



CLASSIQUES
GARNIER

« Comptes rendus », *Cahiers de lexicologie*, n° 119, 2021 – 2, *Lexique et corps humain*, p. 267-282

DOI : [10.48611/isbn.978-2-406-12812-0.p.0267](https://doi.org/10.48611/isbn.978-2-406-12812-0.p.0267)

La diffusion ou la divulgation de ce document et de son contenu via Internet ou tout autre moyen de communication ne sont pas autorisées hormis dans un cadre privé.

© 2021. Classiques Garnier, Paris.
Reproduction et traduction, même partielles, interdites.
Tous droits réservés pour tous les pays.

COMPTES RENDUS

FUCHS Catherine et GARNIER Sylvie, *Lexique raisonné du français académique. Tome 1. Les collocations verbo-nominales (commencement, continuation et fin de l'existence)*, Paris, Ophrys, 2020, 318 pages – ISBN 978-2-70801-555-5.

La maîtrise de l'écriture académique implique une compétence lexicale spécifique qu'il est parfois difficile d'acquérir, notamment pour les étudiants allophones. Catherine Fuchs et Sylvie Garnier inaugurent avec ce premier tome consacré aux collocations verbo-nominales une série d'ouvrages pédagogiques visant à combler un manque en matière d'aides à la rédaction universitaire spécifiquement tournées vers le lexique et plus précisément vers la combinatoire lexicale.

Ce premier volume porte sur un type particulier de collocations verbo-nominales dans lesquelles le verbe dénote l'une des trois phases d'existence (commencement, continuation, fin) d'une entité exprimée par le nom. Cette entité nominale peut relever de différentes catégories sémantiques (par ex. : processus, état, objet informationnel) et peut, d'un point de vue syntaxique, se réaliser dans la collocation en tant que sujet du verbe (par ex. : *une menace se profile, la coutume se perpétue, l'aventure touche à sa fin*) ou en tant qu'objet (par ex. : *engendrer de la rancœur, conserver une coutume, abolir un privilège*).

L'ouvrage débute par une introduction dans laquelle les auteurs exposent les motivations de leur entreprise, présentent leur cadre d'analyse et proposent différentes pistes d'exploitation pédagogique des contenus à usage des étudiants et des enseignants. Le livre se structure ensuite en trois grandes parties, dédiées chacune à l'une des classes de verbes considérées (commencement, continuation, fin). Dans chaque partie, la description des collocations N-V ('qqch commence / continue / prend fin') précède celle des collocations V-N ('commencer / continuer / finir qqch'). Adoptant une démarche onomasiologique – l'utilisateur cherche à exprimer une idée de la manière la plus précise et idiomatique possible – les auteurs commencent par distinguer différents modes d'existence propres à chaque phase. L'idée de commencement, par exemple, peut signifier plus précisément 'commencer à être présent quelque part' (exprimable par les verbes *se dégager* et *se faire jour*), 'commencer à être en cours' (*s'amorcer*, *démarrer*), etc. Ces différents modes d'existence sont résumés dans un tableau qui permet au lecteur d'embrasser la structure de la classe décrite et d'introduire les verbes qui la composent. Chacun des verbes du tableau fait ensuite l'objet d'une fiche individuelle puis d'une fiche comparative dans laquelle il est mis en regard avec le verbe qui lui est sémantiquement le plus proche (par ex. : *qqch se dégage* vs. *qqch se fait jour*).

Les fiches pratiques, qu'il s'agisse des fiches individuelles ou comparatives, sont claires et riches d'informations. Chaque fiche individuelle explicite les propriétés sémantiques et argumentales du verbe décrit, isole le sens visé en cas de polysémie, et décrit les différents types de noms avec lesquels il est susceptible d'apparaître. Chaque fiche comparative propose un tableau mettant en regard la compatibilité respective d'un couple de verbes avec différents types de nom. La description s'appuie systématiquement sur un ensemble important de phrases d'exemples attestées, extraites de l'*Encyclopædia Universalis*, et commentées par les auteurs chaque fois que nécessaire, ce qui ajoute à la qualité pédagogique de ces fiches pratiques.

