

**L'apprentissage du lexique dans le français des affaires :
imprécisions et ambiguïtés lexicales dans la pragmatique de la traduction
français – espagnol/espagnol – français**

Mercedes EURREUTIA CAVERO, Université de Murcie

Résumé

Le lexique des affaires apparaît comme un tout extrêmement chaotique, reflet de la multiplicité du réel.

Nous analyserons dans la présente étude les matériaux lexicaux dont disposent les deux systèmes linguistiques en contraste (français et espagnol) pour exprimer ce domaine spécialisé. Cette description contrastive à partir des documents authentiques mettra en évidence les concordances ainsi que les différences existantes entre ces deux langues, ce qui milite en faveur d'un apprentissage efficace du lexique.

Des mouvements complexes interviennent sur des unités déjà attestées tant sur le plan morphologique que sur le plan sémantique mettant en jeu la relation grammaire/lexique. Les procédures sollicitées sont diverses, mais elles ne varient pas essentiellement dans le temps, contrairement à leur mise en œuvre qui se modifie et introduit des anomalies.

L'apprentissage du lexique des affaires peut être envisagé dans des perspectives très diverses reposant sur des points forts coïncidents : fréquence d'emploi, systèmes de coréférence mis en œuvre... mais en tout cas, l'analyse des paradigmes désignationnels devient indispensable à l'identification du rapport existant entre signification et désignation. Et dans ses démarches, la grammaire doit faire partie intégrante de l'approche lexicale car le jeu entre grammaire et lexique est en permanence interactif.

L'apprentissage du lexique dans le français des affaires : imprécisions et ambiguïtés lexicales dans la pragmatique de la traduction français – espagnol/espagnol – français

Mercedes EURREUTIA CAVERO, Université de Murcie

Introduction

La nécessité de faire accéder un nombre toujours plus élevé d'élèves à un domaine de plus en plus complexe et concurrentiel assure une diffusion très large de l'enseignement du français des affaires en partant d'approches différentes. Pour assurer la transmission correcte de ce « savoir-faire », il est essentiel, en ce qui concerne la langue, de disposer d'un moyen de communication fiable. En français des affaires, la langue devient l'instrument d'accès au monde professionnel et avec lui, à tout un univers sociolinguistique et culturel dont l'objet est extérieur à la langue elle-même.

Lorsque l'on se place dans une perspective pédagogique, on se rend compte que de tous les aspects qui caractérisent la langue des affaires, le lexique est très certainement le plus spectaculaire. Reflet de la multiplicité du réel, le lexique des affaires constitue la réserve où les locuteurs puisent les mots au rythme de leurs besoins. Ainsi, « définir le lexique serait plutôt montrer sa richesse et son hétérogénéité »¹.

Mais la connaissance du seul lexique ne saurait assurer aux élèves la maîtrise de cette langue de spécialité. Pour qu'ils soient capables de communiquer efficacement dans un contexte professionnel, l'analyse du lexique doit se faire en fonction de situations de communication précises et tenir compte de différentes typologies discursives.

Partant d'un corpus de documents authentiques, spécifiques du domaine des affaires dans leur double version français – espagnol, nous analyserons les ressources lexicales dont disposent ces deux systèmes linguistiques en contraste. L'identification des concordances et des différences mettra en garde les élèves contre les possibles interférences survenues lors d'échanges linguistiques divers, notamment en traduction.

Nous constaterons par des exemples que le lexique se trouve par des mouvements d'insertion et d'exclusion dans une dynamique constante qui exige des connaissances conceptuelles, linguistiques et extralinguistiques pour sa correcte interprétation. Il faudra donc considérer deux axes « qui se croisent » ; d'après O. Challe « celui d'un mot avec son entourage (axe syntagmatique), celui d'un mot qui peut se remplacer, par analogie sémantique (axe paradigmatique) »².

Nous montrerons finalement que si les procédures mobilisées sont diverses, elles ne varient pas essentiellement dans le temps, contrairement à leur mise en œuvre qui se modifie et introduit des anomalies différentes, source d'erreurs dans la pragmatique de la traduction.

¹ Aino NIKLAS-SALMINEN, *La lexicologie*, Paris : Armand Colin, coll. « Cursus », 1997, p. 13.

² Odile CHALLE, *Enseigner le français de spécialité*, Paris : Economica, 2002, p. 79.

Aspects sémantiques à considérer dans l'apprentissage du lexique des affaires : le décodage du sens lexical partant d'une approche binaire basée sur l'opposition.

Pour rendre compte de la pluralité de sens, nous proposerons aux élèves une structuration de la terminologie fondée sur des degrés de proximité divers entre les différentes acceptions. Nous partirons pour ce faire d'une approche binaire basée sur l'opposition.

Opposition sens réel / sens figuré.

La métaphore (similarité conceptuelle).

Dans une perspective pédagogique « la dimension imaginaire des figures de style permet d'expliquer le sens spécialisé d'un mot commun »³. Les discours des affaires sont riches en figures de style.

Quand on lit dans le journal « Un milliard de mal nourris dans le monde. C'est la conclusion du rapport sur la *flambée des prix* des matières premières publié par Oxfam » le terme *flambée* entre dans la composition de l'unité lexicale *la flambée des prix* dans le sens de *alza súbita de los precios*. La similarité métaphorique qui existe entre les deux notions évoquées est conceptuelle et de nature perceptuelle, mais elle peut être dans d'autres cas de nature fonctionnelle ou de caractère intersubjectif.

L'économie a une telle importance qu'elle prend les dimensions d'un être humain faisant l'objet de nombreuses personnifications : « La communauté internationale doit *serrer la vis* aux institutions financières afin de *discipliner* un marché devenu complètement *déséquilibré*, a fait valoir le premier ministre du Canada Stephen Harper »⁴. L'expression *serrer la vis* est généralement employée en référence à une personne dans un sens figuré et familier : *apretar las clavijas o los tornillos a alguien*. Quant au terme *discipliner* dans ces deux acceptions : « donner le sens du devoir » et « plier à une discipline intellectuelle ou morale »⁵, il semble ne pouvoir s'appliquer qu'à des êtres animés aptes à raisonner.

