emprunt total (*un call*,

*un deal, un feedback, un manager, une newsletter*). Le degré d'adaptation peut varier d'un mot à l'autre. Il existe pourtant des tendances typologiques ayant des traits similaires. Il est nécessaire de prendre en compte ces analogies pour pouvoir les appliquer à d'autres emprunts qui apparaissent constamment dans les langues (Keresty, 2019, p. 24).

Dans la communication professionnelle des économistes actuelle, comme c'est aussi le cas dans la communication quotidienne, des anglicismes vont augmentant. En France, cette invasion de l'anglais avait pour conséquence la naissance du « franglais » (*la compétition, l'extension, l'opportunité*), langue française fortement anglicisée dans l'expression écrite et orale, et en particulier dans le monde de l'entreprise. Dans ce monde, il existe une culture au sein de laquelle prévalent des codes comportementaux et communicationnels bien spécifiques. Or cette culture propre au monde des affaires est très fortement influencée par la langue anglaise. « *Acteurs d'une dynamique lexicale qui se renouvelle constamment, les anglicismes sont entrés dans une nouvelle période de contacts linguistique dans les années 1990, avec l'essor sans précédent de l'anglais, singulièrement porté par le Web* » (Vocabulaire francophone des affaires, 2018).

Tandis que certains linguistes veulent tout franciser, d'autres revendiquent le fait qu'ils existent déjà dans la langue française des termes susceptibles de remplacer des anglicismes. La réaction au franglais a entraîné le développement d'initiatives qui ont favorisé la création néologique du XX<sup>e</sup> siècle. Par ailleurs, le rejet du franglais en France est un phénomène relativement paradoxal: « *Premièrement parce qu'en dehors des quelques mots anglicisés du vocabulaire de l'entreprise, le niveau d'anglais des Français est connu pour être plutôt bas. Ensuite parce que selon une étude, 30 % environ du vocabulaire anglais aurait une origine française* » (Chauvot, 2016). Enfin, la sphère politique s'est emparée de ce sujet avec la loi Toubon de 1994 visant à assurer la primauté de l'usage de termes francophones traditionnels face aux anglicismes (Chauvot, 2016).

Dans tous les cas, nous pouvons consentir à l'idée que l'attention mise à « la parole » contribue également à l'évolution de « la langue » qui est toujours dynamique et ouverte aux nouveautés terminologiques insérées dans la tradition lexicale française. « *Le regard attentif de l'aménagement lexical assure la continuité de cette vitalité néologique, dans tous les domaines spécialisés et de la vie commune, qui contribuent à l'évolution d'une langue et de sa culture internationale* » (Zanola, 2008, p. 95).

Face à la question de l'adéquation et la non-adéquation des emprunts de la langue anglaise, les spécialistes soulignent l'importance de l'utilité. D'abord, l'emprunt d'un terme est fonctionnel, s'il n'existe pas de dénomination pour la notion donnée dans la langue d'accueil. Dans ce cas-là, J. M. Chadelat parle de la valeur d'usage, c'est-à-dire que le mot étranger comble une lacune (Chadelat, 1996). Ensuite, c'est la valeur linguistique, la valeur oppositive saussurienne, et la valeur stylistique, si le nouveau mot contribue à la variabilité expressive du langage (ibidem).

Nous avons observé les différences dans l'adaptation sur les exemples suivants. Les termes anglais *leader* (parfois lié à un substantif: *entreprise leader, banque leader*) et *leadership* sont en usage en France, comme d'ailleurs l'anglicisme *Internet* (provenant de l'abréviation *interconnected networks*) et sa forme abrégée *le net* qui ont été aussi bien assimilés, malgré l'existence du synonyme français *la toile*. Mais dans d'autres cas, plusieurs équivalents peuvent être en usage (*building – l'immeuble, staff – le personnel, broker – le courtier, know-how – le savoir-faire*). Les emprunts y paraissent redondants. C'est pareil pour le terme anglais *cash*<sup>4</sup>, lié aux verbes *payer* ou *régler*, que plusieurs synonymes français sont d'usage courant (*payer/régler au comptant, en espèces, en argent liquide*). Enfin, dans certains cas, les deux termes, ceux en français et en anglais, coexistent (*le sponsoring et le parrainage*).

