



HAL
open science

NÉOLOGISME ET DIALOGISME DE LA NOMINATION. FORMATION ET CIRCULATION DISCURSIVE DE “ SEXYGÉNAIRE ”

Jean Marc Sarale

► **To cite this version:**

Jean Marc Sarale. NÉOLOGISME ET DIALOGISME DE LA NOMINATION. FORMATION ET CIRCULATION DISCURSIVE DE “ SEXYGÉNAIRE ”. *L'information grammaticale*, 2017, 154, pp.28-35. 10.2143/IG.154.0.0000000 . hal-01835211

HAL Id: hal-01835211

<https://hal.science/hal-01835211>

Submitted on 11 Jul 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**NÉOLOGISME ET DIALOGISME DE LA NOMINATION.
FORMATION ET CIRCULATION DISCURSIVE DE
« SEXYGÉNAIRE ».**

L'étude des néologismes s'attache en premier lieu à l'analyse de leurs modes de formation. Mais une fois créé, sa circulation discursive influence-t-elle le processus de formation du sens ? Nous basant sur l'hypothèse que le sens vient aux mots à l'épreuve de leurs emplois successifs – du moins dans un cadre délimité par leur morphologie – nous souhaitons montrer comment le sens advient à un néologisme nominal. Il est utile pour cela de décrire linguistiquement sa circulation discursive selon des critères grammaticaux et énonciatifs : notamment son actualisation (nombre, genre, déterminants) et ses emplois thématiques ou prédicatifs, selon ses fonctions syntaxiques. Ces critères d'analyse permettent d'examiner les modes de référenciation du néologisme ; puis de formuler des hypothèses sur le processus de catégorisation lexicale – c'est-à-dire l'inscription, dans le répertoire cognitif d'un groupe de locuteurs, d'une catégorie associée au terme nouveau.

Un néologisme comme « sexygénénaire » se prête d'autant mieux à pareille entreprise qu'il désigne un fait socioculturel complexe, dont le sens ne se fixe pas de manière univoque. Il est de formation assez récente, tout en offrant déjà plusieurs années de recul ; et il met en jeu la représentation de changements sociétaux importants : le poids que prennent les « personnes âgées » dans la société. Bien qu'il circule depuis plusieurs années déjà, on n'en trouve qu'un nombre limité d'occurrences, qui permet de l'examiner de près – du moins à l'écrit, car les outils actuels ne permettent aucun relevé exhaustif dans l'oral médiatique.

On se propose d'étudier cette néologie comme procédant d'une corrélation d'événements, de nature différente, qui constituent un processus de lexicalisation, ainsi schématisé par Steuckardt (2008)¹ :

- l'événement historique qui donne matière à désignation,
- l'événement énonciatif par lequel un locuteur use d'une néologie de forme ou de sens,
- l'événement discursif, qui consiste en la reprise du néologisme par un ensemble de locuteurs,

¹ Le cadre de réflexion d'A. Steuckardt porte sur l'emprunt linguistique, mais il n'est pas abusif de l'élargir au néologisme, dont l'emprunt représente un cas particulier.

– et l'événement linguistique, par lequel un groupe de locuteurs enregistrent l'entrée du néologisme dans leur langue commune (Steuckardt, 2008)².

Dans cette approche, les activités humaines à l'arrière-plan de la création néologique prennent toute leur importance (Siblot, 1990). C'est en effet à partir d'un événement ou d'une pratique historiquement situés, que le processus de néologie met en jeu un événement énonciatif. Quelque chose se produit dans la parole, qui implique la référence à un objet ou à une classe d'objets, ainsi qu'une catégorisation lexicale : soit par choix d'une catégorie d'usage courant, soit par appariement entre un objet et une catégorie qui ne désigne pas d'habitude cet objet, soit enfin, par création d'une nouvelle catégorie. Mais cet événement de parole s'évanouit souvent à peine proféré, et il arrive que l'innovation lexicale ne soit pas enregistrée, sinon comme hapax, figure de rhétorique ou « faute » (Steuckardt, *ibid.*).

Dans un premier temps, nous rechercherons le(s) événement(s) énonciatif(s) qui importe(nt) dans la formation du néologisme « sexygénéaire », en explorant leur(s) contexte(s) discursif(s). Nous étudierons ensuite sa circulation discursive, en nous basant sur un double corpus d'articles de presse et de tweets, avant d'analyser sa production de sens en corrélation avec son actualisation nominale, ses fonctions syntaxiques et ses modalisations énonciatives.

1. L'ÉVÉNEMENT ÉNONCIATIF : LA NÉOLOGIE « SEXYGÉNAIRE »

1.1. L'événement historique

L'événement historique qui préside à la naissance du mot est d'ordre démographique et sociétal : c'est, parallèlement au « vieillissement » de la population française, la montée du pouvoir économique et culturel des « personnes âgées », durant les dernières décennies du XX^e siècle (Caradec, 2008). Cet événement contribue à faire travailler les représentations de l'« avancée en âge » dans les discours et entraîne une valse des désignations : « personnes âgées », « troisième âge », « seniors », « anciens », « aînés », « papy-boomers »... et « sexygénéaires », sous-catégorie intégrée à ce paradigme.

1.2. La formation du mot-valise

La néologie « sexygénéaire » porte à la fois sur le signifiant et le signifié. Pruvost & Sablayrolles (2003/2016) distinguent diverses matrices néologiques, notamment morphosémantiques par construction : à côté de la composition stricto-sensu (« lave-linge »), figurent les synapsies qui relient plusieurs mots par des joncteurs (« Grenelle de l'environnement »), les mots composés savants, basés sur des formants pris aux langues anciennes (« musicothérapie ») et les mots valises, amalgames à règles assez souples, dont fait partie « sexygénéaire ».

