

République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique  
Université Abbes LAGHROUR-Khenchela  
Faculté des Lettres et des Langues  
Département de Littérature et Langue Françaises



**THEME :**

# L'usage des néologismes sur les réseaux sociaux

MÉMOIRE ÉLABORÉ EN VUE DE L'OBTENTION DU DIPLÔME DE MASTER II

Option : Didactique des langues étrangères.

Présenté et soutenu publiquement par: MERAD Narimane

Dirigé par : Docteur BEDDIAF ABDALKADER

Devant le jury composé de :

Président	BOUCHEMAL DJALILA	MAA	Université Abbes LAGHROUR-Khenchela
Rapporteur	Mr. BEDDIAF ABDALKADER	MAA	Université Abbes LAGHROUR-Khenchela
Examineur	BOUDJELAL HACENE	MAA	Université Abbes LAGHROUR-Khenchela

Année universitaire: 2022/2023

## *Remerciement*

*On remercie « Dieu » le tout puissant de nous avoir donné  
La santé et la volonté d'entamer et de terminer ce  
mémoire.*

*Je remercie plus spécialement, mon encadrant académique  
monsieur **BEDDIAF ABD ALKADER**, pour son accueil,  
le temps passé ensemble et le partage de ses connaissances.  
Grâce aussi à sa confiance j'ai pu m'accomplir totalement  
dans mes missions, et surtout ses judicieux conseils, qui ont  
contribué à alimenter ma réflexion. Il fut d'une aide très  
précieuse dans les moments les plus délicats.*

*Sans oublier d'exprimer ma profonde gratitude à ma  
famille, qui me réservent toujours compréhension, tendresse  
et amour. Je remercie mes sœurs, et mon frère, pour leurs  
encouragements. Je remercie aussi mes amis et mes  
collègues qui m'ont apporté leur soutien intellectuel et  
moral tout au long de ma démarche.*

*Enfin, je remercie tous ceux qui ont participé de loin ou de  
près à la réalisation de ce modeste travail."*

## *Dédicace*

*Après un sincère remerciement a Dieu, je dédie ce modeste travail a :*

*L'être le plus cher à mon cœur, celle qui ma encouragé,  
Toujours entourée d'amour et de tendresse,  
Celle qui ma guidé toute ma vie.*

*Ma mère*

*A mon merveilleux père décédé il ya 11 ans et qui là où il est,  
continue de veiller sur moi, je vous confie mon succès*

*Au plus cher oncle du monde Faicel  
qui est décédé en Mars*

*A ma sœur Loubna mes chères frères Mohamed et Rafik, ma  
chère tante et sœur Kenza et ma chère grande mère Dieu la  
gardé pour nous*

*Aux autres membres de ma famille,*

*Aucun langage ne saurait exprimer mon respect et ma  
considération pour votre soutien et encouragements*

*À mes adorables collègues, Nordjess, Azhar, et Samir merci  
pour les jolis moments et souvenirs qu'on passer ensemble, et  
pour leur soutien indéfectible. Je témoignerai éternellement de  
la gratitude pour tout ce que vous avez fait pour moi.*

*Merci*

# **Introduction générale**

# Introduction générale

---

## Introduction générale :

Il est communément admis que le monde d'aujourd'hui est vu tel un village globalisé ; et ce, grâce aux nouvelles technologies de communication, notamment internet. L'internet est un protocole de communication commun à l'échelle planétaire. Ainsi et depuis sa création, nous disposons d'une plateforme unique pour l'innovation, la créativité et engendrer de nouvelles formes relationnelles d'ordre socioculturel. Fait qui crée de nouveaux canaux de communication, celle qui rend possible la mise en place des liens sociaux.

En Algérie comme ailleurs, le contexte linguistique est d'une grande richesse et d'une grande diversité, le langage des jeunes, à l'oral comme à l'écrit attire l'attention des chercheurs notamment en linguistique appliquée, sociolinguistique et sociolinguistique urbaine. Donc, le paysage linguistique algérien est marqué par la cohabitation de plusieurs codes langagiers. Par conséquent, les intervenants peuvent toujours choisir la langue qui répond à leurs besoins.

Nous sommes confrontés à deux types de situation interactive l'une en présentielle via l'orale (des échanges oraux) et l'autre à distance via l'écrit (des textes écrits échangés) par le biais d'échanges synchronisés. Comme l'écrit Goffman 1998 : « l'étude de la communication médiatisée par ordinateur est ainsi appréhendée comme un domaine de recherche analytiquement viable. » (191)

Chaque communauté, chaque groupe, chaque locuteur, crée et construit une représentation homogène d'un espace caractérisé par la multiplicité des usages sociolangagiers dont résultent *des discours en émergence*, dits *néologiques*. Dubuc (2002) met l'accent sur le fait que la néologie se doit de répondre à un besoin langagier. Plusieurs chercheurs se sont penchés sur la néologie en français, dont Sablayrolles (2000) et Dubuc (2002). Ces chercheurs se sont intéressés à l'étude et l'observation de la terminologie du point de vue terminologique.

Ces mêmes travaux à caractère scientifiques et dédiés au champ linguistique, et s'intéressant à l'étude de ces phénomènes langagiers, s'avèrent à notre connaissance insuffisante et plus ou moins rares. Raison pour laquelle, nous tenons à explorer ce nouveau terrain de recherche où la communication se trouve médiée par la machine, *i.e.* l'ordinateur. Ces phénomènes langagiers basés sur un corpus des signes et des symboles (abréviation, acronymes, etc.) utilisés par des internautes sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter,

## Introduction générale

---

Snapchat, Messenger etc.) et d'établir des liens entre notre analyse linguistique structurale de Ferdinand de Saussure.

Cette nouvelle forme de communication impose de nouvelles pratiques langagières, et par ricochet un impact graphique et sémantique. En effet, le processus de création lexicale devient une nécessité que ce soit au niveau forme (l'image acoustique) que celui du fond (le concepts) de ces signes lors de l'échange verbale à travers les réseaux sociaux. C'est l'émergence d'un nouveau système linguistique d'orthographe extraordinaire qui s'inspire du système linguistique normatif d'orthographe normalisée. On parle alors de néologismes qui résultent d'un processus complexe et normé dans la création d'unités linguistiques.

Notre travail de recherche est né suite à une interrogation sur l'usage de cette variété langagière dans les échanges des interactants sur les réseaux sociaux, et qui semblent redimensionner les échanges sur le web en créant une « identité numérique expressive » sans frontières, et en tant que ressource culturelle centrale pour les jeunes (loisirs, informations, découvertes, ...)

La question qu'on s'est posée, est la suivante :

-Quelles sont les raisons principales qui poussent les tchateurs à utiliser les néologismes par rapport au registre standard ?

-Est-ce un choix ou une nécessité ?

Et on suppose, en guise d'hypothèse, que les net-citoyens utiliseraient ce processus néologique pour exprimer la réalité avec légèreté, et des fois même avec ironie. En fait, la modernité et la facilité poussent les interactants à adopter ce nouveau mode de communication.

Dans le cadre de notre recherche, l'accent sera mis sur une pratique sociolinguistique interactionnelle par le biais de cette nouvelle méthode de communication en ligne, en l'occurrence, le Tchat des sujet Algériens. Il s'agit donc d'une exploration de cet outil de communication qui permet d'employer, de pratiquer, d'inventer, de créer sur les réseaux sociaux, des expressions écrites considérées néologiques.

Notre objectif fixé, sera de décrire et analyser les stratégies des interactants algériens dans la production de messages lors de leurs échanges dans le Tchat, nous intéresse à la façon et les démarche suivie pour faire les échanges à l'aide des systèmes (Messenger comme

## Introduction générale

---

exemple). On va faire l'analyse aux règles conversationnelles, et les stratégies déployées par les chateurs et pour comprendre le type le plus fiable pour obtenir un flux efficace de l'intercompréhension de l'information et donc promouvoir.

Et dans l'optique de mener une recherche afin de trouver une réponse scientifique à notre problématique, et qui concerne l'usage des néologismes dans les réseaux sociaux, nous serons amenés à procéder à des collectes de données fondées sur un questionnaire destiné aux tchateurs algériens qui ont l'habitude d'utiliser les réseaux sociaux.

Notre modeste travail sera scindé en deux parties ; la première partie est théorique, et comportera un chapitre qui exposera une vue de la littérature.

Quant à la deuxième partie, la partie pratique, c'est-à-dire, description des données, analyse du corpus, et résultats.

Et finalement, la conclusion générale suivie par les perspectives de recherches et des études futures.

# **CHAPITRE I:**

## **Partie théorique**

**Introduction :**

L'Algérie est un pays plurilingue où coexistent plusieurs langues, l'arabe, le berbère, le français, etc. Ce mélange de langues, s'est intégré peu à peu, dans le parler et conversations quotidiennes des algériens. D'où naît l'utilisation des ressources transcodiques, tel l'interférence, code-mixing, emprunts, etc.

Ce phénomène socio-langagier s'est même emparé du monde virtuel et des réseaux sociaux, où l'on remarque une vitalité créative et dynamique néologique chez les jeunes algériens. Ils créent et inventent de nouveaux mots et expressions ; on constate alors l'émergence d'une créativité lexicale qui se manifeste pour désigner l'univers qu'ils perçoivent, les sentiments, les pensées, etc.

Ce premier chapitre s'attarde théorie linguistique et didactique enrichi par les spécialistes des deux domaines. Nous présentons les notions reliées à la néologie qui seront utiles pour la réalisation de cette recherche.

**1-Sociodidactique : langue et société**

Le terme « socio (-) didactique » a fait son apparition en Didactique des Langues-Cultures (Dabène, 1990). L'approche adoptée s'est progressivement propagée et affecte l'ensemble du domaine éducatif. À l'instar de la sociolinguistique qui s'intéresse du contexte social pour la compréhension des faits linguistiques. Néanmoins la sociodidactique centre son attention sur les environnements macro- (national, global) et micro- (interactionnels) où se déroule dans lesquels les apprenants s'insèrent et s'insèreront. Elle s'appuie sur les caractéristiques environnementales, écologiques (Bax, 2004 ; Hu, 2005) pour identifier les besoins langagiers des apprenants, les compétences communicatives qui leurs sont nécessaires et déterminer ainsi les choix de programmes. La sociodidactique tient compte des besoins linguistiques et des paramètres socioculturels et permet de construire des curricula adaptés.

La sociodidactique est un espace de recherche qui croît sans cesse en complexité. Celle-ci est le lieu d'analyse et de réflexion sur les conditions de l'enseignement-apprentissage des langues, de prise en compte des facteurs internes et externes au système éducatif étudié.

L'observation sociodidactique analyse les phénomènes depuis les points de vue pédagogique didactique et sociologique. L'interaction de ces deux plans revêt une importance particulière. Elle prend en compte la façon dont l'environnement (les paramètres économiques, juridiques, géographiques, psychologiques, ethnologiques, historiques...) œuvre

à l'intérieur de l'acquisition des savoirs et des savoir-faire et, réciproquement, comment cette acquisition agit ou peut agir sur le social, le hors-classe. La perception sociodidactique considère les langues en termes de leur utilisation comme pratiques sociales. Cette approche est donc contextuelle, contextualisée (Blanchet et alii, 2008 ; Bax, 2004), car elle se construit à partir de l'environnement d'apprentissage et pour lui.

Sociodidactique met en œuvre l'approche par compétence (Beacco, 2007). Elle considère les actes de communication comme un savoir-faire sociale dont la classe a tout d'abord pour but de faire acquérir. Le curriculum est déterminé en fonction des besoins des apprenants et doit tenir compte des pratiques langagières que vont développer ceux-ci dans des situations de communication réelles.

En didactique des langues, le contexte considéré comme tout ce qui interagit avec l'apprenant. « L'objet-langue à enseigner n'est pas donné mais à construire en fonction de critères culturels/contextuels et de descriptions de référence situées en amont des programmes et autres orientations. » (J-C Beacco, 2014 :54).

À cet égard bien distingué de la didactique, la sociodidactique s'est constituée comme un domaine de recherche qui pense l'enseignement des langues. Elle est définie par M. Rispaïl (1998 : 445) comme « Une didactique de la variation, qui prenne en compte les situations linguistiques et sociolinguistiques des enseignants et des élèves, ». Le terme de sociodidactique fait référence ici à une « (sous)discipline affirmée, (socio)linguistique et didactique mêlées, qui se donnerait pour objet d'étude la vie des langues dans et à travers l'école, dans leurs interactions avec leurs autres usages sociaux » (2005, p. 100)

Le champ de l'enseignement des langues se présente en deux niveaux qu'il faudrait distinguer sans opposer. D'une part, l'action enseignante et sa planification : la didactique ; et d'autre part, la réflexion et la théorisation sur les méthodes et les pratiques : la didactologie. Sociodidactique est justifiée par trois raisons principales :

- a) Le besoin d'affirmer cette recherche scientifique perceptive aussi bien théorique que méthodologique dans la didactique.
- b) Le besoin de s'appuyer en didactique des langues sur une théorie de « la langue ».
- c) Le besoin de ne pas réduire la recherche aux interventions didactiques (didactologie) dans le champ didactique, soit par la modalité de la recherche soit par les effets sociopolitiques de la recherche.

L'approche socio-didactique permet d'interroger contextes et situations tant aux niveaux micro que macro. Elle permet aussi de mieux interroger et comprendre les acteurs de (apprenants, enseignants, structures d'enseignement).

Le concept de variation a pu donc forger une perspective variationniste de la didactique des langues par la proposition de croisement de variétés linguistiques dans le champ didactique. La définition même de la sociodidactique est une : « didactique articulée à la variété des contextes dans leurs aspects politiques, institutionnels, socioculturels et sociolinguistique d'une part, mais aussi à la variété et à la variation langagière, linguistique et sociale, interlectale et inter dialectale, d'autre part, et pour laquelle sociolinguistique scolaire et didactique du plurilinguisme sont deux champs qu'il est absolument nécessaire de convoquer concomitamment, pour l'élaboration de politiques linguistiques et éducatives cohérentes. » C. Cortier, (2007)

### **1-1Société :**

La valeur sociale suggérée par le préfixe « socio » met en évidence l'importance des interactions entre la société et le milieu scolaire/universitaire que l'on peut identifier par l'observation. A la différence de travaux en didactique relevant davantage de la psychologie cognitive, de la psychologie du développement ou d'approche systématique des contacts des langues et de l'analyse de la langue cible pour l'amélioration de l'enseignement-apprentissages des langues, la sociodidactique ajoute à ce bagage épistémologique la prise en compte du social dans l'élaboration de ses principes, sa méthodologie. Mesurent le poids du social, la sociodidactique ne se contente pas seulement d'une description des contextes mais cherche à apporter des solutions en s'associant à des interventions voire à des actions à des fins politique, pédagogiques, sociales.

### **1-2langue :**

La sociodidactique se veut une discipline qui prend en charge les langues minorées et minoritaires en y accordant un statut optimal pour valoriser un plurilinguisme social, par exemple la dardja (l'arabe dialectal), les langues berbères, etc. L'intégration de ces langues dites minorées dans l'espace scolaire facilite les apprentissages en classe. Par le biais de cette démarche ces aspects, ils faciliteront à l'apprenant la maîtrise de la langue et son apprentissage avec tous ses attributs culturels, sociaux, lexicaux et textuels. Et le genre, dans ce cadre sociodidactique, représente une pratique langagière sociale existant dans l'environnement de l'apprenant.

**2-Sociolinguistique et Sociolinguistique urbaine : langue et société****2-1 La sociolinguistique :**

Définir le champ de la sociolinguistique permet d'appréhender notre objet d'étude qui est l'apparition des néologismes dans un espace bien précis, en l'occurrence, les réseaux sociaux.

William Labov est souvent considéré en tant que fondateur de la sociolinguistique, C'est lui qui, en 1966, publia (*La Stratification sociale de l'anglais à New York*). la naissance de la sociolinguistique est signée par Antoine Meillet, qui s'est opposé au Cours de linguistique générale de Ferdinand Saussure peu après sa publication en 1916 en le critiquant sur plusieurs plans.

D'après William Labov, la sociolinguistique doit expliquer et décrire les variations dans l'usage de la langue, tant à l'échelle microsociale (au niveau de l'individu et des relations interindividuelles) qu'à l'échelle macrosociale (au niveau d'une communauté entière). Il s'agit d'une description et d'une explication des variations tant chez des individus pris séparément que dans un groupe plus large. La langue reflète des liens sociaux, et qu'elle joue un rôle de marqueur identitaire, que la sociolinguistique doit être en mesure de rendre compte.