Certains termes, comme par exemple *le publipostage, la co-entreprise, la mercatique*, ont été introduits à la langue française récemment afin de proposer un équivalent aux termes anglais. Ainsi, *publipostage* (introduit en 1973 et recommandé officiellement par la Délégation générale à la Langue Française) est construit à partir de *publicité* et de *postage* pour remplacer l'anglicisme

**mailing.** Le mot a été élaboré artificiellement selon l'opération désignée, à savoir, la *prospection publicitaire par voie postale* (Mangiante, 2002, p. 11). Par contre, le terme **mercatique** doit sa construction au latin *mercatus* (*marché*), malgré son apparition tardive en 1974, et non, à l'origine, pour remplacer le terme anglais **marketing** désignant une branche du marketing – l'étude des aspects théoriques de la vente. Son suffixe *-ique* fait référence à la technique, sur le modèle d'*informatique*. Le terme *mercatique* est recommandé pour remplacer celui de **marketing**. **Les organisations internationales emploient déjà leur équivalent – la commercialisation, proposé par l'Académie française. Et dans le sens plus restreint, il est proposé d'utiliser d'autres traductions françaises: la stratégie commerciale ou les techniques commerciales** (Définition de marketing).

À côté des emprunts des termes, on observe la tendance d'adopter la motivation du mot étranger (*memory – le mémoire, network – le réseau, supermarket – le supermarché*) et par suite de le calquer. La motivation y est appliquée de façon élargie, à savoir « *le mot emprunté ne compte plus comme tel, dès qu'il est étudié au sein du système; il n'existe que par sa relation et son opposition avec les mots qui lui sont associés.* » (Lerat, 1988, p. 483). Le terme s'incorpore dans le système des termes et s'adapte aux règles de la langue littéraire, tout en gardant la motivation. Dans le vocabulaire des finances, par exemple l'origine du terme *budget*, qui désigne l'état annuel des recettes et des dépenses publiques, appartient à l'ancien français. D'après Jean Maillat (Cinq mots, 2016), ce mot doit bien son appellation aux conditions dans lesquelles il était tenu. En effet, la *bougette* était un petit sac de cuir dans lequel le trésorier mettait de l'argent. Ce dernier suspendu à la selle du cheval, bougeait alors au rythme de l'animal.

Une des tendances dynamisantes actuelles, celle à croiser, hybrider des textes, des discours, des éléments de langue, trouve son reflet également au niveau lexical. « *L'hybride lexical est un type néologique spécifique qui unit les traits de dérivé et d'emprunt* » (Kortas, 2009, p. 66). Parmi les hybrides, formés par affixation, les plus productifs ont la structure préfixale (*l'ultra-rapidité, la superpuissance, l'anti-campagne, l'hyperactivité*). Parmi les formants non classiques le suffixe anglais *-ing* accolé à des bases françaises est très fréquent. Certains termes sont considérés comme plus rattachés au milieu économique (*le holding, le marketing, le leasing, le merchandising, le factoring*), d'autres se relèvent également dans des activités différentes (*le meeting, le timing, le planning, le brainstorming*).

On recense dans les dictionnaires français actuels plus de 2500 mots empruntés à la langue anglaise. Mais cette liste pourrait considérablement s'allonger par les lexiques spécialisés (Jean, 2019). L'anglais est devenu la langue véhiculaire des communications internationales, tant sur le plan commercial que culturel, scientifique, technologique et diplomatique, et cela grâce au développement de nouvelles technologies ainsi que la domination anglo-américaine dans les sciences.

Nous pouvons enfin adhérer à l'opinion de Lionel Jean (Jean, 2019) que tous les emprunts ne sont pas nécessaires. Le critère de leur utilité n'est pas pourtant facile à appliquer. Il faut évaluer l'usage et la fréquence de ces termes nouveaux. Le recours aux emprunts peut être une source d'enrichissement, ainsi qu'un moyen d'établissement des rapports culturels entre les peuples de pays différents. C'est pourquoi leur présence dans le vocabulaire de chaque langue est utile et leur rôle en tant que moyen de communication est considérable. En effet, la formation de termes par les emprunts pourrait être désignée comme l'un des procédés d'internationalisation des terminologies.

