



CAROLINA IAZZETTA

Jana Altmanova, Silvia Domenica Zollo (éds.),
La néologie à l'ère de l'informatique et de la révolution numérique,
Neologica. Revue internationale de néologie, n. 13, Paris,
Classiques Garnier, 2019, 256 pp.

L'interaction croissante entre sciences du langage et informatique est devenue un enjeu de plus en plus important, en lien avec la production et la diffusion des savoirs en discours. Conjointement, l'essor de nouveaux outils numériques toujours plus sophistiqués pour l'analyse des phénomènes langagiers a favorisé l'implantation de néologismes dans la langue. Dans cette optique, un dialogue interdisciplinaire entre linguistes et experts informatiques, mettant en exergue l'importance d'un processus dynamique de veille néologique tant sur le plan lexical que discursif, s'avère nécessaire.

Dans le numéro thématique de la revue *Neologica*, publié en 2019, *La néologie à l'ère de l'informatique et de la révolution numérique*, dirigé par Jana Altmanova et Silvia Domenica Zollo, des contributions significatives ont été recueillies se proposant de répondre aux questionnements suivants : dans quelle mesure la communication numérique influence-t-elle la formation de néologismes ? Quelles sont les potentialités des approches informatiques actuellement mises en œuvre dans les phases d'extraction ou de détection néologique ?

À partir d'un grand nombre d'exemples tirés de corpus numériques portant sur des savoirs sociétaux, historiques et culturels, les auteurs réfléchissent sur les mouvements néologiques dans leurs différents aspects en tenant compte des nouveaux supports de communication portés par le progrès technologique. Ces contributions offrent une efficace confrontation des modèles d'analyse méthodologique dans le cadre de la néologie, se basant sur la convergence des disciplines informatiques qui permettent une exploitation textuelle de plus en plus performante au service de la valorisation du patrimoine linguistique.

Après un hommage de John Humbley à Bernard Quemada, figure emblématique de la linguistique française, Emmanuel Cartier ouvre la première partie du numéro avec une contribution où il présente le projet Néoveille, une plateforme qui permet de détecter les néologismes de façon semi-automatique, de les décrire du point de vue linguistique et de suivre leur évolution et distribution à partir de corpus dynamiques. L'auteur décrit l'architecture du système et illustre les résultats obtenus au terme d'une analyse linguistique hybride (détection automatique, validation des néologismes formels et description linguistique) des candidats néologismes détectés durant une période s'étendant de 2015 à aujourd'hui dans la presse française. Tout en admettant que les données linguistiques nécessitent toujours de l'interprétation humaine, l'auteur montre l'importance de la linguistique de corpus ou du TAL dans les études néologiques, notamment pour la description des propriétés linguistiques et socio-pragmatiques des sources d'information.

Suivant le même fil rouge, Jean-François Sablayrolles se concentre dans son analyse sur la diffusion dans la presse généraliste française des néologismes repérés par des extracteurs (Néoveille, Logoscope, Pompamo) en vue de leur analyse dans des bases comme Neologia ou Néoveille. L'auteur souligne les limites de l'extraction manuelle des néologismes qui, malgré ses nombreux avantages, reste défailante en raison de lacunes de corpus d'exclusion, de l'homonymie et de nouveaux emplois des mots existants. Pour toutes ces raisons, l'analyse des néologismes identifiés comme tels est une tâche chronophage qui demande du personnel spécialisé dans le domaine de la lexicologie et plus spécifiquement de la néologie afin de résoudre aussi bien que possible les cas les plus épineux qui ne manquent pas d'apparaître dans la langue.

L'étude de Maria Teresa Zanola concerne à son tour, les emprunts néologiques à l'anglais dans la communication numérique relative au domaine de la mode et fait quelques propositions visant à mieux les appréhender. Les données analysées montrent que le lexique de la mode – et surtout de la mode du début du XXI^e siècle – est davantage lié aux nécessités du marketing et de la commercialisation qu'aux produits ou aux articles réalisés. D'après Zanola, il est nécessaire pour les linguistes qui souhaitent étudier la terminologie et la néologie de ce domaine, de prendre en compte les dimensions culturelle et commerciale et la communication numérique. À ce titre, l'observation de la différente distribution de la

néologie entre production et commercialisation ouvre une perspective nouvelle pour étudier ce lexique et sa productivité néologique.

À suivre, la contribution de Jana Altmanova porte sur les problèmes liés au repérage en corpus des appellations commerciales en voie de lexicalisation et sur l'analyse de ce processus. Après avoir présenté un panorama des possibilités de détection semi-automatique des noms propres en discours, Altmanova opte pour une approche discursive et se concentre sur le repérage des appellations commerciales en analysant quelques indices de « lexicalisation » (perte de la majuscule, présence du déterminant et du pluriel, formes dérivées, contextes d'énonciation, antonomase, extension de sens), qui entourent l'onomastique commerciale. Elle applique la même analyse aussi bien aux nouvelles dénominations qu'à celles qui s'inscrivent déjà dans l'usage courant de la langue et qui figurent dans les dictionnaires.

