

KWARTALNIK NEOFILOLOGICZNY, LXX, 3/2023  
DOI: 10.24425/kn.2023.146593

HANS LAGERQVIST  
(UNIVERSITE D'UPPSALA)

*UN PRIX CHER ET UN LOYER BON MARCHÉ*  
OU  
CES EPITHETES QUI DEFIENT LA LOGIQUE

*AN EXPENSIVE PRICE AND A CHEAP RENT:*  
ATTRIBUTIVE ADJECTIVES THAT DEFY LOGIC

RÉSUMÉ

En français et dans de nombreuses autres langues, il existe certains syntagmes nominaux (SN) construits autour d'un substantif issu de la sphère commerciale, mais qui frappent qui y regarde de plus près par leur étrangeté. Je pense à des SN comme *un prix cher*, *un loyer bon marché*, *a cheap price*, *un affitto caro*, etc. Sont-ils vraiment, d'un point de vue sémantique, correctement agencés ? Dans cet article, j'analyse cette question et tente d'y apporter une réponse.

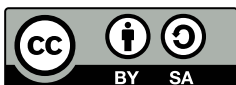
MOTS-CLÉS : exèmes « commerciaux » (prix, loyer, bon marché, cher, etc.), isosémie, sème/composant sémantique, croisement

ABSTRACT

In French and numerous other languages, there are certain noun phrases (NP's) built around a noun coming from the commercial sphere, but which strike, whoever looks closer at them, as odd. I am thinking of NP's like *un prix cher*, *un loyer bon marché*, *a cheap price*, *un affitto caro*, etc. Are these really, from a semantic point of view, correctly construed? In this article I analyse this question and try to give an answer to it.

KEYWORDS: "commercial" lexemes (price, rent, cheap, expensive, etc.), isosemia, seme/semantic component, syntactic blending<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Crystal (2003<sup>5</sup>, art. *blending*) entend par *blending* un processus "in which two elements which do not normally co-occur, according to the rules of the language, come together within a single linguistic unit (a *blend*)". Voir aussi Lehmann (1992<sup>3</sup> : 223–224) concernant *blends*, appelés parfois *contaminations*. A leur tour, Fauconnier et Turner (2003) étudient la notion de *conceptual blending* dans une perspective cognitive. Le terme de *blending*, en français *croisement*, sera employé à la fin de cet article, sous 2.



Copyright © 2023. The Author. This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are properly cited. The license allows for commercial use. If you remix, adapt, or build upon the material, you must license the modified material under identical terms.

INTRODUCTION<sup>2</sup>

Pour garantir la bonne compréhension entre locuteurs dans la communication ordinaire, que ce soit à l'oral ou à l'écrit, il leur est demandé que les éléments des énoncés qu'ils composent soient sémantiquement compatibles les uns avec les autres, autrement dit, que l'isosémie y règne<sup>3</sup>. Au pire, il suffit que le sens de l'un d'eux dévie de celui de l'ensemble pour que l'intelligence du message soit compromise. D'autre part, si l'énoncé est bien compris, cela témoigne de l'isosémie de ses composantes. Par contre, la langue littéraire et poétique peut se permettre des juxtapositions, discutables comme telles, mais acceptables dans leur contexte, comme *les bises iniques*, *des cheveux endormis*, et *le bateau ivre*, où un déterminant relevant de l'humain est l'épithète conjointe d'un nom inanimé<sup>4</sup>. Toujours est-il qu'il y a, dans la langue de tous les jours, des combinaisons de lexèmes qui jurent avec la règle de l'isosémie des énoncés, qui sont en réalité des exemples d'anisosémie, mais qui passent la plupart du temps inaperçues, étant donné que l'interlocuteur est quand même capable de comprendre ce qui est dit ou écrit. Ce sont de tels usages langagiers abusifs – anodins, peut-être, dans l'optique de certains – qui sont le sujet de ce travail et que j'étudierai notamment en français, mais en en citant des exemples comparables et pertinents venant d'autres langues, notamment des langues romanes. Il s'agit en vérité, comme on pourra le constater dans ce qui suit, d'un phénomène linguistique qui ne semble pas connaître de bornes géographiques.