Le choix des 52 verbes traités dans l'ouvrage et des quelque 400 noms avec lesquels ils apparaissent résulte d'une analyse des unités employées dans un corpus de textes académiques. Comme le soulignent les auteures dans leur introduction, la couverture du phénomène est partielle. En regard, les concordanciers et autres outils d'exploration de corpus sont susceptibles d'apporter des informations plus couvrantes sur les propriétés distributionnelles d'un mot donné. Toutefois il s'agit de données brutes qui peuvent nécessiter, pour être utilisées à bon escient, une connaissance lexicale que l'ouvrage vise justement à faire acquérir aux apprenants et aux enseignants non spécialistes du domaine. Tout est mis en place pour remplir cet objectif. Outre les fiches pratiques sur les verbes, on trouve à la fin de chaque partie consacrée à l'une des trois phases de l'existence plusieurs séries d'exercices (dont les corrigés sont disponibles en ligne sur le site de l'éditeur) bien pensés et variés. Les outils d'analyse (catégories et types de noms) convoqués par les auteures pour expliciter les restrictions de sélection des verbes décrits sont fins et clairement définis. Et si la finesse des distinctions opérées pour les noms venait à déconcerter les utilisateurs non spécialistes de sémantique lexicale, le « Glossaire des termes référant au classement des noms » en fin d'ouvrage (p. 285-295) pourrait les aider utilement à y voir clair.

La notion de collocation verbo-nominale est ainsi abordée dans cet ouvrage par le prisme du verbe. Une approche alternative, défendue notamment par la *Lexicologie Explicative et Combinatoire* et mise en œuvre dans le *Lexique actif du français* (Mel'čuk et Polguère 2007), consiste à considérer que la base de ce type de collocations n'est pas le verbe exprimant l'une des phases de l'existence d'une entité mais plutôt le nom dénotant cette entité, autrement dit que c'est le choix du nom qui détermine ensuite le choix du verbe. Cette approche n'est pas mentionnée par les auteures, mais leur ouvrage n'en demeure pas moins compatible avec elle, notamment grâce à l'index des collocations noms-verbes situé en fin de volume (p. 299-313), qui prend pour entrées les noms. On y voit que, si la description des verbes traités est complète, la descrip-

tion des noms avec lesquels ils apparaissent est, elle, logiquement partielle. L'utilisateur sait par exemple quel verbe exprime l'idée de continuation avec le nom *censure* (grâce à la fiche du verbe *se maintenir*), mais il ignore quels sont les verbes à utiliser avec ce nom pour exprimer l'idée de commencement et l'idée de fin, car ces derniers ne font pas partie des 52 verbes traités. Peut-être cela pourra-t-il faire l'objet d'une nouvelle série d'exercices lors d'une éventuelle seconde édition de cet ouvrage pédagogique.

LUCIE BARQUE
LLF, CNRS – UMR 7110
Université de Paris
lucie.barque@gmail.com

Référence

MEL'ČUK Igor et POLGUÈRE Alain (2007) : *Lexique actif du français. L'apprentissage du vocabulaire fondé sur 20 000 dérivations sémantiques et collocations du français*, Bruxelles, De Boeck & Larcier.

*

* *

MARTIN Robert, *Linguistique de l'universel. Édition augmentée d'une Annexe et d'un Index des notions*, Paris, Académie des Inscriptions et Belles-Lettres, 2021 [1^{re} éd. 2017], 175 pages – ISBN 978-2-87754-402-3.

La recherche des universaux du langage figure depuis longtemps parmi les ambitions scientifiques de Robert Martin, qui, au début des années 1990, a inauguré sa direction de l'Institut national de la langue française (INaLF) en lançant une vaste réflexion sur les « concepts fédérateurs » de l'unité dans le but de fédérer les méthodes employées à l'intérieur de l'équipe tout en visant une meilleure compréhension des principes derrière l'objectif premier du laboratoire : le fonctionnement de la langue. On peut se réjouir

que cette grande figure de la linguistique générale poursuive sa réflexion sur cette question fondamentale en partageant sa vision du langage avec d'autres linguistes, avec ses collègues académiciens et avec un public averti.