### **Tendances à économiser la terminologie**

Dans sa dynamique intérieure, la langue est continuellement modifiée et constamment évoluée. Le dynamisme de la langue se manifeste par la tendance à économiser l'effort et, par suite, à raccourcir des locutions trop longues. Quoique la tendance d'abrégier soit manifestée dès les origines mêmes du français, ce n'est que dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle qu'elle a considérablement

étendu son action (Goosse, Grévisse, 2011, p. 104). Il existe plusieurs modalités d'abrégier un mot ou un groupe de mots, dont les plus courantes sont la siglaison et l'acronymie.

Les sigles servent à nommer: sociétés (*EDF – l'Électricité de France*), institutions, organisations (*l'OCDE – l'Organisation de coopération et de développement économiques*), alliances militaires (*l'OTAN – l'Organisation du traité de l'Atlantique nord*), ainsi que positions de travail (*le DRH – le directeur des ressources humaines*), titres (*M. le préfet. MM. les conseillers*), des notions économiques (*TTC – toutes taxes comprises; le SMIC – le Salaire minimum interprofessionnel de croissance; le PIB – le produit intérieur brut*). Dans le jargon professionnel ou le langage familier, deux formes de troncation, soit l'apocope (*le proprio – le propriétaire*), soit l'aphérèse (*le car – l'autocar*) sont en usage. Il est évident que les modes d'abréviation mentionnés sont appliqués plus particulièrement dans la sphère économique professionnelle, mais aussi dans la communication administrative et familiale.

La lexicalisation des sigles s'affirme dans la dérivation par l'adjonction de suffixes. Devenant une base de dérivation suffixale, le sigle fonctionne comme un nom, sujet à transformations (Percebois, 2001, p. 641). La transformation adjectivale est la plus fréquente (*smicard, cégétiste, onusien, internaute*).

L'analyse comparée de l'anglais et le français permet de constater « *qu'un sigle français n'est pas nécessairement rendu par un sigle anglais et inversement. La préférence du locuteur peut aller à l'emploi du développement pour des raisons de facilité ou de difficulté de prononciation du sigle, ou pour la recherche de précision et d'insistance sur une composante particulière non évidente dans le sigle* » (idem, p. 642). Par ailleurs, un sigle peut être remplacé par un autre sigle lorsque les caractéristiques du référent sont modifiées. Nous citons à titre d'exemple *la CEE – la Communauté économique européenne* qui avait été remplacée par *l'UE – l'Union Européenne* ou encore *le GATT* remplacé par *le WTO*. Mais alors que le sigle *GATT (General Agreement on Tariffs and Trade)*, signifiant l'accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, n'avait pas été traduit en français, *WTO (World Trade Organization)* a donné en français *l'OMC (l'Organisation Mondiale du Commerce)*. En fait, il s'agit de deux entités différentes, parce que le *GATT* était un accord tandis que *l'OMC* est une institution (Percebois, 2001, p. 637).

Au-delà de trois lettres, les sigles épelés ont parfois quelque difficulté liée au problème de prononciation et de mémorisation. En revanche, les acronymes se retiennent facilement (*Le Medef – le Mouvement des entreprises de France, l'INSEE – l'Institut national de la statistique et des études économiques, l'AFNOR – l'Association Française de Normalisation*).

### Modifications des termes

Les termes peuvent être de simples mots ou de termes complexes possédant des caractéristiques morphosyntaxiques et morphosémantiques précises. Leur formation dépend du rôle fonctionnel des désignations dans la communication spécialisée. L'interaction entre les langues spécialisées et la langue commune est très dynamique, ce qui veut dire qu'il y a un mouvement constant de matériel lexical dans les deux directions.

« *La terminologisation propose une réappropriation des lexiques généraux et usuels, à travers les mécanismes de métaphorisation, de métonymisation, de lexicalisation de termes syntagmes à partir des vocables terminogènes* » (Lipou, 2005, p. 93). Des mots communs deviennent des termes ou en font partie (*l'intérêt – le taux d'intérêt, le tempérament – l'achat à tempérament, l'ordre – le billet à ordre, le réseau – le réseau de commerce, le bien – les biens de consommation, l'affaire – les affaires*). Ces mots courants apportent une acception nouvelle à une unité déjà constituée, ils deviennent les « néologismes de sens » (Bastuji, 1974). Leur signification peut être spécifiée de manière plus détaillée. Il s'agit de :

- « l'expansion » ou la multiverbisation (*décider – prendre la décision, payer – effectuer le paiement, acheter – faire les achats*);
- « la réduction » ou l'univerbisation (*le téléphone portable – le portable, l'Union européenne – l'Union*) ou encore l'abréviation (*taxe à la valeur ajoutée – la TVA*);

- « la métaphore » ou l'analogie (*la chambre de commerce, le blanchiment de l'argent, le taux flottant, le flux de trésorerie*);
- « métonymie » (*Bercy<sup>4</sup>, les gilets jaunes, la discrimination de la femme*) etc.

