

# DÉFENSE DU FRANÇAIS

BULLETIN ÉDITÉ PAR LA SECTION SUISSE DE L'UNION DE LA PRESSE FRANCOPHONE

Case postale 287, 2002 Neuchâtel 2 – www.francophonie.ch

Paraît douze fois par an

N° 599

Prix de l'abonnement : 40 francs (38 euros). Compte de chèques postaux : Lausanne 10-3056-2.

Août 2016

« En soi, ce n'est pas mal de réformer la langue, laquelle évolue aussi naturellement d'ailleurs. Mais il faut que les changements soient graduels, sinon ce sera moche à l'œil. »

(Mouna Cerra Cheraka, dans un débat sur la réforme de l'orthographe)

## « Nul de chez nul »

À l'entrée « chez » du *Robert*, on trouve une explication de cette expression : « loc. fam. (et adj. répété), à valeur intensive. Il est nul de chez nul, complètement nul. »

Cette utilisation de la préposition *chez*, très à la mode chez les jeunes locuteurs, chez les moins jeunes aussi d'ailleurs, est toujours d'actualité, même si elle a tendance à s'essouffler. Elle a l'avantage de détourner des mots français plutôt que des anglicismes.

(Défense du français, N° 599, août 2016)

## « Smombie », n.

Ce mot-valise, élu mot de l'année 2015 dans le cadre du concours « Le mot des jeunes de l'année », organisé en Allemagne par les Éditions Langenscheidt, désigne une personne qui marche les yeux rivés sur son *smartphone* comme un *zombie*. La contraction de ces deux mots donne « smombie »...

Ce néologisme, qui a le mérite d'être original et utilisable dans toutes les langues, n'a pas d'équivalent français. Le bulletin *Défense du français* vous met au défi d'en trouver un.

Le phénomène prend une telle ampleur (notamment avec le jeu *Pokémon Go*) que la ville d'Augsbourg, par exemple, a pris l'initiative d'installer des feux de signalisation... au sol, pour éviter à ces utilisateurs acharnés des outils modernes de se faire écraser. Ça ne s'invente pas. Ne devrait-on pas sanctionner ces piétons indisciplinés plutôt que de faire supporter leur inconscience à la collectivité ?

(Défense du français, N° 599, août 2016)

## « Rencontre des \*bartenders »

Un lecteur assidu a été interpellé par cette expression qui lui a sauté au visage. Il existe une section marocaine de la « Bartenders Academy », association qui regroupe les *barmans* (ou *barmen*, à l'anglaise) et *barmaids* du monde entier.

De là à se servir du mot anglais *bartender* dans des textes en français, il y a un pas qu'on ne saurait franchir. Nous devons déjà composer avec les anglicismes cités ci-dessus sans pouvoir utiliser vraiment les mots *serveur*, *serveuse*, *garçon* en remplacement, car le barman, en plus de les servir, confectionne les mélanges de liquides, en français les *cocktails* !

(Défense du français, N° 599, août 2016)

## « PROTECTION CARIES PROFESSIONAL » ?

Une pub pour le dentifrice Elmex, vue à la télévision, a laissé la rédaction perplexe : dans le raccourci « Protection caries », on comprend bien que le produit protège contre les caries, mais pourquoi donc le dire en anglais ? En définitive le texte est effectivement entièrement en anglais, le mot *caries* étant l'équivalent scientifique de *cavity*, carie pour le commun des mortels. Cependant, en anglais, la syntaxe devrait être, pensons-nous, « Caries Protection Professional », voire « Professional Caries Protection ». Le marketing de la maison Gaba laisse pantois.

(Défense du français, N° 599, août 2016)

## Éponyme, adj. (aussi subst.)

On voit très souvent cet adjectif utilisé fautivement. Il signifie « qui donne son nom à qqn, qqch ». Athéna, par exemple, est la déesse éponyme d'Athènes, c'est-à-dire que la ville doit son nom à la divinité, et non l'inverse. Son emploi dans le sens contraire (« qui tire son nom de ») est hélas de plus en plus répandu.

Entendu récemment : « le groupe de rock untel, dont l'album éponyme... » Or ce n'est pas le disque qui donne son nom au groupe, mais le contraire. Les Beatles ont par exemple sorti un double album intitulé *The Beatles* en 1968, leur neuvième. Inoubliable, diront les fans, mais il n'a pas pour autant donné son nom au groupe éponyme.

(Défense du français, N° 599, août 2016)

## « Geneva Lake Festival »

C'est le nouveau nom des Fêtes de Genève, adopté en 2016 probablement pour attirer plus de touristes étrangers.

Voilà qui ne va pas plaire à l'Association Défense du français, qui devrait réagir assez violemment à ce diktat commercial. À suivre, la balle est dans son camp. Le marketing du tourisme nous laisse lui aussi pantois.

(Défense du français, N° 599, août 2016)