Robert Martin regroupe dans ce volume quatre communications déjà parues, trois annexes également publiées ainsi qu'une quatrième, celle-ci inédite jusqu'à aujourd'hui, le tout sur le thème des universaux du langage. Les articles déjà publiés sont des discours présentés devant l'Académie des Inscriptions et Belles-Lettres pour les deux premiers et sous la Coupole de l'Institut de France à la rentrée de l'Académie pour le troisième, intitulés respectivement « Sur les universaux du langage » (2014), « Les concepts universels » (2016) et « La langue comme support de la culture : la notion de langue universelle » (2015). On ajoute à ces discours académiques la communication intitulée « La linguistique et l'universalité : vers l'unification de la discipline », présentée au colloque « Unité en sciences du langage et collocations » et parue dans les *Cahiers de lexicologie* 102, 2013 (p. 17-25). S'agissant de discours, chaque intervention est accompagnée des commentaires stimulants de la part des académiciens, dont certains linguistes tout aussi connus que notre auteur, tels Gilbert Lazard, Charles de Lamberterie, Bernard Pottier. Nous ferons d'abord quelques remarques sur les parties déjà publiées (surtout sur la terminologie) avant de nous focaliser sur l'Annexe 4, qui représente la nouveauté de ce volume¹.

La démarche adoptée dans l'ensemble de ces communications est volontiers théorisante : l'approche inductive ou empirique, telle qu'elle est adoptée dans certains articles du présent numéro des *Cahiers de lexicologie*, qui sont proches thématiquement, comme celui de Goddard et Wierzbicka notamment, est ici mise au second plan, tout en étant reconnue par ailleurs comme complémentaire. Pourtant, ce qui est visé dans son ensemble, c'est bien « le fonctionnement linguistique dans ses principes » (p. 7).

¹ Les premiers chapitres de ce recueil ont suscité de nombreuses réactions sous forme de comptes rendus (voir p. 99).

Cette orientation déductive n'empêche pas une réflexion sur l'une des branches les plus matérielles et pratiques de la linguistique, à savoir la terminologie. Robert Martin s'y intéresse depuis longtemps à différents titres, mais il l'aborde tout naturellement de l'intérieur de cette discipline. Il explique que les terminologies sont en réalité des artefacts linguistiques construits par les spécialistes pour rendre compte de concepts spécialisés. C'est ainsi que les définitions qui fixent le sens des termes sont d'ordre purement conventionnel, car il s'agit d'un accord (tacite ou explicite) social. Ces réflexions théoriques sont nourries par l'expérience de la conception et de la réalisation de ce monument lexicographique, le *Dictionnaire du moyen-français* (voir Martin 2007), qui comporte une part très importante de termes médiévaux dont le traitement implique une vision claire de leur rôle linguistique.

En ce sens l'auteur rattache la terminologie à la linguistique, suscitant des discussions animées avec ses collègues académiciens. Ses analyses sont encore d'actualité, comme en témoigne l'échange avec Olivier Soutet (p. 44) au sujet du « mariage pour tous », où « les universaux relevant de la logique, de la grammaire et même de la sémantique, étaient postulés naturels et inconscients, tandis que ceux que seraient les concepts universels par réflexion seraient construits, conscients puisque de caractère stipulatoire ». Ce n'est donc pas le signifié du vocable *mariage* qui change au gré des modifications législatives qui est en cause mais le concept juridique de mariage². La réflexion sur la nature de la terminologie suscite ainsi de nombreuses réactions, dont celle de Jacques Jouanna (p. 73) sur les différents modes de conceptualisation. On aurait aimé entamer un dialogue avec les linguistes qui mettent en lumière les différentes conceptualisations réalisées dans les langues les plus diverses, comme l'a fait notamment Claude Boisson (1996) au sujet de la dénomination de la règle à calcul, réflexion étroitement liée aux questions de néologie, qui font l'objet d'un approfondissement particulier dans le présent volume (p. 64).

