

MARIA FRANCESCA BONADONNA
Université de Vérone, Italie

Les énoncés définitoires en discours : une analyse diachronique dans le domaine du commerce

Definitions in Discourse: A Diachronic Analysis in the Field of Trade

Abstract

The use of terms in discourse is characterized by the presence of definitions aimed at explaining and clarifying their meaning in a given field, both for specialists and for non-specialists. This defining activity associates with terminological units, thus considered in their textual dimension, over time since their appearance in the language as neologisms. Although the question of definitions can be explored from different angles for the general language and for specialized language, in this paper we are interested in the automatic identification and analysis of definitions in a diachronic corpus. We intend to reflect on the data offered by these definitions with the objective of offering a terminographic description focused on the diachronic aspect of terms. After automatic identification, we will observe the definitions in two phases of terms: the moment of their appearance in the French language and the moment of their dissemination and lexicalization. Our attention is focused on the definitions characterizing the French terms in the commercial field in a diachronic perspective, within the DIACOM corpus.

Keywords: definition, diachronic corpus, DIACOM, trade terminology

Introduction

L'activité définitoire en discours accompagne les unités terminologiques dans des phases différentes, depuis leur émergence dans la langue (Humbley 2018 : 56) aux étapes suivantes de leur lexicalisation. La question des énoncés définitoires a été largement explorée sous des angles différents, entre autres la vulgarisation (Delavigne 2005 ; Mortureux 1982), la détection automatique à l'aide de logiciels (Aguilar *et al.* 2016 ; Borillo 1996 ; Cartier 1998 ; Rebeyrolle, Tanguy 2000) ou encore le parcours diachronique de ces énoncés (Gentilhomme 1994 ; Raad 1989). C'est sur la prise en compte de la dimension diachronique des définitions repérables de manière automatique en corpus que nous focalisons notre attention, afin de fournir des pistes de réflexion à propos de l'évolution lexico-sémantique de la terminologie d'un domaine

donné. La notion de diachronie est, en effet, reconnue comme indispensable non seulement dans le cadre théorique de la terminologie, mais aussi au niveau de la pratique terminographique (Zanola 2018).

Dans cette contribution nous entendons proposer une analyse diachronique des énoncés définitoires, avec une attention particulière pour les termes français dans un corpus du commerce. Notre recherche se situe dans le cadre du Projet d'Excellence *Les humanités numériques appliquées aux langues et littératures étrangères* (2018–2022), mené auprès du Département de Langues et Littératures étrangères de l'Université de Vérone¹. Ce projet s'articulant autour de sous-projets différents, notre étude relève plus précisément du DIACOM, qui porte sur la terminologie du commerce en français et en espagnol, dans une perspective diachronique². Quant à la partie française du projet, dorénavant DIACOM-fr, elle vise la constitution d'un corpus de spécialité diachronique dans le secteur commercial et sa consultation sur une plateforme gratuite en ligne ; à partir des données ainsi extraites du corpus, il vise également l'analyse de phénomènes terminologiques et phraséologiques³ en synchronie et en diachronie ; la création de fiches terminologiques et d'un réseau concernant les principaux termes du domaine ; la création et la diffusion de matériel pédagogique. La construction du corpus DIACOM-fr de nature diachronique nous offre l'occasion de mener une analyse des énoncés définitoires des termes dans deux phases : la phase d'apparition et la phase qui suit leur lexicalisation.

Notre étude est organisée en trois parties. Dans la première est illustré le cadre théorique concernant les énoncés définitoires relevant des termes en discours. La deuxième partie est consacrée à la présentation du corpus et à la méthode d'analyse des énoncés définitoires en contexte, avant de passer, dans la troisième partie, à l'examen des termes et de leurs définitions dans le corpus DIACOM-fr. Loin d'offrir une analyse systématique de la terminologie commerciale, nous offrons quelques premiers résultats relatifs à un échantillon de termes : *marché commun*, *mondialisation*, *pays sous-développé*, *commerce électronique* et *contenu de marque*.