De la même façon qu'on stimule les hésitants lors des élections, on se demande « Comment *stimuler* l'économie ? ». Une économie qui se trouve, comme affirme Facebook dans *L'Express*, « à la recherche d'un second *souffle* »⁶.

La métaphore anthropomorphique réapparaît dans ses différentes versions : les parties ainsi que les fonctions du corps humain continuent à nous surprendre. Des termes tels que *cœur*, *bras*, *tête*, *vie*... acquièrent un sens précis : « C'est l'Ontario et le Québec qui représentent le *cœur* économique de ce pays » ; « L'UMP *a jeté* les centristes *dans les bras* de la gauche » ; « Il y a déjà des *têtes* de liste potentielles pour les grandes régions »⁷.

Le fréquent emploi de ce type de métaphores donne une idée du caractère graphique et imagé du langage des affaires. Un langage où les produits, transformés en êtres vivants, jouissent d'une vie constituée par cycles : « Les gaz à effet de serre émis au cours du *cycle de vie d'un produit* seront compensés par des mesures équivalentes de séquestration du carbone »⁸. Un *cycle de vie* qui a une fin (la mort) à laquelle on fait

³ *Ibid.*, p. 84.

⁴ *L'Express* 22/10/08.

⁵ Josette REY DEBOVE et Alain REY (sous la direction de), *Le Nouveau Petit Robert*, Paris : Le Robert, (1967), 3^{ème} éd., 2004, p. 759.

⁶ *L'Express* 24/10/08.

⁷ *Ibid.*

⁸ *L'Express* 12/09/08.

allusion par un euphémisme : « Il est aussi difficile de calculer l’empreinte laissée par l’usage et *la fin de vie d’un produit* lorsqu’il est entre les mains du consommateur »⁹.

C’est justement pour éviter « la mort des affaires » (effondrement économique) qu’on exige du gouvernement des efforts pour maintenir ce secteur en bonne santé ; d’où les nombreux emprunts faits au lexique spécifique de la Médecine et de secteurs qui y sont connexes. On cherche à éviter des situations susceptibles de nuire à la santé (« La gestion financière devient un souci constant qui peut éventuellement *nuire à la santé* de l’économie »), car on a comme objectif de *se maintenir en bonne forme* (« L’éducation en matière de crédit a pour objectif d’aider les immigrants à *maintenir* leurs finances *en bonne forme* »). Néanmoins, les affaires comme les personnes peuvent subir des crises diverses (« *Crise financière* : les banques doivent-elles tout dire ? »¹⁰) dont les conséquences sont fortement ressenties : « Les conséquences économiques s’annoncent *graves* (comme « gravement malade ») et les Français s’inquiètent »¹¹.

Dans leur développement quotidien, les affaires se servent (comme les personnes) d’objets très divers tels que la *fourchette (des prix) / horquilla de precios*, pour orienter les clients dans leurs achats, des *assiettes (comptables) / asientos (contables)* et des *niches (de marché) / nichos o segmentos (de mercado)*.

Parfois, dans le but de s’assimiler à ces objets, les affaires se déshumanisent. À la façon des voitures de course, l’économie ralentit / *ralentiza* ; freine / *frena* ; démarre / *arranca* ; ou accélère/*acelera* : « Le *ralentissement* économique pèse sur l’activité de la compagnie aérienne Air France » ; « Chine : pourquoi la croissance *freine* » ; « Pour *accélérer* son développement, *Danone* est prêt à faire des *alliances* [...] »¹². Ce terme d’*alliance*, a priori pacifique apparaît souvent en corrélation avec d’autres termes à connotations belliqueuses qui soulignent le caractère extrêmement concurrentiel de ce secteur où l’on part à la *conquête* (ou *prospection*) de *nouveaux marchés*, et où on lance des *campagnes publicitaires*...

En pleine crise, l’agressivité devient manifeste : « Dix-sept pays réunis à Paris *ont relancé* mardi l’*offensive* contre les paradis fiscaux »,¹³ ce qui provoque une sensation de panique généralisée : « Alors que les marchés financiers continuent de *paniquer*, la récession se profile à l’horizon »¹⁴. Contre la *crise économique* « il faut lutter », en particulier contre la corruption, l’un des facteurs qui ont déchaîné la crise (« Un nouvel état d’esprit dans la *lutte* contre les *paradis* fiscaux »¹⁵). A côté du terme *lutte*, on trouve des synonymes : « Je *me battrais* pour que *Danone* reste libre » affirme Franck Riboud, PDG de *Danone* dans un article publié dans *La Tribune*¹⁶.

Les exemples métaphoriques sont, comme on peut le constater, assez nombreux dans le domaine des affaires. Ce qui frappe, lorsqu’on fait un survol du lexique spécifique à ce domaine, c’est ce jeu constant d’emprunts et de « prêts » intérieurs, cette incessante circulation des mots d’un domaine à un autre, de la langue générale à la langue spécialisée.

Sens et signification sont donc des notions difficiles à délimiter. Le signifié est considéré –selon A. Niklas-Salminen– comme « une forme virtuelle de traits

⁹ *L’Express* 16/09/08.

¹⁰ *L’Express* 25/10/08.

¹¹ *Ibid.*

¹² *L’Express* 14/10/08.

¹³ *L’Express* 22/10/08.

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *La Tribune* 28/10/02.

disponibles qui peut évoluer dans le temps. L'actualisation, l'enrichissement de ces traits par le contexte constituent le sens »¹⁷.

Comme la météo, l'économie est soumise aux éventualités du temps : on dit que la fusion de deux entreprises « tourne à l'*orage* », et que « l'ancien sherpa de Mitterrand et le conseiller des grands patrons débattent sur les raisons et les conséquences de la *tempête* qui *secoue* l'Économie mondiale »¹⁸.