Dans l'étude que j'entreprends ici, pour préciser les différences sémantiques, j'aurai recours à l'analyse sémique, à ces « atomes » du sémème que sont les sèmes. Dans ce domaine, je distingue entre *sèmes lexicaux* et *sèmes grammaticaux*, selon les lignes que j'ai esquissées dans Lagerqvist (2009 : 19), et, pour les deux types, j'utilise les signes et symboles : + = sème présent, Ø = sème absent, / = alternative, symbole qui se combine avec les lettres *a... a* en exposant, lesquelles font comprendre que deux sèmes, lexicaux ou grammaticaux, alternent l'un avec l'autre en s'excluant mutuellement. Ainsi, en analysant, par exemple, l'adjectif *cher*, « dont le prix est élevé », je fais état des sèmes lexicaux + *référence à marchandise<sup>a</sup>/service<sup>a</sup>*, + *prix élevé*, + *susceptible d'être acheté*, et des sèmes grammaticaux + *adjectif*, + *variable en genre*, + *variable en nombre*, + *déterminant<sup>a</sup>/attribut<sup>a5</sup>*.

<sup>2</sup> Je me sers des sigles, abréviations et symboles suivants : SN = syntagme nominal/pronominal ; SP = syntagme prépositionnel ; → = se développe en ; [...] = a. élément complétant le texte cité ; b. élément facultatif ; {...} = stéréotype ; + = présence d'un sème ; Ø = absence d'un sème ; / = sèmes alternants ; NPR = *Le Nouveau Petit Robert* ; TLFi = *Trésor de la langue française informatisé*.

<sup>3</sup> Pour les termes d'*isosémie* et d'*anisosémie*, voir B. Pottier (1985 : 84–86, et 1992 : 41).

<sup>4</sup> Les deux premiers SN proviennent des poèmes *Les petites vieilles* de Charles Baudelaire (« Ils rampent, flagellés par les bises iniques ») et *Anne* de Paul Valéry (« Anne qui se mélange au drap pâle et délaisse/Des cheveux endormis sur ces yeux mal ouverts »), alors que le troisième est le titre d'un poème connu d'Arthur Rimbaud. Je cite *Anthologie de la Poésie française* (1961) de G. Pompidou.

<sup>5</sup> Mon analyse en sèmes lexicaux reflète *grosso modo* celle proposée par Pottier (1985 : 98).

Dans la plupart des cas, les sèmes grammaticaux ne demandent pas de commentaire particulier, ce qui me dispense de les signaler ci-dessous, quitte à me concentrer sur les sèmes lexicaux. J'ajoute que mes analyses sémiques ne visent aucunement l'exhaustivité<sup>6</sup>.

Internet m'a fourni un grand nombre d'anomalies sémiques. En effet, Internet abonde en séquences mal conçues et qui apparaissent très souvent dans des textes publicitaires. Grammaticalement, les anomalies que j'ai enregistrées dans le français moderne écrit font surface dans : (a) des SN composés d'un nom et de son épithète conjointe (*un prix cher*), parfois dans le cadre d'un SP (*à un prix cher*) ; ou bien (b) des propositions formées autour de la copule *être* et ayant un sujet nominal suivi d'un attribut adjectival (*le prix est cher*). Tous les exemples que je cite ci-dessous ont été empruntés à des énoncés authentiques et, surtout, écrits.

## L'INCOMPATIBILITE SEMANTIQUE DANS LE DOMAINE DU COMMERCE

Les exemples d'incompatibilité sémantique, qui ont été incorporés à cette étude proviennent de la sphère commerciale. Celle-ci doit être l'un de ces centres d'expansion et d'attraction sémantique sur lesquels Ullmann a attiré l'attention (1969<sup>4</sup> : 253–254), disant entre autres : « Si l'on s'intéresse vivement à un certain sujet, on est porté à en parler autant que possible ». Et qui, à notre époque surtout, ne s'intéresse pas vivement à tout ce qui a trait aux prix et à l'économie ? Les SN des exemples (1–9), qui suivent ci-dessous, ont été formés à l'aide des noms *prix*, *loyer*, et *coût* déterminés par les adjectifs *cher* et *bon marché* et sont donc du type (a), décrit ci-dessus. Je les ai empruntés au site <https://www.linguee.fr><sup>7</sup>.