1. Le cadre théorique

Les énoncés définitoires abondent en discours tant dans la langue générale (Mortureux 1982 ; Riegel 1987) que dans la langue spécialisée (Beciri 2010 ; Escoubas-Benveniste 2010). En ce qui concerne les unités terminologiques, la nécessité de reformuler les termes adoptés par les spécialistes pour le grand public est ressentie dans différents contextes et types de discours, tels les discours de la vulgarisation et les discours scientifiques et techniques (Delavigne 2005 : 4). Le recours à des reformulations entraîne ainsi la « co-occurrence entre termes scientifiques et paraphrases courantes » (Mortureux 1982 : 50). De surcroît, l'utilisation d'énoncés définitoires occupe une place de premier rang lors de l'apparition des termes nouveaux : « On peut supposer, *a minima*, qu'un nouveau terme est accompagné, d'une façon ou d'une autre, d'une définition, explicite ou implicite » (Humbley 2018 : 56).

1 Le Projet d'Excellence est financé par le Ministère italien de l'Université et de la Recherche pour la période 2018–2022. La description du projet est disponible à la page suivante : <https://dh.dlss.univr.it/> [dernière consultation : 09/2020].

2 Sur le projet DIACOM voir <https://dh.dlss.univr.it/patrimonio-linguistico-culturale.html#diacom> [dernière consultation : 09/2020].

3 À propos de l'analyse des unités phraséologiques du corpus, voir Frassi (2020).

Cette abondance de données définitoires à propos des termes revêt une importance significative en vue de la description terminographique basée sur corpus : « Le contexte est le point de départ de tout travail terminographique. C'est en effet le dépouillement du corpus, qui est à la fois un macrocontexte et une collection de microcontextes, qui permet de décrire un ensemble conceptuel et qui fournit les informations et les matériaux nécessaires à cette description » (De Bessé 1991 : 115). Si la définition élaborée dans le cadre de l'activité terminographique est, dans la plupart des cas, une définition par compréhension⁴, il est possible de retrouver des énoncés définitoires de nature hétérogène en discours : entre autres, « la définition en compréhension, la définition en extension, la définition par opposition et la définition synonymique » (Escoubas-Benveniste 2010 : 2).

Depuis les années 1990, suite à l'essor de nouveaux instruments informatiques, différents auteurs se sont intéressés au repérage automatique des énoncés définitoires à partir de corpus (Aguilar *et al.* 2016 ; Borillo 1996 ; Cartier 1998 ; Rebeyrolle & Tanguy 2000). Comme Rebeyrolle et Tanguy l'observent (2000 : 154), ces études se penchent sur les énoncés définitoires soit du point de vue linguistique, lorsqu'elles entendent décrire les structures qui signalent les relations sémantiques ou les types d'énoncés, soit du point de vue informatique, lorsqu'elles s'intéressent aux outils permettant l'accès à ces informations sur des bases statistiques. La détection automatique des énoncés définitoires se fonde sur l'emploi de « structures linguistiques » récurrentes, par exemple les verbes *désigner*, *appeler*, *signifier* *etc.* qui permettent d'isoler les énoncés définitoires directs et indirects. Les premiers comprennent les énoncés de désignation, de dénomination, de signification et les énoncés introduits par *c'est-à-dire*, tandis que les énoncés définitoires indirects incluent les énoncés de classification et les énoncés parenthétiques (*Ibid.*).

Nous croyons que les structures linguistiques indiquant la présence d'énoncés définitoires en discours peuvent être considérées de manière profitable en diachronie, en vue d'observer le sens, l'apparition, l'évolution sémantique des unités terminologiques. Il s'agit, sans nul doute, d'informations essentielles lorsque l'on vise la description terminographique selon un axe diachronique. Ici nous allons mener une étude pilote destinée à mettre en lumière des pistes de travail destinées à la description des termes du domaine commercial au fil du temps à partir du corpus DIACOM-fr. Pour notre classement des définitions, nous nous appuyons principalement sur les modèles de Rebeyrolle et Tanguy (2000) et de Vézina *et al.* (2009).

2. Corpus et méthode d'analyse

Le DIACOM se veut un corpus diachronique dans le domaine du commerce au niveau international dans deux langues, l'espagnol et le français. En ce qui concerne plus précisément le corpus DIACOM-fr, il est composé de 583 textes retenus sur la base de trois critères. Sur la base d'un premier critère chronologique, les textes remontent à trois périodes : la tranche 1850–1914, caractérisée par la deuxième révolution industrielle ; la tranche 1945–1970, correspondant au boom économique ; la troisième tranche, allant de 1985 à 2020, dans laquelle des changements majeurs ont lieu, dont l'essor du commerce

4 « La définition qui est la plus adéquate, et qui est de loin la plus courante en terminologie, demeure donc la définition par compréhension, qui consiste à situer un concept dans une classe d'objets puis à le distinguer des concepts connexes ». Par exemple, la définition par compréhension du terme *eau* dans le domaine de la chimie sera « Substance composée d'un atome d'oxygène et de deux atomes d'hydrogène » (Vézina *et al.* 2009 : 8).

