

**CLAS, André et Paul A. HORGUELIN (1991) : *Le français, langue des affaires*, 3<sup>e</sup> édition, Montréal, McGraw-Hill, 422 p.**

Louise Brunette

Volume 38, numéro 2, juin 1993

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/002160ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/002160ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Presses de l'Université de Montréal

ISSN

0026-0452 (imprimé)

1492-1421 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

Brunette, L. (1993). Compte rendu de [CLAS, André et Paul A. HORGUELIN (1991) : *Le français, langue des affaires*, 3<sup>e</sup> édition, Montréal, McGraw-Hill, 422 p.] *Meta*, 38(2), 358–359. <https://doi.org/10.7202/002160ar>

■ CLAS, André et Paul A. HORGUELIN (1991) : *Le français, langue des affaires*, 3<sup>e</sup> édition, Montréal, McGraw-Hill, 422 p.

L'équilibre : voilà la marque de commerce de cette troisième édition du classique de Clas et Horguelin. Linguistique historique, grammaire, correspondance occupent avec bonheur une place égale; la simplicité de la présentation sert de contrepoids à la richesse des commentaires.

Les différences les plus évidentes par rapport aux éditions précédentes du *Français, langue des affaires* concernent l'introduction de nouveaux sujets. Par exemple, il y est question — un peu brièvement peut-être — de la féminisation des titres et des fonctions. De plus, le lecteur trouvera en annexe des notes informatives sur la réforme de l'orthographe. Avec à-propos et adresse, les auteurs ont aussi rajeuni leurs exemples. Le recours à *éditique* comme exemple de québécoïsme, ou à *T.P.S.* pour illustrer les abréviations, ou encore à *numériser* pour étayer l'explication sur les mots construits, va au-delà du simple maquillage : il donne à l'ouvrage un ton moderne tout en ajoutant à sa crédibilité. Autre preuve de l'adaptabilité du français comme de celle des spécialistes de cette matière : la souplesse inhabituelle des auteurs face à la concordance des temps.

Que trouvera-t-on dans le nouveau Clas et Horguelin ?

Les deux pédagogues commencent par parler d'histoire : histoire de la langue et des mots, outils de la langue, puis histoire des ouvrages linguistiques. Les curieux trouveront une grande satisfaction dans la lecture de ces rappels, mais ils risquent de ne pas lire avec le même enthousiasme l'intéressant mais savant exposé sur la communication.

*Le français, langue des affaires* se veut pratique et il atteint son but. Ici, pas de morale, pas de coupable, mais des solutions. On ne se contente pas de stigmatiser les

formes fautives, mais on propose des formes correctes, comme dans le cas du hideux «compliments de la saison». Pas de condamnation non plus, mais des incitations, par exemple, des encouragements à consulter les ouvrages correctifs.

Pratique, *Le français, langue des affaires* l'est aussi par son contenu. Le deuxième chapitre est consacré aux parties du discours et à leur assemblage. La section sur les verbes (voix, modes, temps, aspects et accord) est un chef-d'œuvre d'équilibre entre théorie et pratique. On pourra déplorer toutefois le traitement un peu rapide de la valeur des temps verbaux.

Le chapitre suivant, intitulé *Le code orthographique*, répondra à bien des questions. La section d'une dizaine de pages traitant de la ponctuation n'est rien de moins que fascinante par sa clarté et sa justesse. On y note cependant, ironie du sort, une légère erreur typographique... À trouver. Les lignes consacrées aux majuscules et aux minuscules constituent sans doute les plus éclairantes écrites sur le sujet. Quant aux règles relatives à l'abréviation et à l'écriture des nombres, elles sont expliquées de façon simple et complète. Dans le même chapitre, on consultera avec profit le tableau *HOMONYMES ET PARONYMES*.

On ne peut écrire sur la langue des affaires sans aborder les anglicismes. Les auteurs connaissent bien le sujet, comme en fait foi la section consacrée à ce phénomène. Il faut ici encore parler de pondération : aux passions soulevées par la question, les auteurs opposent leur objectivité. Les anglicismes sont présentés de façon systématique et factuelle, mais les commentaires sacrifient parfois la clarté à l'utilisation d'un jargon susceptible de dérouter bien des lecteurs. Il faut mentionner la richesse et le caractère pratique du tableau sur trois colonnes présentant, sur quelque vingt pages, les principaux anglicismes sévissant au Québec.

*Le français, langue des affaires* a bien peu de défauts. Un seul est vraiment gênant : l'inégalité des ouvrages donnés en bibliographie. Les références diffèrent trop par la date, la valeur et le contenu. Des commentaires auraient permis au lecteur de voir en quoi les ouvrages intellectuels comme ceux de Dubois ou Hagège diffèrent de titres essentiellement pratiques comme le *Nouveau dictionnaire des difficultés du français moderne* de Hanse ou *Objectif : 200* de Dubuc. D'autre part, la terminologie linguistique utilisée dans les premiers chapitres risque de décourager tous les non-initiés aux subtilités des *formations métonymiques* ou du *système consonantique*.

Après le titre *Le français, langue des affaires*, on aurait pu ajouter : le manuel de rédaction. À la fois précis de grammaire, initiation à la linguistique, guide de rédaction, traité de correspondance commerciale, ouvrage correctif, guide typographique, cette troisième édition est absolument indispensable aux destinataires annoncés de l'ouvrage, mais aussi à tous les spécialistes de la langue à qui la théorie a trop souvent fait oublier les contraintes de la production orale ou écrite sur commande. Pour exploiter rationnellement ce magnifique ouvrage, il faudrait pouvoir le consulter sous forme électronique.

LOUISE BRUNETTE  
Montréal, Canada