Et l'on ne peut oublier la métaphore zoomorphique ou animalière toujours remarquable dans le discours des affaires : le *rat de bourse*, l'*aboyeur*, la *voiture pie* (voiture de la police noire et blanche) et la *peau de lapin*, ce sac postal employé dans les Postes « qui tient de l'animal car, une fois ouvert, on procède à son dépiautage, dépiautant cette peau de lapin de ses courriers enliassés »¹⁹ sans équivalents en espagnol. Et tout cela sans faire allusion à l'Informatique, domaine connexe à celui des affaires où les métaphores fleurissent dans la langue des usagers autant dans le but de satisfaire les nouveaux besoins terminologiques que de frapper la mémoire des locuteurs : *souris / ratón, puce / microchip, toile d'araignée / tela de araña...*

Les métaphores constituent une source incontestable d'expressivité et de vitalité. En identifiant l'organisation des termes en « champs d'images », en « métaphores conceptuelles »²⁰, les élèves pourront eux-mêmes créer des métaphores nouvelles au sein des paradigmes préexistants et de cette façon, ils pourront être capables de bien les transférer dans la langue cible.

Extension et restriction de sens

Le jeu entre sens réel et sens figuré opère avec force dans les phénomènes d'extension et de restriction de sens. Ces deux types de changement sémantique dérivent de la relation entre un concept et sa conceptualisation prototypique. Connaître l'évolution sémantique d'un terme devient donc indispensable pour sa correcte interprétation en contexte.

Le terme *palmarès / palmarès* est un dérivé de *palma* (palme, paume), « palme que l'on donnait aux vainqueurs » et par extension, « ceux qui méritent la palme ». C'est dans ce sens qu'on le trouve dans le domaine du spectacle et de la culture, notamment au cinéma : « La Palme d'or du festival de cinéma à Cannes ». Considéré aujourd'hui comme un singulier, ce terme fait allusion à la « liste de lauréats d'une distribution des prix » et par métonymie, à la « feuille reproduisant cette liste » (1875). Au XX^e siècle, *palmarès* a pris les sens de « classement entre des choses, des personnes », celui de « liste de succès d'une œuvre » [recommandation officielle face à l'anglicisme *hit-parade*] et par antiphrase, « liste de délits et des crimes d'une personne »²¹.

À la différence du français, l'espagnol n'enregistre que deux acceptions, selon le *Diccionario del Estudiante* de la Real Academia Española « 1. Lista de vencedores en una competición ; 2. Historial o relación de méritos de alguien, especialmente de un deportista »²². Le *Diccionario de uso del español*²³ apporte une définition plus étendue :

¹⁷ A. NIKLAS-SALMINEN, *op. cit.*, 1997, p. 92.

¹⁸ *L'Express* 24/10/08.

¹⁹ Loïc DEPECKER, *Dictionnaire du français des métiers*, Paris : Éditions du Seuil, 1995, p. 245.

²⁰ George LAKOFF & Mark JOHNSON, *Metaphors we live by*, Chicago : University Press, 1980.

²¹ Alain REY (sous la direction de), *Dictionnaire Historique de la Langue Française*, Paris : Le Robert, (1992, 1998), 2004, 3^{ème} éd., tome 2, p. 2537.

²² REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario del Estudiante*, Madrid : Santillana Ediciones Generales, 2005, p. 1009. Dans cette communication, les références à ce dictionnaire seront indiquées par DRAE.

²³ Manuel SECO, Olimpia ANDRÉS y Gabino RAMOS, *Diccionario del español actual*, Madrid : Aguilar, 1999, volumen II, p. 3357.

« 1. Lista de premiados (en un concurso o competición) ; 2. Lista de premios o galardones conseguidos ; 3. Historial o currículum ». C'est surtout dans ces deux sens que ce terme se rapproche du français. En revanche, la dernière acception française créée par antiphrase n'a pas d'équivalent en espagnol.

Opposition basée sur le contraste conceptuel

Le contraste conceptuel –selon Blank- « produit quelques rares changements sémantiques qui, plutôt que le contraste absolu, expriment une opposition au niveau connotatif »²⁴.

La métonymie

Par opposition à la métaphore, la métonymie présuppose un rapport conceptuel fort, notamment une intégration des deux concepts dans un même scénario. Comme la métaphore, la métonymie peut être organisée en schémas, qu'on pourrait dénommer par analogie, « métonymies conceptuelles ».

Le terme *bleu* constitue l'un des exemples les plus connus dans ce domaine en français. Le nom *col bleu* fut tout d'abord donné aux marins en référence à la couleur bleue du col de leur vareuse. Actuellement, on appelle *cols bleus* l'ensemble des travailleurs manuels, par allusion au *bleu de travail*, combinaison de toile bleue portée par les mécaniciens et divers autres ouvriers : « Pour endosser le bleu de travail, il leur faudra quinze jours de formation »²⁵. Cette dénomination les oppose aux *cols blancs*, travailleurs non manuels, traditionnellement habillés en chemise blanche. En espagnol, cet emploi métonymique est inexistant ce qui montre une fois encore les différences entre ces deux langues malgré leur origine commune.

La synecdoque

En tant que variante de la métonymie, la synecdoque se caractérise par le remplacement d'un nom, d'un être ou d'une chose par le nom d'une de ses parties : *Un feutre / un rotulador* (qui sert à *rotular* - conceptualisation différente en espagnol) pour *un stylo à pointe de feutre / instrumento parecido al bolígrafo con punta de fieltro y de trazo más grueso*²⁶ (le tout pour la partie).

Antonymie et synonymie

- La synonymie

Termes quasi-synonymes.

Les synonymes absolus sont une source stylistique qui ne peut être ignorée même en langue des affaires où les termes interchangeable sont rares : *traite – lettre de change / letra de cambio*.

Apparemment on pourrait considérer que *salaire* et *traitement* sont des synonymes mais on constate facilement dans l'usage qu'à la différence de *salaire* (plus générique, hyperonyme), *traitement* ne s'emploie que pour désigner le *salaire des fonctionnaires* (plus restrictif) / *salario*. La non considération de ces nuances révèle des défauts de recouvrement des notions et pose des problèmes dans l'apprentissage du lexique.

