

Date Réception : 11/02/2022 Date Acceptation : 06/06/2022 Date Publication : 30/06/2022.

Ouidad BOUNOUNI *

Université Abderrahmane Mira - Bejaia (Algérie)

Email : ouidad.bounouni@uiniv-bejaia.dz

Résumé :

Cet article s'intéresse au phénomène de l'anglicisme dans le monde des réseaux sociaux et plus particulièrement instagram. Durant ces dernières années, les instagrameuses algériennes adoptent un langage teinté de mots anglais et à travers cette recherche, nous tenterons d'analyser et de comprendre l'origine de cette variation lexicale. Le corpus que nous avons pu sélectionner est constitué d'un ensemble de mots appartenant à de différentes influenceuses algériennes sur Instagram. Cette étude nous a conduits à comprendre que ces anglicismes témoignent de leurs ancrages dans le discours des instagrameuses algériennes via le réseau social « instagram ». L'emploi des anglicismes est très récurrent et cela a mis en lumière l'étendu actuel de l'anglais chez les jeunes en Algérie.

Mots clés : *variation lexicale, français, anglais, instagram, Algérie*

Abstract

This article focuses on the phenomenon of anglicism in the world of social networks and more particularly instagram. During the last few years, Algerian instagrammers adopt a language tinged with English words and through this research, we will try to analyze and understand the origin of this lexical variation. The corpus we were able to select is a set of words belonging to different Algerian female influencers on Instagram. This study led us to understand that these anglicisms testify to their anchoring in the discourse of Algerian female Instagrammers via the social network "instagram". The use of anglicisms is very recurrent and this has highlighted the current extent of English among young people in Algeria

Keywords: *lexical variation, French, English, instagram, Algeria.*

* Auteur correspondant.



I. Introduction

L'intérêt de cet article est de comprendre le phénomène de l'anglicisme dans le langage des instagrameuses algériennes, il s'agit d'une « mode », d'« une tendance » dans le monde virtuel d'instagram qui révèle de nombreuses facettes de ce phénomène. Cet anglicisme est propre à ce réseau partout dans le monde, et ceci a mené le polonais Napieralski (2014) à employer le concept de « globalisation de la langue » où il a mis le point sur la variation du vocabulaire dans les réseaux sociaux à travers le monde. Il est à noter que plusieurs recherches se sont intéressées au phénomène du contact de langues et notamment à l'anglicisme (Weinrich, 1953 ; Ledgen et Leglise, 2013 ; Elodie Martin 2019). Depuis quelques années sur internet, nous observons un véritable phénomène qui est la création de plusieurs réseaux sociaux tel que Facebook, Instagram et Twitter. Un réseau social est défini comme étant un regroupement d'individus ou d'organisation reliant les internautes entrent eux par des échanges. Cela leur permet de partager des opinions, des idées ou encore de différents contenus. Les réseaux sociaux ont su se développer pour toucher à travers le monde des millions de gens. Les internautes les utilisent pour créer des espaces personnels ou partager avec les amis (Réel ou virtuel) leur quotidien, leurs photos, leur centre d'intérêt, mais aussi pour discuter, jouer ou faire de nouvelles rencontres. Dans notre société les réseaux sociaux sont d'une importance capitale. Avec la croissance de la technologie, ils sont présents au quotidien. Le nombre d'utilisateurs ne fait qu'augmenter, nous les utilisons pour diverses raisons : rester en contact avec des amis, partager des moments de notre vie ou pour même trouver un travail.

Nous proposons dans cet article d'étudier et d'analyser l'anglicisme et nous nous focaliserons sur un des réseaux sociaux les plus utilisés par les nouvelles générations. Il s'agit d'instagram qui est un réseau social fondé en 2010, et acquis deux ans plus tard par Facebook. Il est considéré comme une plateforme de communication à travers le monde.

Instagram est une application, un réseau social et un service de partage de photos et de vidéos fondés et lancés en octobre 2010 par l'Américain Kevin Systrom et le Brésilien Michel Mike Krieger. C'est aussi un service communautaire qui se présente sous forme d'une application, en fin 2017 Instagram comptait 800 million d'utilisateur dont 500 million en faisant usage au quotidien. Au regard de ces succès, les marques se sont emparées du réseau afin de promouvoir leurs produits en les mettant en scène.

