COMPOSITION ET CALQUE DANS LES SLOGANS PUBLICITAIRES ÉCRITS[1]

Abstract: *Our interest goes in this study towards French compounds, towards portemanteau words and towards English loans and their integration to the French system. New lexemes in the target language are created by calque, which is the loan translation. Advertising messages appeared in the magazine Femme actuelle from 2004 to 2015 offered us a large scale of examples of compound words and calque.*

Keywords*: compound words, portemanteau words, calque*

Résumé : *Cette étude porte sur les mots composés français, les mots-valises et les emprunts anglais ainsi que sur leur intégration au système linguistique du français. L'emprunt, moyen d'innovation du système lexical, connaît, dans la langue d'accueil, différents procédés d'adaptation dont le calque qui a recours souvent à la traduction littérale d'une unité lexicale ou d'une séquence de mots. Dans les slogans publicitaires que nous avons recueillis dans les numéros de la revue Femme actuelle, nous essayons d'analyser quelques exemples de mots composés et de calque.*

Mots-clés *: composition, mots-valises, calque*

1. Introduction

La publicité fait appel à une utilisation intensive, sans cesse renouvelée et efficace, de matières nouvelles et de procédés lexicaux inédits. Une analyse du langage publicitaire proprement dit est intéressante à faire si l'on prend en compte les procédés utilisés pour créer une langue particulière, avec ses caractéristiques qui la distinguent du langage standard. Nous avons conscience de seulement effleurer un domaine très vaste, mais notre but est de distinguer ici quelques mécanismes descriptifs du langage publicitaire. Nous voulons fournir dans cette étude une approche de la publicité en tant que pratique discursive exploratrice de la composition au sens large, sans prétendre à l'exhaustivité. Afin d'atteindre ce but, nous avons recuilli notre corpus de slogans publicitaires dans des numéros de la revue *Femme Actuelle* parus de 2004 jusqu'en 2015.

Nous nous sommes intéressée particulièrement à la composition, qui est un mode de formation incluant un éventail relativement large de phénomènes, entre lesquels les linguistes ont souvent cherché à établir des distinctions. Le point commun de ces différentes formations est sans aucun doute le figement.

2. Composition

Généralement, on appelle « composition » la construction d'une unité lexicale complexe au moyen d'un morphème grammatical non affixal et d'un morphème lexical (*sans-abri*), ou d'au moins deux morphèmes lexicaux libres ou liés, pouvant donc eux-mêmes servir de base à une dérivation (*lait-soin*).

[1] Silvia **Boncescu**, Université de Pitești, sylviedobrin@yahoo.com

BDD-A27883 © 2017 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:10:25 UTC)

Dans cette étude, nous nous proposons de classer dans la catégorie *composition* également un procédé distinct de la composition traditionnelle, le composé syntagmatique qui correspond à « deux termes identifiables pour le locuteur (qui) se conjoignent en une unité nouvelle à signifié unique et constant » (Benveniste, 1966 : 90).

Notre corpus présente un grand nombre de mots composés par l'association de deux noms réunis par le trait d'union. Par exemple, de l'alliance nom + nom résultent des noms composés concrets comme *gel-fluide*, *régulateur-limiteur*, *lait-soin*, *tout-en-un*, *photo-géinial* :

« Pour que le corps aussi profite de l'effet rénovateur des AHA, ce *gel-fluide* ultra-lissant corrige le vieillissement cutané. » <Lierac, l'effet peeling cosmétique>

« Avec climatisation régulée, carte Renault « Mains Libres », *régulateur-limiteur* de vitesse… » <voiture Renault>

« *Lait-soin* Protection avancée. » <l'Oréal>

« Le *tout-en-un* numérique de Canon , le SmartBase MP370, est aussi photogénique que *photo-génial.* » <Canon>

Tout-en-un est une synapsie (Benvensite, 1966 : 93) formée à l'aide du joncteur prépositionnel *en,* tandis que *photo-génial* est un exemple de composition par analogie*,* d'où l'effet de paronymie. La nouvelle lexie *photo-génial* attire notre l'attention du fait qu'elle est construite par analogie avec *photogénique.* Le jeu de mots duquel résulte cette composition révèle l'analogie et assigne à cette nouvelle lexie une charge sémantique forte.