Cependant, la sociolinguistique constitue un domaine très étendu, il y a certains concepts fondamentaux sur lesquels sont basées la plupart des études.

-outre les structures linguistiques internes, la sociolinguistique tient également compte des facteurs dits externes à la langue,

-la sociolinguistique vise à développer la langue dans un cadre social,

-facteurs interne de la linguistique : sémantique et syntaxe,

-facteurs linguistiques externes : facteurs politique, économiques, démographiques, etc.

Les recherches en sociolinguistique mettent en jeu la compréhension des relations interpersonnelles au sein d'un voisinage ou d'une famille dans lesquels le langage est ancré. Mais également au sein d'une communauté linguistique d'un milieu précis, tel la ville. Cette dernière composante est justement analysée par la sociolinguistique urbaine.

D'autre part, la sociolinguistique urbaine constitue un aspect important dans l'étude du langage en rapport avec l'espace dit urbain. En fait, l'on pourrait s'interroger sur la catégorisation quant à l'usage des langues et le concept de l'urbanisation. Etant donné que la ville est devenue un espace à caractère plurilingue, c'est-à-dire un lieu impacté par la présence d'une diversité linguistique, elle est de nos jours, comme l'affirme J.L. Calvet (1994) « la ville est plus qu'un lieu de coexistence des langues », un lieu de contacts de langues caractérisé par la production et la création des normes langagières renvoyant à sa dimension urbaine. Par conséquent, ce croisement de langues, ce brassage de cultures, ces représentations identitaires se veulent révélatrices des nouveaux phénomènes langagiers qualifiés d'urbain.

CALVET avait problématisé le milieu urbain, proprement la ville, en tant que «laboratoire social» approché sous des critères précis, à l'image des langues en présence, que ce soit celles des ruraux ou des citadins. Cet état de fait, impose une réalité sociolinguistique à vocation plurilingue, mais également une sorte de conflits linguistique saisis sous l'angle de prestige, de classement et de hiérarchisation. Des représentations linguistiques nées de la migration des individus cherchant des conditions meilleures, s'ajoute à cela l'effet qu'exerce la ville sur les coexistences de diverses langues ; donc du rôle de la sociolinguistique urbaine.

L'adjectif 'urbain', issu du latin 'urbs' ou 'urbis' englobe ce qui se rapporte à la ville. Dans cette conception, l'urbain s'oppose donc au rural. Ainsi, la sociolinguistique urbaine s'intéresse à l'étude des discours et langues de la ville.

En bref, la sociolinguistique urbaine se distingue de la sociolinguistique tout court, c'est-à-dire générale, en ce sens que l'effet du facteur « urbain » est primordial sur les représentations linguistiques. Le champ de la sociolinguistique est généralement concentré sur l'étude de la langue et de la société, notamment en ce qui concerne le statut, l'origine ethnique, la profession, etc. en décrivant les communautés linguistiques et les différentes variétés qui les caractérisent.

Cependant, la sociolinguistique urbaine, comme l'indique son appellation, est axée sur l'étude de ces mêmes effets sur les représentations linguistiques considérées. Elle offre la possibilité de saisir les faits relevant à la fois de la covariance entre la langue et la société, noyées et façonnés par une dynamique culturelle urbaine.

Les médias et les nouvelles technologies participent activement à l'évolution et la création langagière. Ayant pour objet d'étude un phénomène observable dans la société

algérienne et cela dans les rapports assez flous entre les langues parlées par les Algériens et la société algérienne ; il nous paraît important de nous positionner principalement dans le cadre théorique et conceptuel d'une discipline assez récente: il s'agit de « la sociolinguistique urbaine » qui s'interroge sur les concepts et les outils portant sur son utilité sociale : elle s'occupe de l'étude des représentations linguistiques et des phénomènes langagiers, surtout ceux des jeunes, observés en milieu urbain.

## **2-2 Langue et société :**

En rapport, en vigueur la langue avec la société, la langue est un fait social selon Antoine Meillet (1965)<sup>1</sup>, pour qui les faits de langue n'ont aucun sens en dehors du contexte social. Le langage est relié aux activités sociales produites par les acteurs sociaux et toutes les productions sont la conséquence d'une situation. De ce fait, la détermination de la langue dans la société est soumise à la détermination de l'espace où elle s'inscrit en tenant compte de toute la symbolique qu'elle englobe.

D'ailleurs, La langue appartient du groupe qui la parle c'est-à-dire elle est commun à tous dans une société et dont le monde opératoire est représentatif d'une norme sociale. Par le biais de cette démarche, l'analyse de la langue dans son contexte social est corroborée par les propos de William Labov, ceci est la facette qui a uni notre vision à celle d'Antoine Meillet : « Pour nous, notre objet d'étude est la structure et l'évolution du langage au sein du contexte social formé par la communauté linguistique. Les sujets considérés relèvent du domaine ordinairement appelé « linguistique générale » : phonologie, morphologie, syntaxe et sémantique.

Bien évidemment, Peter Berger et Thomas Luckmann on avance que « le langage est l'instrument de la socialisation, qui permet d'intégrer ces deux formes de réalité subjective et objective. ». Aussi, Les travaux de William Labov sont d'un apport primordial pour les sciences sociales et ils expliquent exhaustivement le rapport entre la langue et la société.

Vu sous cet angle, les deux concepts sont complémentaires et se combinent, lune ayant besoin de l'autre dans une ambiance de socialisation.

## **3- Le processus morphologique de néologisme (stylistique, sociale, lexical)**

En vertu de Sablayrolles : La néologie n'est surement pas une notion distincte, mais possède des graduation d'échelle assez différents. Cette notion étendu scalaire et évolutif de la néologie évoque la diversité et les caractères variables des jugements vis-à-vis des

néologismes, ainsi que la présence dans la masse d'éléments non spontané et de manière unanime, pencher comme des néologismes.

Dans cet extrait, Sablayrolles fait valoir que la néologie peut être examinée (étudiée) sous plusieurs égards, mais n'est pas en mesure de définir clairement et sans ambiguïté. La néologie fait émerger de nouveaux concepts inédits en réorienter (recyclant) des mots existants ou créer et fabriquer de nouveaux mots.

À cet égard, divers procédés de formation vont de pair avec les processus néologiques. La création de nouvelles unités porte le nom de néologismes, et celle de Jacques Anis la néographie, indique un écart délibéré par rapport à la spécification orthographique. Un néologisme est un mot récemment créé dans la langue d'origine.

En vue d'améliorer et perfectionner une langue, nous disposons de plusieurs processus morphologiques de néologisme à suivre, comme la néologie lexicale, stylistique, et sociale.

Dubuc (2002) met l'accent sur (pose des lacunes dans) le fait que la néologie se doit combler (répondre) à un besoin. Il définit plusieurs sortes de besoins et les classe en trois catégories de néologie.

-La première est la néologie stylistique : de nombreux facteurs sont à l'origine de motifs la création néologique, en particulier, l'envie de jouer avec les mots, afin de créer un effet stylistique ou capter l'attention, que cela figure dans la publicité, la littérature, ou les médias. Cette dimension ludique ou stylistique de la néologie se manifeste au moyen des inventions personnelles, des créations fantaisistes qui ne tiennent pas nécessairement dans les dictionnaires, mais ça change et ça tient le style d'un auteur.

Celle-ci, vise remplacer des mots dont le sens a connu un changement péjoratif : par exemple, aveugle à malvoyant, gestion à management, concierge à salubriste.

-La deuxième catégorie est la néologie sociale : les changements apportés à la société, la langue aussi suit. Les mutations sociales et culturelles précèdent la majorité par des mutations lexicales, dans ce cas les néologismes.

En revanche, elle s'impose lorsqu'il y a eu un changement de mœurs au sein d'une société. Par exemple, l'arrivée des femmes sur le marché du travail a nécessité la féminisation des titres professionnels (ex. : policière).

-La troisième est la néologie lexicale : de nombreux processus de formation viennent enrichir le lexique, à appréhender et analyser la création néologique dans le dictionnaire français. GUILBERT définit la néologie lexicale : « La néologie lexicale se définit par la possibilité de création de nouvelles unités lexicales, en vertu des règles de production incluses dans le système lexical » (1975, p89).

C'est par conséquent la création d'une nouvelle forme de langage conformément aux règles déjà définies par le système. En réalité, la néologie réside dans le fait que de nouveaux mots sont constitués, formés et créés au moyen d'un ensemble de processus bien encadrés dans le système linguistique.

#### **4-Localisation géographique et réalité sociolinguistique en Algérie**

L'Algérie étant un pays magrébin, méditerranéen, et nord-africain, est riche par sa diversité géographique. Nous pouvons passer, en très peu de temps, du littoral au désert, en passant par les régions montagneuses et les hauts plateaux, avec tout ce que cela implique comme différence dans la morphologie de l'espace, dans la typologie du climat.

L'Algérie est connue par son histoire, et sa situation sociolinguistique plurielle. Une pluralité linguistique où coexistent plusieurs codes, la présence de ces différents systèmes linguistiques a permis à l'Algérie d'acquiescer le statut d'un pays plurilingue et multiculturel.

La complexité de la situation sociolinguistique en Algérie la constate S. Abdelhamid « le problème qui se pose en Algérie ne se réduit pas à une situation de bilinguisme, mais peut être envisagé comme un phénomène de plurilinguisme » [S. Abdelhamid,2002 :35].

Ce paysage sociolinguistique, où plusieurs langues sont en contact, est le produit d'une longue histoire d'ordre sociohistorique, politique et culturel, etc. ayant conduit à l'émergence du plurilinguisme. Ce dernier se traduit par la cohabitation de plusieurs langues : le berbère, l'arabe, et le français. Mais également bien d'autres langues dites étrangères à l'image de l'anglais, espagnol, italien, russe, mais pas que.

L'arabe est omniprésente en Algérie principalement à deux égards : l'arabe standard classique (ou littéraire), l'arabe dialecte.

##### **-l'arabe classique :**

Egalement appelé arabe standard, est une langue qui évoque la révélation du Coran et de l'islam. S'agit d'une forme linguistique ancienne. Selon Djamila Saadi « la situation de

langue arabe présente des caractéristiques bien différentes. Elle a été introduite au Maghreb au 7<sup>e</sup> siècle, avec la première vague d'islamisation, dans les centres urbains, comme langue d'étude du Coran, puis au 11<sup>e</sup> siècle avec les invasions, dans les campagnes et jusqu'au Sahara<sup>1</sup> ». La langue officielle et nationale en Algérie, elle a été largement répandue dans tous les domaines avec la politique de l'arabisation dans les années 1970. Même si fortement appuyée dans le système éducatif, c'est la langue enseignée et de l'écrit, aussi utilisée dans les médias (Facebook, Snapchat, Instagram, Messenger.) Variétés régionales qui possèdent le dynamisme le plus fort.

**-l'arabe dialecte :**

L'Arabe dialecte « la derija », c'est la langue maternelle de la majorité de la population algérienne. Est une langue que l'on parle sans écrire, les employés communiquent tous les jours dans la vie quotidienne, celui-ci n'enseigne pas en milieu scolaire. Le dialecte arabe se distingue par quatre grandes cépages régionales : Variété, de l'algérois, de l'est, de l'ouest et du sud Selon Djamil Saad : « c'est l'arabe dialectal, défini par ses nombreuses variétés régionales qui possèdent la vitalité la plus forte. Il y est recouru dans la poésie populaire, les contes et légendes, les devinettes, les chansons et dans une moindre mesure au théâtre et au cinéma qui utilisaient jusqu'à ces dernières années l'arabe littéraire. »

**- l'arabisation :**

Dans la foulée de l'indépendance, le but principal des autorités algériennes sur le plan linguistique était de redonner à l'arabe la place qu'il avait perdue. Ainsi, ils ont opté à la politique de l'arabisation. C'est une politique qui vise à restituer à la langue arabe tous ses droits et à la proclamer langue nationale et officielle. Toutefois, depuis la décision de l'état algérien d'arabiser le système éducatif la place du français s'est réduite dans les écoles. La politique d'arabisation est dans son cadre de la réappropriation de l'identité arabo musulmane. D'où, le premier président Ahmed Ben Bella a prononcé en 1963 le discours suivant, « *Nous sommes des Arabes, des Arabes, dix millions d'Arabes [...] Il n'y a d'avenir dans ce pays que dans l'arabisme* ».

**-le berbère :**

La langue berbère se présente donc actuellement sous la forme d'un nombre élevé de « dialectes », c'est-à-dire de variétés régionales. On appelle aussi "le tamazight " Dans cette

perspective, la langue « Berbère » se compose de plusieurs dialectes qui assurent son existence jusqu'à nos jours qui sont :

- Le chaoui : parlé par les chaouis qui occupent les Aurès, (khanchela, Batna, Oum bwaki...)
- Le m'zab : employé par les mozabites qui vivent dans le nord du Sahara algérien dont la principale ville c'est Ghardaïa.
- Le targui : pratiqué par les touaregs qui vivent dans le Sahara,
- Le kabyle : pratiqué dans le nord du pays, principalement dans les wilayas de Bejaïa, Tizi-Ouzou, Bouira...
- La langue berbère est riche d'une tradition orale qui a su intégrer les médias modernes. Considérée comme une langue officielle en Algérie.
- le français (éducation, médias, administration)

Elle est la première langue étrangère qui s'insère dans le cadre linguistique algérien. A l'avis de Sebaa Rebah (2002) que le français s'est beaucoup plus implanté à l'ère actuelle que durant la période coloniale. Le français comme facteur introduit par la colonisation de l'Algérie se considère comme la deuxième langue pratiquée par une bonne partie de la population algérienne, Cet état de fait à permet l'émergence d'une interculturalité entre les deux langues. Le français est utilisé dans plusieurs sphères en algérien, Un grand nombre d'institutions administratives, notamment celles des secteurs économiques et bancaires continuent à fonctionner en langue française, notamment dans le système éducatif (primaire, moyen et lycée. Au niveau de l'enseignement supérieur algérien, le français est la langue la plus répandue. De nombreuses filières assurent leur enseignement en langue française (médecine, pharmacie, chirurgie dentaire, architecture, etc. Concernant les moyens de communication et les médias (Facebook Messenger...), la plupart d'entre eux utilisent le français.). Cette langue occupe aussi une place prééminente dans les masses médias comme la radio (l'exemple de : Alger chaîne trois) et la télévision (canal Algérie) qui sont diffusées en français, elle tient aussi une place capitale dans écrite Le français est aussi omniprésent dans le quotidien des Algériens. A la lumière de ce que nous avons vu, nous constatons que le français est présent dans tous les domaines en Algérie.

-l'anglais : le statut de la langue anglaise en Algérie, et son introduction dans l'éducation

Aujourd'hui, l'anglais a le statut de la seconde langue étrangère après le français dans le cadre éducatif algérien. Cette langue s'installe progressivement dans la société algérienne au niveau technologique. De la sorte, l'anglais est désormais une langue du monde. A La demande du président algérien, l'enseignement de la langue anglaise a été mise en place dans le cycle primaire à les écoles algériennes, en vigueur à la rentrée scolaire de septembre 2022. Elle est inclus dans les classes de troisième année primaire.

La diffusion de l'anglais dépend du milieu sociolinguistique dans lequel il est mis en œuvre sur le plan quantitatif et qualitatif.

L'environnement algérien possède deux grande langues internationales majeures, l'Arabe et le français qui jouent un rôle primordial dans la préparation des langues au nationale, au-delà de l'histoire de l'Algérie et son héritage coloniale, ont forgé une culture linguistique qui influe sur l'aspect symbolique de la désamination de l'anglais dans le cadre algérien

On a noté l'intégration de plusieurs mots anglais dans les pratiques langagières de la jeune génération surtout. Elle est connue par la langue des sciences et de la technologie.

## **Néologisme : définition et procédés**

### **1-Definition**

Le terme de néologisme paraît attesté pour la première fois, vers 1735, dans les écrits philologiques où utilisé pour désigner. Le néologisme est un nouveau lexème formé pour désigner un objet, un concept, un procédé ou un phénomène inédit ou récemment créé qui dépend des jugements collectifs.