² La notion d'événement linguistique ne s'entend pas au sens que J. Guilhaumou (2002) a donné à cette notion, mais comme la reconnaissance par une institution qui prétend définir ou expliciter les usages linguistiques, tel un dictionnaire.

La synapsie mêle en effet le nom « sexagénaire » – dont elle apparaît aussi comme un détournement – et l'adjectif « sexy », emprunté à l'anglais vers 1950. La formation syncrétique antépose l'adjectif, comme dans la syntaxe de l'anglais – ce qui connote la modernité ou le parler à la mode. Elle joue aussi à détourner la formation savante de termes tels « sexologue ». Le nouveau signifiant est facile à mémoriser et à diffuser, car proche d'un lexème déjà inscrit dans la langue, à une voyelle près. Ayant l'apparence d'un terme spécialisé, sans l'empois des formations gréco-latines, il s'inscrit dans un savoir décontracté, aux lisières de la plaisanterie.

L'intégration des deux formants permet un amalgame réussi et garantit « la continuité structurale du mot-valise » (Bonhomme, 2009). Mais conjointement à cette attraction, le mot-valise « requiert une répulsion minimale entre ses constituants afin d'être reconnu comme tel lors de sa réception » (*ibid.*).

Pour « sexygénaire », cette répulsion s'exerce sur les deux dimensions, graphique et phonétique. Et elle permet « une perception claire du valisage par rapport à ses termes-sources, peu ou prou convoqués dans notre mémoire. Cette hétérogénéité résulte d'opérations rhétoriques introduisant une différenciation à l'intérieur du valisage. » (*ibid.*) Ainsi dans l'occurrence suivante, citée par Bonhomme :

Claire Chazal est celle qui représente le mieux les « **sexygénaires** ».
(*20 Minutes*, 26/01/2010)

L'hétérogénéité graphique et phonétique induit une structure prédicative réduite : le syntagme-bloc « sexygénaire » se paraphrase sous la forme « le-la sexagénaire est sexy ». Cet amalgame des signifiants engendre une tension sémantique potentielle, car « sexagénaire » comporte le trait sémantique âgé, tandis que « sexy » implique la séduction, attribut de la jeunesse. L'analyse des occurrences discursives du néologisme dira s'il fonctionne comme oxymore ou bien s'il opère au contraire un renversement axiologique. Il faut maintenant en venir à l'événement énonciatif.

1.3. L'événement énonciatif : la création du mot-valise.

Plusieurs textes attribuent la création du mot à G. Mermet (*Francoscopie*) :

C'est peut-être pour toutes ces raisons, évidemment non exhaustives, que le sociologue Gérard Mermet, a trouvé un nom à ces nouveaux sexagénaires : les **sexygénaires**.
(*Huffington Post*, site web, 28/1/2015)

Formé au marketing, G. Mermet est souvent présenté comme un sociologue – au sens d'une sociologie quantitative qui observe la société à travers statistiques et sondages, décryptant les rythmes et modes de consommation. La publication de *Francoscopie* (1985/2013) lui a permis de devenir un expert médiatique, fréquemment sollicité. Dans cet ouvrage remis à jour tous les deux ans, il esquisse des profils ou types sociaux – ce qui le conduit à une abondante production néologique, notamment sous forme de mots-valises tels : « adulescent », « égologie », « mécontemporain ». La série des *Francoscopie* (14 éditions jusqu'en 2013) offre en soi un corpus intéressant pour sa durée et la variété des phénomènes idéologiques qu'on peut y observer : nous avons consulté les éditions 1985, 1989, 1997, 1999, 2001, 2003, 2005, 2013, en nous intéressant à la représentation des « personnes âgées ».

Dans l'économie quasi immuable de l'ouvrage, cette classe d'âge occupe 8 à 12 pages selon les éditions, au sein de la section « Famille ». C'est dans l'édition de 2005 qu'apparaît le néologisme « sexygénéaires », au pluriel, en titre d'un encadré (p. 170) :

Sexygénéaires.

L'activité sexuelle se poursuit de plus en plus tard dans la vie. 41% des plus de 60 ans ont eu des relations sexuelles pendant les 12 derniers mois... [suivent d'autres données statistiques]. L'allongement de la durée de la vie, la meilleure condition physique et le regard différent porté par la société sur les personnes âgées expliquent ces changements. Cette évolution est aussi en partie liée à l'attitude des femmes, qui sont aujourd'hui plus conscientes que le maintien de la vie sexuelle est possible et constitue un gage de longévité, et qui n'hésitent pas à prendre l'initiative. [...] À toutes les époques de la vie, l'amour, la tendresse, la complicité et la sexualité sont les ingrédients d'une relation forte au sein du couple. (Mermet G., 2005 : 170)

Si le titre est nouveau, le texte reformule des statistiques et des arguments exposés dans les éditions antérieures, sous d'autres intitulés : « Longévité et sexualité » (2003), « Pas de retraite sexuelle » (2001), « la sexualité prolongée » (1999). Ainsi l'énoncé invoquant « l'attitude nouvelle des femmes » est-il textuellement repris des éditions de 2003 et 2001. Le titre « sexygénéaires » vient donc étiqueter un discours qui n'a rien de nouveau mais qui est répété depuis 1999 : il n'est pas très fréquent de voir un texte sécréter ainsi, au fil de ses reformulations, une désignation nouvelle. La « nouveauté » du discours sur ce sujet est donc antérieure de six ans à la formulation du néologisme « sexygénéaire ». En effet, avant 1999, les éditions de *Francoscopie* soulignaient les changements affectant les « personnes âgées », tout en constatant qu'ils ne s'étendaient pas à la vie sexuelle : les versions de 1993 et 1989 usaient d'ailleurs à ce propos du néologisme de composition « retraite sexuelle » – une lexie dont l'intitulé de 2001 est justement la négation.