² Voir à ce sujet le récent article de Curti-Contessoto *et al.* (2021) sur le mariage civil.

La nouvelle partie, l'Annexe 4, complète l'ensemble du volume mais plus particulièrement l'article sur les universaux du langage qui introduit deux notions nouvelles, déjà présentes en filigrane, celles de validité et d'opérateur universel. Prises ensemble, ces notions permettent d'envisager un module commun à toutes les langues et d'entamer une réflexion sur la nature de l'explication linguistique. La théorie doit par nécessité être modulaire ; la démarche adoptée est à la base déductive et donc à fondement logique, comme l'auteur l'avait déjà expliqué en détail (Martin 1983).

La vérité est postulée comme une propriété inséparable du fonctionnement linguistique ; elle est mise en relation avec la validité et la bonne formation des propositions langagières, prises en charge par le locuteur. La validité est ensuite considérée, tour à tour, comme l'évaluation de la pertinence linguistique, de l'autorisation et de l'admissibilité énonciatives. Il ne s'agit pas seulement d'opérations logiques car le concept de la validité avec ses implications éthiques permet d'explorer des questions morales très concrètes.

Les opérateurs linguistiques, éléments de langage permettant une opération donnée, figurent dans de nombreuses théories linguistiques ; ici ils se placent au niveau de la fonction universelle du langage. Le passage du particulier au général est illustré par la négation, connue pour sa diversité dans les différentes langues et pourtant réductible à des relations binaires par rapport aux valeurs de vérité. On examine notamment comment le fonctionnement véridictionnel des langues est pris en charge par l'opérateur universel de négation.

Autre opérateur du langage : l'inférence, qui sert à catégoriser et à établir des relations analytiques. L'inférence est définie ici comme l'opération qui établit une relation logique entre deux propositions ou deux prédicats. Elle est donc à la base de la catégorisation et de ce fait d'une importance fondamentale pour la langue en général mais surtout dans ses dimensions terminologiques, comme Cortès (2004) l'a bien expliqué pour les adjectifs. C'est en effet l'opérateur universel d'implication qui structure le lexique, celui-ci pouvant être reformulé sous forme de définitions,

définitions qui sont regroupées à leur tour en catégories selon l'aspect de l'implication retenu.

L'auteur propose ainsi un module commun à toutes les langues qui contient les principes d'une grammaire universelle et d'une sémantique universelle. La grammaire universelle est l'ensemble des régularités de la langue indépendantes des données du monde, régularités catégorielles ou de nature combinatoire, qui permettent la construction des propositions, des phrases complexes et du texte.

La dernière partie de ce nouvel essai est une réflexion sur la place de l'explication en linguistique. Elle est envisagée sous quatre aspects : d'abord par rapport au module commun entre toutes les langues (là où l'idée de l'universalité s'exprime de la manière la plus claire), ensuite dans les modules de construction grammaticale, de prédication et de passage au discours pour aboutir aux modules de génération lexicale et de calcul du sens. Au risque de caricaturer, on peut dire que l'aboutissement de cette réflexion volontiers très abstraite est une vision très concrète du lexique, voire de la lexicographie. Dans ce dernier contexte, le linguiste-lexicographe est bien obligé d'avoir recours à l'encyclopédisme, qui « vient en renfort de la visée explicative » (p. 166), car le recours aux connaissances du monde appartient aussi aux universaux du langage.

En peu de pages, Robert Martin propose aux linguistes, quelle que soit leur orientation, de la matière à réfléchir. Les quelques réflexions et réactions consignées dans cette recension proviennent d'une lecture terminologique de ce recueil d'essais et sont de ce fait limitées dans leur portée mais indicatives, du moins nous l'espérons, de la portée – universelle ! – de ce cœur de métier du linguiste.