Comme son nom le suggère, Instagram tient son succès de l'instantanéité des publications partagées par ses utilisateurs mais aussi des filtres mis à disposition afin de rendre n'importe quelle photo agréable à regarder. Si on peut décrire Instagram en quelques mots, on peut dire que c'est la culture du «beau et parfait » qui y règne. Mais de plus en plus, les entreprises/bloggeuses/ influenceuses arrivent à y tirer leur épingle du jeu en jouant la carte de l'authenticité et notamment avec l'arrivée des story. En plus des photos, Instagram propose par exemple de capturer et de partager de courtes vidéos sur lesquelles il est possible d'ajouter des filtres. Notons surtout l'ajout des « Stories », une fonctionnalité inspirée de Snapchat. Ces "stories" regroupent diverses photos et vidéos afin de créer une histoire puis disparaissent au bout de 24 heures.

Notre article se base sur quatre axes. Le premier sera consacré à la conceptualisation de l'anglicisme qui est un concept clé dans notre recherche, puis nous présenterons la méthodologie et la démarche que nous avons adopté .Ensuite, nous exposerons le corpus avec les différentes classifications d'anglicisme selon leurs type. Nous terminerons par une analyse et une interprétation des résultats aux quels nous sommes parvenu.

Aujourd'hui, des millions d'individus utilisent le réseau Instagram quotidiennement pour entretenir des relations diverses et interpersonnelles. Cette nouvelle forme de communication a donné accès à des possibilités d'interaction sociales multiples. Le choix du sujet est d'abord motivé par le fait que les réseaux sociaux occupent une place importante dans notre vie et que, nous-mêmes, sommes

abonnés à de nombreux influenceurs. Ceci nous a amené à constater qu'instagram ne cesse de changer la façon dont les gens pensent et vivent, et ils sont devenus indispensables à cette nouvelle génération en quête perpétuelle de progrès. Instagram a donc pu avoir une influence considérable sur notre société.

Nous avons choisi comme corpus des extraits de stories et des IGTV d'un nombre d'instagrameuses algériennes. Notre démarche se base essentiellement sur le lexique anglais et ses équivalents en français. Nous nous sommes posé la problématique suivante : Comment se manifeste le vocabulaire anglais chez les instagrameuses algériennes ? Nous avons posé notamment d'autres questions : pourquoi ces instagrameuses recourent-elles aux termes anglais ? Quelles sont les formes du lexique anglais réservé à l'oral ?

Pour tenter d'y répondre nous avons émis les hypothèses suivantes :

-Le réseau social « Instagram » est un environnement qui encourage l'emploi des anglicismes.

-L'anglais a un pouvoir attractif sur les jeunes.

Le choix de notre corpus s'est focalisé sur l'étude lexicale des mots anglais utilisés par les instagrameuses franco- algériennes afin de faire une synthèse. Notre sujet se basera sur une approche lexicale qui va se consacrer sur l'étude de l'emploi de l'anglicisme utilisé sur le réseau social Instagram .

Compte tenu de la pluralité des réseaux sociaux chez les nouvelles générations, il suffit d'écouter ces instagrameuses pour établir la liste des lexies d'origine anglaise. Cela nous a interpellé et nous a poussé à nous interroger sur l'emploi fréquent des mots anglais sur ce réseau social très en vogue chez les jeunes.

Cette recherche se déroulera en deux temps, chacune sera consacrée à l'étude des concepts clés de notre étude. Nous commencerons par exposer le fonctionnement du vocabulaire anglais en contact avec langue française par le biais d'une classification des anglicismes employés par les influenceuses et qui peuvent avoir le même sens en français. Dans la seconde partie de l'article, nous essayerons d'expliquer le fonctionnement et les raisons qui poussent les

intagrameuses algériennes à opter aux anglicismes.

1. Vers une définition de l'anglicisme

La mondialisation a eu une influence sur les préoccupations quotidiennes des individus. Nous proposons d'étudier la variation lexicale dans la langue française provenant essentiellement du réseau social « instagram ». Nous avons constaté que les instagrameuses algériennes utilisent l'anglais couramment et de façon remarquable sachant que l'Algérie est un pays plurilingue qui fait partie de la tendance mondial qui subit la mondialisation.