Le tournant discursif opéré en 1999 s'appuie probablement sur la lecture d'un article de recherche, de deux ans antérieur : « L'automne de l'amour. La vie sexuelle après 50 ans »³ – article qui compare deux enquêtes sur la sexualité des français, l'une réalisée en 1970, l'autre en 1992. Ce décalage temporel entre l'enquête sociologique et la néologie ne fait que renforcer la thématisation « sexygénéaires » : cette désignation présuppose en effet l'existence d'une classe référentielle recouvrant, au moins partiellement, la catégorie des « sexagénéaires ». À partir de là commence un processus de catégorisation lexicale : « sexygénéaires » est une nomination procédant d'une interaction dialogique avec la dénomination « sexagénéaires ».

L'intitulé de 2005 constitue donc un événement énonciatif décisif, qui enclenche la circulation discursive du néologisme : les occurrences de « sexygénéaire-s » dans la presse sont de plus en plus fréquentes à partir de cette date. Seul problème : on trouve des occurrences antérieures !

1.4. Quel événement énonciatif ?

Le terme circulait-il déjà oralement ? En fait, l'occurrence la plus ancienne de « sexygénéaire » que nous ayons trouvée provient d'un essai de Michèle Fitoussi, journaliste à *Elle*. Son essai *Le Ras-le-bol des Super Women* (1987) critique le stéréotype de la « femme active », au moyen de l'emprunt « Super Woman ». La satire s'attaque à

³ Delbès Ch. et Gaymu J., 1997, *Population*, 6.

toutes les professions et à tous les âges, y compris à l'art de (ne plus) être grand-mère, d'où les noms de « SuperMamies », « mémés bolides » ou encore « Mamies Doll » :

Celles-là, plutôt **sexygénaires** que vieilles dames indignes, toutes ces Mamies Doll vrombissantes, qui enseignent à la fac, dirigent leurs entreprises, s'habillent chez Kenzo, pilotent leur Supercinq comme Laffite soi-même et réussissent mieux que personne la confiture de cassis, pourraient très bien postuler au rang de SuperMamies. (Fitoussi M., 1987/1997, *Le Ras-le-bol des Superwomen*, Calmann-Lévy).

Le mot-valise apparaît en cooccurrence avec le nom « mamies », qui joue le rôle d'euphémisme pour « femme âgée », tout en dénotant l'ascendant féminin dans une structure familiale. La néologie a un caractère rhétorique marqué, étant énoncée parmi diverses désignations satiriques, dans un texte écrit avec une verve journalistique consommée, qui mêle emprunt, détournement (« Mamies Doll », à partir du titre de film « Baby Doll ») et allusion (*La Vieille dame indigne*, autre titre de film). Cette occurrence de « sexygénaires » semble être la plus ancienne. On peut la considérer comme une simple désignation, association occasionnelle entre une séquence linguistique et un référent réel ou imaginaire, préalablement à toute habitude associative. Cette désignation a quasiment le caractère d'un hapax et semble avoir peu été reprise.

D. Mermet a-t-il eu connaissance du terme forgé par M. Fitoussi ? Ce n'est pas impossible, les deux énonciateurs ayant occupé des positions assez proches dans le champ économique et symbolique de la communication médiatique. Que penser de cette double origine ? Quel est l'événement énonciatif pertinent ?

L'occurrence appositive de M. Fitoussi est une prédication seconde, affectée à une sous-classe de la catégorie éponyme des « Super Women ». Or celle-ci s'inscrit dans le paradigme du genre, non dans celui des générations. Dans un pareil contexte, la désignation « sexygénaires », en quelque sorte secondaire, n'est guère destinée à s'inscrire en mémoire. Au contraire, l'occurrence de *Francoscopie*, actualisée au pluriel sans article, remplit un rôle thématique, fût-ce comme titre d'un simple encadré. Elle instaure une sous-catégorie de « personnes âgées », dans un discours qui, par ailleurs, prend volontiers une dimension métalinguistique, en confrontant les dénominations pour les évaluer :

Cette évolution [*de la perception du vieillissement*] s'est traduite par des changements dans le vocabulaire utilisé. Le substantif « vieux » est devenu socialement, politiquement et commercialement incorrect. Le terme « ancien » présente l'inconvénient d'être opposé dans l'inconscient collectif à « moderne ». L'expression « troisième âge » est tout aussi confuse. C'est pourquoi le terme « senior » s'est popularisé, mais il est davantage utilisé par les médias et les publicitaires que par les Français, qui préfèrent parler de « personne âgée », de « troisième âge », de « retraité », voire de « mamy » ou « papy ». Le mot « aîné » pourrait constituer une alternative, à la fois respectueuse des individus, non liée au statut professionnel et non connotée sur le plan économique et commercial. (*Francoscopie*, 2005 : 162-163).

Ce texte reformule des considérations récurrentes dans d'autres éditions, sous des titres divers : « les mots de l'âge et l'âge des mots » (2003), « les mots pour le dire » (1999), « appellations non contrôlées » (1997). Cela prouve l'intérêt de D. Mermet pour les noms et son souci d'en proposer de nouveaux, qui laissent une trace.

L'origine discursive de la néologie « sexygénair(e) » est double : d'une part, une satire d'orientation féministe (M. Fitoussi) ; d'autre part, un tableau de la France contemporaine,

à travers ses données statistiques (G. Mermet). C'est la seconde qui marque la mise en circulation du terme dans les discours.

Si toute énonciation est en droit un événement énonciatif, elle n'engendre pas toujours une circulation discursive notable. La première occurrence d'une néologie n'est pas forcément un événement énonciatif pertinent. Il y faut des conditions supplémentaires, en termes de contexte d'énonciation – ce qu'offre l'ouvrage de Mermet. Par rapport à celle d'occurrence énonciative, la notion d'événement énonciatif tire son intérêt d'être corrélée à un événement discursif, à savoir la circulation en discours.