électronique. Selon un critère textuel, le corpus réunit quatre types de textes, à savoir les textes académiques, les textes institutionnels, les textes relevant de la presse et de la documentation d'entreprise. Sur la base d'un troisième critère thématique, les documents sont également distingués en fonction du sous-domaine traité : la politique commerciale, les questions sociales, les produits et les services, l'entreprise avec les branches du marketing, de la logistique, du commerce électronique et du droit. Aux fins de la présente recherche, nous n'avons recours qu'à un échantillon de ce corpus ; plus précisément, nous nous appuyons sur 200 textes remontant à deux périodes : un sous-corpus 1 (dorénavant S-C 1) composé de 100 textes et relatif à la période 1945–1970 ; un sous-corpus 2 (dorénavant S-C 2), constitué de 100 textes qui vont de 1990 à 2018.

Quant à la méthode de notre analyse, tous les documents ont été convertis au format .txt et pré-traités à l'aide du logiciel *AbbyFineReader*⁵. Après cette phase préliminaire, en nous appuyant sur le logiciel *AntConc*⁶ nous avons mené une recherche automatique des énoncés définitoires directs et indirects selon le modèle de Rebeyrolle et Tanguy (2000) ; à cette liste nous avons également ajouté les structures reposant sur les verbes *définir*, *consister*, *qualifier*, *vouloir dire*, *entendre par* et sur les connecteurs *comme* et *ou* (*X comme Y, X ou Y*). Ensuite, nous avons filtré ces résultats manuellement, en focalisant notre attention sur des termes renvoyant à des transformations et à des innovations importantes dans le domaine commercial, donc susceptibles d'avoir un statut néologique ; pour vérifier notre hypothèse, nous avons également effectué une recherche de ces termes dans deux dictionnaires, le *Petit Robert*⁷ (dorénavant PR) et le *Trésor de la langue français informatisé*⁸ (dorénavant TLFi), dans le but d'observer la date de leur apparition en français et, par conséquent, de confirmer leur statut néologique pendant l'une des époques de notre corpus. Nous avons ainsi isolé les unités terminologiques suivantes : *marché commun*, *mondialisation*, *pays sous-développé*, *commerce électronique*, *contenu de marque*.

3. L'analyse des énoncés définitoires en diachronie

Comme nous l'avons rappelé plus haut, l'apparition de nouvelles unités terminologiques est susceptible de s'accompagner d'une activité définitoire intense en discours, tant dans les textes destinés à la vulgarisation des connaissances que dans les textes s'adressant aux spécialistes du domaine. L'explicitation des termes par les énoncés définitoires ne se limite pourtant pas à leur émergence, vu qu'elle continue également une fois leur lexicalisation ayant eu lieu. Pour les termes repérés dans notre corpus, nous offrons une analyse à la fois quantitative et qualitative. Concernant l'aspect quantitatif, nous détaillons, d'abord, le nombre d'occurrences du terme lors de son apparition et lors de sa stabilisation dans chaque sous-corpus, ensuite le nombre d'énoncés définitoires. Relativement à l'analyse qualitative, nous focalisons notre attention sur le type d'énoncés définitoires ainsi repérés dans les deux phases du terme et sur les phénomènes linguistiques observables en diachronie.

5 <https://www.abbyy.com/> [dernière consultation : 09/2020].

6 Anthony, Lawrence (2019) *AntConc* (Version 3.5.8) [Computer Software]. Tokyo, Japan: Waseda University. <https://www.laurenceanthony.net/software> [dernière consultation : 09/2020].

7 Rey, Alain (éd.) (2020) *Le Petit Robert de la langue française 2020*, Robert.

8 ATILF - CNRS & Université de Lorraine, *Trésor de la langue française informatisé* <http://atilf.atilf.fr/> [dernière consultation : 09/2020].