<sup>6</sup> Il ne sera cependant question ni de métaphores, ni de métonymies. Cela veut dire que je ne ferai pas état de l'évolution sémique de substantifs comme *poids lourd*, composé qui, depuis quelques décennies, en est venu à référer à un personnage politique, commercial, etc. ayant une grande importance. La métaphorisation est un processus engageant d'ordinaire plus d'un sème (voir à ce sujet Lagerqvist (2016)). Des métonymisations comme celles de *voile* dans *faire de la voile*, ou de *ovale* dans *les amis de l'ovale* ne seront pas non plus discutées ici. La métonymisation implique qu'une partie d'un lexème en est délogée et mise en exergue pour renvoyer à celui-ci, et, sémantiquement, comme le fait observer Touratier (2000 : 75), « avec la métonymie, le sémème ne change pas à proprement parler de contenu ».

<sup>7</sup> Je n'ai cependant enregistré aucun exemple du SP *à bon marché*. – J'ajoute que l'on ne peut pas exclure que la fréquence élevée de *cher* ait contribué à créer des usages abusifs. Dans la Liste 4 (« Index alphabétique des lemmes et de leurs formes ») du *Dictionnaire des fréquences* de Engwall (1984), le lemme *cher* a la fréquence absolue de 75 occurrences sur un demi-million de mots et se retrouve dans l'ensemble des extraits littéraires dont se compose le corpus analysé. Et, dans la Liste 6 (« Classement grammatical des cinq mille lemmes majeurs ») du même dictionnaire, parmi les adjectifs, *cher* a le rang 47 parmi les plus de 550 listés. Pourtant, puisque les données de base de cet ouvrage sont vieilles de plus d'un demi-siècle, datant des années 1962–1968, il a pu y avoir des changements de fréquence à l'intérieur de ces listes. En outre, les textes que j'analyse sont loin d'être littéraires.

- (1) Dans ce contexte, les actifs immobilisés sont vendus *au prix cher*
- (2) en vue d'offrir de bons aliments *à un prix moins cher*
- (3) [Elles] feraient bien de sensibiliser la population au fait qu'*un prix bon marché* n'est pas toujours synonyme de qualité
- (4) Je paie actuellement *un loyer trop cher* pour mon budget
- (5) de simples appartements *au loyer bon marché*
- (6) les immigrants vivant en Allemagne paient en moyenne *un loyer plus cher* que les nationaux allemands
- (7) En raison *du coût* moins *cher*, nos clients peuvent se permettre d'acheter des médicaments génériques en vrac
- (8) *Le coût* le plus *cher* a été noté pour un virement effectué du Portugal vers l'Italie
- (9) [l'un] des principaux avantages compétitifs du Mexique, *le coût bon marché* de la main d'oeuvre

Ces SN sont de véritables pièges linguistiques dans lesquels risque d'être pris le locuteur qui ne fait pas attention à ce qu'il dit ou écrit. Car la formulation correcte de ces exemples aurait été [à] *article indéfini/défini/possessif + prix/loyer/coût élevé* ou *bas*<sup>8</sup> (abstraction faite des expansions adverbiales *moins*, [le] *plus*, et *trop* qui font partie de certaines des séquences en question). Dès que je formule des SN comme ceux de (1–9), je commets une erreur, car ne peut être *cher* ou *bon marché* que ce que l'on peut acheter. Or, un prix, un loyer ou un coût se payent, se règlent, mais ils ne s'achètent pas. Du point de vue sémique, *cher* et *bon marché* ont tous deux le sème + *susceptible d'être acheté* (voir aussi ci-dessous), incompatible cependant avec *prix*, *loyer*, et *coût*, lesquels ne sauraient être achetés : cf. *j'ai payé ce prix/ce loyer/ce coût* à côté de *\*j'ai acheté ce prix/ce loyer/ce coût*, formulations inadmissibles et contraires à la règle de l'isosémie.

Souvent, le nouveau SN se développe en stéréotype, comme {*un prix cher*}, {*un loyer bon marché*}, etc., ce qui l'enracine dans la conscience linguistique des locuteurs et tend à assurer sa survie<sup>9</sup>. Ce genre de syntagme appartient surtout à un registre peu soigné, la langue parlée ou la langue écrite familière, d'où sans doute son usage dans les textes publicitaires. Je constate aussi que ni le *TLFi*, ni le *NPR*, ni le *Lexis*, articles *cher*, *bon marché*, *prix*, *loyer*, et *coût*, n'en donnent aucun exemple. Seul, le *TLFi*, article *loyer*, a, étonnamment, enregistré le SN, à mon sens douteux, *cherté des loyers*, transposition nominale de *cher* dans *loyers chers* signifiant « niveau élevé des loyers ».