John HUMBLEY
CLILLAC-ARP EA 3967
Université de Paris
humbley.john@orange.fr

Références

- BOISSON Claude (1996) : « Les dénominations de la règle à calcul », *Meta*, 41:4, p. 525–566.
- CORTÈS Colette (2004) : « Terminologie et syntaxe de la classifiante », *Cahiers du CIEL*, p. 135-161.
- CURTI-CONTESSOT Beatriz, DE OLIVEIRA Isabelle et ALMEIDA BARROS Lidia (2021) : « Changes in the concept designated by the term *mariage civil* throughout the history of French law 1791-2013 », *Terminology*, 27:1, p. 140-162.
- MARTIN Robert (1984) : *Pour une logique du sens*, Paris, PUF.
- MARTIN Robert (2007) : « Le traitement lexicographique des mots scientifiques et techniques », dans O. Bertrand, H. Gerner Hiltrud et B. Stumpf (dir.), *Lexiques scientifiques et techniques. Constitution et approche historique*, Palaiseau, Éditions de l'École Polytechnique, p. 27-33.

*

* *

TONTI Michela, *Le nom de marque dans le discours au quotidien. Prisme lexicoculturel et linguistique*, coll. Laboratorio Francesisti.it, Paris, L'Harmattan, 2020, 206 pages – ISBN 978-2-243-19971-9.

Si le nom de marque (dorénavant NdM) a été un sujet quasiment ignoré par la linguistique jusqu'aux années 1980, ces dernières décennies ont vu paraître toute une série d'études (Siblot 1995 ; Berthelot-Guiet 2003 ; Fèvre-Pernet 2007 ; Druetta 2008 ; Laurent 2010 ; Gałkowski 2010 ; Altmanova 2013 ; Janner 2017 ;

Altmanova et Le Tallec 2019). Divers colloques¹ l'ont pris pour thème principal, surtout grâce à l'ouvrage pionnier de Galisson et André (1998), qui a relancé l'intérêt des linguistes pour les appellations commerciales : il a offert des possibilités d'exploitation très variées, allant de la sémiologie à la pragmatique et de la lexicologie à la lexiculture.

R. Galisson a été l'un des premiers à avoir travaillé sur les processus de sémantisation et de lexicalisation affectant les objets de consommation. À travers l'élaboration de la notion de lexiculture, il a montré à quel point la « culture courante » peut façonner le lexique et pénétrer les usages réels des locuteurs, bien avant la culture savante. Bien qu'issus d'un procédé de fabrication artificiel, les objets de consommation entrent dans la vie quotidienne des gens, modifient leur perception du monde et s'ancrent dans leurs lexiques et leurs discours : ils laissent ainsi leur dimension purement matérielle pour se transformer en symboles chargés d'implicites et d'activateurs culturels. C'est ce que montre Michela Tonti dans cet ouvrage, issu de sa thèse de doctorat et publié en 2020 chez L'Harmattan au sein de la collection *Laboratorio Francesisti.it* de la Società Universitaria per gli Studi di Lingua e Letteratura Francese (SUSLLF).

Préfacée par J. Humbley, la monographie est divisée en cinq chapitres, précédés d'une introduction (p. 14-19) et suivis d'une conclusion (p. 186-192) : « L'objet nom de marque » (chap. I, p. 20-43) ; « Pour une linguistique *in vivo* : approche méthodologique, constitution de la base empirique et modélisation à partir de *Ara-neum* » (chap. II, p. 44-53) ; « Le nom de marque : construction dynamique du sens et dépôt lexiculturel » (chap. III, p. 54-89) ; « Données quantitatives au tamis des outils linguistiques » (chap. IV, p. 90-122) ; « NdM, variations linguistiques et tropes » (chap. V,