- *Marché commun*

La naissance du marché commun remonte à 1957, lors du traité de Rome qui était destiné à promouvoir l'intégration économique entre pays européens. Sa création marque une étape décisive dans l'histoire du commerce en Europe, en impliquant une production discursive importante autour de ce concept clé aussi au niveau international. En effet, l'apparition et la circulation du terme *marché commun* sont attestées dans le S-C 1, où le terme présente 330 occurrences, parmi lesquelles nous ne repérons que cinq énoncés définitoires de dénomination et de désignation. Dans l'exemple 1) le terme est utilisé en tant qu'élément servant à illustrer le concept de Communauté économique européenne, *marché commun* jouant ainsi le rôle de *definiens* et non pas de *definiendum*. Dans 2), il est suivi du connecteur *ou* et du quasi-synonyme *zone de libre-échange*. L'emploi des guillemets pour les deux termes est un indice de la nouveauté qui leur est associée en discours :

- 1) De toutes ces organisations, la Communauté économique européenne, mieux connue sous le nom de marché commun, est celle qui a poussé le plus loin l'intégration de ses membres.
- 2) Nous voudrions surtout à présent noter les différents *degrés* de l'intégration réalisables au sein d'un « marché commun » ou d'une « zone de libre-échange ».

Dans le S-C 2 le terme apparaît avec une fréquence mineure, à savoir 36 occurrences. Deux énoncés définitoires sont observables : le premier exemple consiste en une définition dans la définition. En effet, nous repérons, d'abord, un énoncé de classification relatif à *marché commun* : plus précisément, nous observons une définition par compréhension, où l'élément hyperonymique *union douanière* est suivi d'une caractéristique (*étendue à la liberté de circulation des facteurs de productions*) ; à son tour, le terme *facteur de production* est défini par le recours à une définition par extension. Dans le deuxième cas, le terme *marché commun* est expliqué par l'emploi d'un exemple, correspondant au nom propre COMESA. Le quasi-synonyme *zone de libre échange* revient dans ce contexte, même si, par rapport à l'exemple 2), les deux concepts sont mieux distingués l'un de l'autre :

- 3) Un marché commun est une union douanière étendue à la liberté de circulation des facteurs de productions : le travail, le capital financier et technique.
- 4) Pour les estimations, nous retenons le modèle (1.28) auquel nous ajoutons des variables relatives aux facteurs qui encouragent ou qui découragent le commerce bilatéral, telles qu'une union douanière comme la CEMAC et l'UEMOA, une zone de libre échange comme la CEDEAO et la SADC et un marché commun comme le COMESA.

- *Mondialisation*

Le terme *mondialisation* n'est pas attesté dans notre S-C 1, bien que cette fenêtre temporelle coïncide avec son apparition en langue française, à savoir en 1953 selon le PR. En revanche, le S-C 2 témoigne d'une ample diffusion du terme de nos jours : nous identifions 100 attestations, dont douze contiennent des énoncés de type définitoire. Il s'agit d'énoncés de désignation, comme dans 5), et de classification, comme dans 6) ; dans ce dernier exemple, l'énoncé de classification est accompagné aussi d'un énoncé parenthétique illustrant l'équivalent anglais. Les deux exemples reposent simultanément sur des énoncés de classification, dans lesquels le choix de l'hyperonyme n'est pas identique : dans 5), le terme est catégorisé en tant que « interdépendance croissante des pays », alors que la définition 6) inclut l'hyperonyme « processus », les deux renvoyant à l'idée d'un phénomène en évolution.

5) Le terme « mondialisation » désigne l'interdépendance croissante des pays qui résulte de l'intégration de plus en plus prononcée du commerce, de la finance, des personnes et des idées au sein d'un seul et même marché mondial.

6) La mondialisation (ou globalization pour les anglo-saxons) est le processus d'ouverture de toutes les économies nationales sur un marché devenue planétaire.

Dans un autre cas, la naissance du terme est située au début des années 1990, ce qui ne correspond pas à la datation signalée par la lexicographie (7). L'énoncé de classification (8) précise le sens du terme par rapport au phénomène de la globalisation, dont le concept de mondialisation renvoie plus précisément à l'aspect économique et financier :

7) Depuis le début des années 1990, la « mondialisation » désigne une nouvelle phase dans l'intégration planétaire des phénomènes économiques, financiers, écologiques et culturels.