2. L'ÉVÉNEMENT DISCURSIF : LA CIRCULATION DISCURSIVE DU NÉOLOGISME.

2.1. Dénomination, acte de nomination

On peut considérer l'emploi d'un nom sous l'angle de la dénomination : une désignation opérant de façon statique, qui « étiquette » un référent à l'aide d'un nom choisi dans la langue, qui est alors « entendue comme une nomenclature d'étiquettes » (Siblot, 2001). La notion de nomination, quant à elle, envisage un processus, « l'acte d'un sujet qui tout à la fois nomme et catégorise dans l'actualisation discursive » (*ibid.*), en choisissant entre les moyens que lui offrent sa mémoire et ses compétences lexicales. Face à l'épreuve du nouveau, de l'innommé – ou de ce qu'il perçoit comme tel –, un énonciateur peut user d'un nom à sémantisme vague (« machin »), ou de diverses matrices néologiques, comme :

- l'emprunt à une langue étrangère (« silver économie⁴ », « papy-boomers »),
- l'extension ou le déplacement sémantique (« seniors », tiré du vocabulaire sportif, « aînés », avec transfert du rang dans une fratrie à une classe d'âge),
- le transfert de catégorie ou dérivation impropre (« les anciens »),
- la création d'un signifiant, par dérivation, par composition (« troisième âge ») ou par condensation de deux signifiants (« sexygénénaire »).

Une nomination comme « sexygénénaire » ne désigne pas seulement un objet de discours (une personne de 60 ans et plus poursuivant sa vie sexuelle) ; elle révèle la position du locuteur à l'égard de cette personne (admiration, moquerie...), ainsi que sa position « à l'égard des autres locuteurs, lesquels nomment autrement ou pareillement l'objet » (Siblot, 2001), et à l'égard des discours qui surplombent sa propre parole (d'où la potentielle dimension épilinguistique de la nomination).

2.2. Le dialogisme de la nomination

De là résulte le dialogisme de la nomination : nommer quelqu'un « sexygénénaire », c'est entrer en interaction avec d'autres actes de nomination, antérieurs ou possibles. C'est ne pas vouloir dire « sexagénaire » ou bien dire plus que cela ; c'est interagir avec des énoncés comme [les sexagénéaires sont peu attirant(e)s] ou [les sexagénéaires sont sexy], pour s'opposer au premier ou condenser le second. C'est parfois s'aligner sur d'autres énonciateurs du mot. C'est aussi, par le libre amalgame des deux signifiants, faire un pied

⁴ Terme de marketing qui s'intéresse aux tempes argentées... si elles ne sont pas désargentées !

de nez carnavalesque aux compositions savantes des mots spécialisés et à la norme du bien parler. Comme la plupart des mots-valises, la nomination « sexygénénaire » est matière à dialogisme, elle s'énonce sur fond d'échos orientés vers d'autres formulations possibles. Cette dynamique s'appuie sur des marques linguistiques récurrentes comme :

– le discours rapporté :

Les deux hommes aujourd'hui sexagénaires (« **sexygénénaires** », précisent-ils) se connaissent depuis qu'ils sont adolescents, alors jeunes coureurs cyclistes amateurs, ils se sont croisés sur les routes de Picardie et du Nord-Pas de Calais (17/11/2014, *France 3 – Régions* site web)

– la négation :

@bacrotel 15 oct. 2012 @VoxForte désolée, je suis **sexygénénaire** et non sexagénénaire.... lol (Twitter, consulté le 15/1/2017)

– la modalisation autonymique :

Éliane Cariou, pétulante « **sexygénénaire** », comme elle aime à l'écrire, ne veut renoncer à rien, parce que « les seniors ne sont plus ce qu'ils étaient ». Elle a déclaré la guerre à la « pépérisation et la mémérisation des seniors ». *Sud Ouest*, 15/10/2012.

2.3. Corpus de travail et questionnement

Pour étudier la circulation discursive de « sexygénénaire-s », on a d'abord consulté la base de données Europresse. On y relève 120 occurrences du terme, de 1998 à fin 2016, avec un pic en 2013, suivi d'un relatif maintien depuis lors (75 occurrences de 2013 à fin 2016, soit 62,5% du total). Notons que cette base d'articles de presse inclut peu de magazines féminins et de magazines sectoriels, susceptibles de fournir de multiples occurrences, sous l'influence de la sphère du marketing.

Le service de microblogage Twitter⁵ permet de relever 297 occurrences de 2009 à fin 2016, avec un pic en 2013 également, suivi d'une décrue modérée (241 occ. de 2013 à fin 2016, soit 81% du total). En revanche, « sexygénénaire » est inconnu de la base Frantext et une recherche rapide par l'intermédiaire de Google Books ne donne qu'une trentaine d'occurrences fiables.

Cela confirme qu'il s'agit d'un néologisme récent : forgé en 1987, thématisé en 2005, il demeure rare jusqu'en 2010, avant de se répandre à partir de 2013. Son émergence paraît liée à une mode verbale et on ignore s'il se lexicalisera ou s'il tombera en désuétude, quand se sera modifiée la conjoncture sociale qui l'a vu naître.

Le corpus retenu se compose donc des articles relevés dans Europresse (environ 110 pour 120 occurrences du mot), ainsi que des énoncés relevés sur Twitter – les deux sous-corpus étant synchrones de 2009 à 2016, c'est-à-dire pour l'écrasante majorité de leurs occurrences.