Annette Klosa-Kückelhaus, pour sa part, s'intéresse aux néologismes allemands dans les nouveaux médias et présente le *Neologismenwörterbuc*, un dictionnaire de néologismes accessible en ligne basé sur un corpus de textes en langue allemande, réalisé à l'Institut für Deutsche Sprache (Mannheim). Dans une perspective diachronique, l'auteure examine trois groupes de néologismes : les verbes qui désignent des activités dans les médias, les noms qui se réfèrent à des personnes qui font partie de ce domaine et les noms qui expriment des activités dans les nouveaux médias. De plus, elle illustre plusieurs morphèmes et lexèmes néologiques ainsi que leurs significations, montrant que ces nouveaux modes de communication sont une source importante d'enrichissement du lexique de la langue.

Silvia Domenica Zollo propose une analyse des pratiques néologiques observées dans le forum de discussion médiatico-politique *Liberty Vox – La voix est libre !*, dont les participants ne sont ni des politiques ni des experts. Elle présente quelques caractéristiques textuelles du forum (finalité, cadrage thématique, identité et rôle des participants) et se concentre sur le statut des néologismes, sur leur dimension ludique et sur la manière dont les internautes participent à la création de nouveaux mots. Après avoir analysé les procédés de création morpholexicale et sémantique des néologismes et leur fonctionnement discursif, Zollo mesure leur circulation sur la Toile en s'appuyant sur des corpus contrôlés (Google et ses produits dérivés,

Europresse, Néoveille et Logoscope) qui permettent de combiner les analyses qualitative et quantitative.

Dans une perspective métalexicographique, l'étude de Michela Murano est consacrée aux dictionnaires collaboratifs en ligne (*Définistaire*, *Dictionnaire des verbes qui manquent*, *Dico2Rue*, *Dico des mots*) qui proposent aux internautes d'enregistrer les mots de la langue vivante, de recenser de nouveaux sens et d'inventer ou redéfinir des mots. L'auteure vise à reconnaître l'existence de communautés de pratiques lexicographiques « hébergées » sur des sites internet (souvent connectés aux réseaux sociaux), à mettre en évidence la structuration hiérarchique de la communauté des contributeurs, les dispositifs éventuels de formation à l'activité lexicographique et les types de contributions possibles. Son étude repose sur trois paramètres : les conditions discursives et les procédures de configuration lexicale et lexicographique, le statut des contributeurs et la fonction des néologismes repérés.

De son côté, Caroline Benedetto conduit une analyse à partir d'un corpus d'articles issus de la presse américaine, de certains néologismes apparus dans la terminologie du marketing entre 2006 et 2018, caractérisés par une durée de vie très courte. Optant pour une approche qualitative et diachronique, Benedetto propose un classement des termes ayant le rôle de nommer des fonctions professionnelles inédites ou de nouvelles méthodes de travail et analyse de façon plus détaillée ceux qui font référence aux pratiques et aux formes émergentes de communication. Elle porte une attention particulière aux marqueurs lexico-syntaxiques exprimant la nouveauté et l'obsolescence, utiles non seulement pour le repérage des termes de création récente, mais qui permettent également d'en préciser le sens et de mieux cibler les contextes spécifiques de leur apparition.

L'étude de Rosa Cetro qui clôt la première partie du volume, a pour but de vérifier si un nouvel emploi du verbe *partager*, calqué sur l'anglais *to share* et de plus en plus utilisé sur les réseaux sociaux, peut être traité comme un néologisme aussi bien au niveau sémantique qu'au niveau combinatoire. Elle illustre en détail les différentes constructions syntaxiques de ce verbe et étudie ses attestations dans le concordancier *Les Voisins de Le Monde*. En particulier, Cetro s'occupe d'un côté des types d'arguments pouvant apparaître en position de complément

d'objet dans la relation *partager_obj* et, de l'autre, des arguments qui suivent la préposition *sur* dans la relation *partager_sur*. L'analyse des occurrences du corpus met en lumière l'existence d'un lien sémantique entre le sens originel et le nouvel emploi de ce verbe.

Comme tout numéro de *Neologica*, l'ouvrage se clôt sur la *Rubrique* portant sur les actualités de la néologie (thèses, habilitations, colloques, journées d'études, revues et une très riche bibliographie) et une troisième partie consacrée aux comptes rendus.

Aucun doute sur la portée scientifique de ce numéro qui montre, à travers des études touchant à plusieurs domaines de la néologie, l'importance de l'interaction incontournable entre les sciences du langage, en particulier la néologie et l'informatique. Ce lien vise non seulement à la création de nouveaux logiciels informatiques, mais offre aux linguistes des outils de plus en plus précis pour l'exploration des phénomènes langagiers. Dans cette perspective, le numérique s'avère un moyen privilégié pour accéder à la production et à la diffusion des savoirs en discours et ce volume a le grand mérite d'avoir dévoilé certains mécanismes à l'œuvre dans la « néologie numérique » et d'avoir proposé des pistes de réflexion utiles pour s'orienter dans ce champ de recherche en rapide évolution.