8) En général, on peut dire que le phénomène global de l'intégration des relations des pays du monde, dans leurs différentes dimensions (humaine, sociale, économique, politique, culturelle, écologique *etc.*), est la globalisation ; l'aspect économique et financier de ce phénomène, qui est le sujet principal de cette recherche, est la mondialisation.

- *Pays sous-développé*

L'adjectif *sous-développé* paraît en français vers 1951 (TLFi) ; dans notre S-C 1 il est possible de repérer 169 occurrences du terme *pays sous-développés* formé à partir de l'adjectif même. Parmi les contextes ainsi identifiés, il y en a plusieurs qui mettent en lumière le caractère néologique du terme par le recours aux guillemets (par exemple, « Mais ces exportations des pays 'sous-développés' représentent 20% de leur produit [...] »). Nous n'identifions qu'un énoncé définitoire basé sur une énumération de ses principales caractéristiques :

9) Les pays sous-développés ont, par définition, besoin de larges sommes de capitaux pour le développement de base et presque tous font de grands efforts pour avoir des prêts de sources externes à cause, précisément, de l'insuffisance de l'offre de fonds épargnés à l'intérieur de leurs propres frontières.

Le terme est concurrencé par son synonyme *pays en voie de développement*, dont nous retrouvons 102 attestations. Aucun énoncé définitoire n'est repérable, malgré la nouveauté de cette unité terminologique, qui paraît vers 1960.

Dans le S-C 2 il n'y a que cinq occurrences du terme *pays sous-développé* et onze occurrences de *pays en voie de développement* : c'est cette deuxième forme qui tend à supplanter progressivement le terme *pays sous-développé* au fil du temps (TLFi). Cependant, aucun énoncé définitoire n'est détecté.

- *Commerce électronique*

Un cas particulier est représenté par les unités terminologiques qui voient leur apparition pendant la période du S-C 2. Par exemple, le terme *commerce électronique*, avec ses concurrents *e-commerce* et *commerce en ligne*, fait son apparition vers les années 1990, bien qu'aucune datation exacte soit fournie par les dictionnaires. Pour analyser ces termes, nous avons effectué un découpage ultérieur du S-C 2 en deux tranches chronologiques : une première tranche, composée de 46 textes allant de 1990 à 2010, dans laquelle nous situons la phase néologique du terme ; une deuxième tranche, avec les documents dans l'axe

temporel 2011 et 2018, lorsque le terme se lexicalise et qu'il est désormais enregistré par les dictionnaires. En ce qui concerne la première tranche, nous retrouvons au total 1 130 occurrences de *commerce électronique* et de ses variantes, pour un total de 60 énoncés définitoires. Ces énoncés sont de nature différente, par exemple de désignation et de classification ; il s'agit souvent de définitions rapportées (10 et 11), les deux impliquant le concept hyperonymique de 'transaction' :

10) Le commerce électronique désigne l'ensemble des transactions marchandes effectuées sur un réseau électronique ouvert par l'intermédiaire d'ordinateurs ou d'autres terminaux interactifs. Rapport Lorentz (1999).

11) Le e-commerce représente toute transaction effectuée sur un réseau d'ordinateurs et impliquant le transfert du droit de propriété ou d'usage de biens ou de services US Bureau of Census (2000).

Dans la deuxième tranche à partir de 2011, nous retrouvons à peu près le même nombre d'occurrences, plus précisément 1 201 avec 137 énoncés définitoires. Les exemples suivants montrent que, dans les définitions de classification reposant sur un élément hyperonymique, le concept est catégorisé de manière différente en fonction des contextes choisis : dans le contexte 12) on a recours à deux hyperonymes conversifs (*vente* et *achat*), dans 13) l'hyperonyme renvoie au concept plus générique d'*activité économique*, alors que l'énoncé 14) définit le terme en tant que type de *commerce international et immatériel* en relation avec le domaine juridique aussi. D'autres énoncés de dénomination, par exemple 15), mettent en relief la concurrence avec l'emprunt à l'anglais *e-commerce* :

12) [...] le commerce électronique est la vente ou l'achat de marchandises ou de services effectués sur des réseaux informatiques au moyen de méthodes spécifiquement conçues pour la réception ou la passation de commandes.