GUILBERT définit la néologie est la création de nouvelles formes de vocabulaire : comme suit « La néologie lexicale se définit par la possibilité de création de nouvelles unités lexicales, en vertu des règles de production inclus dans le système lexical ».

La néologie (du grec néo- « nouveau » et -logie « parole, discours ») étudie l'ensemble des dispositifs formels et sémantiques qui servent à la formation diachronique et l'adhésion de nouveaux termes au lexique d'une langue donnée. Elle relève d'une observation, d'une pratique et englobe des entités observables. De ce point de vue, elle pose moins de problèmes que la notion de néologisme. » (Gaudin, 246 : 2000). La néologie c'est une science, une discipline mouvante. Celle-ci vient sous le nom d'évolution, mais de la création, à cet égard, elle se manifeste principalement par la formation, d'une nouvelle expression ou terme, lequel

vient enrichit une série lexicale ou l'utilisation d'une série de mots, Dépourvu de base lexicale ou le utilisations précédentes du mot disparaissent au même moments.

Vue sous cet angle. Des linguistes tels que L. Guilbert et J-F SABLAYROLLES classent différents grands types de néologie :

1- néologie formelle : Selon J-F SABLAYROLLES la néologie formelle « est la formation de mots qui n'existaient pas auparavant, principalement obtenus par dérivation ou composition » Dans ce cas, il s'agit d'une unité lexicale nouvellement créée ou fabriquée. On peut dire que la néologie de la forme est le processus d'introduction de nouveaux mots dans la langue, d'emprunt d'une langue à une autre, ou de création d'une nouvelle unité lexicales.

2- néologie syntagmatique : le néologisme syntagmatique est un mot construit selon une règle dérivationnelle productive, l'interprétation de son sens ne pose aucun problème aux usagers. En effet, leur compétence lexicale leur permet d'analyser ce mot comme construit et de lui assigner un sens qui est fonction du sens de la base et de (des) l'affixe(s). Tous les modes de formation qui impliquent la combinaison d'éléments différents (dérivation et composition)

3- néologie sémantique : Comme son nom l'indique, cette partie de la création est en lien avec le sens, c'est-à-dire que nous voyons la création de nouvelles significations pour les mots existants. Selon DUBOIS J: « on emploie un signifiant existant déjà dans la langue considérée en lui conférant un contenu qu'il n'avait pas jusqu'alors — que ce contenu soit conceptuellement nouveau ou qu'il ait été jusque — là exprimé par un autre signifiant ».

(Mutation sémantique sans création d'une substance signifiante nouvelle)

4- néologie d'emprunt : l'emprunt comprend l'introduction de mots dans la langue cible qui appartiennent à une autre langue. C'est le résultat de la cohabitation de plusieurs langues dans la même région; il est utilisé pour répondre aux besoins linguistiques causés par l'incapacité des langues empruntées à combler les lacunes linguistiques.

## **2-Les création des néologismes (procèdes):**

La créatine lexicale, est toute la démarche et le processus entier qui conditionnent la formation et la composition des mots. (Verbe, parole).

Tous les procédés lexicaux créatif sont à l'origine le néologisme qui sont des lexèmes complexes, autrement dit, qu'elle est le fruit d'une manipulation formelle sémantique ou catégorique. Excepté, quand le néologisme n'est qu'un simple lexème en lui-même et nous ne

recevons aucune manipulation. En revanche, en dépit des similitudes et les ressemblances entre certain procédés créatifs lexique aucun d'eux ne coïncide complètement. Les différents types de base qui ont été mise en œuvre aux lexèmes pour obtenir les néologismes qui s'ensuivent : simple ou multiple.

Par le biais de cette démarche, les types de créativité et leur productivité varie mais l'objectifs demeure toujours d'enrichit le lexique français.

## **Les procédés de néologisme :**

### **1-Lexème simple**

Le nouveau mot créé peut être un simple lexème, en d'autre terme, une unité qui correspond a un socle et qui ne se décompose pas. Ceci est un procédé plus rare par ce que les nouveaux mots qui pénétrant dans langue sont plutôt des mots déjà existants qui expérimente plusieurs variations, des emprunts ou des emprunts réemployés à la française.

Ce nouveau mot à base simple se retrouve dans le roman *Babel des mers* (1987) de René de Ceccaty il s'agit d'un fruit imaginaire. Par conséquence, les lexèmes simples sont généralement satisfaits a des besoins particuliers et la sensibilité é à la guerre pour le dictionnaire général

### **2- Affixation**

Pour crée des mots nouveaux, la mise en place de la fixation des mécanismes de productions le plus performant. L'affixe constitue un élément non susceptible de faire l'objet de travail indépendant, pour la construction d'une nouvelle lexème dérivées. Les affixes du français sont le préfixe et le suffixe et ils se fixent « au début ou à la fin d'un radical pour en modifier le sens ou la catégorie lexicale ou grammaticale » (ISO 4 : 1997).

Proposer de nouveaux terme par affixation, notamment grâce au suffixe, selon le lexique français, est qu'une grande productivité a mené a la réalisation d'études plus nuancées.

### **3- Composition**

Au sein des procédés de composition, on compte deux types principaux de composition : les composés populaires et les composés savants.

La composition populaire est un procédé de création lexicale dans lequel deux lexèmes autonomes du français se réunissent pour former un terme nouveau. Bien évidemment, les

deux lexèmes apportent leur sens à la création d'un troisième lexème au dans le sens au-delà de celui de ces éléments constitutifs. Alors en fonction de la nature grammaticale la signification et l'ordre dans lequel les constitutions de la catégorie grammaticales du néologisme peuvent convenir ou pas avec celle de lexème en sortie autonome.

Des mots créés en français, aussi par composition savantes, cela se fait par des éléments prioritaires en latin et en grec. Néanmoins, l'un de ces deux éléments est un fondement mon autonome d'origines antique. la composition de savantes issu de la même base latine ou grecque, il y a également décomposition hybride constituée par un élément grec est un élément latin non autonome qui deviennent indépendant quand il forme une composition néoclassique. La rubrique (catégorie) grammaticale est très souvent différente de la composition savante.

Finalement, des néologismes créés par des compositions populaires que par compositions savantes, ils doivent être utilisés en tant qu'unités figées dans le discours.

#### **4- Siglaison**

La siglaison est un type de procédé de créativité néologique qui évoque les lettres initiales des mots d'une unité lexicale complexe pour obtenir une seule unité : le sigle. Il s'agit d'une manipulation visant à former des composants. Le sigle canerve le signifie des bases de départ de son homonyme fréquent. La catégorie grammaticale maintient souvent l'état d'un nom propre ou commun se conserve aussi.

En français, il y a d'un côté des sigles épelés lettre par lettre, D'un autre côté, il y a des sigles lus comme un mot, en outre il y des sigles qui arrivent à se lexicaliser, entrent dans le lexique français et s'inscrivent même au sein de paradigmes d'affixation.

#### **5- Troncation**

Le procédé de troncation crée des mots nouveaux par l'amputation de la partie initiale ou finale de la forme de départ, Quand la réduction s'exerce dans la partie antérieure du mot, c'est-à-dire, dans la partie initiale du mot, c'est une troncation d'aphérèse, si la troncation est postérieure et efface la partie finale du mot, c'est une troncation d'apocope. En revanche, la troncation peut être médiane et se produire par suppression d'un élément central

Dans la troncation, le néologisme est une base simple qui conserve la signification et la catégorie grammaticale du radical.

**6- Mot valise**

Le mot valise est une forme particulière de création de mots nouveaux qui télescope deux lexèmes simples. Cette amalgame emboîte un mot dans l'autre, « ce qui implique l'effacement d'une partie de l'un au moins de deux mots. » (Niklas-Salminen, 72 : 2013).

**7- Néologie sémantique**

Les mots nouveaux créés par néologie sémantique s'attachent au sens du mot. Ils sont des acceptions nouvelles pour des mots existants. Il y a une association entre un signifiant existant et un signifié nouveau. Le néologisme résultant est ainsi une base simple qui coïncide avec la forme et la catégorie grammaticale de la base de départ. La forme et la catégorie grammaticale ne varient pas mais un autre signifié s'est ajouté relié aux courses ludiques par étapes et pas aux automobiles.

**8- Néologie par conversion**

La création des néologismes par conversion, aussi nommée dérivation impropre ou hypostase, se concentre sur la relation grammaticale que les mots établissent. C'est justement la catégorie grammaticale du mot qui change. Le signifiant, c'est-à-dire, la morphologie du mot demeure inchangée.

**Le concept de néologisme et les réseaux sociaux en Algérie**

Selon FRÉDÉRIC DARD : « Néologisme, c'est la langue qui fait ses besoins. »

La langue française évolue sans cesse. On cesse d'utiliser certains mots, mais on en crée aussi de nouveaux pour désigner de nouvelles réalités. On peut également donner un nouveau sens à un mot déjà existant. On appelle **néologisme** les mots nouvellement créés.

Les néologismes sont des mots nouveaux. Le néologisme est une tâche d'employer l'expressions et de mots nouveaux ridiculement détournés de leur signification naturelle ou de leur emploi ordinaire. En l'occurrence, le néologisme a un sens péjoratif et vieilli selon les dictionnaires de la langue française. Le néologisme suppose également le recours d'un mot nouveau, ou emploi d'un mot, d'une expression dans un sens nouveau (néologisme de sens).

Par le biais de cette démarche, Le néologisme est encore plus difficile à décrire avec exactitude, celle-ci est défini comme suit dans le Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage (1994 : 322) : « Le néologisme est une unité lexicale (nouveau signifiant ou

nouveau rapport signifiant-signifié) fonctionnant dans un domaine de communication déterminé, et qui n'était pas réalisée antérieurement »

Le *néologisme* ne se borne pas uniquement à introduire dans le langage des nouveaux mots superflus, c'est le tour affecté des phrases, c'est la confluence imprudente des mots, c'est la bisarrerie des figures qui caractérisent surtout le *néologisme*.

« Le néologisme, étant la forme engagée des besoins nouveaux, constitue le signe du changement linguistique et des mutations sociales d'une époque donnée » ZHENHUA XU dans son ouvrage le néologisme et ses implications sociales.

Sablayrolles, afin d'illustrer les différents points de vue sur les diverses définitions proposées a jugé bon de préciser : « La néologie n'est sans doute pas un concept discret, mais comporte plutôt différents degrés sur une échelle. Cette conception large et scalaire de la néologie explique la variabilité des jugements au sujet des néologismes et la présence dans le corpus d'éléments qui ne seraient pas spontanément et unanimement considérés comme des néologismes » (Sablayrolles 2000 : 12)

Les néologismes sont courants dans les champs techniques et pour les technologiques. Les médias sociaux ont envahi la toile et se sont petit à petit enracinés dans les mœurs. Que ce soit YouTube, Facebook, Instagram, Snapchat, tik-tok, Instagram, ou d'autres médias sociaux, ce sont aujourd'hui des plateformes indispensables pour la plupart des utilisateurs d'internet et des smartphones.

Bien évidemment, Facebook, Snapchat, Instagram, Twitter. Ces les réseaux sociaux qui ont fait évoluer la vie des gens, c'est les médias les plus exploités en Algérie. Selon les données collectées, on constate que, Le nombre d'utilisateur Facebook en Algérie est de 24 000 000 réparties en 62% d'hommes contre 38% de femmes. Le nombre d'utilisateur Instagram en Algérie est de 4 900 000 réparties en 56% d'hommes contre 44% de femmes. Le nombre d'utilisateur Snapchat en Algérie est de 3 650 000 réparties en 40% d'hommes contre 60% de femmes. Le nombre d'utilisateur Twitter en Algérie est de 846 500 réparties en 70% d'hommes contre 30% de femmes.

N'empêche, ces médias ayant connu une évolution rapide dans une courte durée grâce à ses techniques d'utilisation, ainsi que sa convivialité. Les utilisateurs de ces réseaux sociaux utilisent certaines pratiques langagières particulières caractérisées par la mise en place de procédures qui leur sont propres. Le caractère social technique, constate un dynamisme créatif,

une néologie, des nouvelles expressions, est un contact des langues qui sont créés par les utilisateurs des médias.

## **Typologie de la communication médiatisée par ordinateur.**

### **Interaction à distance**

L'apparition des TIC (Technologie de l'Information et de la Communication) et de leur développement avait installé des moyens bien diversifiés de la Communication Médiatisée par Ordinateur. Cela permet l'interaction au niveau global. De ce fait, et en abolissant les clivages et les contraintes spatiales telles que les frontières et distance, et qui cloisonnent les individus, les TIC créent, par la même occasion, une notion du « citoyen du monde ». L'intensité de leur usage a fait naître une forme inédite d'une communication orale et écrite.

### **Jalonnement de la Communication Médiatisée par Ordinateur**

Les recherches menées au sujet des interactions dans la Communication Médiatisée par Ordinateur (désormais CMO), étaient à l'origine de définir les particularités de cette nouvelle forme langagière via Internet comme support numérique. MONDADA (1999) qualifie ce nouveau champ d'un corpus discursif grandissant.

En didactique des langues étrangères, l'on trouve les travaux de D. MANGENOT qui traitent des problématiques à l'image du rôle et de la portée des blogs et des forum dans l'apprentissage de l'interculturel, ou encore ceux de D. LEGROS qui décortiquent l'impact des TIC dans l'enseignement/ apprentissage des langues étrangères, ou même les analyse de J. D-GROSJEAN, concernant les interactions dynamiques et leurs apports dans l'apprentissage collaboratif en ligne.

### **Considérations notionnelles de CMO**

La désignation « CMO » est retenue en 1997 suite aux travaux de Rachel PANCKHURST. Il est à préciser qu'à l'origine cette appellation qui était une traduction française, il faut citer Susan HERRING (1996) à qui appartient l'expression anglaise « Computer-Madiated Communication » abrégée par l'acronymede « CMC ».

\*Cependant, en français, on est face à un dilemme. Faut-il traduire le mot « médiated » par « Médiée » ou par « Médiatisée » ? lequel serait le plus approprié dans cadre de notre travail de recherche ?

**Médiée ou Médiatisée pour CMO ?**

En tenant compte des considérations étymologiques, le vocable latin *mediare* est à l'origine des deux concepts médiation et médiateur, et qui signifie se poster au milieu, s'interposer, l'arbitrage. En parallèle, le verbe *mediatiser* s'emploie et pour l'action de médiatisation et pour la médiation. Force est de constater que le verbe *mediier* n'a pas d'entrée dans le dictionnaire pour prétendre qu'il est à la base du vocable médiation.

Cependant, il paraît que dans les TIC, que ce soit pour le concept *medié* ou celui de *mediatisé*, leur usage est tributaire du rôle de l'outil utilisé, c'est-à-dire, l'ordinateur. Il existe des chercheurs qui établissent une distinction au niveau sémantique.

Ainsi, pour Geneviève J.-D., l'existence d'une entité intermédiaire sépare d'une façon indirecte l'action de l'objet par le biais de l'intervention d'une technique ou de média.

Car, selon M. MARCOCCIA, média comme concept est vu telle une technique exploitée par les interlocuteurs pour communiquer dans une interaction à distance, c'est-à-dire, qui ne se déroule pas face à face.

De ce point de vue, le concept média est considéré une technique de production, un moyen de communication distancielle.

Par conséquent nous concluons que la *médiation* est une notion qui fait référence à une pratique interactionnelle qui assure un relationnel propre à favoriser à la tenue d'une situation de communication réelle. Par contre, la notion de *mediatisation*, fait référence à l'aspect numérisé, en l'occurrence, technologique.

Les deux notions sont alors complémentaires. Et c'est une question de choix pour certains spécialistes. Fait qui inclut les smartphones dans l'équation de la CMO.

**La modalité de la communication sur les réseaux sociaux**

Le domaine de la CMO comporte divers types d'interaction. D'après J. ANIS, compte tenue de la temporalité, deux groupes distincts se font installer. Il s'agit de la communication en direct, quasi-direct, et en différé.

En d'autres termes, il existe deux modes : le mode asynchrone, comme c'est le cas du courrier électronique, forums, blogs, les SMS, et le mode synchrone, à l'instar du Tchat et tout ce qui est messagerie instantanée. Le mode asynchrone désigne les échanges en différé et qui ne sont pas en temps réel. Il offre aux usagers plus de latitude spatio-temporelle.