2.4. Occurrences médiatiques et empreinte discursive

Dans la circulation discursive de « sexygénénaire », certaines occurrences ont une résonance médiatique plus élevée que d'autres : leur degré de reprise dans Twitter permet

⁵ Twitter existe depuis 2006, mais son usage s'est répandu en France vers 2010.

de les repérer. Nous pouvons proposer une échelle approximative de l’empreinte d’une occurrence médiatique sur Twitter, en distinguant :

- les reprises en écho qui nomment ou citent leur source – empreinte discursive la plus forte,
- l’insertion dans le tweet d’une photo illustrant le néologisme « sexygénénaire »,
- l’insertion d’un lien Internet, procédé peu transparent, même si un terme relatif au vieillissement figure dans l’URL – c’est l’empreinte discursive la moins marquée.

La résonance discursive maximale est à mettre au compte d’une couverture du *Nouvel Observateur* (6/11/2013), intitulée « Les sexygénénaires » en lettres roses sous un portrait en clair-obscur de l’actrice Fanny Ardant. Le sous-titre ajoute : « Amour, travail, loisirs... à soixante ans tout est possible », ainsi que, sur le site web : « La vie recommence à 60 ans ». 17 tweets citent explicitement cette couverture et 6 autres y font écho, tout en répondant à une autre source discursive qui ne présente aucune occurrence de « sexygénénaire ».

Citons aussi, dans l’ordre chronologique, des tweets qui font écho à :

- une page de *Canal Académie* : « clic, mentor, vieillisme ou sexygénénaire : les mots de l’année 2010 » (20/2/2011) ;
- un dossier du magazine féminin *Grazia*, consacré aux « sexygénénaires » et aux nouveautés anti-âge (oct. 2011) ;
- un reportage sur les seniors au journal de 20h de *France 2*, dans lequel une femme déclare : « À 62 ans, j’ai décidé de ne plus être sexagénaire mais sexygénénaire ». (26/9/2012) ;
- une émission de radio sur *RFI* : « Sexygénénaires. La vie recommence-t-elle à 60 ans ? » (17/4/2014) ;
- une critique de film dans *Les Inrockuptibles* (27/8/2014) : « "Party Girl" : portrait d’une "sexygénénaire" entre ombre et lumière » ;
- un article du *Courrier International* : « Sarkozy est-il un "sexygénénaire" ? » (28/1/2015) ;
- une page Internet des assurances AXA : « Bien vieillir un projet de société. Les seniors ne se sentent plus vieux : vive les sexygénénaires » (mai 2015) ;
- l’annonce sur le réseau professionnel Linked-in d’une « Luxury Silver Conference » où il sera question de « cosmétique sexygénénaire » ;
- divers liens vers des informations « people » : stars sexagénaires, presque toujours féminines, posant pour des marques de prêt à porter, parfums, cosmétiques...

Comme on le voit, Twitter sert de caisse de résonance à des discours très variés : médias traditionnels (presse, radio, télévision), culture (cinéma), marketing, actualité « people ». Mais ceux-ci convergent dans une rhétorique promotionnelle, où « sexygénénaire » joue le rôle d’un « mot à la mode » (Siouffi *et al.*, 2014).

3. LA PRODUCTION DE SENS DU NÉOLOGISME : ACTUALISATIONS NOMINALES, FONCTIONS SYNTAXIQUES, MODALISATIONS ÉNONCIATIVES.

L'étude du corpus vise à étudier la production de sens de « sexygénéaire » à partir de données grammaticales et énonciatives :

- comment le terme est-il actualisé (nombre et déterminants) ?
- à quel genre est-il actualisé ?
- quelles sont ses fonctions syntaxiques dominantes ?
- quand est-il employé en modalisation autonymique ou en autonymie ?
- s'inscrit-il, au-delà de sa référence au « réel », dans un discours épilinguistique ou métalinguistique ?

Le pari consiste à déduire de ces données les valeurs sémantiques de « sexygénéaire », indépendamment d'une étude de ses collocations en discours.

3.1. Actualisation : nombre et déterminants du nom

Le nom « sexygénéaire » est-il employé au singulier ou au pluriel ? avec quels déterminants ? Et réfère-t-il à un individu ou à un groupe ?

Dans le sous-corpus Europresse, le pluriel l'emporte sur le singulier (58% vs 42%). La désignation d'un groupe l'emporte légèrement sur celle d'individus érigés en exemple, voire en prototype. D'ailleurs l'actualisation définie générique (« les sexygénéaires ») domine nettement les autres emplois. Une classe référentielle est donc désignée, et souvent thématisée, en tant que telle.

Mais sur Twitter, le pluriel le cède au singulier (42% vs 58%) : la désignation d'individus réels l'emporte sur la construction d'une classe. Beaucoup de micro-blogueurs étiquettent un individu de leur connaissance, se servant de la catégorie « sexygénéaire » comme d'un préconstruit. Cette catégorie lexicale semble donc s'installer progressivement dans le répertoire cognitif des énonciateurs, étape d'une intégration progressive à la langue.

Le singulier en reprise anaphorique d'un nom propre est présent dans Europresse, mais absent de Twitter. Dans ce type d'anaphore, c'est la notoriété de l'individu désigné par son nom propre qui fait de lui un prototype de la catégorie. Celle-ci se construit donc par analogie avec un modèle (par ex. le chanteur J. Iglesias) :

Qu'est-ce qui fait la fortune de Julio ? Sans doute son personnage de latin lover, de mâle amoureux et vulnérable qui vaut encore au « **sexygénéaire** » le cœur de la ménagère qui sommeille en chacun. *Sud Ouest*, 22/5/2005.

A ce stade émergent de la catégorisation, les guillemets de modalisation autonymique sont fréquents.

Inversement, les actualisations indéfinies sont absentes d'Europresse, mais présentes sur Twitter (17%). Les énonciateurs en usent pour désigner un nouveau référent humain, ou se caractériser eux-mêmes :

@SofiNoelle 3 déc. 2014 ah ben dis donc dans deux ans je serai une **sexygénéaire** ! boudiou !
#jepercute

@JcCraymond 31 déc. 2012 @adroitetoutes01 J'ai passé l'âge de ces momeries ma grande, tu parles a un **sexygénénaire**.