On s'étonne que peu de sources linguistiques réagissent contre ces juxtapositions de deux sens incompatibles l'un avec l'autre. Aussi est-ce avec une certaine satisfaction que j'ai découvert le site russe ifilman.ru qui fustige justement l'emploi des SN *дешевая цена* (« prix bon marché ») et *дорогая цена* (« prix cher »), faisant

<sup>8</sup> Il arrive aussi, quoique rarement, dans les exemples que j'ai enregistrés, que l'article soit absent.

<sup>9</sup> Voir au sujet du symbole {...} la note 2 ci-dessus. Quant au rôle conservateur de la stéréotypie, je le discute dans Lagerqvist (2009 : 484).

remarquer que « в значении 'денежное выражение стоимости' [цена] может быть только высокой/низкой/розничной/оптовой и т.д. » (« au sens d'*expression monétaire de valeur*, [le prix] ne peut être qu'élevé/bas/de détail/en gros, etc. » ; c'est l'auteur qui souligne). Et le site d'ajouter, en écho à ce que je viens de faire observer : « Цену купить нельзя, вы покупаете товар/услугу за определенную стоимость » (« acheter un prix est impossible, vous achetez une marchandise/un service moyennant un prix déterminé »). Cf. aussi l'exemple (30) ci-dessous.

Viennent s'ajouter aux noms précédents – *prix*, *loyer*, et *coût* –, dans le domaine commercial, *tarif*, « Tableau qui indique le montant des droits à acquitter » ou, avec une définition simplifiée, « ensemble de prix », et *valeur*, « Caractère mesurable (d'un objet) en tant que susceptible d'être échangé, désiré », combinés dans mes exemples avec *cher*<sup>10</sup>. Pourtant, avec les acceptions que je viens d'indiquer, ni *tarif* ni *valeur* n'ont un sémantisme permettant l'emploi du verbe *acheter* (s'il ne s'agit pas, quant à *tarif*, d'une liste des prix concrète qu'on veut acheter ou, pour ce qui est de *valeur*, d'un titre financier nominatif ou au porteur). Ici, encore une fois, il s'agit donc de noms ne souffrant pas la collocation avec cet adjectif, alors qu'il faut parler de *tarifs élevés* et de *valeur élevée* dans (10–11) ci-dessous. En outre, dans le premier de ces exemples, *s'assurer que* a probablement été utilisé à la place de *veiller à ce que*<sup>11</sup>.

- (10) Go Ménage s'assure que l'ensemble de votre domicile soit nettoyé... en proposant l'un des *tarifs* les moins *chers* du marché (<https://go-menage.fr/nos-services>)
- (11) En outre, en raison de *leur valeur chère*, les émeraudes sont produites dans les laboratoires (<https://www.linguee.fr>)

Pour ce qui est du type (b), moins fréquent que (a) dans les textes que j'ai étudiés, il est illustré par les exemples (12–16), où les adjectifs *cher* et *bon marché* apparaissent en tant qu'attribut après la copule *être* lorsqu'elle a pour sujet *prix*, *loyer*, *coût*, et *valeur* :

- (12) Bien sûr, ce serait bien si *le prix était* moins *cher* (<https://www.linguee.fr>)
- (13) *Le prix serait* plus *cher* pour les non-membres (*ibidem*)
- (14) *le loyer y est bon marché* et les galeries peuvent prospérer ici (*ibidem*)
- (15) A titre de comparaison, *le coût est* trois fois moins *cher* dans la plupart des pays européens (*ibidem*)
- (16) [Cela] va coûter excessivement *cher* d'assurances parce que *sa valeur est chère* (*ibidem*)

Pratiquement tous mes exemples sont de fraîche date. Toujours est-il que j'ai enregistré ce type de formulation également dans un texte littéraire du 19<sup>e</sup> siècle, et rien n'empêche, du reste, de penser qu'il était utilisé même au-delà de ce siècle. J'ai, plus précisément, rencontré la phrase qui suit dans une œuvre d'Honoré de Balzac :

<sup>10</sup> Voir pour les définitions en question le *NPR*, articles *tarif* 1. et *valeur* II 1.