**La CMO en Algérie**

La CMO en tant qu'une nouvelle réalité sociale et langagière, c'est-à-dire une dimension sociolinguistique évolutive, est une pratique langagière propre aux internautes. Aujourd'hui, la CMO en Algérie occupe un espace majeur dans les formes de communication personnelle ou professionnelle. Les types les plus utilisés dans ce mode de communication, sont les mails, mais aussi et surtout, les réseaux sociaux, dont Facebook et le fameux corollaire Messenger.

Une enquête qui a été menée par d'IMMAR en février 2017, un échantillon composé de 3000 citoyens qui représentent l'ensemble du territoire national Algérien, plus de 13,3 millions d'Algériens sont en possession d'un Smartphone. 10,82 millions de la population jeune (entre 15 et 24 ans), utilisent les réseaux sociaux au quotidien en Algérie.

En effet, en vertu de l'évolution technologique, les outils de communication ainsi que les programmes (application ou autre), constituent une révolution dans le domaine de la CMO, et qui offre un espace immense dans l'univers cyber-conversationnel, favorisant ainsi l'ancrage d'ordre interculturel. Cet état de fait offre la possibilité de la création de nouvelles formes linguistiques qualifiées de néologismes sous tous leurs aspects : lexicale, sémantique, fonctionnel et autres.

**Typologie de la communication médiatisée par ordinateur (CMO)**

Une application de messagerie est une application ou une plateforme conversationnelle, comme Facebook Messenger, WhatsApp, WeChat ou Viber, qui permet aux utilisateurs d'envoyer des messages instantanés et de se connecter les uns aux autres via leur ordinateur ou leur appareil mobile.

Nous allons exposer dans ce qui suit, les différentes fonctionnalités du service de messagerie:

**1-Le Mail :**

Une adresse électronique (e-mail ou courriel), sert à recevoir des courriers électroniques dans une boîte aux lettres électronique. Elle permet de lire, écrire, répondre, recevoir des messages. Le mail présente généralement une interface graphique riche à la disposition de l'utilisateur. Après l'écriture d'un message, l'utilisateur choisit les destinataires qui peuvent être choisis depuis le carnet d'adresses. Lors de la confirmation d'envoi d'un

message, le serveur SMTP/POP vérifie l'existence du destinataire et stocke le message dans un répertoire soit la boîte de réception du destinataire.

## **2-Tchat :**

Le chat permet à vos équipes de dialoguer avec les visiteurs de votre site web. Il s'agit d'une forme de messagerie instantanée ciblée opérant traditionnellement dans les secteurs du marketing et de la vente, et particulièrement utile dans des cas de figure où l'automatisation ne peut résoudre des questions ou des situations complexes. L'un des usages les plus répandus du tchat est la conversation entre amis. La majorité des réseaux sociaux proposent ainsi cette fonctionnalité. Sur Facebook par exemple, dans la version desktop, la barre de droite indique les « amis » actuellement connectés et avec qui il est possible d'engager une discussion instantanée. De nos jours, le chat est également un outil au service des entreprises. Il est notamment utilisé pour le support et le conseil client avant et après-vente.

## **3-Messenger :**

Messenger est le nom sous lequel est connu le logiciel Windows Live Messenger. Ce logiciel, créé par Microsoft, permet une communication instantanée entre deux ou plusieurs utilisateurs. Messenger est né sous le nom de MSN Messenger. Depuis 2005, ce client de messagerie instantanée s'est ajouté à l'ensemble des services en ligne appelé Windows Live. À l'heure actuelle, on estime que plus de 330 millions d'utilisateurs se servent de Messenger chaque mois. Messenger peut être utilisé sur un ordinateur (PC) ou certains appareils mobiles/portables. Bien qu'il ait été créé comme un client de messagerie instantanée (pour échanger des messages écrits en temps réel). Avec Messenger, désormais, il est possible de discuter, de parler ou de faire des vidéoconférences entre deux ordinateurs. Messenger a également une option qui permet d'envoyer des messages aux utilisateurs même s'ils sont déconnectés.

## **4-Viber :**

Vibre est une messagerie instantanée disponible sur tous les supports : smartphone, tablette et ordinateur. Cette application permet aux utilisateurs d'envoyer et recevoir des messages, mais aussi de rejoindre des discussions sur des tendances actuelles, au sein de communautés.

L'application dispose de nombreuses fonctionnalités :

Envoyer des messages, passer des appels vocaux ou vidéo, créer des discussions et appels de groupe Partager des stickers, etc.

**5-WhatsApp :**

WhatsApp est un logiciel de messagerie instantanée que vous pouvez télécharger sur votre smartphone ou tablette. Il permet d'échanger des messages textuels, des vidéos et des images avec les autres utilisateurs de l'application, à la manière des SMS et MMS. Elle est entièrement gratuite. Envoyer un SMS, passer un appel audio ou vidéo, envoyer une photo, créer un groupe de discussion.

**Conclusion :**

Somme toute, Cette étude théorique avait pour objectif de faire le repérage de néologismes dans le domaine des médias sociaux et les discussions des internautes.

Les recherches ont pu mettre de l'avant la contribution des domaines de la communication et de l'informatique à la néologie.

Notre motivation jaillit grâce à la communication des jeunes dans les réseaux sociaux, un phénomène naissant qui trouve refuge chez cette nouvelle génération, c'est ce qui nous a aiguillé à choisir ce nouveau langage en vue d'en faire une étude. C'est qui sera l'objet du chapitre suivant.

# **CHAPITRE II:**

## **Audit stratégie et corpus analysés**

**Introduction**

Après l'achèvement de la partie théorique, dans le cadre duquel nous avons exposé l'évolution du statut de l'usage des néologismes dans les réseaux sociaux, nous avons également déterminé les notions clés en lien avec notre sujet de recherche. Nous allons maintenant aborder le deuxième chapitre, qui sera consacré à la partie pratique, où nous nous pencherons d'abord sur l'exposition d'un autre champ de recherche, la conduite et les modalités de l'enquête et les difficultés auxquelles nous sommes confrontés à cet égard. D'autre part, nous poursuivons avec la présentation du corpus et finalement, nous analyserons et interpréterons les données collectées dans le cadre de l'enquête.

**1. Présentation de l'enquête****1. L'enquête :**

Pour mener des recherches scientifiques, le chercheur adopte sa méthode qui lui permet de conduire ses recherches, il s'y oppose et cible la plus adaptée et qui correspond le mieux à ses objectifs, ce qui implique notre travail modeste. On a opté pour une méthode très spécifique qui est « quantitative », car elle représente la meilleure démarche et mécanisme au terme de notre recherche, et à mener une enquête.

L'enquête consiste à recueillir des renseignements, améliorer et connaître des solutions pour tous les problèmes. Sur le plan pratique nous effectuons une recherche approfondie et minutieuse des renseignements, en vue d'une découverte complète d'informations non connues dès le commencement de l'enquête et parfois la volonté et la disposition de collecter le plus possible d'informations. En outre l'enquête décrit, explique, nuance et met l'accent sur les expériences et les motivations des informateurs.

La méthode d'analyse adoptée dans notre étude, est en premier lieu le questionnaire, pour ensuite passer au prélèvement de notre corpus qui consiste à une liste des néologismes qui proviennent des messages que nous répondants ont produit et qui ont l'habitude d'utiliser en tant que tchatteurs algériens.

L'avantage de notre corpus est qu'il offre une panoplie de néologismes plus connus et utilisés dans le « TCHAT » avec une identité de jeune tchatteur algérien spontanée. Au total, nous avons rassemblé 200 messages de plusieurs usagers. Par ailleurs, les néologismes sont cités tels qu'ils étaient produits par les tchatteurs algériens dans une communication médiée par ordinateur.

**2- Terrain et public de l'enquête :**

Notre enquête s'est tenue à notre université de « khenchela », Abbas Laghrour, faculté lettres et langues, dans le département du Littérature et Langue Française. Et nous avons sélectionné en tant que publique d'étude les étudiants des deux cycles (Licence et Master)

Selon Anger. M. (1997, 226), le public d'enquête est comme « Un ensemble d'éléments d'une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments sur lesquels porte l'investigation ». On a donc distribué 50 exemplaires du questionnaire aux étudiants.

**4-Présentation de questionnaire :**

Nous avons opté pour la méthode du questionnaire, et aussi une collecte de néologismes comme moyen nécessaire pour effectuer une analyse lexicosémantique. En fait, le questionnaire est distribué dans le cadre du thème, « L'analyse de l'usage des néologismes dans les réseaux sociaux » afin d'étayer notre travail et l'objectif de notre recherche. Nous avons recours à ce questionnaire qui a été distribué à une cinquantaine d'étudiants du département de la langue française, à l'université de Abbas Laghrour Khenchela, il comporte dix-neuf questions, donnant l'opportunité au jeune informateur d'exprimer et de présenter leurs avis sur les néologismes sur les réseaux sociaux.

**Le questionnaire****1-Utiliser-vous les réseaux sociaux ?**

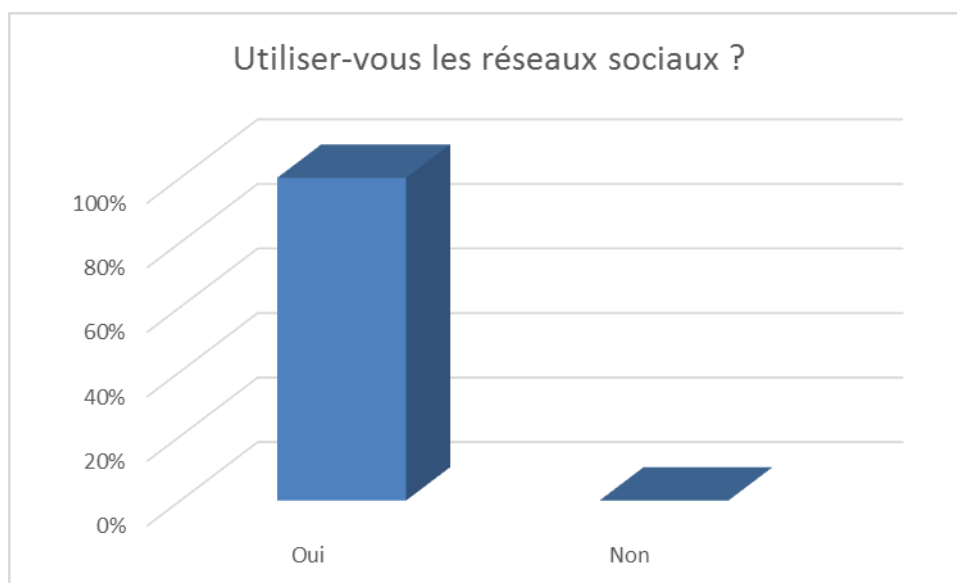
-Oui      -Non

-Cette question vise à obtenir des renseignements à propos des rapports que les étudiants, en particulier, peuvent entretenir avec les réseaux sociaux.

**Tableau N°1 :** Répartition d'utilisation des réseaux.

	Fréquence	Pourcentage
Oui	50	100%
Non	00	00%
Total	50	100%

**Graph N°1 :** Représentant d'utilisation des réseaux.

**Commentaire :**

-La plupart des facebookeurs disent que oui, nous pouvons ainsi dire que nos étudiants suivent l'ensemble les avancées technologiques et les médias sociaux en Algérie.

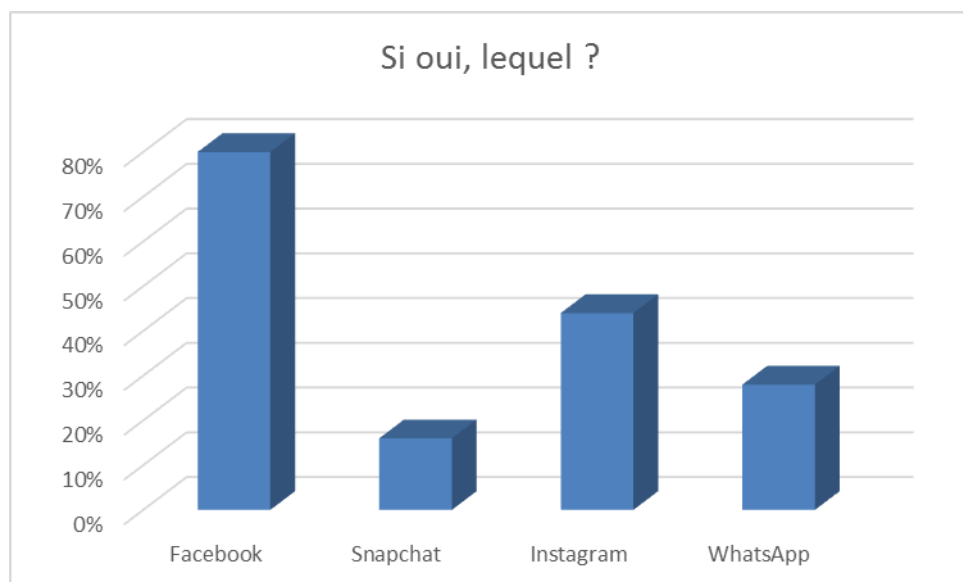
**2-Si oui lequel ?**

- Facebook    -Snapchat    -Instagram

-Cette question vise à mettre l'accent sur la prépondérance des applications les plus fréquentées en Algérie.

**Tableau N°2 : Répartition des applications les plus utilisés en Algérie**

	Fréquence	Pourcentage
Facebook	40	80%
Snapchat	8	16 %
Instagram	22	44%
WhatsApp	14	28 %
Total	50	100%

**Graph N°2 : Représente es applications les plus utilisés en Algérie.****Commentaire**

On peut constater sur le graphique que la plupart (80% des étudiants) utilisent le Facebook, il est arrivé en seconde position Instagram, 50% des utilisateurs. Puis, ce graphique

nous renseigne que le WhatsApp occupait la troisième place. Et arrive en dernière position le Snapchat. A la lumière des résultats le Facebook est l'application la plus utilisée.

### 3-Êtes-vous inscrit à un (des) réseau(x) social(aux) ?

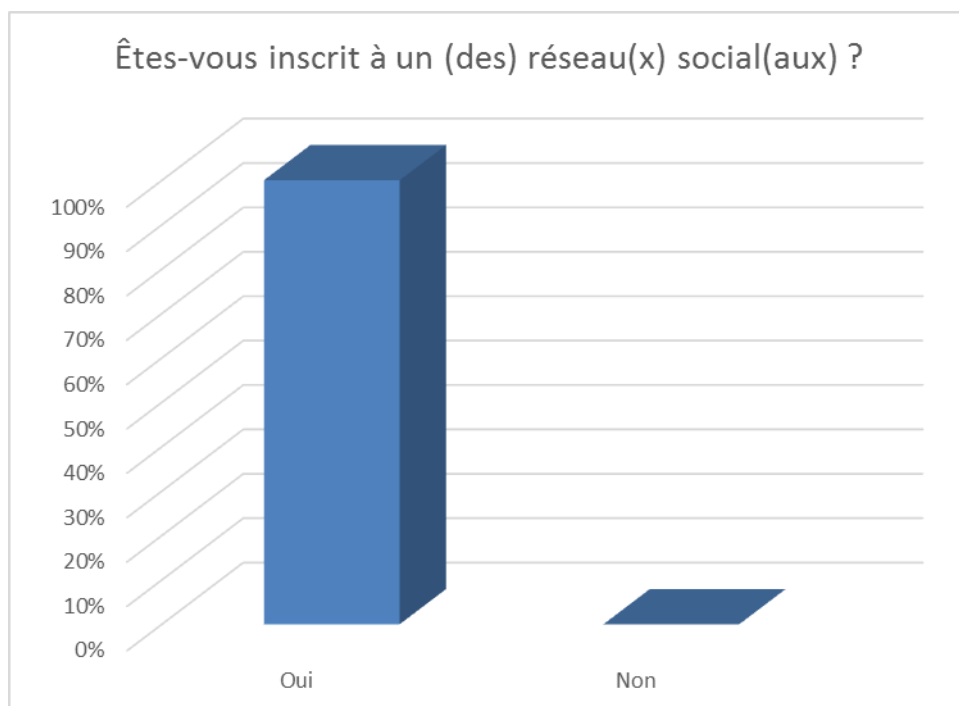
-Oui            -Non

-Cette question vise à évaluer les utilisateurs de ces sites sociaux. A cet égard, nous sommes parvenus en mesure d'en inférer ses résultats.