Dans ce processus de nomination, les auteurs de tweets se représentent la classe des sexygénénaires comme suffisamment stabilisée pour s'y intégrer en tant que spécimen – et se caractériser à l'aide du néologisme. Mais les auteurs d'articles de presse, bien qu'ils usent du nom « sexygénénaire » à titre anaphorique, ne l'actualisent jamais avec l'indéfini par prélèvement à partir d'une classe constituée. Manifestement, ils ne considèrent pas que le néologisme corresponde à une catégorie construite, n'y voyant peut-être qu'une figure rhétorique. Le processus de catégorisation lexicale du néologisme semble donc plus affirmé parmi les usagers de Twitter que parmi les journalistes.

3.2. Genre grammatical et genre social

Le critère du genre grammatical indique si le néologisme exprime des différences de genre social : « sexygénénaire » est-il de préférence féminin, masculin ou de genre indécidable ? La question est facile à trancher au singulier, grâce à l'accord du nom avec son déterminant, ses épithètes et attributs. Elle ne l'est pas toujours au pluriel.

Dans Europresse, le féminin l'emporte sur le masculin (44% vs 17%). A cela s'ajoutent des occurrences indéterminées (27%), des emplois autonomes (5%) et quelques métaphores référant à des inanimés (7%)⁶. Au singulier, la tendance s'accroît (52% de féminins vs 30% de masculins).

Sur Twitter, le féminin (35%) l'emporte aussi sur le masculin (20%) ; mais les pluriels unisexes prédominent (40%), les emplois autonomes restant comparables (5%). Dans les deux corpus, « sexygénénaire » réfère environ 2 fois plus souvent à des individus féminins que masculins (2,65 fois dans Europresse, 1,75 fois sur Twitter).

Cette féminisation du terme peut recevoir deux explications cumulables :

- le néologisme est plus volontiers adopté par les énonciatrices de tweets (ce que corrobore le décodage des pseudos) ;
- il comblerait un manque linguistique : des expressions existent pour désigner les hommes âgés sexuellement actifs ou séduisants (« un vieux beau », « un vert galant »...), mais non pour les femmes, sinon avec péjoration. Le néologisme « sexygénénaire » aiderait à représenter au féminin l'attrance, la séduction des plus de soixante ans. Certaines occurrences permettent de le penser :

(interview de l'historien Georges Vigarello)

En 2015, la vieille fille est-elle devenue « **sexygénénaire** » ?, *Madame Figaro*, 22/6/2015.

Il faut toutefois mentionner la concurrence de la métaphore « cougar ». Malgré d'évidentes différences sémantiques (car elle pointe l'ânesse de la femme dans un couple, sans référence à l'âge), cette métaphore peut investir ce champ lexical en s'opposant à « vieux beau ». Le principal avantage de « sexygénénaire » sur « cougar » serait alors son caractère mélioratif :

⁶ La marque automobile Ferrari et le festival de Cannes sont dits « sexygénénaires », à l'occasion de leur 60^e anniversaire.

@sOnia_BD 29 oct. 2013 Et si on remplaçait le mot #cougar par le mot **sexygénénaire** ?!
@AlainHeril #LesExpertsE1 cc @HelenaMorna @ClubEurope1

S'il reste à savoir comment cette orientation axiologique advient au néologisme, on retient à ce stade que « sexygénénaire » tend à se féminiser au singulier.

3.3. Fonctions syntaxiques. Tendance à la caractérisation.

L'examen des fonctions occupées par « sexygénénaire » est surtout pertinent pour la distinction des rôles thématiques (sujet, sauf cas de postposition, groupe en phrase averbale) et prédicatifs (attribut, apposition, groupe en phrase averbale). Nous nous limitons à ces groupes de fonctions, sans fournir un relevé exhaustif de tous les rôles syntaxiques remplis par le néologisme. Poser celui-ci en thème d'énoncé, c'est présupposer l'existence d'une classe, dont l'âge est le premier critère (sexagénaire). Prédiquer « sexygénénaire », c'est l'utiliser pour caractériser un thème : il peut en résulter une saillance du signifié « sexy », avec un effet mélioratif.

Il est important de distinguer les emplois au singulier des pluriels, dont les différences sémantiques sont notables. Au singulier, le rôle thématique est minoritaire dans les deux corpus : 28% des occurrences de presse, en fonction de sujet (22%) ou de thème d'une phrase averbale (6%). Sur Twitter, le ratio tombe à 13% (seulement 3% de sujets). Le mot « sexygénénaire » thématise sept fois moins souvent le « nouveau » phénomène social que dans la presse.

En corollaire, les fonctions prédicatives dominent dans les deux corpus. Elles représentent la majorité des occurrences dans Europresse (33% d'appositions, 17% d'attributs), ainsi que sur Twitter (35% d'attributs, 20% d'appositions). La proportion deux fois plus élevée d'attributs dans les tweets est liée à la fréquence des prédictions identifiantes du type : « je suis sexygénénaire », dans lesquelles le néologisme est utilisé pour caractériser l'énonciateur.

Une surprise provient de l'usage comme apostrophe (11 occurrences, 7,5%), inhabituel dans le paradigme du vieillissement : ni « senior », ni « aîné », par exemple, ne servent à interpeller un destinataire :

@LegardMichelle 1/3/2016 @BremontMarc à force d'être tout le monde on n'est plus personne. Reste tel que Tu es bôôô **sexygénénaire**

Au pluriel, le renversement est frappant. Les fonctions prédicatives de « sexygénénaire » sont limitées : 17,5% sur Europresse, 11,7% sur Twitter (attributs et appositions confondus). C'est deux fois moins que les fonctions thématiques pour Europresse (30% de sujets et SN thématiques) ; et 4 fois moins pour Twitter (47%), où les reprises en écho de thèmes médiatiques sont légion (38% de SN thématiques en phrase averbale).