¹ Pour ne citer que les plus récents, rappelons le congrès *Els noms en la vida quotidiana Congrès Internacional d'ICOS sobre Ciències Onomàstiques*, qui a eu lieu à Barcelone en 2014, et le colloque *Lexicalisation de l'onomastique commerciale. Créer, diffuser, intégrer*, organisé par Altmanova et Le Tallec à l'Université « L'Orientale » de Naples en 2017.

p. 123-185). L'introduction esquisse tout d'abord le motif de la recherche présentée dans l'ouvrage : réaliser une enquête sur la charge culturelle des NdM dans le discours quotidien, s'inscrivant dans le sillage des études galissoniennes dont l'auteure reprend à son compte les fondements théoriques. Ensuite, l'auteure annonce l'architecture de l'ouvrage ainsi que la méthodologie et la constitution du corpus.

Dans le premier chapitre, M. Tonti présente une sélection de définitions du concept de marque proposées par des experts du marketing, de droit, de sémiologie et fait le point sur les théories linguistiques existantes en sciences du langage à propos du NdM. Elle se tourne tout particulièrement vers les sources dictionnaires, essentielles pour comprendre l'ampleur culturelle que ce concept recoupe. De cette vue d'ensemble, elle fait ressortir plusieurs postures scientifiques interdisciplinaires : celle des « markologues », qui remet en question l'aspect psychologique favorisant l'identification de la relation entre un nom propre et un produit et celle des spécialistes en droit qui insistent sur le caractère distinctif et individualisant de la marque. Au contraire, les études linguistiques sur le NdM portent sur l'épineuse question de son statut de nom propre ou de nom commun, ses caractéristiques phonologiques, morphosyntaxiques, sémantiques et sur la distinction entre NdM et nom de produit. En poursuivant le panorama de la littérature scientifique préexistante, l'auteure constate qu'une approche *in vivo* serait beaucoup plus intéressante pour la découverte des contextes d'utilisation réels des NdM en discours, à la différence de l'approche *in vitro*, qui se veut plutôt formelle et descriptive (p. 35).

À travers son second chapitre, l'auteure illustre de façon convaincante la démarche méthodologique dégagée qui s'inscrit dans l'axe des recherches expérimentales *corpus-based*. L'étude repose sur la constitution d'un corpus de presque 2 000 NdM extraits de catalogues, sites commerciaux, sites d'information, catégorisés selon le classement de l'Institut National de la Propriété Intellectuelle (INPI). Pour accéder aux contextes d'usage, une deuxième recherche semi-automatique a été effectuée sur *Aranea*, une famille

de corpus multilingue constituée de 1,2 milliard de mots-formes, conçue à l'Université Comenius de Bratislava en 2013. L'extraction des occurrences à partir d'une liste de 1 188 NdM simples et de 799 NdM composés fournit un socle très solide pour une recherche quantitative et qualitative de grande envergure permettant ainsi d'examiner les NdM à l'épreuve des mécanismes de la variation linguistique.

Au sein du troisième chapitre, l'auteure se concentre sur l'analyse de 636 NdM formés à partir d'unités lexicales appartenant à la langue courante (par ex. *Clinique*, *Printemps*, *Napolitain*, *Rossignol*, etc.). Ce chapitre est le plus long de l'ouvrage, ce qui se justifie par l'ampleur des problèmes que soulèvent le sens et la signification des NdM retenus. Tonti montre comment leur sens se cristallise et s'intègre dans le langage quotidien sous forme de métaphores et de métonymies, tout en étudiant aussi bien les phénomènes de l'homonymie (par ex. *Ch'ti*, *BHV*) et de la polysémie (par ex. *L'Argus*, *Marianne*). L'orientation constructiviste déclarée dans le titre de ce chapitre ne peut être que confirmée étant donné que l'appropriation du sens réside dans un travail cognitif qui privilégie une approche basée sur les connaissances culturelles du locuteur. Au-delà de la créativité lexicale, c'est bien l'ancrage culturel et extralinguistique de la marque qui permet aux parlants d'une langue de découvrir la référence conceptuelle inférée par l'usage du NdM. C'est à cet aspect que Tonti consacre la deuxième partie de ce chapitre, en proposant un parcours d'investigation lexicoculturelle à l'aide des catégories de la « culture ordinaire » (Galisson et André 1998) dont tout natif dispose : « lorsque ce dernier fait appel à ces lexies, il oublie souvent le carcan du 'bon usage' afin que son message prenne son envol, grâce, notamment, à l'apport supplémentaire que le NdM assure en tant que vecteur de sèmes culturellement partagés au sein d'une communauté » (p. 14). L'auteure observe que les marques font référence à la culture toponymique (par ex. *Chamonix*, *Le Mont Saint Michel*, *Savons de Marseille*, *Le Petit Marseillais*), à la culture locale (par ex. *Picard*, *Le Viennois*, *Paysan breton*, *Force bio*), à la culture générationnelle (par ex. *Bout'chou*, *P'tits Fruits*,