**Tableau N°3 :** fréquence des inscriptions sur les réseaux sociaux

	Fréquence	Pourcentage
Oui	50	100%
Non	0	0%
Total	50	100%

**Graphe N°3 :** Représentation des inscriptions sur les médias sociaux.



#### **Commentaire :**

- De là, nous voyons que tous les internautes utilisent les sites de réseautage social.

**4-Vous le(les) consultez sur ?**

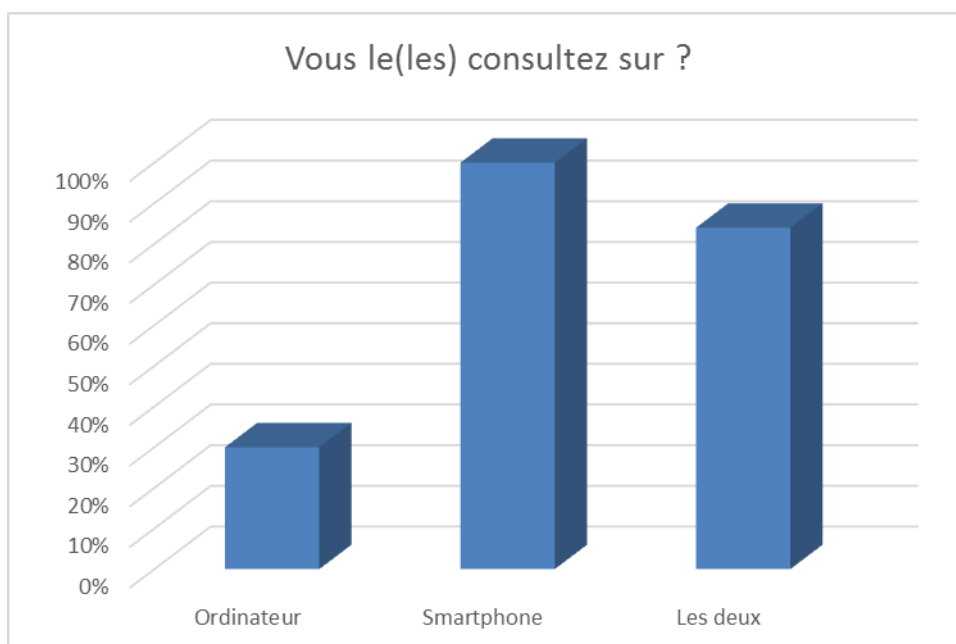
-Ordinateur    - Smartphone    -Les 2   - Autres

-Cette question porte sur le fait d'obtenir quelle est l'appareil le plus fréquemment utilisés par les internautes.

**Tableau N°4 :** Répartition des appareils les fréquemment utilisés par les internautes.

	Fréquence	Pourcentage
Ordinateur	15	30%
Smartphone	50	100%
Les deux	42	84%
Total	50	100%

**GrapheN°4 :** Représentation des appareils les plus utilisés par les internautes.

**Commentaire :**

- Les résultats nous permettent de savoir que le smartphone est classé en premier en usage par les internautes.

**5- Combien de temps en continu vous prend en moyenne vos connexions ?**

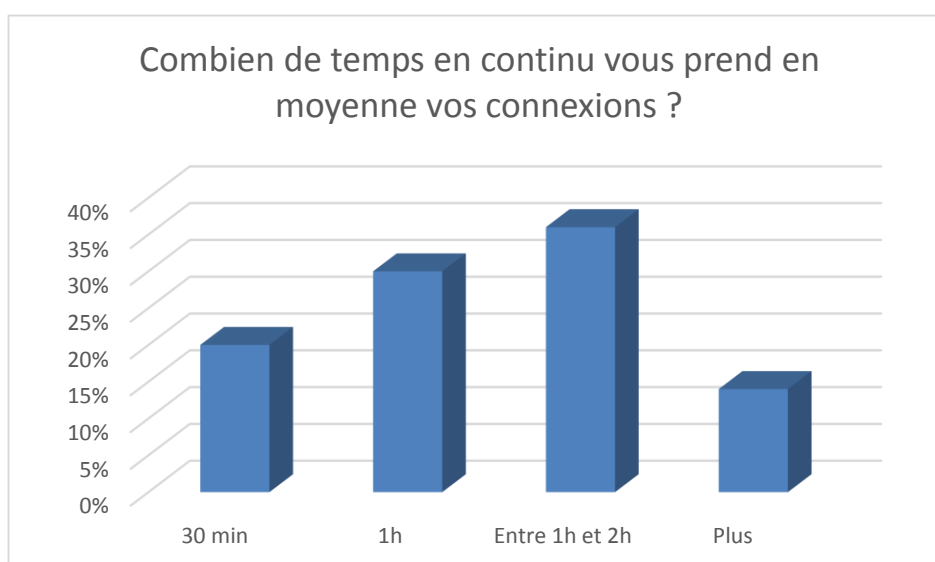
-30min -1h -entre 1h et 2h -plus

Cette question est pour obtenir une idée du temps pendant lequel jeunes étudiants seront branchés sur Internet.

**Tableau N°5 :** Récapitulation de la dure de connexion.

	Fréquence	Pourcentage
30 min	10	20 %
1h	15	30%
Entre 1h et 2h	18	36%
Plus	07	14 %
Total	50	100 %

**GrapheN°5 :** Représentation de la dure de connexion.



**Commentaire :**

Ce qui ressort de la réponse à cette question, est que 36% passent entre 1h et 2h sur l'internet, est les internautes qui passent 1h sur connexion avec un pourcentage de 30%. Les taux restant sont partagés entre 30min et plus. Donc, il apparait que le temps passé sur les applications de tchat est conséquent, ce qui signifie que les conversations sont intenses.

**6-Quele application que vous utilisez le plus ?**

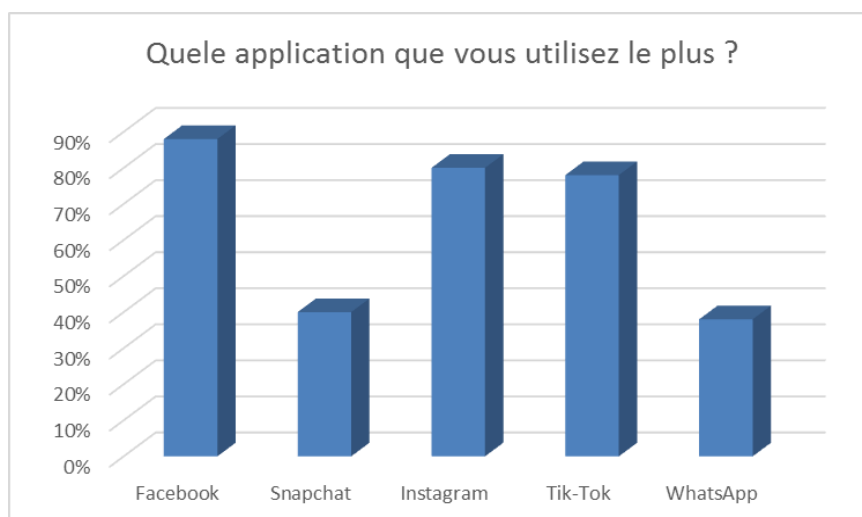
-Facebook -Snapchat -Instagram -Tik-tok -WhatsApp

La présente question sert à connaître l’application la plus utilisée.

**Tableau N°6 :** Répartition des applications les plus exploitées.

	Fréquence	Pourcentage
Facebook	44	88%
Snapchat	20	40%
Instagram	40	80 %
Tik-tok	39	78 %
WhatsApp	19	38%
Total	50	100%

**Graphen°6 :** Représentation des médias les plus répandus.



**Commentaire :**

Les Facebookeurs arrivent en tête des applications les plus utilisées (88%), suivi étroitement de près Instagram avec un taux de 80%, et en troisièmes position le Tik-tok, avec un pourcentage de 78%, et il nous reste les deux applications Snapchat, et, WhatsApp. La première avec un taux de 40%, et la dernière avec un taux de 38%.

**7-Quelle langue utiliserez-vous dans vos publications sur les réseaux sociaux ?**

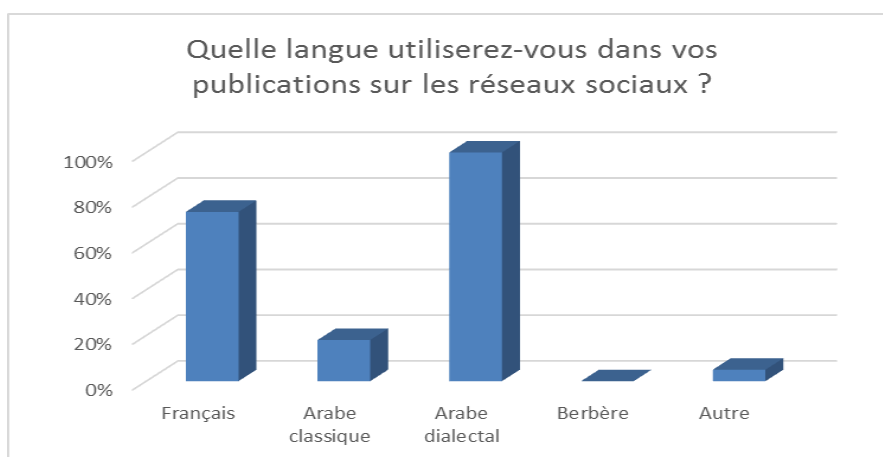
-Français - Arabe classique -Arabe dialectal -Berbère -Autre

- cette question a pour objectif de déterminer les langues que les internautes utilisent le plus souvent.

**Tableau N°7 :** Répartition des différentes langues utilisées sur les réseaux sociaux.

	Fréquence	Pourcentage
Français	37	74%
Arabe classique	09	18 %
Arabe dialectal	50	100%
Berbère	00	0%
Autre	03	05%
Total	50	100 %

**GraphN°7:** Représentation des diverses langues utilisées sur les réseaux sociaux.



**Commentaire :**

Tout le monde utilise plus d'une langue au sein des réseaux sociaux, et chacun son langage de prédilection. Nous voyons que l'arabe dialectal est le plus courant chez les internautes dans leurs publications avec un pourcentage de 100% des utilisateurs, le graphique déclare aussi que la langue française existe également et fait partie de leurs conversations avec un pourcentage de 74%. Néanmoins 18% ont affirmé qu'il utilise l'arabe classique.

**8-Est-il pratique d'utiliser la langue arabe transcrite en langue française sur réseaux sociaux ?**

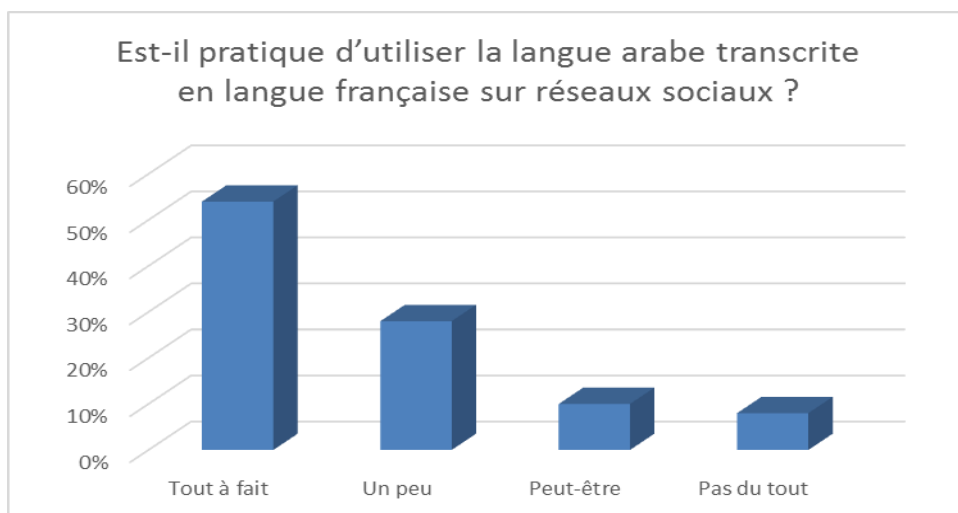
-Tout à fait    -Un peu    -Peut-être    -Pas du tout

- cette question vise a pour connaître si l'utilisation de langue arabe transcrit est-elle pratique.

**Tableau N°8 :** Répartition d'utilisation de la langue arabe transcrite en langue française sur réseaux sociaux.

	Fréquence	Pourcentage
Tout à fait	27	54%
Un peu	14	28%
Peut-être	05	10%
Pas du tout	04	8%
Total	50	100%

**Graphe N°8 :** Représentation d'usage de la langue arabe transcrit en langue française sur réseaux sociaux.



**Commentaire :**

Les données nous indiquent que la majorité répond par « tout à fait » avec un pourcentage de 54%, et que la langue arabe transcrite est considérée comme instrument de transmission de messages claires et précis. Et 28% des utilisateurs qui ont répondu par « un peu », par contre 8% a répondu par non tel indiqué dans les statistiques.

**9-Etes-vous pour ou contre ?**

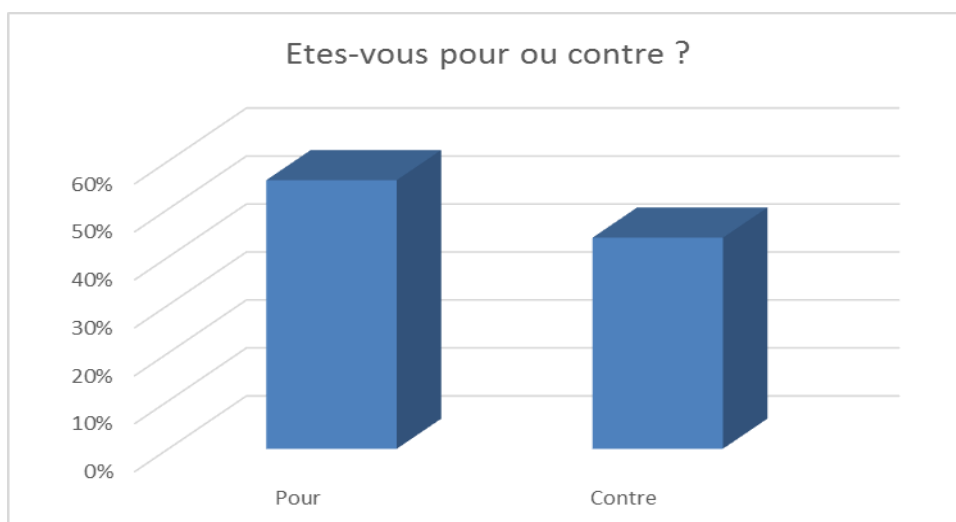
-Pour -Contre

- Cette question vise à voir les différents points de vue des jeunes tchatcheurs en ce qui concerne l'usage de la langue arabe transcrite en langue française sur réseaux sociaux.

**Tableau N°9 :** Répartition des opinions des internautes sur l'usage de la langue arabe transcrite en langue française sur réseaux sociaux.

	Fréquence	Pourcentage
Pour	28	56%
Contre	22	44%
Total	50	100%

**Graphe N°9 :** Représentation d'utilisation de la langue arabe transcrite en langue française sur réseaux sociaux.



**Commentaire :**

Les résultats montrent que 56% des utilisateurs d'internet (étudiants) utilisent beaucoup la langue arabe transcrite en langue française sur réseaux sociaux. Cela leur permettra de créer des mots simple et claire et lui offrira et donnera la possibilité de créer spontanément et librement des codes très spécifique et exceptionnel (majoritairement néologiques). En revanche 44% affirme le contraire (non), Dans ce que l'usage de la langue arabe transcrite en langue française sur réseaux sociaux, s'est imposé comme un phénomène courant parmi les jeunes étudiants de notre université.