L'alliance *adjectif* + *préposition* + *nom* donne naissance à un adjectif utilisé à propos de noms concrets:

« Son boîtier extrêmement malin intègre un pinceau *prêt-à-l'emploi…* » <Bourjois>

Prêt-à-l'emploi, synapsie créée sur le modèle de *prêt-à-porter* à l'aide de la préposition *à* qui exprime le but, est, dans ce cas, un adjectif.

Le néologisme *DVDVORE*, que l'on retrouve dans le slogan suivant, est formé par composition de *DVD* et de *vore*, du latin *vorare* « dévorer », sur le modèle de *carnivore* « qui se nourrit de chair animale » :

« Des prix à devenir *DVDVORE »* <Carrefour>

Cet élément latin entre dans la composition d'adjectifs agentifs nominalisables indiquant « qui dévore, mange, absorbe, consomme N », N étant un nom non-animé concret (*carnivore*) ou figuré : *DVDvore*.

Certaines unités lexicales peuvent être qualifiées d'hybrides en ce sens qu'elles associent des lexèmes français à des lexèmes empruntés. Ce procédé qui consiste à associer deux ou trois unités (noms ou autres) de deux langues différentes est très productif dans la publicité et notre corpus en présente quelques exemples. Ainsi en est-il de *web-conseillers*, où nous retrouvons à la fois le terme *web* et la lexie anglaise *web-counselors*:

« Les *web-conseillers* : une équipe de spécialistes à votre écoute… » <Planetexport>

BDD-A27883 © 2017 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:10:25 UTC)

« Technologie, élégance et simplicité: le *home cinéma* Lifestyle de Bose » <Bose>

Dans certains cas, la composition recourt aussi au même procédé, mais en modifiant la structure même du mot emprunté. C'est le cas, par exemple, de *pack visibilité*, construction où le lexème anglais *visibilité* perd sa finale (*y*) pour se présenter sous sa forme française :

« *Pack visibilité…* » <voiture Peugeot 406>

On peut observer que la catégorie des mots composés pose également des problèmes de délimitation. En effet, le mécanisme de la composition rejoint parfois celui de la conversion ; par exemple, *le tout-en-un* peut être considéré soit comme un nom composé soit comme une conversion de syntagme, donc de segments de discours, en nom.

3. Les mots-valises

Un cas particulier de composition est représenté par le mot-valise qui désigne « un mot fantaisiste obtenu par la combinaison téléscopée de deux ou plusieurs mots qui subissent des altérations de leur signifiant, entraînant ainsi un amalgame des signifiés » (Mounin, 1974 :225). Il se permet donc de mélanger deux mots qui, au lieu de se succéder, imbriquent leurs syllabes. Donc, un mot-valise est un mot nouveau composé de deux mots connus ou, plus exactement, deux lexèmes existants que l'on marie de telle façon qu'ils en forment un nouveau, insolite, amusant, qui est formé par l'amalgame de deux autres lexèmes existants. Il emprunte à la fois au sens de l'un et de l'autre.

La création de mots-valises permet un nombre illimité de combinaisons, ce qui ne peut manquer de séduire. Du fait de leur forme insolite, des néologismes comme les mots-valises renforcent la mémorisation des prestations diversifiées et renvoient à des « champs connotatifs particuliers » (Guidere, 2000 : 93). L'exemple suivant est fourni par une publicité pour la voiture Nissan :

« PERFORMIQUE :(per-for-mik)

Adj. Qui est à la fois *perfor*mante et écono*mique*

Ex. la nouvelle Nissan Micra dCi 82 ch est de nature *performique* ! » <Nissan>

Le lexème créé *performique* résulte de la fusion de deux adjectifs : *performant* et *économique*. Les phonèmes constitutifs des unités originelles se retrouvent, dans le lexème résultant, avec suppression des éléments redondants. Il y a création d'un signifiant, donc d'un signifié unique.