Il faut noter que l'anglicisme est un phénomène et une tendance qui témoigne de l'influence de l'anglais sur le français. Bougaards (2008) pense que *« l'anglicisme devrait donc en premier lieu être défini comme une tendance, une habitude qu'on peut découvrir chez les locuteurs du français et qui se traduit de façons assez diverses dans la langue. Le terme « anglicisme » tout comme d'autres termes en -isme comme « alarmisme » ou « altruisme », devrait évoquer l'idée d'attitude qu'on se fait siennes, en l'espèce à l'égard de l'emploi de la langue. »*

Dans autre optique Cécile Planchon (2021) propose la définition suivante : *« l'anglicisme s'impose comme un phénomène très complexe à définir. Selon l'époque, la classe sociale, les idéaux personnels ou les objectifs de recherche du chercheur, l'anglicisme se voit accompagner de différentes distinctions conceptuelles. »*. Plusieurs recherches se sont intéressées à l'étude des anglicismes (Mareschal, 1989 ; Zanola, 1990 ; Misanchuk, 1997 ; Villers, 2005 ; Harris, 2010) sachant que durant ces dernières années, le lexique anglais est devenu couramment employable, nous constatons une accélération au niveau des anglicismes par de nombreux et de nombreuses influenceurs et influenceuses françaises ou bien même algériennes. Ce phénomène donne une variation lexicale chez les usagers des langues qui se trouvent consciemment ou inconsciemment entrain de faire appel essentiellement à un lexique anglais.

3. Méthodologie et corpus

3.1. Présentation et classification d'anglicismes

Le corpus que nous avons pu sélectionner est constitué d'un ensemble de mots appartenant à de différentes influenceuses algériennes sur Instagram. Pour s'y faire nous avons sélectionné cinq instagrameuses algériennes.

3.1.1 ROMI ALLATA

Une jeune algérienne installée en Allemagne dès son jeune âge. Elle est âgée de 25 ans seulement et procède déjà plus d'un million d'abonnés sur son profil Instagram. A ses débuts, elle publie de simples vidéos contenant des moments qu'elle passe dans sa journée (son quotidien). Puis elle a commencé à créer des contenus différents comme makeup, voyages, et routine quotidienne, etc. Romi est une influenceuse très appréciée par sa communauté. Elle est connue pour son emploi fréquent de l'anglais. Les qui suivront ont pour objectifs de présenter les anglicismes les plus fréquents chez ces instagrameuses, leurs significations ainsi que leurs types. Cette classification se base sur es théorie de (Haugen, 1953)¹.

Tableau 1 : l'anglicisme chez Romi Allata

Anglicisme	Signification en français	Type d'anglicisme
Have a good Day	Passez une bonne journée	facultatif
Outfit of the Day	Tenue du jour	facultatif
Hello	Bonjour ou salut	facultatif
New post	Nouveau poste	facultatif
HI	Salut	facultatif
I know	Je sais	facultatif
I am so exaited	Je suis tellement excité	facultatif
Shooting	tournage	obligatoire

3.1.2. THE DOLLBEAUTY

Maroua est l'une des influenceuse de beauté les plus connu en France. Etudiante en marketing de luxe, elle a 25 ans et elle a 1,8 millions d'abonnés sur You Tube et plus de 2,6 millions d'abonnés sur

Instagram. C'est une algériennes d'origine oranaise qui vit en France. Elle partage un contenu riche et intéressant pour les femmes où elle propose des conseils sur le make-up, beauté, shopping, voyage, quotidien, etc.

Tableau 2 : l'anglicisme chez The Dollbeauty

Anglicisme	Signification en français	Type d'anglicisme
Ma life	Ma vie	facultatif
At home	A la maison	facultatif
Swipe up	Balliez vers le haut	facultatif
That Day	Ce jour là	facultatif
Likez	Mettez un j'aime	facultatif
Omg	Oh mon Dieu	facultatif
Yoh what's up it's me the dadolle beauty	Yoh quoi de neuf c'est moi la belle dadolle	facultatif
Reels	Courte vidéo	obligatoire
Unboxing	déballage	obligatoire

3.1.3. NES-BEAUTIES

C'est une jeune femme franco-algérienne, originaire de Bejaia. Elle a aussi été une ancienne étudiante à l'université de Bejaia. Elle possède 409k d'abonnés sur son Instagram, elle a créé sa propre marque de bijoux et elle a plusieurs autres fonctions. Elle propose un contenu varié tel que le maquillage, la mode de vie, et le style de vie.

Tableau 3 : l'anglicisme chez Nes Beauty

Anglicisme	Signification en français	Type d'anglicisme
New job	Nouveau travail	facultatif
My style	Mon style	facultatif
Hy guys	Salut les gars	facultatif
Moods	Humeur	facultatif
In love	Amoureuse	facultatif
Ma sister	Ma soeur	facultatif
Marketing	marketing	obligatoire
Mood	humeur	facultatif

3.1.4. AMIRA RIAA

C'est une influenceuse et youtubeuse algérienne, qui a 27 ans. Elle est devenue créatrice d'une collection de foulard et de prêt à porter. Elle est l'une des principales actrices du monde numérique. Elle a une très grande communauté qui la suit ; environ 5 Millions d'abonnés sur Instagram. Son contenu porte sur tout ce qui a une relation avec les astuces beauté, la mode, l'air culinaire, et surtout le style de vie. Elle est devenue aujourd'hui une entrepreneuse et une animatrice très connue non pas seulement en Algérie, mais aussi dans le monde arabe. Cette influenceuse utilise beaucoup d'anglicisme par rapport aux autres.