Le procédé opposé à celui mentionné ci-dessus, soit la déterminologisation, a pour conséquence que les termes spécialisés pénètrent, par l'usage de la communauté linguistique plus large, dans la langue générale et deviennent ainsi bien connus (*le crédit, la carte bleue, la dette, la taxe, la distribution, les frais, l'action*). Parfois, on peut étendre le sens de certains mots pour qu'ils désignent de nouvelles réalités (*le parti vert* – favorable à la protection de l'environnement).

## Conclusion

Chaque unité lexicale est à la fois l'unité du système de langue et l'unité de discours. Du point de vue linguistique, il s'avère que les nouvelles expressions liées au français spécialisé en économie sont formées au préalable par la dérivation ou la composition. De plus, les néologismes empruntés aux langues étrangères, avant tout à la langue anglaise, représentent également une partie significative du vocabulaire économique. Parmi les autres procédés productifs de former des termes de ce genre appartiennent: l'abréviation et la siglaison des unités lexicales, le changement de catégorie grammaticale et le changement de sens. Nous pouvons donc constater que la terminologie économique française accroît constamment son inventaire. À côté de cette augmentation quantitative, il est à rappeler un progrès qualitatif, et cela en termes de l'aménagement terminologique réalisé sciemment et systématiquement en fonction des exigences de la communication spécialisée. C'est dans ce sens que nous voyons une dynamique lexicale du français de spécialité.

En même temps, il importe de prendre en considération le point de vue pragmatique, c'est-à-dire voir le vocabulaire des affaires en corrélation avec les caractéristiques discursives des textes qui appartiennent au monde de la communication économique. Dans cette perspective, le lexique représente le réel, mais aussi des limites du réel. Le vocabulaire économique reflète l'aspect matériel et mental des agents de ce milieu spécifique, à savoir processus, structures, activités, relations réciproques etc. L'« économie de langue » qui souligne, à l'heure actuelle, l'application du principe du moindre effort et de la rapidité, en est preuve. Nous sommes quotidiennement accablés de courriels, textos, sigles, abréviations qui visent à raccourcir au maximum les messages pour que nous puissions réagir le plus vite possible. Cette économie suggère l'existence d'une dynamique du langage cherchant à limiter le coût de nos communications, mais tout en assurant notre intercompréhension. Par ailleurs, le discours économique ne se borne pas uniquement à la réalité telle qu'elle est, puisqu'il projette en même temps, de nouvelles perspectives et prévoit d'autres changements éventuels.

Compte tenu toutes les réflexions ci-dessus, nous consentons à l'idée que l'évolution du lexique économique est un phénomène incontournable. En effet, les termes et les concepts auxquels ils renvoient, ainsi que la matière lexicale de nature non terminologique, sont nécessaires pour diverses activités. Outre le domaine de la recherche en sciences économiques, il s'agit de la sphère de la communication professionnelle, y compris la traduction qui en est dépendante. La sphère de la communication non professionnelle, donc laïque, au sein du public plus large, a également sa part dans les processus dynamiques au niveau du lexique. Et non en dernier lieu, il est à signaler que la terminologie économique fait partie intégrante importante des programmes d'études des langues, particulièrement des langues appliquées et des langues sur objectifs spécifiques.

## Notes

<sup>1</sup> Le corpus, au nombre de 150 substantifs liés aux sciences économiques, a été créé à partir des articles parus dans la presse économique française actuelle (en 2019 – 2020): les « Echos », le « Figaro », les « Alternatives économiques ».