Challoween est un mot-valise qui réunit deux signifiants *chat* et *Halloween :*

« Challoween » <nourriture pour chats Félix>

Comparée à la force de la polysémie des mots-valises, la traduction en langue standard est bien pâle. Elle fait ressortir la puissance de l'hybridation de la langue par le mot-valise, ce que souligne d'ailleurs également Alain Finkielkraut (1979 : 76):

« En mélangeant les significations des mots qui sont dans votre valise, vous ferez advenir un sentiment compliqué, une réticence impalpable, un animal chimérique, ou un

BDD-A27883 © 2017 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:10:25 UTC)

concept fou. Là réside le vrai plaisir. […] Abâtardir, au lieu de juxtaposer des entités closes sur elles-mêmes. Traiter en atomes justiciables de toutes les combinaisons possibles, ces petites unités - les mots - qu'on nous enseigne à considérer comme des individus. Le mot- valise prend au sérieux cette hypothèse déraisonnable : les termes du dictionnaire n'ont que l'apparence de l'autonomie ; ce sont, en fait, des particules vagabondes, les morceaux errants d'autres vocables. »

Si pendant des siècles, les mots-valises sont restés fermés dans le cadre étroit de la littérature, aujourd'hui, ils ne sont plus l'apanage des seuls écrivains, ils prolifèrent dans les messages publicitaires.

4. L'emprunt et le calque

Quelquefois, le message parle de la langue dans laquelle il est rédigé et son métalangage est porteur de sens. La fonction métalinguistique est présente lorsque le message sert à s'assurer d'une bonne compréhension du code commun au récepteur et à l'émetteur. Elle consiste donc à utiliser un langage pour expliquer un autre langage. L'échange porte alors sur le code lui-même. Par exemple, dans une publicité française, le concept *spend management* de l'anglais est traduit en français, en bas du slogan, par *maîtrise des dépenses*:

«Cette entreprise ne pratique pas *le spend management. »<Ariba>**

***Maîtrise des dépenses.**

Le calque ou la traduction intégrale est un procédé de francisation. Le calque, l'introduction d'un mot nouveau dans une langue par le truchement de la traduction, se distingue de l'emprunt proprement dit, où le vocable étranger est intégré presque tel quel à la langue emprunteuse. Il s'agit souvent d'un calque morphologique technoscientifique (di Spaldro, 2007 : 6) dans les exemples *haute résolution* (<*high-resolution*) ou *haute capacité* (<*high capacity*) :

« …il copie ou il scanne en *haute résolution.* » <Canon>

« Batterie *haute capacité* » <Casio>

Dans les messages publicitaires, les compositions syntagmatiques se réalisent par « déterminations successives selon le développement linéaire de l'énoncé (de gauche à droite) et selon l'ordre déterminé déterminant » (Guilbert, 1970 : 117). Les compositions syntagmatiques constituées par un calque de l'anglais reflètent une adaptation morphosyntaxique de la structure déterminant - déterminé de l'anglais, « specifique de la typologie de l'allemand » (Guilbert, 1970 : 123). Il en résulte des lexèmes composés français à caractère déterminé – déterminant comme dans les exemples *carte mémoire* (<memory card) ou *fonction mains-libres* (<hands-free function**) :**

« …il vous suffit de glisser *la carte mémoire* de votre appareil directement dans le SmartBaseMP730 Photo- il accepte la plupart des *cartes mémoires* existantes. » <appareil photo Canon >

« Avec la fonction *mains-libres*, continuez à vous occuper de lui sans perdre le fil…de vos conversations. » <Gigaset, Siemens Mobile>

BDD-A27883 © 2017 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:10:25 UTC)

De même, *la résolution Hi-Pix* est un calque de l'anglais *Hi-Pix resolution*.