Tableau 04 : l'anglicisme chez Amira Ria

Anglicisme	Signification en français	Type d'anglicisme
Challenge	Défi	facultatif
Black Friday	Les promotions dans les magasins	obligatoire
Planning	Emploi du temps	obligatoire
Holding on	Tenir bon	facultatif
Familly time	Du temps en famille	facultatif
Cooking time	Temps de cuisine	facultatif
Piercing	Piercing	facultatif
makup	Maquillage	obligatoire

3.1.5. Inesnayli

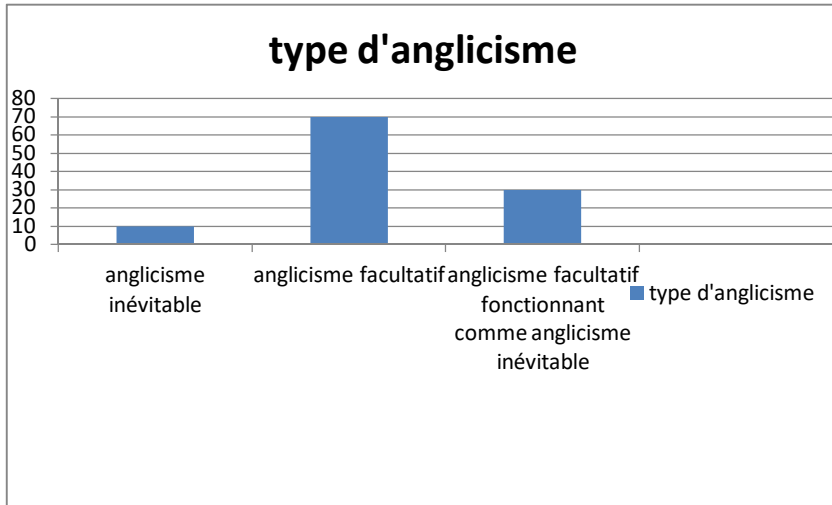
Une jeune fille algérienne âgée de 25 ans. C'est une instagrameuse qui procède 1 million d'abonnés. Son contenu se base essentiellement sur le domaine de la restauration, la nourriture et les voyages.

Tableau 05 : l'anglicisme chez Lyna.Classy. Girl

Anglicisme	Signification en français	Type d'anglicisme
The best feeling	La meilleure sensation	facultatif
Kiss	Bisous	facultatif
Another one	Un autre	facultatif
Go, go, go	Allez, allez, allez	facultatif
Go	c'est parti	facultatif
Black queen	La reine noire	facultatif
Kill them with a smile	Tue-les avec un sourire	facultatif
Happy	heureuse	facultatif

4. Présentation des résultats : après l'exposition des différents anglicismes, nous ressortons avec les pourcentages suivant selon le type d'anglicisme :

Figure 01 : Type d'anglicisme chez les 05 instagrameuses



4.1. Anglicisme inévitable

La configuration ci-dessus nous ces instagrameuses emploient 10 % d'anglicismes très fréquents. D'après Mounin (1974 : 124) l'emprunt est considéré comme « l'intégration à une langue d'un élément d'une langue étrangère ». Ces résultats démontrent clairement le recourt inévitable phénomène de l'anglicisme chez les intagrameuses algériennes. Cet anglicisme se manifeste à travers l'emprunt obligatoire et inévitable qui est une classe qui n'a pas d'équivalents en langue française (1953) comme par exemple les deux mots « facebook, tweeter ». Les usagers sur instagrame peuvent utiliser « story », son équivalent est « histoire » bien que le mot n'ait jamais employé. Aussi, le mot « influenceur » qui n'a pas de synonyme ou d'équivalent, représente des personnes très présentes sur les réseaux sociaux de manière générale, et sur intagram de manière particulière qui influencent les habitudes les habitudes (commerciales, langagières, comportementales) des personnes abonnées. Le Robert Dico en ligne définit le mot « influenceur » comme étant « une personne qui influence l'opinion, la consommation par son audience

sur les réseaux sociaux ». Il est à noter, que ces emprunts obligatoires ou éinévitables en langue française ne se modifient pas sur le plan orthographique, ils se teignent parfois de suffixes tels que « euse » comme influenceuse, intagrammeuse, youtubeuse, etc.