**10-Quelle est la langue que vous utilisez dans l'application Messenger ?**

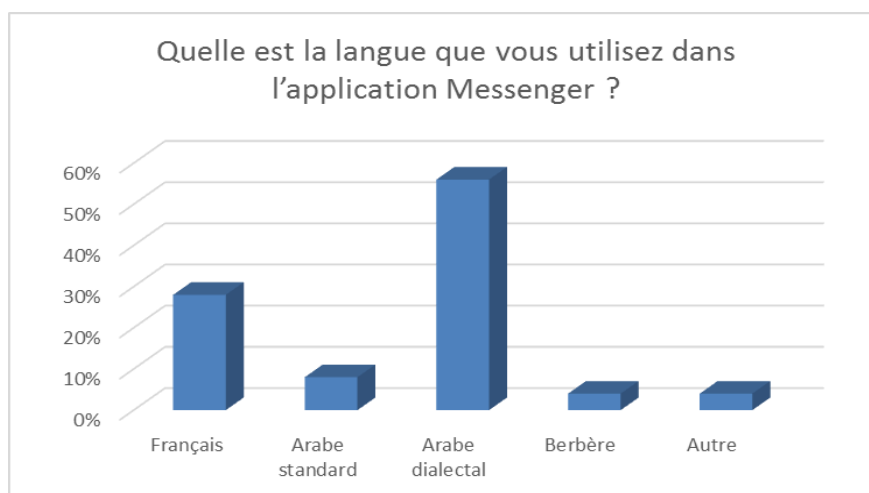
- Français
- Arabe standard
- Arabe dialecte
- Berbère

- Cette question vise à spécifier laquelle des langues est la plus utilisée par les tchatteurs.

**Tableau N°10 :** Répartition des langues les plus utilisées par les tchatteurs.

	Fréquence	Pourcentage
Français	14	28 %
Arabe standard	04	08 %
Arabe dialectal	28	56%
Berbère	02	04 %
Autre	02	04%
Total	50	100%

**GrapheN°10 :** Représentation des langues les plus utilisés dans le Messenger.



**Commentaire :**

Ce qui ressort de cette graphie est que l'Arabe dialecte est la langue la plus répondu dans les conversations des internautes c'est le pourcentage le plus élevé (56%). En effet 28% d'étudiants utilisent le français. Et 8% d'étudiant qui communiquent avec l'arabe standard, tend dis que 4% d'utilisateur de la langue berbère. Et le reste d'étudiants appliquent d'autres langues.

**11-Le nombre de contacts sur les réseaux sociaux, oriente-t-il le registre de vos interactions ?**

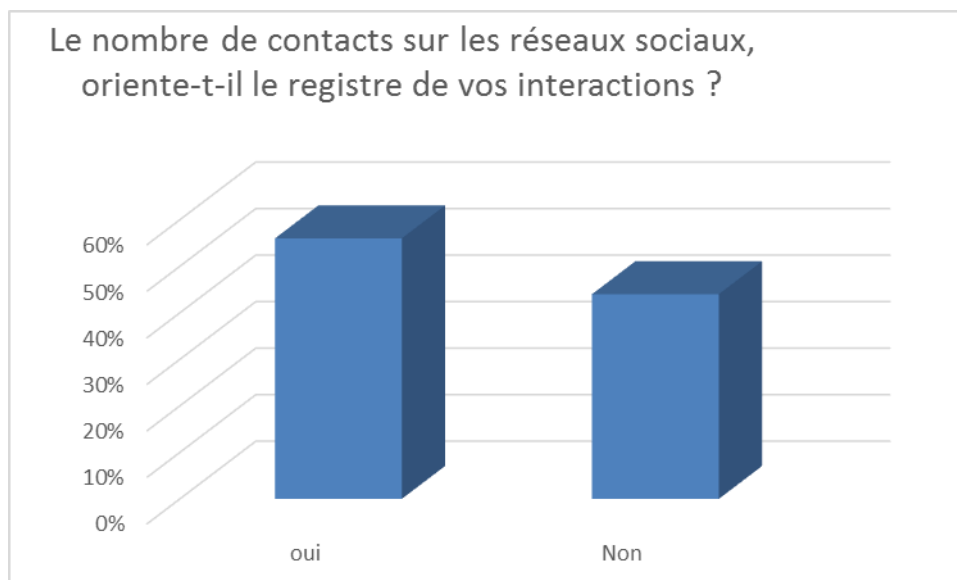
-Oui - Non

-Cette question vise à mettre l'emphase sur le nombre de contacts sur les réseaux sociaux et leurs influences dans l'orientation et l'établissement des registres langagiers des interactions.

**Tableau N°11 :** Répartition des orientations des registres des interactions.

	Fréquence	Pourcentage
Oui	28	56%
Non	22	44%
Total	50	100%

**Graphen°11:** Représentation des orientations des registres des interactions.



**Commentaire :**

-Compte tenu des résultats obtenus par les internautes, nous constatons que la réponse majoritaire est « oui », et que le nombre de contacts sur les réseaux sociaux, oriente le registre de leurs interactions, cette dernière servira à la création, l'amélioration, et l'orientation des néologismes.

**12-Vous arrive-t-il d'utiliser les néologismes via les réseaux sociaux ?**

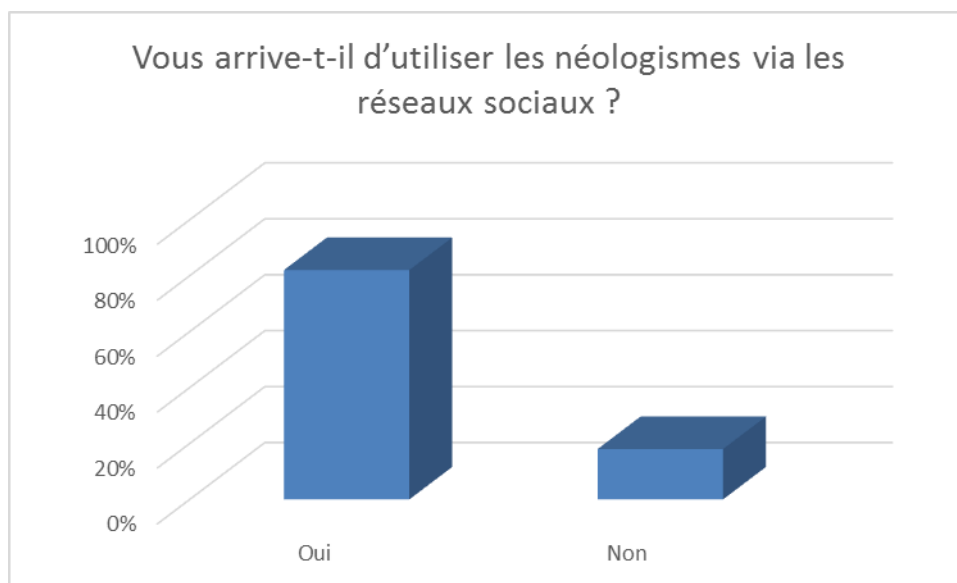
-Oui            - Non

-Cette question vise à collecter des informations sur nos étudiants, plus précisément s'ils utilisent les néologismes à travers les réseaux sociaux.

**Tableau N°12 :** Répartition de l'utilisation les néologismes à travers les réseaux sociaux.

	Fréquence	Pourcentage
Oui	41	82 %
Non	09	18%
Total	50	100%

**GrapheN°12:** Représentation d'utilisation les néologismes à travers les réseaux sociaux.

**Commentaire :**

-On note dans ce graphique que la majorité 82% des étudiants ont répondu avec (oui), et 18% ont répondu par (non). Donc les résultats obtenus font valoir que tous les utilisateurs d'internet utilisent les néologismes via les réseaux sociaux.

**13-A quelle fréquence ?**

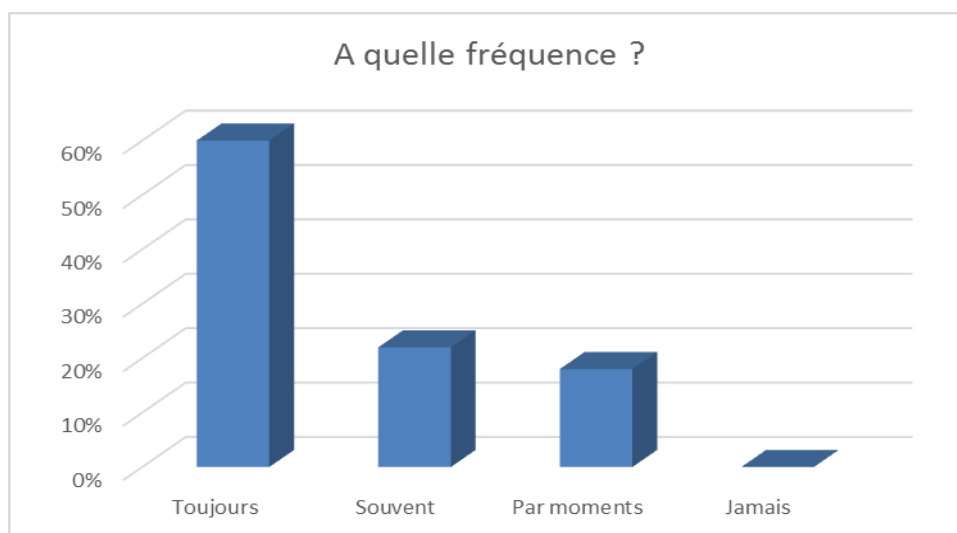
-Toujours    -souvent    -par moments    - rarement    - jamais

- cette question vise à répondre à quelles occurrences les internautes utilisent les néologismes via les réseaux.

**Tableau N°13 :** Répartition les fréquences de connexion aux réseaux sociaux.

	Fréquence	Pourcentage
Toujours	30	60%
Souvent	11	22%
Par moments	09	18 %
Jamais	00	00 %
Total	50	100%

**Graphen°13 :** Représentation des fréquences de connexion aux réseaux sociaux.



**Commentaire :**

Ce qui répond à cette question, que 60% de nos étudiants utilisent toujours les néologismes via les réseaux sociaux, et nous avons déduit que 22% ont déclaré qu'ils utilisent « souvent » les néologismes. Cependant, 18% d'étudiants ont déclaré qu'ils utilisent « par moments » les néologismes. Alors selon ce graphique et ces statistique, le néologisme est omniprésent dans le quotidienne de nos étudiants.

**14-Quelle émotion déclenche chez vous l'apparition des néologismes dans vos tchats ?**

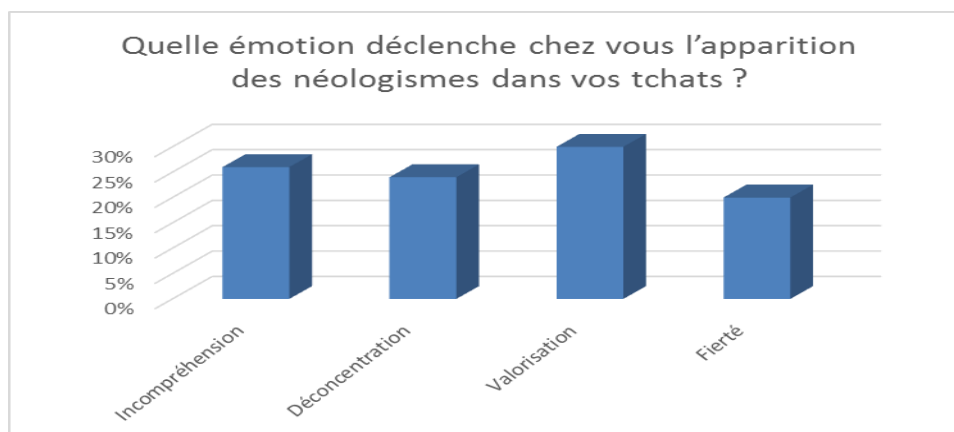
-Incompréhension -Déconcentration -Valorisation - fierté

-Cette question vise à avoir l'émotion qui provoque les internautes (étudiants) lors de l'apparition des néologismes dans leurs tchats.

**Tableau N°14 :** Répartition des émotion déclenche chez vous l'apparition des néologismes dans vos messages

	Fréquence	Pourcentage
Incompréhension	13	26%
Déconcentration	12	24%
Valorisation	15	30%
Fierté	10	20 %
Total	50	100%

**GrapheN°14 :** Représentation des émotion déclenche chez vous l'apparition des néologismes dans vos messages.



**Commentaire :**

- la plupart des étudiants éprouvent l'émotion de la valorisation, ils sont à hauteur de 30% de cette émotion. En effet ,26% d'étudiants ont le sens de l'incompréhension. Cependant, 24% d'étudiants se voient déclenchée l'émotion de la déconcentration. Tandis que 20% des internautes (étudiants) ont l'émotion de la fierté quand ils utilisent les néologismes dans leurs tchats.

**15-Lorsque vous utilisez les néologismes, croyez-vous que cela a un effet sur vos interlocuteurs ?**

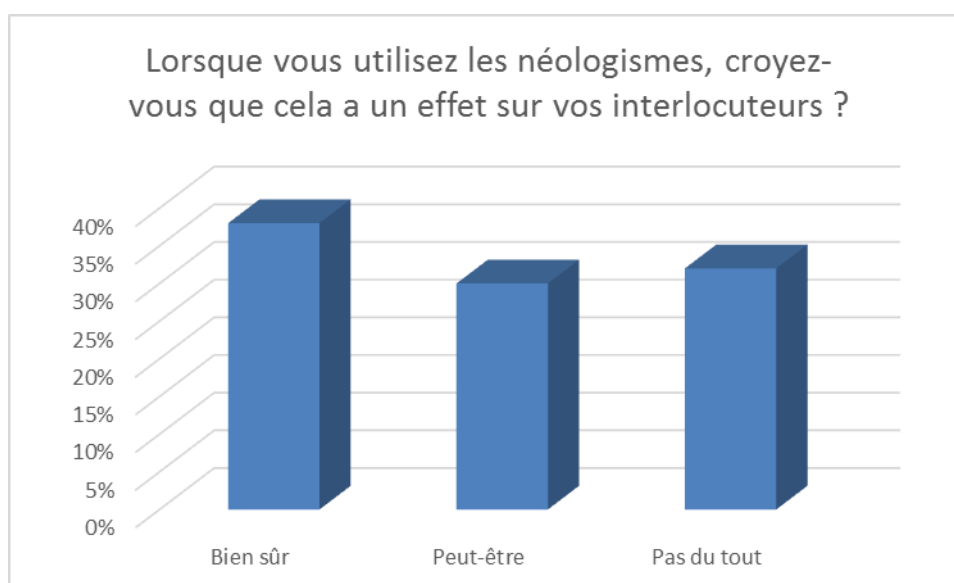
-Bien sûr            - Peut-être            -Pas du tout -

Cette question vise à connaître l'impact et l'effet des interlocuteurs lorsqu'ils utilisent des néologismes.

**Tableau N°15 :** Répartition des effets aux interlocuteurs dès l'utilisation des néologismes.

	Fréquence	Pourcentage
Bien sûr	19	38%
Peut-être	15	30%
Pas du tout	16	32%
Total	50	100%

**GrapheN°15 :** Représentation des effets aux interlocuteurs dès l'utilisation des néologismes.



### Commentaire :

-les résultats de ce graphe nous informent que 38% d'étudiants déclarent que cela influe sur les interlocuteurs lorsqu'ils utilisent les néologismes. Et 30% des internautes ont répondu « peut-être ». Tandis que 32% répondent par « pas du tout ». On constate que la majorité des étudiants (internautes) affirme que le recours à des néologismes a des répercussions sur les interlocuteurs, et motive les gens à réagir de façon similaire.

### 16-Dans quels objectifs utilisez-vous généralement les néologismes ?

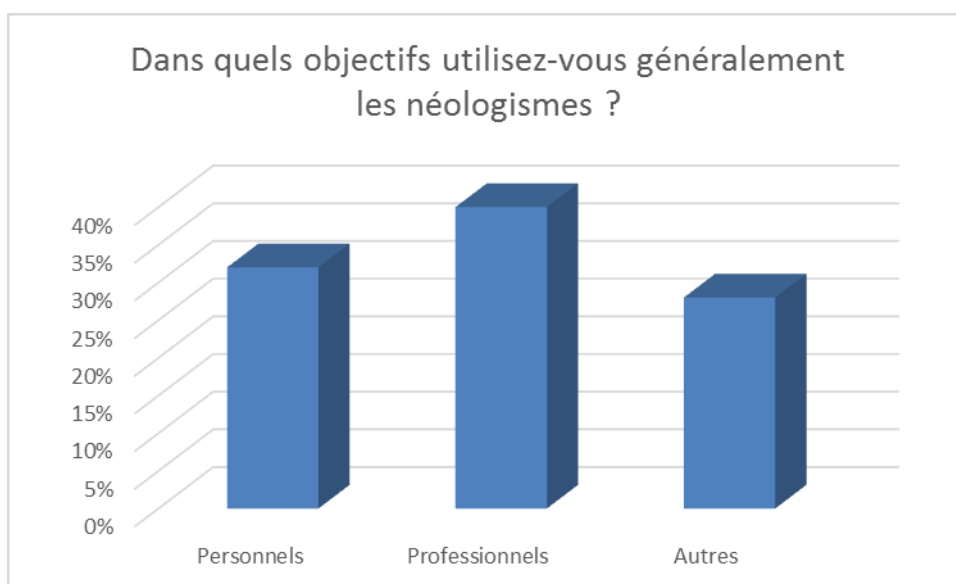
-Personnels      -Professionnels      -Autres

- Cette question répond à l'objectif des néologismes chez les étudiants (interlocuteurs).