<sup>11</sup> On peut consulter pour *s'assurer que* vs *veiller à ce que* Lagerqvist (2009 : 129–132).

- (17) Nous ne pouvons plus rester ici, faisait observer Hortense... *le loyer est trop cher* (*La Cousine Bette*, p. 355)

Si l'illustre écrivain s'est permis cet exemple d'anisosémie, c'est peut-être qu'il a été mis dans la bouche d'une jeune femme, les filles ne recevant pas toujours, à l'époque dont il est question, une bonne éducation.

On aurait, cependant, tort de croire que le français soit seul à pondre de ces incompatibilités. Deux autres langues romanes, l'italien et l'espagnol modernes, s'en rendent également coupables. Aux SN *un prix cher* et *un prix bon marché* correspondent en italien *uno caro prezzo* et *uno prezzo a buon mercato* (pour *prezzo alto* et *basso*), et un *coût cher* se rend à l'aide de *uno caro costo* ou de *una spesa cara*, alors qu'un *loyer cher* devient en italien *un affitto caro*. Je n'ai cependant pas attesté *costo a buon mercato* ou *spesa a buon mercato* sur Internet, où, cependant, on enregistre parallèlement les SN tout à fait corrects *prezzo basso* et *basso costo* (dans *a basso costo*). Et l'on n'est pas étonné de constater que l'espagnol présente les SN correspondants *un precio caro* et *un precio barato* (pour *precio alto* et *bajo*), *un costo caro* et *un costo barato* (pour *costo alto* et *bajo*), ainsi que *un alquiler caro* et *un alquiler barato* (pour *un alquiler alto* et *un alquiler bajo*). Voici quelques phrases contenant des SN et des SP anisosémiques. Dans (23), la copule manque, et l'on a, par conséquent, affaire au type de phrase dit nominal<sup>12</sup>.

Type (a) :

- (18) *vendeva a caro prezzo ad imprese alimentari locali quella che lui faceva passare per carne "Chianina" e "Angus"* (<http://www.ilcentro.it/chieti>).
- (19) *I prezzi a buon mercato per gli alimenti dovevano contenere le spese per la massa* (<https://reverso.net/traduzione/italiano-inglese>).
- (20) Non pagherà un *affitto* un po' troppo *caro* per un negozio di cose così retro (*ibidem*).
- (21) *es un precio caro a pagar, pero podemos estar orgullosos porque se lo devolveremos en tiempo récord* (<https://www.linguee.fr>).
- (22) *Comprar con precios baratos* (*ibidem*).

Type (b) :

- (23) *Economia: spesa sempre più cara in città* (<http://www.firenzetoday.it/economia>).
- (24) *Ti dispiace se ti chiedo se l'affitto è molto caro?* (<https://context.reverso.net/traduzione>).
- (25) *El costo de la escuela es demasiado caro para los niños pobres* (*ibidem*).
- (26) *El alquiler de la tienda es barato* (<https://www.linguee.fr>).

Les noms *tariffa* (it.) et *tarifa* (esp.) sont, à l'instar de *tarif*, aussi des noms qui ne permettent pas la juxtaposition à l'adjectif *caro* (it. et esp.), vu qu'ils ne sauraient

<sup>12</sup> Je décris la phrase nominale dans 'La proposition nominale : une structure en quête de clarté' in Lagerqvist (2020 : 125–178).

se combiner avec un verbe signifiant « acheter ». Toujours est-il que l'on en rencontre souvent des exemples sur Internet<sup>13</sup> :

- (27) *La cara tariffa* postale che spedisce i poveri a quel paese (<https://www.ilsussidiario.net/news/politica>).
- (28) Cuando reserve vuelos en línea, el sistema de reserva le mostrará *la tarifa* menos *cara* para la fecha (<https://www.linguee.fr>).
- (29) la tarifa de ferrocarril en primera clase por la ruta más corta, excluidos suplementos y aplicando *la tarifa* más *barata* (*ibidem*).