²⁴ Andreas BLANK, « Les principes d'association et la structure du lexique » in *Studi di Linguistica Teórica e Applicata XXVIII*, 1999, p. 201.

²⁵ *Libération* 30/01/1996.

²⁶ DRAE, 2005, p. 1232.

L'identification de termes quasi-synonymes présents sur les documents spécifiques des affaires s'appuie sur l'identité de leur aire notionnelle ainsi que sur leurs disparités d'usage :

. *Mots géographiquement divers.*

Selon les pays, les régions où l'on parle une langue, des usages particuliers sont introduits, ce qui motive des erreurs d'interprétation : *banabana* (Senegal) / *marchand ambulante* / *vendedor ambulante* ; *commis de barre* (Louisiane) / *garçon de café, serveur* / *camarero*. Ce terme de métier louisianais, plus imagé que l'équivalent français, nous rappelle qu'à l'origine, dans le *bar*, les consommateurs étaient séparés du comptoir par une *barre*. Le terme *barre*, emprunté par l'anglais au Moyen Âge, est devenu *bar* dans cette langue, forme empruntée en français²⁷. L'espagnol n'est pas susceptible d'exprimer cette notion.

. *Mots appartenant à des niveaux sociolinguistiques divers.*

Ainsi *curro* et *travail* / *trabajo*, *bossier* / *currar* et *travailler* / *trabajar* ; *écorcher le client* / *limpiar al cliente*, *hacerle pagar un ojo de la cara* et *lui faire payer trop cher* / *hacerle pagar muy caro* ; *un chèque en bois* et *un chèque sans provisions* / *un cheque sin fondos* ; *être dans le rouge* / *estar en números rojos* et *être à découvert* / *estar en descubierto*. Les premiers termes et expressions appartiennent au niveau familier tandis que les seconds appartiennent au niveau standard.

. *Mots appartenant à des niveaux professionnels différents.*

Un économiste parlera d'*inflation* / *inflación* et de *récession* / *recesión* tandis que l'utilisateur non averti (vendeur, commerçant) s'y référera en tant que « hausse généralisée et continue des prix » et de « ralentissement du rythme de l'activité économique », respectivement.

. *Marques de concurrence.*

On trouve souvent une pléthore de synonymes pour désigner un objet ou un concept très simple. L'emploi d'Internet ainsi que le développement des techniques ont exercé dans ce sens une grande influence : *argent virtuel* et *argent électronique* / *dinero virtual, electrónico* ; *autopéage* et *péage automatique* / *autopeaje, peaje automatico* ; *autopont* et *toboggan routier* / *paso elevado* ; *employeur* et *entrepreneur* / *empleador, empresario* ; *niche* et *créneau* / *nicho, segmento de mercado* ; *toile d'araignée* et *Internet* / *tela de araña, Internet*.

. *Marques de fréquence.*

En traduction, il faut faire valoir la fréquence d'usage. Ainsi le terme *disque audionumérique* / *disco audio digital* est rare comparativement à son concurrent *disque compact (CD)* / *compact disc*.

. *Marques temporelles.*

L'acquisition, la perte ou évolution de concepts sont les causes les plus fréquentes de la création lexicale comme de la disparition de certains mots : en France le terme *malle-poste/ coche correo*²⁸ est vieilli par rapport à *courrier* ; *vélocipède* est archaïque par rapport à *bicyclette*.

Le terme *balle* / *fardo (de café, de paja)* disparaît progressivement au profit d'autres emballages tels que le *conteneur*, et on n'aperçoit plus que rarement sur le quai des ports des *balles de coton, de peau ou de feuilles de tabac*²⁹.

Ces diverses marques admettent de combinaisons diverses : un terme comme *malle* / *baúl, maletero (de un coche)* est à la fois vieilli et régional.

²⁷ L. DEPECKER, *op. cit.*, 1995, p. 114.

²⁸ Ramón GARCÍA PELAYO y Maurice GROSS (par), *Grand Dictionnaire Larousse esp.-fr./fr.-esp.*, Barcelona : Larousse, 1999, p. 412.

²⁹ L. DEPECKER, *op. cit.*, 1995, p. 51.

Faux synonymes

L'apprentissage du lexique doit s'appuyer sur la définition du champ notionnel à partir des traits sémantiques communs aux termes qui composent différentes séries : *affiche / cartel ; panneau / tablón ; enseigne / letrero*. Sèmes en commun : moyen de communiquer au public, annonce, message graphique ou visuel. Sèmes spécifiques : *enseigne* (indication d'un commerce), *affiche* (publicitaire), *panneau* (utilitaire). Leur spécificité est liée à l'utilisation qu'on en fait.

Les faux synonymes opèrent très souvent au niveau des calques, notamment dans la traduction des anglicismes : *domestic* angl. / *domestique* fr. / *doméstico, interior*³⁰. Ce terme (du latin *domus, casa*) ne devrait être utilisé ni en espagnol ni en français pour désigner « l'extension territoriale ». En français, l'unité lexicale *vol domestique* doit être remplacée par la recommandation officielle *vol intérieur*. En espagnol il faut préciser : en castillan, on emploie de préférence *vuelo interno* à *vuelo doméstico* à la différence de l'espagnol utilisé en Hispanoamérique où l'on parle plutôt de *vuelo doméstico*.

- L'antonymie

Face à la synonymie, le contraste conceptuel exprime une opposition au niveau connotatif qui produit des effets stylistiques et sémantiques divers et quelques rares changements sémantiques à considérer. Dans les articles analysés, les associations de deux états d'esprit différents sont fréquentes par rapport à la situation économique actuelle : « Finies les années *euphoriques*. Les ventes londoniennes ont été *décevantes* » ; « En ces temps de forte *hausse* du chômage et de *baisse* du pouvoir d'achat, *L'Express* vous propose de comparer une soixantaine de filières grâce aux chiffres exclusifs du Céreq »³¹. Le recours à l'antonymie ne fait qu'intensifier le sérieux de la crise économique.