Pour résumer, les auteurs de tweets peuvent utiliser « sexygénénaire » au singulier, comme un terme d'adresse de valeur flatteuse, ou bien pour eux-mêmes, en auto-désignation, dans des énoncés attributifs. Ce que les journalistes ne font pas. Chemin faisant, le néologisme prend des valeurs qualificatives qui conduisent à son axiologie méliorative.

3.4. Modalisations autonomiques et emplois autonomes

Dans quelles proportions « sexygénénaire » est-il employé en usage, en autonomie, ou en modalisation autonomique ? Cette question permet de pointer deux critères d'analyse : la mise à distance énonciative dans les modalisations autonomiques et le caractère épilinguistique des emplois autonomes.

Dans *Europresse*, la modalisation autonomique par guillemets l'emporte largement sur les emplois en simple usage (64% vs 32%). Mais dans les tweets, les seconds dominent massivement (76% vs 16%). Incontestablement, les utilisateurs de Twitter s'approprient davantage le néologisme que les journalistes du web ou de la presse papier. Cette différence n'est pas seulement liée au règne de la norme linguistique, facteur d'autocensure dans la presse. Il s'y ajoute une adhésion au mot nouveau dans des tweets qui portent sur lui un jugement favorable :

@Luyacreations 14 juil. 2011 @JocelyneRobert J'aime beaucoup l'expression "sexygénénaire". Il est bon pour le moral ;) bonne journée

@sharkyz back 5 janv. 2014 **Sexygénénaire**. Ce terme me rassure. Voilà. :) Enfin une belle façon d'envisager l'avenir. Pour ma prochaine... <http://fb.me/Pa1s7cVz>

Le néologisme semble bien accepté, à quelques exceptions près :

@gabirobfrance 7 nov. 2013 Les **Sexygénénaires**. Un néologisme particulièrement révélateur d'une société jeuniste et inconséquente. @LeNouvelObs

Quant aux occurrences de discours épilinguistique, quoique peu nombreuses (23 dans Twitter, soit 8% du corpus ; 14 dans *Europresse*, 11,7%), leurs pourcentages sont relativement élevés, car les mots sont souvent employés sans retour réflexif sur leur usage. « Sexygénénaire » est un sujet de discussion pour ses énonciateurs, signe de son attrait. Ces occurrences portent deux fois plus sur le singulier (25) que sur le pluriel (12), pour des raisons d'expression de la subjectivité : on commente plus souvent un mot s'il caractérise un individu singulier, que s'il désigne une multiplicité.

Ces occurrences épilinguistiques se présentent comme :

- apposition à un nom métalinguistique (« l'expression de sexygénénaire ») ;
- apposé, glosé par un nom métadiscursif (« Les sexygénénaires. Un titre qui... ») ;
- source d'un pronom démonstratif endophorique (« C'est bon, ça : "sexygénénaire" »).

Elles informent sur la réception du mot par les locuteurs : leur conscience du néologisme (son auteur, son origine), leur point de vue sur son adéquation à ce qu'il désigne :

« Ce n'est plus scandaleux aujourd'hui de se remettre en couple passé un certain âge et d'avouer que l'on continue à faire l'amour », décrypte le sociologue Gérard Mermet (*Franco-scopie 2013*, Larousse), auteur du néologisme « **sexygénénaire** ». (*Nouvel Observateur*, 11/11/2013).

Pierre Arditi, 68 ans : « J'arrive dans mon année érotique » : « Bien sûr, dans « **sexygénénaires** », il y a le mot sexe ! Et ça tombe bien ! Moi j'arrive dans mon année érotique... 69 ans ! Cela ne m'empêche pas d'être regardé comme un homme qui ne vieillit pas ! (*Les Echos*, 6/11/2013)

Ces énoncés expriment les jugements à l'égard du mot nouveau, ainsi que les émotions attachées à ses connotations. Sur ce dernier point, les tweets manifestent davantage de subjectivité, généralement orientée vers des affects agréables :

@AnneEecke 24 nov. 2013 C'est bien l'évolution de la langue: il y a 30 ans, j'eusse été agecanonix, là je suis quinquado et un jour serai **sexygénénaire**

Le néologisme est propitiatoire. Ses énonciateurs cherchent à amadouer la réalité et il déclenche l'optimisme autant qu'il l'exprime. Cela se vérifie d'ailleurs lorsque le mot ne sert plus seulement à exprimer une émotion subjective, mais à accomplir un acte relationnel et intersubjectif ; en effet, quand le néologisme permet l'accomplissement d'un tel acte de langage, il s'agit toujours d'un compliment :

(*promotion pour un livre intitulé : Les mûres ne comptent pas pour des prunes*)
@7ALimoges 11 avr. 2015. Lire à Limoges. Françoise Laborde: **sexygénénaire** ! Voilà, voilà et c'est un compliment http://www.7alimoges.tv/Lire-a-Limoges-Francoise-Laborde_v2867.html ...

CONCLUSION.

Le néologisme « sexygénénaire », né dans une typologie sociale des modes de vie, a été diffusé par les discours du marketing et intégré dans la représentation d'un changement générationnel, dont les protagonistes ne seraient autres que les baby-boomers, rebaptisés « papy boomers », une fois l'âge venu. Changement euphorique, célébré dans une rhétorique de modernité et de jeunesse, visant la vente d'alicaments, de produits touristiques et de bien-être, de cosmétiques et d'assurances-vie. Le déclencheur sociologique de ces discours (la poursuite de la vie sexuelle à un âge avancé) reste fréquemment mentionné, mais n'est plus au cœur de cette représentation.