En dehors des langues romanes, le type *un prix cher/bon marché* est fort répandu. Il fait souvent surface en suédois, à savoir sous la forme *ett dyrt/billigt pris*, et en allemand on rencontre *ein teurer/billiger Preis*, les deux signifiant et remplaçant *ett högt/lågt pris* et *ein hoher/niedriger Preis*. Et les Anglais se servent sans broncher de *an expensive/a cheap price*. Le russe moderne possède aussi, comme on a pu le constater ci-dessus, des expressions correspondant à *un prix cher/bon marché*, *дорогая цена/дешевая цена*, et qui remplacent les formulations correctes *высокая/низкая цена* et dont la publicité commerciale sur Internet m'a fourni, entre autres, l'exemple suivant :

- (30) не *дорогая цена* в Уссурийске<sup>14</sup>  
un prix non pas cher à Ussurijsk

De même, d'après ce qu'on me dit, il arrive que les locuteurs du polonais moderne se servent de *droga/tania cena*. Toujours est-il que, selon une informante de langue maternelle polonaise, sensible à la correction linguistique, cette expression n'est pas tout à fait acceptable et doit être remplacée par *wysoka/niska cena*. C'est peut-être pour cette raison que j'ai eu du mal à trouver des exemples polonais d'anisométrie, à part celui-ci, où il est cependant question de *taryfa* :

- (31) *Tanie taryfy* łatwiej będzie znaleźć dwie przecznice od Nowego Świata niż na samym Nowym Świecie (<https://taniataxi.com/warszawa>)  
Il vous sera plus facile de trouver des tarifs bon marché à deux rues transversales de Nowy Świat que sur Nowy Świat lui-même

Quant à l'arabe moderne écrit, le site <https://dictionary.reverso.net/english-arabic> fournit le SN *ثمن غالي* (*taman gālī*), « un prix cher », et récemment, sur la chaîne de télévision arabe Al-Ḥiwār, j'ai lu et entendu dire *غلاء الأسعار* (*galā' al-ʿasʿār*), « renchérissement des prix ». Même chez le Prix Nobel égyptien de littérature Najīb Maḥfūz on rencontre *ثمن غالي* (*taman gālī*) :

<sup>13</sup> Les exemples (27–32) sont tous du type (a).

<sup>14</sup> Voir le site <https://www.farpost.ru/ussuriisk/service/construction/otdelka/remont-kvartir-podkljuch-i-chastichno-ekonom-varianty>. La ville d'Ussurijsk est située au nord de Vladivostok, dans l'Extrême-Orient russe.

(32) Dialogue :

- بئمن غال أرادك بغير زواج؟ (*al-Karnak*, p. 68)
- *ʿArādaki bi-ġayri zawājin?* – *Bi-tamanin ġālin*
- Il te voulait sans mariage ? – A un prix cher

Pour ce qui est du latin, je n’ai pas enregistré d’exemple de *\*pretium carum*, mais on ne saurait exclure que ce SN ait existé. Selon le *Gaffiot*, article *pretium*, « être cher », « être bon marché » se disaient en latin, avec le génitif du prix, *pretii magni, parvi esse*. J’ajoute que, au point de vue sémique, du moment où le locuteur formule, sans doute inconsciemment, des SN anisométriques comme *un prix cher*, *un loyer bon marché*, etc., il désactive le sème + *susceptible d’être acheté* (→ Ø *susceptible d’être acheté*), ce qui correspond à un processus évolutif s’accomplissant à l’intérieur de la couche linguistique actuelle.

## LA PERSPECTIVE DIACHRONIQUE

Par quelle voie les adjectifs *cher* et *bon marché* sont-ils devenus l’épithète conjointe ou l’attribut de noms comme *prix*, *loyer*, et *coût* ? A mon sens, il doit être question de croisements, illustrés dans les Figures 1. et 2., de deux énoncés corrects qui aboutissent à un troisième, sémantiquement douteux.

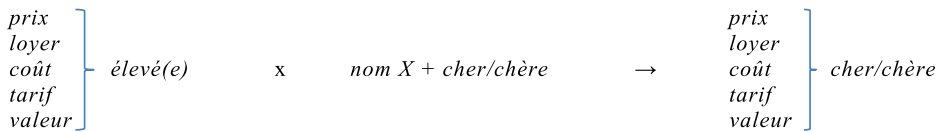


Figure 1. Type a. Naissance de séquences abusives par croisement de deux SN acceptables

Ainsi, j’imagine que, dans la conscience linguistique du locuteur, *nom X cher/chère* a été croisé avec *prix (loyer, coût, etc.) élevé*, concrètement, par exemple, *la maison chère* est croisé avec *le prix élevé de la maison*, ce qui donne *le prix cher de la maison*. Pour le type b., où l’épithète conjointe est remplacée par un attribut, je propose :