Opposition de deux cultures

Selon S. Abou « C'est au sein de la société que l'individu élabore inconsciemment, son expérience culturelle singulière à nulle autre pareille »³². Le langage des affaires n'est qu'un reflet de la conceptualisation humaine de ce domaine spécialisé. Sous le prisme de l'enseignement du français en tant que langue étrangère, Galisson crée le terme lexiculture que nous emprunterons en tant que métalangage.

On peut considérer que le *Minitel* était l'Internet à l'usage franco-français qui permettait l'accès à l'annuaire électronique et plus tard, à des usages commerciaux divers. Malgré son succès durant les années 80 et les nombreuses expériences aux Etats-Unis, en Allemagne et en Angleterre, ce service n'a pas réussi à s'imposer, probablement en raison du protectionnisme français.

Les termes à valeurs socioculturelles sont nombreux dans ce domaine. Lorsqu'on parle du transport routier on entend encore parfois à l'oral, l'unité lexicale *gendarme couché / guardia tumbado* pour désigner l'obstacle aménagé sur une voie pour renforcer une interdiction. « Au vrai gendarme on peut préférer le *gendarme couché (sleeping policeman)* –dit L. Depecker– même s'il fait parfois craquer les

³⁰ *Collins diccionario español – inglés, inglés-español*, Madrid : Grijalbo, 2004, p. 122.

³¹ *L'Express* 24/10/08.

³² SÉLIM ABOU, *L'identité culturelle*, 1981 cit. par M^a Teresa LINO et Jean PRUVOST (sous la direction de), *Mots et lexiculture*, Paris : Honoré Champion, 2003, p. 11.

amortisseurs »³³ (*gendarme : agente de policía de algunos países, especialmente de Francia*³⁴).

Les facteurs socioculturels sont inhérents à la hiérarchie : *cadre / manager / directivo, mando, cuadro*. Le *cadre* (dénomination existante en France depuis 1930) et *el directivo* incarnent plutôt la *tradition d'encadrement et le commandement*, tandis que le *manager* « associé aux modes venues d'Amérique », selon L. Boltanski³⁵, est l'agent qui met en œuvre les nouvelles techniques de management, le « nouveau cadre » / « *el nuevo directivo* ».

Ces aspects lexicoculturels sont mis en évidence dans l'analyse de la valeur symbolique des couleurs. En économie, le *bleu* est toujours associé à l'idée d'épargne. À France Télécom et à la SNCF, on parle de *départ en bleu*, la *période bleue* pour désigner un mode de tarification avantageux qui s'oppose à la *période rouge*, période de tarification la plus chère et à la *période blanche*, de tarification régulière.

En banque, la diffusion des premières cartes de crédit utilisées en France, de couleur bleue, a favorisé le glissement de la relation logique sous-entendue entre ces deux termes à tel point que la *carte bleue* –toujours en usage– en est venue à désigner la *carte de crédit* elle-même (dénomination inexistant en espagnol).

De façon similaire, la *liste rouge / lista negra* est la liste des gens auxquels sont interdits, pour diverses raisons, certains lieux, activités ou actes pouvant même toucher la vie courante comme par exemple dans le cas des interdits de chéquiers. Quant à l'expression *être dans le rouge / estar en números rojos*, elle veut dire se trouver dans la colonne des déficits, par allusion aux chiffres de cette colonne autrefois inscrits en rouge.

La symbolique des couleurs joue un rôle essentiel en marketing. Il suffit d'observer les logos de certaines entreprises consacrées à la fabrication des produits alimentaires, par exemple *Danone*, yaourt dont le logo bleu et blanc évoque le naturel, la fraîcheur du produit.

On enregistre également un nom de marque *Le blanc*, désignant le linge de maison dans le langage commercial, pour la simple raison que, jusque vers le milieu du XX^e siècle, ce genre de linge était toujours blanc. Du XI^e au XIX^e siècle, on considérait malsain qu'une étoffe teinte touche le corps. En relation avec la notion d'hygiène, de propreté, on continue à appeler *rayon de blanc / sección de ropa de hogar* la partie du magasin où est exposé le linge de table et de toilette ; on parle de *ligne blanc, magasin de blanc* et de *la quinzaine du blanc* (rappelons en espagnol *quincena* «*Blancolor* » au *Corte Inglés*).

Dénomination directe / dénomination indirecte

La périphrase

Les périphrases visent des effets stylistiques multiples : attirer l'attention sur un détail significatif, atténuer une expression, donner plus de force à une idée, éviter les répétitions ou insister sur un trait d'un personnage parfois jusqu'au cliché (emploi proche de l'antonomase) : *Le billet vert - le dollar ; La Maison Blanche / La Casa Blanca - la présidence des Etats-Unis ; Le grand argentier - le ministre des Finances ; La force publique / Las fuerzas de orden público - les forces de l'ordre - la police ; La première dame / La primera dama - la femme du chef de l'État ; L'Élysée, le palais de*

³³ L. DEPECKER, *op. cit.*, 1995, p. 172.

³⁴ DRAE, 2005, p. 689.

³⁵ Luc BOLTANSKI, *Les cadres, la formation d'un groupe social*, Paris : Les Éditions de Minuit, 1982, p. 153.

l'Élysée - la présidence de la République ; Le palais du Luxembourg - le Sénat ; L'Hexagone - La France, L'or noir / el oro negro - le pétrole.

L'euphémisme

Dans le but d'atténuer une vérité parfois déplaisante comme la crise économique, la langue des affaires, sous les contraintes des théories politiques en vigueur et surtout des hommes politiques, a recours aux euphémismes : c'est dans ce sens qu'on préfère l'emploi de « révision ou de réaménagement des tarifs » / *ajuste de precios* à la place « d'augmentation », qu'on parle de « compression du personnel » / *ajuste de plantilla* plutôt que de « licenciement », du « troisième âge » / *tercera edad* à la place de « personnes âgées de plus de 65 ans » ou de « vieillesse », de « tiers monde » / *tercer mundo* au lieu de parler de « pauvreté » ou de « misère ».