«*La résolution Hi-Pix*. L'image ultime. » <Thomson>

Une lexie anglaise constituée par deux noms (*room surveillance*, *optical image stabilizer*), dont le premier en fonction de déterminant, est traduite en français par une synapsie dont la structure est déterminée - syntagme prépositionnel (*surveillance de pièce*, *stabilisateur d'image optique*) :

« Et pour rester toujours à son écoute, la fonction *« surveillance de pièce* » vous prévient au moindre bruit… » <Gigaset, Siemens Mobile>

« *Stabilisateur d'image optique* : pour capturer l'émotion sans les vibrations. » <Panasonic>

Pour conclure, on remarque que le calque, spécifique au domaine technique, est très utilisé et extrêmement efficace pour rendre la communication publicitaire plus claire.

Conclusion

Le vocabulaire de la publicité est très ouvert à ce mode d'enrichissement qu'est la composition. L'intérêt de la publicité pour la composition n'est pas négligeable, car la juxtaposition de deux ou plusieurs lexèmes connaît actuellement une ampleur particulière, mais les modalités de composition sont plus larges et recouvrent également les mots-valises et touchent aussi au calque linguistique. Il s'agit d'un procédé de création lexicale par lequel le vocabulaire publicitaire élargit ses frontières en adoptant de nouvelles unités lexicales spécifiques à certains domaines de l'informatique, de la science, de la technique ou de l'industrie. D'ailleurs, l'influence anglaise sur la terminologie française n'est pas négligeable et cette influence prend souvent la forme du calque ou de l'emprunt sémantique qui contribue par sa simplicité à la francisation terminologique.

Le calque ou la traduction, en faisant appel aux vocables courants du lexique, a l'avantage d'être immédiatement compréhensible, et d'exprimer des concepts étrangers, plus même, une vision du monde. Cette solution semble donc la plus satisfaisante. Autrement, il ne reste qu'à intégrer les vocables étrangers en leur faisant subir des modifications graphiques et phoniques. En plus, le calque a l'avantage d'une adéquation parfaite de la signification dans la langue emprunteuse et la langue receveuse.

Références bibliographiques:

Adam, J.-M., Bonhomme M., 1997, *L'argumentation publicitaire : rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Nathan, Paris.
Baudrillard, J., 1968, *Le système des objets*, ÷÷lm=Paris, Denoë/Gonthier, Paris.
Benveniste E., 1974, *Problèmes de linguistique générale*, Galimard, Paris.
Benveniste E., 1966, « Formes nouvelles de la composition nominale », dans *Bulletin de la Société de linguistique de Paris*, Vol. 61, p. 82-95.
Boutaud, J.-J., 1998, *Sémiotique et communication. Du signe au sens*, L'Harmattan, Paris.
Di Spaldro J., Auger, P., Ladouceur J., 2007, « Le calque technoscientifique : un procédé néologique avantageux pour la terminologie française ? », *Neologica* 1, p.1-21.
Finkielkraut A., 1979, *Ralentir : mots-valises !,* Seuil, Paris.
Guidère Mathieu, 2000, *Publicité et traduction*, L'Harmattan, Paris.

BDD-A27883 © 2017 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:10:25 UTC)

Guilbert L., 1970, « La dérivation syntagmatique dans les vocabulaires scientifiques et technisques », *dans Les langues de spécialité. Analyse linguistique et recherche pédagogique : actes du stage,* Strasbourg, Association internationale d'éditeurs de linguistique appliquée, p.116-124.
Mounin G.., 1974, *Dictionnaire de la linguistique*, PUF, 1ère édition, Paris.
Pottier B., *Linguistique générale : théorie et description*, Klincksieck, Paris.
Sablayrolles J.-F., Jacquet-Pfau C., Humbley, J., 2011, « Emprunts, créations « sous influence » et équivalents »., dans *Passeurs de mots, passeurs d'espoir, lexicologie, terminologie et traduction face au défi de la diversité*, Lisbonne, Portugal, Editions des archives contemporaines, AUF, p. 325-329

Silvia BONCESCU est à présent maître assistante titulaire à l'Université de Pitesti, où elle enseigne le français et l'allemand au Département des Langues Etrangères Appliquées et elle fait des recherches en lexicologie française et allemande.

BDD-A27883 © 2017 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:10:25 UTC)