Prénatal), à la culture mythologique, littéraire et artistique (par ex. *Palladium*, *Mephisto*, *Bérénice*), à la culture religieuse (par ex. *Chartreuse*) et « culture passe-temps » (par ex. *Bosch*, *Triplex*).

Pour la définition et le classement des NdM les plus courants en discours, Tonti s'appuie sur deux approches qu'elle présente dans le quatrième chapitre : il s'agit d'une part de l'approche quantitative, qui apporte des résultats statistiques très intéressants sur l'encodage, l'emploi des NdM les plus courants et leur distribution dans le corpus ; d'autre part, il est question de l'approche évaluative hunstonienne, qui convertit le concept de marketing en marqueurs linguistiques d'évaluation subjective (adjectifs, noms, adverbes, etc.) et permet de mettre en lumière les schémas de cooccurrences les plus fréquemment utilisés dans les mécanismes de création des noms de marque. Citons, à titre exemple, les schémas à plusieurs patrons syntaxiques, tels que *(du) genre*, *(du) style*, *(du) type* + NdM (par ex. *genre la Fnac*, *genre Nouvel Obs*, *style Auchan*, *style SNCF*, *type Lego*, *type Boursorama Banque*, etc.) et *être* + *Adverbe de degré* + NdM (par ex. *très Chanel*, *très Apple*, *fidèlement Lancel*, *notamment Zara*, etc.). Ces analyses permettent de mesurer l'usage et la circulation des NdM, mais aussi d'observer les marqueurs qui les accompagnent dans le discours.

Dans le dernier chapitre de l'ouvrage, l'auteure se focalise sur les dimensions variationnelle et tropique des NdM en discours. Pour ce faire, elle prend en compte uniquement les NdM qui dépassent les 50 occurrences et dont le statut référentiel n'est pas stable. Elle souligne le fait que la variation se manifeste aussi bien sur le plan graphique – par l'usage de la majuscule et / ou de l'accent (par ex. *Légo*, *Méccano*, *Club Méd*, *Kärcher*, etc.) – que sur le plan morphosyntaxique – à travers l'exploitation de tous les procédés de formation néologique (par ex. *c'est du carte noir*, *c'est du Pokémon tout craché*, *disneylandiser*, *rolexé*, *guerlinisé*, *peugeotistes*, *sephorette*, *jacuzziques*, etc.). La variation sémantique est également traitée dans ce chapitre, où l'auteure étudie les dynamiques néologisantes des appellations commerciales sur le plan sémantique (par ex. la marque *Ripolin* et ses variantes de sens)

ainsi que les NdM qui se prêtent aux tropes et aux figures de style, tels que l'antonomase, la métaphore, la métonymie, la personnification et la syllepse. Enfin, la conclusion résume l'analyse réalisée chapitre par chapitre.