13) Le commerce électronique est l'activité économique par laquelle une personne propose ou assure à distance et par voie électronique la fourniture de biens ou de services.

14) Ne s'accommodant pas des frontières, le commerce électronique est un commerce international et immatériel par essence et qui, dans cette perspective, est susceptible d'engendrer des problèmes classiques de droit international privé, rendus plus complexes avec le recours à Internet.

15) Connexes à la notion de marketing digital, l'achat et la vente de biens sur Internet sont regroupés sous la forme d'une même activité appelée e-commerce ou encore commerce électronique.

- *Contenu de marque*

Le dernier terme que nous analysons est *contenu de marque*, qui renvoie à un concept nouveau paru dans le sous-domaine du marketing : aucune attestation n'est repérable dans la tranche 1990–2010, alors que les occurrences du terme foisonnent dans les textes depuis 2011, ce qui semble suggérer son apparition en tant que néologisme durant l'époque du S-C 2 : nous retrouvons en effet 1 068 occurrences, dont 711 concernent *contenu de marque* et 357 son équivalent anglais *brand content*. Les énoncés définitoires aussi abondent : 87 pour *contenu de marque* et 55 pour *brand content*, pour un total de 142, même si parfois les deux termes figurent dans le même énoncé (16). Dans la plupart des cas, les énoncés définitoires reposent sur des structures métalinguistiques, comme nous l'observons dans l'exemple 17 (« le contenu de marque est parfois défini ... le brand content désigne [...] ») et sur la structure de classification (18). Dans certains cas il s'agit de définitions rapportées de type hyperonymique (19) :

16) Le contenu de marque ou brand content est par conséquent une tactique reconnue pour adresser les cibles prioritaires de la marque VSC.

17) Le contenu de marque est aussi parfois défini par ses fonctions ou par ses effets : « Le brand content désigne le fait qu'une marque crée ou édite du contenu. Celui-ci peut être informatif, culturel, pratique, ludique ou divertissant. »

18) Le contenu de marque est une tactique qui s'inscrit dans la stratégie de ciblage : le contenu sera produit pour séduire telle ou telle cible.

19) Daniel Bô (2010) envisage le contenu de marque comme une forme plus mature de publicité : cette thèse nous semble intéressante à prendre en compte.

Conclusions

Notre analyse de quelques cas relevant de la terminologie du commerce dans le corpus DIACOM-fr suggère que la recherche automatique des énoncés définitoires est susceptible de fournir des pistes de recherche et de travail fructueuses dans une perspective diachronique.

L'activité définitoire accompagne ces unités terminologiques dans leurs parcours au fil des années, bien qu'avec des degrés différents. Nous pouvons identifier trois cas de figure associés à la phase, néologique ou pas, du terme : dans un premier cas, l'apparition du terme (comme pour *marché commun*, *mondialisation* et *commerce électronique*) entraîne la présence d'énoncés définitoires, qui continue également une fois que le terme a perdu son statut néologique ; le nombre d'énoncés définitoires peut varier de manière considérable d'un terme à l'autre et se révéler particulièrement intense, comme à propos de *commerce électronique*. Un deuxième cas de figure est représenté par les termes, comme *pays sous-développé*, à propos desquels l'activité définitoire est très limitée, voire absente, non seulement lorsque le terme voit le jour mais aussi après sa lexicalisation, jusqu'à disparaître complètement. Troisièmement, nous observons des termes, tels *contenu de marque*, qui peuvent être encore considérés comme néologiques et qui sont associés à de nombreux énoncés définitoires, mais pour lesquels nous ne disposons pas encore de données en diachronie.

Quant aux types d'énoncés définitoires, ce sont les énoncés directs de désignation et indirects de classification qui prédominent dans notre échantillon : les premiers mettent en évidence le caractère néologique des termes et, dans certains cas, leur relation interlinguistique avec les équivalents anglais d'où viennent les unités terminologiques en français. Les deuxièmes contribuent à classer le *definiendum* dans une catégorie conceptuelle donnée par le biais de l'hyperonyme. La diminution, voir l'absence, des énoncés définitoires au fil des décennies pourrait suggérer que le terme a perdu d'intérêt dans le domaine en question, ce qui pourrait même amener à identifier des cas de nécrologie terminologique (Dury & Picton 2009 : 36). De surcroît, le choix des hyperonymes peut suggérer l'évolution sémantique de certains termes, comme suggère l'exemple de *commerce électronique*.