La recherche d'équivalents discursifs met en évidence les difficultés inhérentes à la traduction des euphémismes sous l'effet de facteurs socioculturels divers.

Homonymie et polysémie

À la différence de la polysémie, l'homonymie n'est attestée qu'en l'absence de tout sème commun : un *banquier* (dérivé de l'italien *banca*) désigne en France « la personne qui fait le commerce de la banque, qui dirige une banque » et éventuellement « la personne qui tient la banque »³⁶. À Terre-Neuve, ce terme (emprunté au germanique *banck*) fait allusion au « pêcheur dont la campagne de pêche se déroule essentiellement sur des bancs de poissons »³⁷.

Comme Victor Hugo, nous pensons que « l'histoire du mot se révèle aussi bien à travers ses sens qu'à travers son orthographe »³⁸. Les erreurs de prononciation se succèdent et avec eux les erreurs orthographiques, sémantiques, les incohérences et les contresens : doublets, homophones, homographes, paronymes, hybrides... deviennent une source incontestable d'erreurs en traduction.

Nous ferons référence, de façon très schématique, à ces « ressemblances trompeuses » dans l'apprentissage du lexique dans un but « préventif » en insistant, notamment sur les oppositions phonétiques et orthographiques intra et extralinguistiques.

Les homonymes

Les homographes

Ces termes qui se prononcent et s'écrivent de la même façon n'ont aucun rapport entre eux et n'ont pas le même sens. Parfois, ils ne sont pas du même genre et n'appartiennent pas à la même catégorie grammaticale. Exemples : *capital(e) / capital [esencial]* ; *capital / capital [dinero]* ; *capitale / capital [ville qui occupe le premier rang dans un État, une province]* ; *livre / libra* ; *livre / libro* ; *prime / primo, primero* ; *prime / prima* ; *somme / suma* ; *somme / carga* ; *somme / sueño* ; *traite / letra de cambio* ; *traite / tirada, trecho m.* ; *traite / trata*³⁹ ...

. Les homophones

Plus nombreux que les homographes, les homophones ont une présence considérable dans ce domaine spécialisé notamment à l'oral où ils deviennent des pièges incontestables pour les élèves. Exemples : *amande / almendra* ; *amende / multa* ; *cent /*

³⁶ Josette REY DEBOVE et Alain REY (sous la direction de), *Le Nouveau Petit Robert*, op. cit., p. 221.

³⁷ L. DEPECKER, op. cit., 1995, p. 52.

³⁸ Nicole SAVY, *Victor Hugo, voyageur de l'Europe et leurs enjeux*, Paris : Labor, 1997, p. 32.

³⁹ Toutes les traductions sont empruntées à Ramón GARCÍA PELAYO y Maurice GROSS (par), *Grand Dictionnaire Larousse esp.-fr./fr.-esp.*, op. cit.

cien ; *sans* / *sin* ; *sang* m. / *sangre* f. ; *compte* m. / *cuenta* f. ; *conte* / *cuento* ; *cou* / *cuello* ; *coup* / *golpe* ; *coût* / *coste* ; *date* / *fecha* ; *datte* f. / *dátil* m. ; *frais* / *gastos* ; *frais* / *fresco* ; *différend* m. / *discrepancia* f. ; *différent(e)* / *diferente* ; *quote* f. / *cuota*, *cupo* m., *contingente* m. ; *cote* / *anotación*, *nota* ; *côte* / *costilla*, *costa*, *cuesta*, *pendiente* ; *voie* / *vía* ; *voix* / *voz*⁴⁰.

Les doublets

À côté des homographes et des homophones, il faut évoquer les doublets, c'est-à-dire « chacun de deux mots issus d'un même étymon, dont généralement l'un est entré dans la langue par voie populaire et l'autre par voie savante »⁴¹. On parle parfois d'étymologie populaire ou d'attraction paronymique : *opérer* / *obrar*, *producir su efecto* ; *ouvrer* / *labrar*, tous les deux issus du latin *operari*, *trabajar*⁴². Sous l'influence d'*œuvre*, de même étymologie, *ouvrer* a été remplacé par *oeuvrer* : *un jour ouvrable* n'est pas *un jour où l'on ouvre* les boutiques, les usines, les écoles (*día de apertura*) mais *un jour où l'on travaille* / *un día laborable*⁴³.

Pour la même raison *un sommier* n'est pas l'endroit où l'on fait un *somme* mais un « dossier de documents financiers, juridiques, comptables »⁴⁴ ; en espagnol, *libro de caja, registro*⁴⁵.

Les paronymes intralinguaux

Ces termes « de formes voisines, mais de sens différents à l'intérieur d'une langue donnée », en quelque sorte des « faux amis internes »⁴⁶ posent de nombreux problèmes. Exemples : *accident* / *accidente* ; *incident* / *incidente* ; *alternance* / *alternancia* ; *alternative* / *alternativa* ; *arrivage* / *arribo* [*de mercancías, de un barco*] ; *arrivée* / *llegada* ; *attention* / *atención* ; *intention* / *intención* ; *conjecture* / *conjetura* ; *conjoncture* / *coyuntura* ; *consommer* / *consumir* ; *consumer* / *consumar* ; *émigré* / *emigrado* ; *immigré* / *inmigrado* ; *éminent* / *eminente* ; *imminent* / *inminente* ; *immanent* / *inmanente* ; *justesse* / *justicia, precisión, exactitud* ; *justice* / *justicia* ; *légal* / *legal* ; *légitime* / *legítimo* ; *loyal* / *leal*⁴⁷...

Les paronymes interlinguaux ou « faux amis »

Parallèlement aux paronymes intralinguaux on constate la fréquence des paronymes interlinguaux plus connus comme « faux amis » ou « falsos cognados ». Les dérivations à partir d'une acception peuvent être d'importance très inégale, parfois même se manifester en sens opposé : *chuter* ne signifie pas *chutar*, mais *caer* / *tomber* ; *clore* n'est pas *cloro* en espagnol (fr. *chlore*) mais *cerrar, clausurar, concluir* ;

⁴⁰ *Idem.*

⁴¹ Josette REY DEBOVE et Alain REY (sous la direction de), *Le Nouveau Petit Robert*, op. cit., p. 791.