Quand on passe des professionnels des médias aux abonnés de Twitter (énonciateurs plus divers, mais loin de représenter toute la population), le dialogisme de la nomination « sexygénénaire » interagit avec d'autres dénominations (« sexagénaires », « seniors », « cougars », « femmes mûres ») et dans plusieurs directions : par adhésion à des discours hédonistes ou en déni des discours spécialisés sur le vieillissement, qu'ils soient médicaux, paramédicaux, gériatriques et même sexologiques. D'ailleurs, les textes qui prétendent aborder sérieusement la question de la sexualité des personnes âgées évitent presque toujours ce néologisme. Les auteurs de tweets usent du mot « sexygénénaire » pour ses vertus propitiatoires et parfois à titre de compliment, le plus souvent en le féminisant, dans son énonciation comme dans sa référence.

Malgré un plafonnement après le pic statistique de 2013, l'implantation du néologisme progresse, comme le montrent l'avancée du processus de catégorisation lexicale, pointée dans l'analyse de l'actualisation du nom en discours, ainsi que le développement d'une valeur axiologique, corrélé aux fonctions prédicatives de caractérisation et de qualification. Une différenciation entre les usages au pluriel et au singulier tend à produire deux nuances sémantiques : au pluriel, une classe sociale et générationnelle ; au singulier, une femme de plus de 55 ans, bien dans sa peau, séduisante et sexuellement active. Si l'on reconnaît, au pluriel, une forme d'euphémisation, dans la ligne des désignations antérieures (personnes âgées, seniors, etc.), il s'agit au singulier d'un peu plus que cela : la création d'une représentation méliorative de la « femme mûre », à rebours des

stéréotypes antérieurs, marqués de péjoration. Une entreprise de « cosmétiques sexygénaïres » arbore d'ailleurs ce slogan de marque : « être naturellement belle », reposant sur un mot-valise adverbial.

En échappant à la sphère du marketing pour se subjectiver et se féminiser, le mot épïcène estompe le fort marquage de genre propre à « femme mûre » et « cougar ». Il permet une affirmation plus large d'un soi féminin et de son avancée en âge, en franchissant tacitement l'étape de la ménopause, qui « n'est pas/plus la fin de la vie amoureuse ». Le mot « sexygénaire » offre le bénéfice d'une translation temporelle dans la soixantaine, qui substitue à la modalité négative, écho dialogique d'une possible énonciation dysphorique (« la fin de la vie amoureuse »), l'affirmation de la continuité d'une histoire personnelle.

C'est peut-être pour cela que « sexygénaire » fait partie des mots à la mode. Son processus de lexicalisation n'est pourtant pas achevé : l'événement linguistique de son entrée dans un dictionnaire ne s'est encore accompli ni en édition imprimée, ni en ligne. Sa concurrence avec les désignations indiquées ci-dessus et sa (trop) grande proximité avec « sexagénaire » sont à cet égard des handicaps. Mais le néologisme a déjà été classé parmi les mots de l'année et il a reçu d'importants baptêmes médiatiques, dans la presse et à la télévision. Les praxis et les représentations qui ont contribué à sa production ne s'atténueront pas ; c'est l'avenir qui dira s'il demeure ou si, une mode chassant l'autre, il s'efface au profit d'autres désignations.

BIBLIOGRAPHIE :

- BONHOMME Marc (2009), « Mot-valise et remodelage des frontières lexicales », *Cahiers de Praxématique* 53, Montpellier, PULM, 99-120.
- CARADEC V. (2008), *Sociologie de la vieillesse et du vieillissement*, Paris, Armand Colin, coll. « 128 ».
- DELBÈS C. et GAYMU J. (1997), « L'automne de l'amour. La vie sexuelle après 50 ans », *Population*, 52, n° 6, Paris, éd. de l'I.N.E.D., 1439-1483.
- FITOUSSI M. (1987/1997), *Le Ras-le-bol des Super Women*, Paris, Calmann-Lévy.
- FOUCAULT M. (1969), *L'Archéologie du savoir*, Paris, Gallimard.
- GUILHAUMOU J. (2002), articles « Événement discursif », « Événement linguistique », P. Charaudeau & D. Maingueneau (dir.), *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil.
- MEILLET Antoine, 1906/1975, « L'état actuel des études de linguistique générale », *Linguistique historique et linguistique générale*, Paris, Champion.
- MERMET G. (2005), *Francoscopie. Pour comprendre les français*, Paris, Larousse.
- MERMET G. (1985/2013), *Francoscopie. Pour comprendre les français*, Paris, Larousse.
- PRUVOST J. et SABLAYROLLES J.-F. (2003/2016), *Les néologismes*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? », n° 3674.
- SIBLOT P. (1990), « Une sémantique qui n'a pas peur du réel », *Cahiers de Praxématique* 15, Montpellier, PULM, 57-76.

SIBLOT P. (2001), articles « Dénomination », « Nomination », « Dialogisme de la nomination », C. Détrie, P. Siblot, B. Verine (dir.), *Termes et concepts pour l'analyse du discours*, Paris, Champion.

SIOUFFI G., STEUCKARDT A. & WIONET C. (2014), « Le mot à la mode : usages et enjeux d'une expression métalinguistique profane », *Le discours et la langue* 6.1, Bruxelles, E.M.E. & InterCommunications, 127-141.

STEUCKARDT A. (2008), « L'emprunt : un événement linguistique ? Présentation », *Neologica* 2, 9-18, Paris, Garnier.

Référence à la publication d'origine, dont le présent texte constitue une version de travail, la dernière antérieure à la publication :

SARALE J.-M. (2017), « Néologisme et dialogisme de la nomination. Formation et circulation discursive de "sexygénaire" », *L'information grammaticale*, n° 154, p. 28-35