**Tableau N°16 :** Répartition de objectifs des néologismes.

	Fréquence	Pourcentage
Personnels	16	32%
Professionnels	20	40%
Autre	14	28%
Total	50	100%

**Graphen°16:** Représentation de objectifs des néologismes.



#### Commentaire :

On constate que la moitié des étudiants ont l'objectif professionnels d'utiliser les néologismes. Et 32%des étudiants ont des objectifs personnels. Tandis que 28% ont d'autres objectifs.

Les étudiants qui ont des objectifs professionnels, ont tendance à construire une communication efficace et pratique.

**17-Vos interlocuteurs sont-ils enclins à accepter l'apparition des néologismes dans les tchats ?**

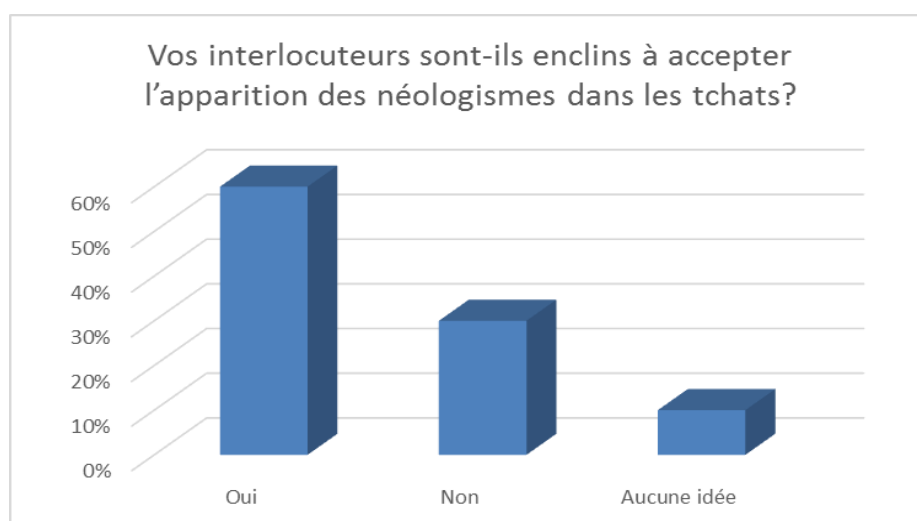
-Oui            -Non            -Je ne sais pas

- Cette question répond à mesurer l'importance que nos enquêtés témoignent à l'égard de la création et l'utilisation des néologismes.

**Tableau N°17 :** l'acceptation de l'apparition des néologismes dans les tchats.

	Fréquence	Pourcentage
Oui	30	60%
Non	15	30%
Je ne sais pas	05	10%
Total	50	100%

**GraphN°17:** Représentation de l'apparitions des néologismes dans les tchats.



**Commentaire :**

Dans ce graphique, on constate que les internautes (étudiants) on accepter l'apparition des néologismes dans leurs tchats, avec un pourcentage de 60%, et le reste des étudiants ,30%affirme par (non). Du coup, on affirme que les internautes sont pour l'apparition des néologismes, c'est-à-dire, pour améliorer et enrichir le contexte des échanges des internautes, et ainsi faciliter le contact avec leurs amis, ils s'en servir à établir une communication efficace et avoir la compréhension des échanges des messages.

**18- En tant qu'étudiant en Licence/Master au département de français, pensez-vous que la création et l'utilisation des néologismes offre un avantage didactique afin d'aider les étudiants à apprendre plus les langues ?**

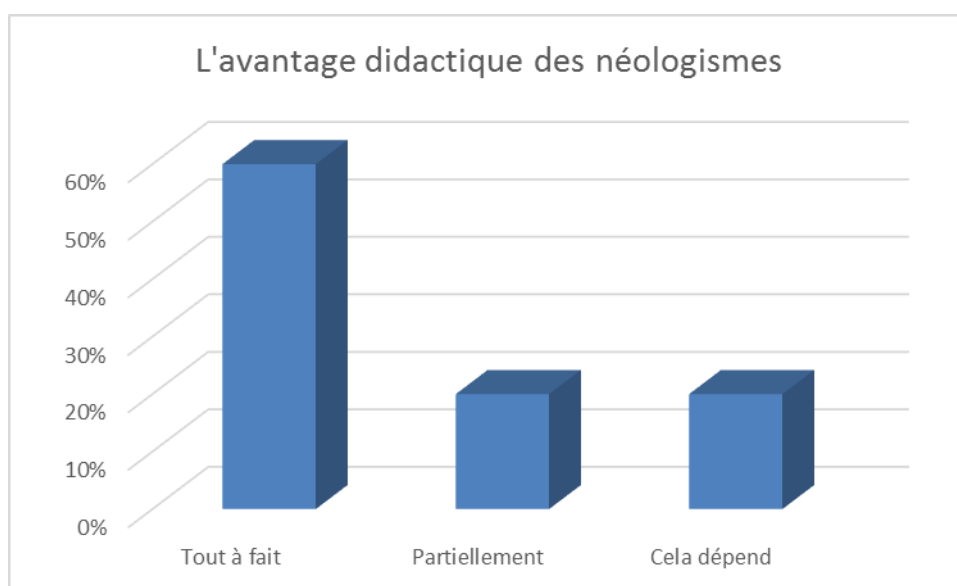
- cette question vise à connaître le point de vue des étudiants de master et licence sur l'aspect didactique des néologismes.

-Tout à fait -Partiellement -Cela dépend -Non

**Tableau N°18 :** Répartition d'avantage didactique des néologismes.

	Fréquence	Pourcentage
Tout à fait	30	60%
Partiellement	10	20%
Cela dépend	10	20%
Total	50	100%

**Graphique N°18:** Représentation d'avantage didactique des néologismes.



**Commentaire :**

Ce qui ressort de ce graphique, 60% des étudiants ont admis « tout à fait », il s'agit du taux le plus élevé, et 20% pour les deux autres choix. Selon ces statistiques on constate que le néologisme est fondamental dans la construction du profil didactique des étudiants et favorise l'ouverture et l'enrichissement de leurs compétences.

**19- Pour quelle raison apparaissent les néologismes dans vos productions langagières ?**

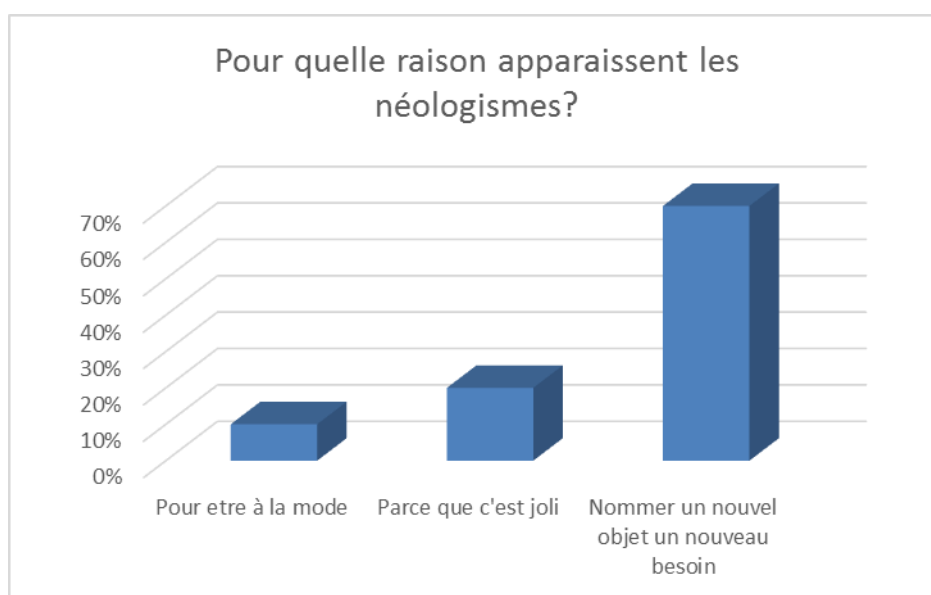
-Parce que c'est joli      -Pour être à la mode      - Nommer un nouvel, objet un nouveau besoin

-Cette question est prévue pour connaitre le motif de l'apparition des néologismes

**Tableau N°19 :** Répartition d'apparaissent des néologismes.

	Fréquence	Pourcentage
Parce que c'est joli	05	10%
Pour être à la mode	10	20%
Nommer un nouvel objet un nouveau besoin	35	70%
Total	50	100%

**GrapheN°19:** Représentation d'apparaissent des néologismes.



**Commentaire :**

On constate de ce graphe, que 70% des étudiants ayant répondu, qu'ils ont approuvé le choix de « nommer un nouvel objet, un nouveau besoin », c'est le plus élevé des autres choix. Pour les deux choix qui restent, l'un 20% et l'autre 10% comme indiqués dans les représentations. Alors, on peut observer que les néologismes combent des lacunes linguistiques pour désigner des nouveaux objets et nouveau besoin en vue d'identifier de nouvelles réalités.

**Analyse lexicosémantique des néologismes**

Dans ce volet, nous allons procéder à une analyse lexicosémantique d'une liste de plus de 100 néologismes collectés auprès de nos enquêtés. Ces néologismes fréquents et récurrents, proviennent de leurs commentaires et conversations sur les réseaux sociaux.

De manière générale, on distingue deux types dans le processus des néologismes : les néologismes formels, et les néologismes sémantiques. Il s'agit surtout d'une création de forme qui est un procédé linguistique qui consiste à la formation des nouveaux mots qui n'existaient pas auparavant. Et une néologie de sens qui consiste à attribuer sur la base des mots existants de nouveaux sens.

Ces néologismes sont principalement obtenus grâce aux divers mécanismes et de nombreux processus, qu'on va les présenter ci-après.

**La création langagière lexicale et morpho-lexicale****La troncation**

« Acro » est un mot formé par le procédé d'une troncation de la dernière syllabe du mot d'origine de la langue française « accroché ». Ce terme désigne « une personne dépendante de la drogue ». Dans le contexte de tchat des étudiants, il s'agit d'une « personne ayant une passion envers quelqu'un ou quelque chose. Tout comme « ado » qui s'est créé à partir d'une troncation de la dernière syllabe du mot « adolescent ». Également, le mot « appart » provient d'une troncation par apocope du nom « appartement ». Ici, on remarque que la dernière partie du mot est supprimée.

Ce procédé est largement répandu dans le milieu du tchat. On peut citer « blèm » qui veut dire « problème », « bonj » qui signifie « bonjour », « cam » qui signifie « caméra » où la suppression de la dernière syllabe est courante.

**L'abréviation**

**Mots issus de la langue française**

**Tableau N° 20:**

<b>Forme consonantique</b>	<b>forme allongée</b>	<b>Forme consonantique</b>	<b>forme allongée</b>
Mm	Même	Tt	Tout
Dsl	Désolé	Rdv	Rendez-vous
Ché pas	Je ne sais pas	Nn	Non
Pr	Pour	Mrc	Merci
Jvx	Je veux	Grv	Grave
Tjrs	Toujours	Mnt	Maintenant
Jspr	J'espère	Bcp	Beaucoup
Dcr	D'accord	FB	Facebook
Stp	S'il te plaît	Cv	ça va
Ss	suis	Ds	Dans

**Exemple** : pour le vocabulaire le plus répondu, on peut citer « Bonsoir » formé de 2 syllabes. On a ainsi gardé les initiales des deux syllabes ainsi que la dernière lettre pour former la forme consonantique abrégée « bsr » ou certains le transcrivent « bnsr ». Autre exemple avec « grave » constitué également de deux syllabes /gra/ et /ve, et où on ne garde que les consonnes « grv ». Ces procédés de formation d'abréviation sont très fréquents chez les jeunes lors de leurs conversations sur les réseaux sociaux. Il faut juste rappeler que ce procédé n'est pas appliqué de manière constante par tous les usagers.

**Mots issus de l'arabe dialectal****Tableau N° 21:**

<b>Abréviation</b>	<b>Forme allongé</b>	<b>Signification</b>
Bzf	Bezzaf	Beaucoup
Hmd	Hamdoullah	Dieu merci
Wlh	Wellah	Je te jure
Slm	Salam	Salut

Pour former des mots sous une forme abrégée, on garde souvent les consonnes principales qui s'applique en grande partie sur la majorité des mots, c'est-à-dire qu'elle n'est pas une règle constante.

**Mots issus de la langue anglaise****Tableau N° 22:**

<b>Abréviation</b>	<b>Forme allongée des mot</b>	<b>Signification</b>
Wnd	Week-end	Fin de semaine
Sry	Sorry	Désolé

Ces cas relevés d'abréviations sont les cas les plus fréquemment utilisés par les tchatteurs algériens. Cependant, il n'existe pas de méthode fixe qui fonctionne sur chacun des mots. Nombre de mots sont abrégés de manière différente. Mais le principe est le même, c'est-à-dire garder le minimum de lettre pour faire passer un message interprétable facilement.

**Sigles et acronymes**

Pour former ces procédés d'abréviation appelés sigle et acronyme, les initiales, c'est-à-dire les premières lettres de chaque mot est retenu. Dans ce procédé, les étudiants sont dans la norme. Nous avons trouvé des siglisons formelles ou institutionnelles avec un seul exemple informel individuel (Mdm). Les étudiants ont appris la siglaison, au cours des années précédentes, à travers les cours de l'écrit. Ces cours présentent ce procédé comme règles formelle universelle. L'apprenant les utilise souvent pendant l'activité de la prise de note.

L'exemple fréquent, et apparaît souvent, est le sigle « OMG » qui est la forme abrégée de l'expression « Oh My God ». de même, l'acronyme également le plus fréquent est « txt » (texte), « lg » (langue), « lgg » (langage), mais aussi « lol » issu de l'expression « laugh Out Loud ». L'on remarque dans les deux exemples qui précèdent, que les premières lettres de chaque mots des expressions citées sont gardées.

### **L'écriture rébus**

Ce procédé de formation largement répandu chez les tchatteurs consiste à écrire les mots en introduisant des chiffres mélangés à des lettres, et parfois avec l'insertion des émoticônes

Le rébus « 2m1 » designe « demain », « tu va bil ? » désigne « tu vas bien ? »

Pour transcrire l'arabe avec des lettres latines, les enquêtés recourent souvent à des chiffres équivalents à des lettres arabes.

Le chiffre « 3 » pour la lettre /ع/, « 5 » pour /خ/, « 9 » pour /ق/, « 7 » pour /ح/.

### **Le verlan et les Tchatcheurs algériens**

Les mots « tof », « ouf » et encore « mwa » sont verlanisés. Le mot « photo » est vernalisé /tof/, « fou » devient /ouf/, « moi » est vernalisé en /mwa/. Ce qui fait naître des néologismes.

### **Dérivation par suffixation**

#### **Dérivation issue d'une base française**

Le verbe « kiffer » découpé en nom « kiffer » et en ajoute le suffixe «er ». Aussi, le nom « profitage » qui considéré néologisme, est à base du nom « profit » plus le suffixe « age ». De même, l'adjectif « Hijabiste », est formé à partir du mot de l'arabe dialectal « hijabe », et qui signifie « voile » et du suffixe « iste ».

### **La composition**

La composition est une formation des mots à partir de deux unités.

**Tableau N°23:**

<b>Mots français</b>	<b>Composition</b>	<b>Signification</b>
Faim	Super + Faim	Très faim
Fatigué	Super + fatigué	Très fatigué
Belle/beau	Super + belle/beau	Très belle/beau

**Les étirements graphiques**

Ce procédé apparaît lorsqu'on a l'intention de mettre l'accent sur un élément dans la conversation. Cela se fait soit avec répétition d'une ou plusieurs lettres, soit d'une marque de ponctuation. Les exemples relevés de notre corpus, sont « ouiiiiii », « C pa vrai ????? », « Koiiiiiiiiiii », « Looool », « mdrrrr », etc.