⁴² Les traductions sont empruntées à Ramón GARCÍA PELAYO y Maurice GROSS (par), *Grand Dictionnaire Larousse esp.-fr./fr.-esp.*, op. cit.

⁴³ Narciso AMORÓS RICA et Oliver MERLIN WALCH (1993). *Dictionnaire juridique fr.- esp./esp.-fr.*, Paris : Navarre (LGDJ), 3 éd., 1993, p. 373.

⁴⁴ Josette REY DEBOVE et Alain REY (sous la direction de), *Le Nouveau Petit Robert*, op. cit., p. 2451.

⁴⁵ Narciso AMORÓS RICA et Oliver MERLIN WALCH (1993). *Dictionnaire juridique fr.- esp./esp.-fr.*, op. cit., p. 487.

⁴⁶ Jean MAILLOT, *La traduction scientifique et technique*, Paris : Technique et documentation, (1975), 1981, 2^e éd., p. 43.

⁴⁷ Les traductions sont empruntées à Ramón GARCÍA PELAYO y Maurice GROSS (par), *Grand Dictionnaire Larousse esp.-fr./fr.-esp.*, op. cit.

concurrency, concurrentiel, concurrent, concurrencer doivent être traduits respectivement en espagnol par *competencia, competitivo, competidor, competir* (ne pas confondre avec l'espagnol *concurrancia*, en français *coïncidence*) ; *contester* n'est pas en espagnol *contestar, responder / répondre*) mais *poner en duda, impugnar*. Le terme *équipage* dans le domaine de la gestion touristique fait allusion à la *tripulación [de un avión, de un barco]* et on ne peut pas le traduire par *equipaje*, en français *bagages* ; *firme* n'est pas *firma* dans le sens de *signature* mais *firma* en tant que *consorcio, empresa, entidad, razón social* ; *gages* n'est pas *gajes* comme par exemple *los gajes del oficio / les aléas* ou *les inconvénients du métier* mais *sueldo [d'un domestique]* ; *licencier* ne signifie pas en espagnol *licenciarse [obtener una licenciatura]* mais *despedir* ayant comme synonymes en français : *débaucher, congédier, renvoyer* ; une *recette* est en espagnol *un ingreso* ; on ne peut pas traduire par *una receta / ordonnance* ; *solder* ne veut pas dire *soldar / souder*) mais *saldar, liquidar*. Quand, lors d'un entretien d'embauche, est posée la question : « Quelles sont vos *prétentions* ? » le terme *prétentions* ne peut pas être interprété en tant que *pretensiones, aspiraciones* mais comme *salario solicitado*⁴⁸.

Plus les ressemblances sont nombreuses, plus augmentent les erreurs des élèves dans la pragmatique de la traduction.

Importance des relations isotopiques dans le décodage du sens du lexique des affaires

La consultation du dictionnaire dans l'apprentissage du lexique peut s'avérer insuffisante dans le cas des termes homonymes et polysémiques comme ceux que nous venons d'évoquer. La création des liens hypertextuels peut aider les élèves dans la création de bases de données terminologiques qui militent en faveur de leur apprentissage.

Relations isotopiques et décodage sémantique.

Selon A. J. Greimas :

C'est la permanence d'une base classématique hiérarchisée qui permet, grâce à l'ouverture des paradigmes que sont les catégories classématiques, les variations des unités de manifestation, variations qui, au lieu de détruire l'isotopie ne font que la confirmer⁴⁹.

Cette définition introduit une distinction entre deux phénomènes qui concourent à l'établissement d'une isotopie : la redondance de classèmes appartenant aux mêmes catégories classématiques d'une part ; les variations des « unités de manifestation », d'autre part. Nous proposons l'analyse de certaines isotopies sémantiques, effets de la récurrence syntagmatique d'un même sème ou groupement de sèmes, dont le repérage peut guider l'élève dans son interprétation du discours des affaires.

Identification des effets de style

Les effets de style concernent également les langues spécialisées comme celle des affaires : « Le gouvernement *a taillé un costume sur mesure* pour les banques »⁵⁰. Dans cette phrase, les unités « tailler », « costume », « sur mesure » présentent un sème commun que l'on pourrait interpréter en tant que « mesure personnalisée ». L'auteur de cet article joue avec la double acception de « mesure » en tant que « manière d'agir

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ Algirdas Julien GREIMAS, *Sémantique structurale*, Paris : Larousse, 1996, p. 96.

⁵⁰ *L'Express* 24/10/08.

proportionnée à un but à atteindre » (sens réel) et « mesure » synonyme de « grandeur ou dimension déterminée par la mesure » (sens métaphorique).

Levée d'ambiguïté dans le cas des unités polysémiques

Prenons comme point de départ l'exemple suivant :

Paul a acheté un *billet* pour le 14 octobre. Ce *billet* lui permettra de *faire le tour du pays* sans avoir souci des *embouteillages*, fréquents sur les *autoroutes* surtout aux heures de pointe, de *contempler le paysage depuis sa fenêtre* et de jouir du confort des *voitures première classe*.

Lorsqu'on lit la première phrase, on est susceptible de donner une interprétation diverse du terme « billet » : billet de banque, billet à ordre, billet de loterie, billet de train... Les éléments lexicaux en co-occurrence dans ce contexte orientent le lecteur vers la notion de *billet de train de première classe*.

Trois niveaux de difficulté se présentent lorsqu'on analyse les unités polysémiques :

1^{er} niveau : Co-présence dans le contexte de termes de la même famille terminologique : « Je suis à la recherche d'un logiciel *fax* gratuit de préférence en français, fiable, capable de *faxer* via Internet ».