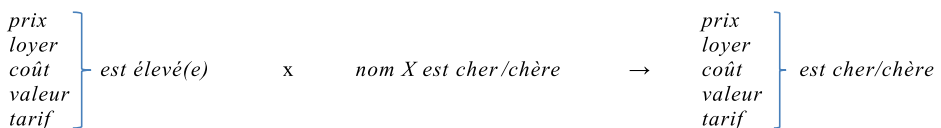


Figure 2. Type b. Naissance de séquences abusives par croisement de deux séquences acceptables

Dans la Figure 2., on croise, par exemple, *la maison est chère* avec *le prix de la maison est élevé*, d’où il résulte *le prix de la maison est cher*.



## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

### ŒUVRES LITTÉRAIRES CITÉES

- BALZAC H. de, [1972] (2012): *La Cousine Bette*, Gallimard, Paris.  
 MAHFŪZ N., (2018)<sup>5</sup>: *al-Karnak*, Dār al-Šurūq, Le Caire.  
 POMPIDOU G. (1961): *Anthologie de la Poésie française*, Hachette, rééd. coll. « Le Livre de poche » 1982, Paris.

### OUVRAGES CONSULTÉS

- CRYSTAL D. (2003)<sup>5</sup>: *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*, Blackwell, Malden – Oxford – Melbourne – Berlin.  
 ENGWALL G. (1984): *Vocabulaire du roman français (1962–1968). Dictionnaire des fréquences*, Almqvist & Wiksell, Stockholm.  
 FAUCONNIER G., TURNER M. (2003): *The Way we Think. Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*, Basic Books, New York.  
 GAFFIOT F. (2000): *Le Grand Gaffiot. Dictionnaire latin-français, nouvelle édition revue et augmentée*, sous la dir. DE FLOBERT, P., Hachette, Paris (= Gaffiot).  
 LAGERQVIST H. (2009): *Le subjonctif en français moderne. Esquisse d'une théorie modale fondée sur des textes non littéraires*, PUPS, Paris.  
 LAGERQVIST H. (2016): *Métaphorisation et création morphologique*, « Bulletin de la Société de Linguistique de Paris », 111: 213–241.  
 LAGERQVIST H. (2020): *La proposition nominale : une structure en quête de clarté*, in: LAGERQVIST H. *Four Essays on Semitic Grammar and Dialectology/Quatre Essais sur la grammaire et la dialectologie sémitiques*, Harrassowitz, Wiesbaden : 125–178.  
 LEHMANN W. P. (1992)<sup>3</sup>: *Historical Linguistics*, Routledge, London – New York.  
*Le Lexis. Le Dictionnaire érudit de la langue française* [1979] (2009), Larousse, Paris (= Lexis).  
 POTTIER B. (1985): *Linguistique générale. Théorie et description*, Klincksieck, Paris.  
 POTTIER B. (1992): *Sémantique générale*, PUF, coll. « Linguistique nouvelle », Paris.  
*Le Nouveau Petit Robert. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française* (1993), Dictionnaires Le Robert, Paris (= NPR).  
 TOURATIER Ch. (2000): *La sémantique*, Armand Colin, Paris.  
*Trésor de la langue française informatisé (= TLFi)*. Voir aussi *Sites Internet consultés*.  
 ULLMANN S. (1969)<sup>4</sup>: *Précis de sémantique française*, Éditions A. Francke S.A., Berne.

### SITES INTERNET CONSULTÉS

- <https://academie.atilf.fr> (= TLFi).  
<https://dictionary.reverso.net/english-arabic>.  
<https://go-menage.fr/nos-services>.  
[https://ifilman.ru/дешевая цена – почему так нельзя писать/говорить?](https://ifilman.ru/дешевая_цена_–_почему_так_нельзя_писать_гов_орить?)  
<https://taniataxi.com/warszawa>.  
<https://www.farpost.ru/ussurijsk/service/construction/otdelka/remont-kvartir-pod-kljuch-i-chas-tichno-ekonom-varianty>.  
<http://www.firenzetoday.it/economia>.  
<http://www.ilcentro.it/chieti>.  
<https://www.ilsussidiario.net/news/politica>.  
<https://www.linguee.fr>.  
<https://www.reverso.net/traduzione>.