Une étude systématique des énoncés définitoires en corpus, appliquée à un nombre élevé de termes, permettrait sans doute de mettre l'accent sur des phénomènes dont on ne peut se passer si l'on envisage une description terminographique en diachronie : l'importance des unités terminologiques au fil du temps, leur évolution sémantique, le lien entre énoncés définitoires et types de textes ou encore la catégorisation des termes en fonction du sous-domaine considéré.

Références

- Aguilar, César, Olga Acosta, Gerardo Sierra, Sergio Juárez, Tomás Infante (2016) “Extraction of Definitional Contexts from Biomedical Corpora.” [In:] *Procesamiento del Lenguaje Natural*. Vol. 57; 167–170.
- Beciri, Hélène (2010) “La définition en contexte dans la communication technique asymétrique : stratégies et enjeux.” [In:] *Autour de la définition. Publifarum*. Vol. 11, http://publifarum.farum.it/ezine_articles.php?id=127 [consulté le 01/05/2021].
- Borillo, André (1996) “Exploration automatisée de textes de spécialité : repérage et identification de la relation lexicale d’hyperonymie.” [In:] Danielle Leeman, Serge Meleuc (eds.) *Lexique, syntaxe... automatique. Hommage à Jean Dubois. Linx*. Vol. 34–35; 113–124.
- Cartier, Emmanuel (1998) “Analyse automatique des textes : l’exemple des expressions définitives.” [In:] *RIFRA* 98. Sfax; 11–14.
- De Bessé, Bruno (1991) “Le contexte terminographique.” [In:] *Meta*. Vol. 36 (1); 111–120.
- Delavigne, Valérie (2005) “Les mots de l’autre : approche contrastive de discours de vulgarisation.” [In:] Francis Grossmann, Marie-Anne Paveau, Gérard Petit (eds.) *Didactique du lexique : langue, cognition, discours*. Grenoble: Ellug; 189–213.
- Dury, Pascaline, Aurélie Picton (2009) “Terminologie et diachronie : vers une réconciliation théorique et méthodologique ?” [In:] *Revue française de linguistique appliquée*. Vol. XIV(2); 31–41.
- Escoubas-Benveniste, Marie-Pierre (2010) “La définition dans le texte économique écrit de vulgarisation savante – deuxième partie.” [In:] *Autour de la définition. Publifarum*. Vol. 11, http://publifarum.farum.it/ezine_pdf.php?id=147 [consulté le 01/05/2021].
- Frassi, Paolo (2020) “La force des locutions faibles en domaine de spécialité.” [In:] Manuel Célio Conceição, Maria Teresa Zanola (eds.) *Terminologia e mediação linguística, métodos, práticas e atividades*. UAlg Editora; 43–60.
- Gentilhomme, Yves (1994) “L’éclatement du signifié dans les discours technoscientifiques.” [In:] *Cahiers de Lexicologie*. Vol. 64; 5–35.
- Humbley, John (2018) *La néologie terminologique*. Collection La lexicothèque. Limoges: Lambert Lucas.
- Mortureux, Marie-Françoise (1982) “Paraphrase et métalangage dans le dialogue de vulgarisation.” [In:] *Langue française*. Vol. 53; 48–61.
- Raad, B. L. (1989) “Modern Trends in Scientific Terminology: Morphology and Metaphor.” [In:] *American Speech*. Vol. 64, 2; 128–36.
- Rebeyrolle, Josette, Ludovic Tanguy (2000) “Repérage automatique de structures linguistiques en corpus : le cas des énoncés définitives.” [In:] *Cahiers de Grammaire*. Toulouse: Université de Toulouse-le-Mirail; Vol. 25; 153–174.
- Riegel, Martin (1987) “Définition directe et indirecte dans le langage ordinaire : les énoncés définitives copulatifs.” [In:] *Langue française*. Vol. 73; 29–53.
- Vézina Robert et al. (2009) *La rédaction de définitions terminologiques*. Version abrégée et adaptée par Jean Bédard et Xavier Darras. Montréal: Office québécois de la langue française.
- Zanola, Maria Teresa (2018) *Che cos’è la terminologia*. Roma: Carocci editore, Le bussole.