Nous pouvons voir que ce procédé est très utilisé par les internautes. Nous constatons que l'abréviation est très fréquentée aussi que la forme soignée du mot. Elle se caractérise par le manque de voyelles. Les étudiants recourent à cette forme d'écriture pour gagner de l'espace et réaliser une discussion.

**Synthèse:**

Cette partie de notre travail a présenté des caractéristiques des différents procédés utilisés dans les discussions. Nous avons relevé d'après l'analyse des données un usage très fréquent d'utilisation des chiffres remplaçant des lettres en arabe algérien.

Les abréviations, les sigles, les acronymes, la troncation, les étirements, les onomatopées, les réductions, les substitutions, sont des formes de réductions utilisées par les jeunes étudiants universitaires, tout cela renvoie ou s'explique par l'influence de l'utilisation des styles d'écriture et celui de l'imitation du mode.

Dans notre corpus il y a des passages intéressants comportent des phrases en français avec caractère français et des phrases en arabe transcrites en caractère français dans lesquelles la structure syntaxique est respectée, le mélange des deux procédés « français et une phonie arabe transcrite avec caractère français »

D'après les discussions qu'on a déjà citées. Nous avons constaté que la langue utilisée par grand nombre d'étudiants algérien est une langue structurée dotée d'un code

linguistique, arabophone crée entre les facebookeurs. Un code linguistique, un jargon propre autonome à la communication, ils ont utilisé aussi le français dans quelques passages, ou bien le mélange des deux procédés, ce qui nous intéresse c'est cette hybridation de ces deux procédés.

D'après l'analyse de notre corpus nous pouvons déduire que la communication en arabophonie procure à l'étudiant une facilité de transmission de son message, et une assurance de son décodage, et de son interprétation par son destinataire par lequel lui permet de l'expliquer différemment, et d'une autre façon le mot ou bien le terme oublié dans la langue cible et de cette façon-là l'étudiant ne s'arrête pas de parler et la conversation ne stagne plus en conséquence.

D'autres parts la communication écrite compte plusieurs gloses utilisation de l'arabe dialectale et l'arabe littéraire parce que l'intérêt est relativement récent et lie au développement croissant de l'utilisation fluxienne langues voire dialectes. C'est le cas pour la recherche d'entités nommées (de personnes de lieux, de société, d'organisations ...etc) mais ces dernières présentent une pluralité de forme écrites, d'orthographe et de transcriptions selon les langues et les pays.

De plus la logique sociale de cette forme d'écriture et le choix de ce procédé considère comme une réponse à une exigence du numérique dans le monde arabe et aussi comme une mode chez la nouvelle génération et les internautes, on disait cela ce qu'on appelle la translittération. Il s'agit en effet d'une orthographe usuelle de certains mots d'écriture l'aisance / cible, est une tâche délicate qui nécessite un certain nombre d'opérations exigeant de prendre en considération un ensemble de propriétés syntaxiques, phonétique et sémantique, caractérisant à la fois les systèmes d'écriture cible et source.

La translittération consiste à substituer à chaque graphème un système d'écriture, un autre graphème ou un groupe de graphème d'un autre système d'écriture dépendamment de la prononciation.

# **Conclusion générale**

## Conclusion générale

---

### Conclusion générale:

Il serait utile de rappeler sur-le-champ que les éléments de réponse que nous avons tenté d'apporter sur l'usage des néologismes sur les réseaux sociaux sont une réalité langagière qui caractérise le mode linguistique des tchatcheurs algériens. Notre modeste étude prouve que la tendance des néologismes et les pratiques et productions langagières sont très présente dans leurs quotidien.

Notre étude s'était fixé comme objectif principal de répondre aux questions qui figurent dans l'introduction et valider ou réfuter nos hypothèses.

En analysant notre corpus, on obtient une consigne générale concernant les divers facteurs qui incitent et poussent les étudiants de la langue française (les internautes), à tirer parti de ce phénomène et cette évolution linguistique, en l'occurrence, les néologismes.

On peut ajouter, que cette tendance et manifestation qui est « la néologie » tient à la mode chez les jeunes facebookeurs (les étudiants) qui font souvent appel à ce phénomène. Cela leur permet d'économiser le temps, faciliter la communication et d'écrire plus rapidement.

De ce fait, selon l'analyse de notre questionnaire, nous avons été en mesure d'observer que les internautes algériens sont à l'origine de création néologique, et surtout de leurs usages dans les productions conversationnelles dans lesquelles ils s'engagent via réseaux sociaux.

Nous pouvons inférer, que la néologie est l'un des nouveaux modes et stratégies de communication approuvés par les jeunes internautes algériens. Cela permet de s'exprimer brièvement et avec toute évidence.

Ce procédé linguistique s'avère à la fois didactique et instructif au profit des étudiants, et que les recherches futures, vont peut-être, apporter des apports qui éclairent plus le phénomène de la néologie sur les réseaux sociaux.

# **Bibliographie**

# Bibliographie

---

## Bibliographie

### Ouvrages :

- MOREAU M-L, « sociolinguistique concepts de base », Édition : MARDAGA, 1997.
- MORTUREUX M. F., La lexicologie entre langue et discours, Paris, Armand Colin, 2001.
- WEINREICH U., « langages in contact, findings and problems », Linguistic circle of New York, New York, 1953.
- Goffman 1998 (Goffman. Les moments et leurs hommes, textes recueillis et présentés par Winkin.Y, éd Seuil/Minuit, 1998, p 191).
- Dubuc (2002).
- Sablayrolles (2000) et Dubuc (2002).
- M. Rispaïl (1998 : 445) (2005, p. 100).
- - ANIS J, 2004, Les abréviations dans la communication électronique en anglais et en français, Ecriture abrégée, Bibliothèque de Faits de langue, Ophrys.
- - LEHMANN A, MARTIN- B, F, 2002, Introduction à la lexicologie (Sémantique et morphologie), Edition Nathan.
- - DUBOIS J et AL, 1994, Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage, Paris, Larousse

### Dictionnaire :

- Dictionnaire Le Nouveau Petit Robert de la langue française 2010, Paris,
- Dictionnaires Le Robert-Sejer, cop.2009. - Dictionnaire Le Petit Larousse 2008,
- Dictionnaires Larousse. - MOUNIN G, 1974, Dictionnaire De La Linguistique, Paris, PUF.
- Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage.
- Larousse, 1994. Paris. P30.
- Dictionnaire de linguistique, Paris1973.

## Bibliographie

---

- Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage.
- Dictionnaire de linguistique, Paris 1973.

### Thèses ou mémoires :

- Annie P., « étude de la néologie dans la terminologie du terrorisme avant et après septembre 2001 : une approche lexicométrique. » mémoire de master, université de Montréal, Décembre 2006.
- MAATAGA S., « pratiques langagières et représentations linguistique chez les locuteurs algériens cas de locuteurs de la région de Arris. » mémoire de master, université de Biskra 2019\_2020.
- CARMEN JIMENA R., « la néologie et les néologismes » mémoire d'un autora CARMEN JIMENA REVILLA GARCIA. Salamanca, 2015.
- HADEF H., « L'emprunt linguistique dans la chanson du rap lors du hirak algérien : cas de la chanson zako : la liberté » Biskra le : lundi 28 juin 2021.
- NEDJAR A., « L'interaction des apprenant et des internautes en F.L.E :de l'oral a l'écrit, de l'institution au non institutionnel » thèse de Doctorat, université de Batna 2017,2018.
- GUILLAUME L., « la Co-construction d'un dispositif sociotechnique de communication : le cas de l'internet Relay chat. » thèse de Doctorat, université de QUEBEC A MONTERAL. 30 Avril 2010.
- BOUZIDI B., « Néologie et néologismes de forme, dans le dictionnaire :le petit Larousse illustré »

### Ressources électroniques:

- [https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/le néologisme /9291](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/le_néologisme_/9291)
- [https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/néologie\\_/40668](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/néologie_/40668)
- -Wikipédia. L'encyclopédie libre.
- Source, Wikipédia sous licence cite (techno-sciences.net).
- Bibliothèque numérique UNESDOC.

## Bibliographie

---

- Site allo prof.
- Site orient xxl. ALI BOUKHLEF.
- [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com).
- [Coursinfo.fr](http://Coursinfo.fr).
- [Sci-hub.hkvisa.net](http://Sci-hub.hkvisa.net).
- <https://www.writermag.com/>
- <https://goo.gl/ESCW1a>
- <https://goo.gl/4gtNQa>
- <https://scholar.google.com.eg>
- <https://goo.gl/jHm8aG>
- <https://goo.gl/8m6tRS>

# **Annexes**

**Le questionnaire**

**1-Utiliser-vous les réseaux sociaux ?**

-Oui      -Non

**2-Si oui lequel ?**

-Facebook    -Snapchat    -Instagram

**9-Êtes-vous inscrit à un (des) réseau(x) social(aux) ?**

-Oui      -Non

**10-Vous le(les) consultez sur ?**

-Ordinateur    - Smartphone    -Les 2    Autres

**11- Combien de temps vous prend en moyenne vos connexions ?**

-10 min    -20 min    -30 min    -1h    -2h    Autre

**3-Quelle application que vous utilisez le plus ?**

**4-Avez vous un compte sur les applications des réseaux sociaux ? citez-le**

**5-Quelle langue utiliserez-vous dans votre publication sur les réseaux sociaux ?**

**6-Est-il pratique d'utiliser la langue arabe transcrite en langue française sur réseaux sociaux ?**

**7-Etes-vous pour ou contre ?**

**8-Quelle est la langue que vous utilisez pour tchatcher ?**

- Français    - Arabe standard    - Arabe dialecte    - Chaouia

**12-Le nombre de contacts sur les réseaux sociaux, oriente-t-il votre le type de vos interactions**

-Oui      - Non

## Annexes

---

**13-Vous arrive-t-il d'utiliser les néologismes via les réseaux sociaux ?**

-Oui            - Non

**14A quelle fréquence ?**

-Toujours    -souvent    -par moments    - rarement    - jamais

**15-Quelle émotion déclenche chez vous l'apparition des néologismes dans vos tchats ?**

-Incompréhension    -déconcentration    -valorisation    - fierté

**16-Lorsque vous utilisez les néologismes, croyez-vous que cela a un effet sur vos interlocuteurs ?**

-Bien sûr            - Peut-être            -Pas du tout

**17-Dans quels objectifs utilisez-vous généralement les néologismes :**

-Personnels            -Professionnels

**18-vos interlocuteurs sont-ils enclins à accepter l'apparition des néologismes dans les tchats ?**

-Oui            -Non            -Je ne sais pas

**19- Pour quelle raison apparaissent les néologisme ?**

-Parce que c'est joli            -Pour être à la mode            - Nommer un nouvel objet un nouveau besoin

## Sommaire

Introduction générale : .....	1
-------------------------------	---

### **Chapitre I: Partie théorique**

Introduction : .....	5
1-Sociodidactique : langue et société.....	5
1-1Société :.....	7
1-2langue :.....	7
2-Sociolinguistique et Sociolinguistique urbaine : langue et société.....	8
2-1 La sociolinguistique :.....	8
2-2 Langue et société : .....	10
3- Le processus morphologique de néologisme (stylistique, sociale, lexical).....	10
4-Localisation géographique et réalité sociolinguistique en Algérie .....	12
Néologisme : définition et procédés.....	15
1-Definition .....	15
2-Les création des néologismes (procèdes):.....	16
Les procédés de néologisme :.....	17
1-Lexème simple .....	17
2- Affixation.....	17
3- Composition .....	17
4- Siglaison.....	18
5- Troncation .....	18
6- Mot valise.....	19
7- Néologie sémantique.....	19
8- Néologie par conversion .....	19
Le concept de néologisme et les réseaux sociaux en Algérie .....	19
Typologie de la communication médiatisée par ordinateur.....	21
Interaction à distance .....	21
Jalonnement de la Communication Médiatisée par Ordinateur .....	21
Considérations notionnelles de CMO .....	21

Médiée ou Médiatisée pour CMO ?.....	22
La modalité de la communication sur les réseaux sociaux.....	22
La CMO en Algérie .....	23
Typologie de la communication médiatisée par ordinateur (CMO) .....	23
1-Le Mail :.....	23
2-Tchat :.....	24
3-Messenger :.....	24
4-Viber :.....	24
5-WhatsApp :.....	25
Conclusion :.....	25

## **Chapitre II: Audit stratégie et corpus analysés**

Introduction .....	27
1. Présentation de l'enquête.....	27
1. L'enquête :.....	27
2- Terrain et public de l'enquête :.....	28
4-Présentation de questionnaire :.....	28
Le questionnaire .....	29
Analyse lexicosémantique des néologismes.....	48
La création langagière lexicale et morpho-lexicale .....	48
La troncation.....	48
L'abréviation .....	49
Mots issus de la langue française.....	49
Mots issus de l'arabe dialectal.....	50
Mots issus de la langue anglaise .....	50
Sigles et acronymes.....	50
L'écriture rébus.....	51
Le verlan et les Tchatteurs algériens .....	51
Dérivation par suffixation.....	51
Les étirements graphiques .....	52

Synthèse: .....	52
Conclusion générale:.....	55
Bibliographie .....	57
Sommaire .....	63
Résumé.....	66

## Résumé

Notre document met l'accent sur l'usage des internautes (des universitaires) des néologismes dans les réseaux sociaux. Afin de mieux appréhender cette nouvelle terminologie et prendre connaissance des émanations de cet étonnant lexique créatif. Il nous a paru nécessaire de l'expliquer dans le premier chapitre, les diverses mises au point de formation lexicale, et préciser la situation sociolinguistique, pour mieux comprendre ce rebondissement créatif. Nous avons analysé des données collectées, nous avons exposé l'évolution du statut de l'usage des néologismes dans les réseaux sociaux, pour procéder par la suite à une analyse lexico-sémantique d'une liste de plus de 100 néologismes, Nous avons d'abord abordés les différents types de la création langagière lexicale et morpho-lexicale (la troncation, l'abréviation, sigle, acronyme...). À travers l'analyse lexico-sémantique, nous avons été en mesure d'inclure les mécanismes de formation de ces néologismes. Notre recherche est particulièrement consacrée à tenir compte de quelques problèmes pour déchiffrer ce langage codé utilisé par des internautes et des tchatcheurs.

### ملخص:

تركز ورقتنا على استخدام المصطلحات الجديدة من قبل مستخدمي الإنترنت (الأكاديميين) في الشبكات الاجتماعية. من أجل فهم أفضل لهذه المصطلحات الجديدة والتعرف على انبعاث هذا المعجم الإبداعي المذهل. بدا لنا أنه من الضروري أن نشرح ذلك في الفصل الأول ، التطورات المختلفة للتكوين المعجمي ، وتحديد الوضع اللغوي الاجتماعي ، لفهم هذا الارتداد الإبداعي بشكل أفضل. قمنا بتحليل البيانات التي تم جمعها ، وكشفنا عن تطور حالة استخدام المصطلحات الجديدة في الشبكات الاجتماعية ، ثم انتقل إلى التحليل المعجمي الدلالي لقائمة تضم أكثر من 100 كلمة جديدة ، لقد اقتربنا أولاً من أنواع مختلفة من إنشاء لغة معجمية وصرفية معجمية (اقتطاع ، اختصار ، الأحرف الأولى ، اختصار ، إلخ). من خلال التحليل اللغوي الدلالي ، تمكنا من تضمين آليات تشكيل هذه الكلمات الجديدة. بحثنا مكرس بشكل خاص لمراعاة بعض المشاكل لفك تشفير هذه اللغة المشفرة التي يستخدمها مستخدمو الإنترنت والمحادثات.

### Abstract:

Our paper focuses on the use of neologisms by Internet users (academics) in social networks. In order to better understand this new terminology and learn about the emanations of this astonishing creative lexicon. It seemed necessary to us to explain it in the first chapter, the various developments of lexical formation, and to specify the sociolinguistic situation, to better understand this creative rebound. We analyzed the data collected, we exposed the evolution of the status of the use of neologisms in social networks, to then proceed to a lexico-semantic analysis of a list of more than 100 neologisms, We have d he first approached the different types of lexical and morpho-lexical language creation (truncation, abbreviation, initials, acronym, etc.). Through the lexico-semantic analysis, we were able to include the formation mechanisms of these neologisms. Our research is particularly dedicated to taking into account some problems to decipher this coded language used by Internet users and chatters.