- <sup>2</sup> Le dictionnaire « Le Robert » (en version électronique de 2010) compte 60 000 mots, dont environ 11 800 d'origine étrangère pour plus de 90 langues (excepté le latin). Le français possède donc des emprunts lexicaux dans une proportion de 19,7 % dans l'ensemble du dictionnaire. L'anglais y représente environ 2 500 mots, soit 22 % de la totalité des emprunts (Jean, 2019).
- <sup>3</sup> Plusieurs mots de « vieux » emprunts à la langue anglaise (*le week-end, le caddie, l'éditorial, le hall, le club*) ne sont aujourd'hui plus perçus en tant que mots anglais. Jusqu'au XX<sup>e</sup> siècle, les mots anglais empruntés par le français ne s'étaient jamais imposés massivement. Pendant neuf siècles, les rapports entre l'anglais et le français ont été « intimes », alors que les échanges entre les deux langues ont été déséquilibrés. « *En effet, entre le XI<sup>e</sup> et le XVIII<sup>e</sup> siècle, le français a transmis à l'anglais des milliers de mots au point où l'on peut affirmer qu'environ 60 % du vocabulaire anglais est d'origine française ou franco-latine. Toutefois, le processus s'est inversé dès le milieu du XVIII<sup>e</sup> siècle, alors que bon nombre de mots anglais s'implantaient dans la langue française. Ensuite, depuis le milieu du XX<sup>e</sup> siècle, la tendance s'est considérablement accélérée à partir, cette fois-ci, des États-Unis d'Amérique* » (Jean, 2019).
- <sup>4</sup> Il est fréquent en France, de dire régler *cash*. D'après le livre « *100 anglicismes à ne plus jamais utiliser!* » de Jean Mailliet, « *il n'y a rien de plus français que le cash. Issu des mots «caisse», «caissette», «capsule», eux-mêmes nés du latin capsa, l'anglicisme est en réalité à l'origine apparu en France aux environs du XVI<sup>e</sup> siècle dans le sens d'argent et monnaie. Ce n'est qu'une fois passé en Angleterre et revenu à l'aube du XX<sup>e</sup> siècle que le cash a pris l'aspect anglais qu'on lui connaît aujourd'hui (Cinq mots).*
- <sup>5</sup> Bercy à Paris est le siège du ministère de l'Économie et des Finances en France.

### Références bibliographiques et sitographiques

- BASTUJI, J. 1974. *Aspects de la néologie sémantique*. In: *Langages*, 8<sup>e</sup> année, n°36, 1974. La néologie lexicale. pp. 6 – 19. [En ligne] Disponible à l'adresse: <[https://www.persee.fr/doc/lgge\\_0458-726x\\_1974\\_num\\_8\\_36\\_2270](https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1974_num_8_36_2270)>
- CHADELAT, J. M. 1996. Pour une sociolinguistique de l'emprunt lexical: l'exemple des emprunts français en anglais. In: *Les Cahiers de l'APLIUT*; volume XV, num. 4. [En ligne] Disponible à l'adresse: <[https://www.persee.fr/doc/apliu\\_0248-9430\\_1996\\_num\\_15\\_4\\_985](https://www.persee.fr/doc/apliu_0248-9430_1996_num_15_4_985)>
- CHAUVOT, P. 2016. *Le frananglais: la nouvelle langue officielle de l'entreprise française?* [En ligne] Disponible à l'adresse: <<https://www.communicaid.fr/blog/langues/frananglais-gagne-terrain-entreprise/>>
- Cinq mots que les Anglais ont volés aux Français*. 2018. [En ligne] Disponible à l'adresse: <<https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/expressions-francaises/2018/08/22/37003-20180822ARTFIG00019-cinq-mots-que-les-anglais-ont-voles-aux-francais.php>>
- CONTANT, Ch. 2018. *La création de nouveaux mots*. [En ligne] Disponible à l'adresse: <<https://bescherelle.ca/la-creation-de-nouveaux-mots/>>
- Définition de marketing. Remarque 1. [En ligne] Disponible à l'adresse: <<https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition-marketing/>>
- DŽUGANOVÁ, B. 2002. *Terminológia ako vedná disciplína*. [on line] Dostupné: <<http://www.juls.savba.sk/ediela/ks/2002/3/ks2002-3.pdf>>.
- FELTIN, P. M. 2015. *La grande aventure du français*. Paris: Express.
- GREVISSE, M., GOOSSE, A. 2011. *Le Bon usage*. 15<sup>e</sup> édition. De Boeck Duculot.
- JEAN, L. 2019. *Les emprunts et la langue française. Le phénomène des échanges linguistiques*. [En ligne] Disponible à l'adresse:

<[http://www.axl.cefan.ulaval.ca/francophonie/HIST\\_FR\\_s92\\_Emprunts.htm](http://www.axl.cefan.ulaval.ca/francophonie/HIST_FR_s92_Emprunts.htm)>

KERESTY, J. 2019. K niektorým aspektom asimilácie prevzatých slov v súčasnej ruštine. In: *Lingua et vita*. VIII/1, S. 18 – 25. ISSN 1338-6743.

KORTAS, J. 2009. Les hybrides lexicaux en français contemporain : délimitation du concept. [En ligne] In: *META*. Volume 54, Numéro 3, septembre 2009, p. 533 – 550. Disponible à l'adresse: <<https://id.erudit.org/iderudit/038313ar>>

LERAT, P. 1988. Les internationalismes dans les langues romanes. In: *Cahiers d'Études Hispaniques Médiévales*. Vol. 7. pp. 483 – 491. [En ligne] Disponible à l'adresse: <[https://www.persee.fr/doc/cehm\\_0180-9997\\_1988\\_sup\\_7\\_1\\_2145](https://www.persee.fr/doc/cehm_0180-9997_1988_sup_7_1_2145)>

LIPOU, A. 2005. La fonctionnalisation terminologique en contexte de mutations socio-historiques. In: *De la mesure dans les termes*. Lyon: Presse universitaire de Lyon.

MANGIANTE, J. M. 2002. Place et rôle du lexique spécialisé dans les discours de français commercial et économique. In: *Recherche et pratiques pédagogiques en langues de spécialité*. [En ligne] Vol. XXI, N° 4. Disponible à l'adresse: <<http://journals.openedition.org/apliut/4109>>

PLANCHON, C. 2019. Avec ou sans équivalent: le poids de la définition dans une analyse lexicométrique des anglicismes. Université Sorbonne Paris Cité; Université d'Ottawa. [En ligne] Disponible à l'adresse: <<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02166970>>

PERCEBOIS, J. 2001. Fonctions et vie des sigles et acronymes en contextes de langues anglaise et française de spécialité. In: *Meta*, 46 (4), pp. 627 – 645. [En ligne] Disponible à l'adresse: <<https://id.erudit.org/iderudit/003821ar>>

*Principes directeurs sur les politiques en matière de terminologie. Élaboration et mise en œuvre des politiques en matière de terminologie dans les communautés linguistiques*. 2005. Préparé par Infoterm. Paris: UNESCO. [En ligne] Disponible à l'adresse: <[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000140765\\_fre](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000140765_fre)>

SPIŠIAKOVÁ, M. 2018. Súčasný španielsky ekonomický jazyk. In: *Lingua et vita*, VII/1. S. 42-54.

*Vocabulaire francophone des affaires*. 2018. En partenariat avec le réseau des Organismes francophones de politique et d'aménagement linguistiques. [En ligne] ISBN France version électronique: 978-2-11-139377-6. Disponible à l'adresse: <[https://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/dictionnaires/index\\_lexvoc.html](https://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/dictionnaires/index_lexvoc.html)>

ZANOLA, M. 2008. Les anglicismes et le français du XXI<sup>e</sup> siècle: La fin du franglais? In: *Synergie Italie*. Milan, N. 8, pp. 87 – 96. [En ligne] Disponible à l'adresse: <<http://hdl.handle.net/10807/13626>>

### Sources de la presse économique

*Les Echos*. Disponible à l'adresse: <<https://www.lesechos.fr/economie-france>>

*Le Figaro*. Disponible à l'adresse: <<https://www.lefigaro.fr/economie>>

*Alternatives économiques*. Disponible à l'adresse: <<https://www.alternatives-economiques.fr/thematiques/economie>>

### Kontakt:

PhDr. Iveta Rizeková, PhD.

Ekonomická univerzita v Bratislave, Fakulta aplikovaných jazykov

Katedra románskych a slovanských jazykov, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava

Slovenská republika

Email: [iveta.rizekova@euba.sk](mailto:iveta.rizekova@euba.sk)