2^e niveau : Co-présence de synonymes ou des lexies à sèmes communs ou ayant des liens sémantiques permettant par allusion indirecte l'identification du sens du terme en question :

La *gestion d'un compte bancaire* et autres outils relatifs à la *gestion financière* devient un souci constant qui peut éventuellement nuire à la santé du *portefeuille* et à la santé tout court. Un *budget* souvent précaire affectera toute la famille⁵¹.

Dans ce contexte, l'emploi en co-occurrence des termes tels que « gestion d'un compte bancaire, gestion financière, budget » oriente l'élève vers la notion « d'effet de commerce ». Il éliminera de ce fait les autres notions possibles : « carton servant à renfermer des papiers », « titre ou fonctions de ministre », « ensemble des effets de commerce », « étui muni de poches où l'on range billets de banque, papiers d'identité ».

3^{ème} niveau : Absence d'unités lexicales apparentées face à une présence des mots clés susceptibles de déclencher le sens de nouveaux termes. Le décodage de ces unités exige des connaissances idiolectales, socioculturelles ou autres à caractère extralinguistique : « Il faut supprimer complètement les *parachutes dorés*. Ultimatum de Sarkozy aux patrons »⁵².

Parachute doré aussi dénommé *prime de départ* est un calque de l'anglais *golden parachute* qui désigne la clause contractuelle entre un dirigeant d'une société anonyme et l'entreprise qui l'emploie et qui fixe les indemnités versées lors d'une éviction suite à un licenciement, une restructuration, une fusion avec une autre société ou même lors d'un départ programmé de l'intéressé. En espagnol cette image n'existe pas, on parle plutôt de *subvención*.

Les exemples ci-dessus analysés révèlent deux typologies contextuelles diverses auxquelles l'apprentissage du lexique doit avoir recours : des contextes à indices interprétatifs formels ou définitions et les contextes à indices non formels, isotopiques et/ou situationnels.

⁵¹ L'Express 21/10/08.

⁵² L'Express 24/10/08.

Conclusion

La maîtrise d'une langue de spécialité telle que le français et/ou l'espagnol des affaires est loin de se réduire à un problème de lexique spécialisé :

Les mots acquièrent en contexte une référence actuelle et désignent des objets particuliers au terme d'une sélection des acceptions ou des sens précis déterminés par la situation de communication⁵³.

Pour respecter le découpage de la réalité propre à chacune des langues en présence, il importe de bien saisir les rapports qui unissent les termes d'une langue à l'autre et de bien circonscrire, par les marques d'usage, la portée de chaque terme en fonction du contexte où il est actualisé. Et dans ses démarches, la grammaire doit faire partie intégrante de l'approche lexicale car le jeu entre grammaire et lexique est en permanence interactif. Les mots ne cessent de poser des questions, sans doute parce qu'ils vivent.

⁵³ Marie-Françoise MORTUREUX, *La lexicologie entre langue et discours*, Paris : Sedes, coll. « Campus linguistique », 1997, p. 108.

Références bibliographiques

- AMORÓS RICA Narciso et Olivier MERLIN WALCH, *Dictionnaire juridique fr.-esp./esp.-fr.*, Paris: Navarre (Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence), 3^e édition, 1993.
- BLANK Andreas, “Les principes d’association et la structure du lexique” in *Studi di Linguistica Teorica e Applicata XXVIII*, 1999, pp. 199-223.
- BOLTANSKI Luc, *Les cadres, la formation d’un groupe social*, Paris : Les Éditions de Minuit, 1982.
- CAREDEC François, *N’ayons pas peur des mots*, Paris : Larousse, 1989.
- CHALLE Odile, *Enseigner le français de spécialité*, Paris : Economica, 2002.
- Collins diccionario español-inglés, inglés-español*, Madrid : Grijalbo, 2004.
- CUSIN-BERCHE Fabienne, *Le management par les mots. Étude sociolinguistique de la néologie*, Paris : L’Harmattan, 1988.
- DEPECKER Loïc, *Dictionnaire du français des métiers*, Paris : Éditions du Seuil, 1995.
- Dictionnaire Historique de la langue française*, Tome I, II et III, 2^e éd., Paris : Le Robert, 2004.
- Gran Diccionario Larousse esp.-fr./fr.-esp.*, Barcelona : Larousse, 1999.
- GREIMAS Algirdas Julien, *Sémantique structurale*, Paris : Larousse, 1996.
- LAKOF George & Mark JOHNSON, *Metaphors we live by*, Chicago : Chicago University Press, 1980.
- L’Express* 12-16/09/2008.
- L’Express* 14-29/10/2008.
- Libération* 30/01/1996.
- LINO María Teresa et PRUVOS Jean (sous la direction de), *Mots et lexiculture*, Paris : Honoré Champion, 2003.
- MAILLOT Jean, *La traduction scientifique et technique*, Paris, Technique et documentation, (1975), 1981, 2^e éd.
- MARTIN Robert, *Pour une logique du sens*, Paris : PUF, coll. « Linguistique nouvelle », 1^a éd. 1983, 2^e éd. revue, 1993.
- MORTUREUX Marie-Françoise, *La lexicologie entre langue et discours*, Paris : Sedes, coll. « Campus linguistique », 1997.
- NIKLAS-SALMINEN Aïno, *La lexicologie*, Paris : Armand Colin, coll. « cursus », 1997.
- Le Nouveau Petit Robert*, rédaction dirigée par Alain REY et Josette REY-DEBOVE, Paris : Le Robert, 3^e éd., (1967), 2004.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario del Estudiante*, Madrid: Santillana Ediciones Generales, 2005.
- SABLAYOLLES Jean François (Textes réunis et présentés par), *L’innovation lexicale*, Paris : Honoré Champion, 2003.
- SAVY Nicole, *Victor Hugo, voyageur de l’Europe et leurs enjeux*, Paris : Labor, 1997.
- SECO Manuel, Olimpia ANDRÉS Olimpia y RAMOS Gabino, *Diccionario del español actual*. Madrid : Aguilar, volumen I y II, 1999.
- La Tribune* 28/10/2002.