Le nom de marque dans le discours au quotidien. Prisme lexical et linguistique de Tonti est un ouvrage globalement bien construit et d'une grande érudition tant en linguistique appliquée que dans les champs interdisciplinaires connexes. L'organisation des chapitres quatre et cinq paraît un peu surchargée, mais les pistes de recherche sont claires et les hypothèses bien démontrées. Soulignant avec perspicacité les impasses auxquelles se confronte depuis toujours le statut de NdM placé à mi-chemin entre nom propre et nom commun, l'auteure analyse avec précision les issues possibles et propose un cadre théorique innovant : celui de la linguistique de corpus appliquée à l'onomastique commerciale. Les nouveaux outils introduits – quantitatifs et statistiques – et l'approche de la linguistique de corpus s'avèrent très utiles et rendent justice à la variation lexicale et à la complexité néologique des appellations commerciales en discours. L'auteure n'a pas la prétention de résoudre tous les problèmes soulevés ; elle embrasse davantage la problématique du repérage et de l'analyse des NdM au tamis des outils linguistiques, en prenant en compte tant leurs formalisations que leurs réalisations discursives. Le recours à des corpus préconstruits, à des bases de données préexistantes et aux méthodes d'extraction des NdM donne une dimension novatrice et originale, mais on aurait souhaité avoir quelques détails de plus sur les critères linguistiques et extralinguistiques (critères thématique, chronologique, historique, etc.) établis pour la constitution du corpus. De même, un glossaire des NdM aurait été bien utile ; son absence ne permet pas de trouver rapidement toutes les occurrences des NdM et c'est dommage car ce sont des données linguistiques fondamentales qui parcourent tout le volume. Toutefois ces critiques n'enlèvent rien à la qualité de ce travail de recherche conséquent. Cet ouvrage montre encore une fois l'importance qu'il convient d'attribuer à l'onomastique commerciale dans le domaine des sciences du lan-

gage, plus particulièrement dans celui de la linguistique appliquée. Longtemps disciplines isolées l'une de l'autre, elles se nourrissent réciproquement depuis quelques décennies et il semble aujourd'hui impossible d'en ignorer la nécessaire complémentarité.

Silvia Domenica ZOLLO
 Université de Naples Parthenope
 Centre de recherche CERILICUA
 silvia.zollo@uniparthenope.it

Références

- ALTMANOVA Jana (2013) : *Du nom déposé au nom commun : néologie et lexicologie en discours*, Milan, EDUCatt.
- ALTMANOVA Jana et LE TALLEC-LLORET Gabrielle (2019) : *Lexicalisation de l'onomastique commerciale : créer, diffuser, intégrer*, Bern, Peter Lang, GRAMM-R.
- BERTHELOT-GUIET Karine (2003) : « “Ceci est une marque”. Stratégie métalinguistique dans le discours publicitaire », *Communication et langage*, 136, p. 58-71.
- DRUETTA Ruggero (2008) : « Les noms de marque et de produit comme marqueurs identitaires », *Études de Linguistique Appliquée (ELA)*, 150:2, p. 157-175.
- FÈVRE-PERNET Christine (2007) : *Onomastique commerciale et genre polysémiotique : les catalogues de jouets*, Thèse de doctorat, Université de Toulouse 2.
- GALISSON Robert et ANDRÉ Jean-Claude (1998) : *Dictionnaire de noms de marque courants : essai de lexiculture ordinaire*, Paris, Didier Érudition.
- GALKOWSKI Artur (2010) : « Problemi di terminologia onomastica. Contributi per un dibattito », *Rivista Italiana di Onomastica RION*, 16:2, p. 604-624.

JANNER Maria Chiara (2017) : *Sguardi linguistici sulla marca : analisi morfosintattica dei nomi commerciali in italiano*, coll. Linguistic Insights, Bern, Peter Lang.

LAURENT Bénédicte (2010) : *Nom de marque, nom de produit : sémantique du nom déposé*, Paris, L'Harmattan.

SIBLOT Pierre (1995) : « Noms et image de marque : de la construction du sens dans les noms propres », dans M. Noailly (dir.), *Nom propre et nomination, Actes du Colloque de Brest, 21-24 avril 1994*, Paris, Klincksieck, p. 147-160.