4.2 Anglicisme facultatif

Il s'agit d'un lexique qui peut avoir des équivalences en langue française comme : liker, selfie, challenge, swip up et qui ont des synonymes en français comme « j'aime », « autoportrait », « défi », « balliez vers le haut ». Ben AbdelahRefka (2020) ⁱⁱavance que les substantifs anglais sont plus simples, clairs et plus appropriés que ceux employés en français. Ces mots sont très en vogue et une tendance pour les utilisateurs algériens. La configuration ci-dessus a démontré que l'anglicisme facultatif est très dominant et que ces intagrammeuses préfèrent employer un lexique anglais pour s'exprimer alors que ces mots ont des synonymes en langue française.

4.3. Anglicisme facultatifs fonctionnant comme anglicisme inévitable

Nous constatons une rapidité d'adoption et de fréquence de ces anglicismes suite à une variation du français par l'anglais. Ces intagrammeuses utilisent quotidiennement des emprunts facultatifs. Elles préfèrent l'utilisation de « kiss » au lieu de « bisous », « new post » au lieu de « nouveau post », ou encore « I now » au lieu de « je sais ». Ce sont des termes relatifs à instagram d'origine anglaise.

Personne ne peut nier que la mondialisation a engendré l'expansion mondiale de l'anglais qui ne cesse d'accélérer partout dans le monde et dans tous les domaines de la vie. Cette langue concurrence et rivalise les autres langues nationales. Or, la mondialisation a eu des répercussions linguistiques et culturelles et à travers les résultats auxquels nous sommes parvenu, nous avons pu comprendre la fréquence de l'usage de l'anglais chez cette nouvelle génération d'intagrammeuses algériennes. Ces anglicismes constituent notamment la langue seule et unique et véhiculaire pour circuler dans le monde entier selon les commentaires des youtubeurs.

Le monde auquel nous vivons démontre une mouvance de changements qui témoigne d'une expérience humaine pour former une réalité sociale auxquelles plusieurs langues sont en contact et nous offre une mosaïque novatrice du contexte sociolinguistique en Algérie. Ce pays à l'instar des autres pays du monde et compte tenu des avancées technologiques, subit la mondialisation qui modifie ses conditions sociolinguistiques. Nous remarquons que l'Algérie commence à vivre un nouvel ordre linguistique qui commence à s'installer chez les nouvelles générations via les réseaux sociaux. Ces instagrameuses emploient l'anglais en encourageant son expansion et sans précédent. Instagram véhicule le concept du commerce et d'industrie et ceci contribue à la mondialisation de l'anglais sachant que les tenants de l'école de pensée relevant de l'école pédagogique considèrent que l'anglais est une langue prédatrice.

Aujourd'hui, l'anglais coexiste avec la multitude de langues qu'emploient ces influenceuses algériennes et cette partie de la société semble inexorablement étendre leur influence sur le paysage sociolinguistique algérien, malgré les efforts déployés par l'agence pour la francophonie pour freiner son expansion. Chez les nouvelles générations, le conflit émerge entre la langue française et la langue anglaise.

Julie Neveux Julie Neveux (2020)ⁱⁱⁱ pense que « *Chaque langue se construit par les affrontements avec d'autres langues* ». L'apparition de ces anglicismes accompagne généralement une nouvelle pratique. Nous pensons que ces instagrameuses emploient ces mots anglais qui s'invitent à leurs discours grâce au brassage culturel et à la mondialisation.

De multiples raisons ont contribué à la diffusion de l'anglais en Algérie et notamment chez les générations d'aujourd'hui. Les principales raisons sont liées à la politique linguistique actuelle, au pouvoir économique et culturel. Il semble que l'avenir linguistique du monde et notamment celui de l'Algérie repose sur les locuteurs maîtrisant l'anglais.

Durant ces dernières années, l'Algérie s'est modernisée de façon très remarquable à plusieurs niveaux de la société. Sur la plan politique, plusieurs voix s'élèvent à considérer l'anglais comme une langue de la science, de la technologie et du savoir au sens large. Ils appellent à ce que la langue anglaise soit incluse dans le système scolaire dès le jeune âge et notamment à l'université (enseigner les filières scientifiques en anglais). Ces intagrameuses algériennes emploient ces anglicismes comme une alternative au français en tant que langue d'accès aux réseaux sociaux chez ces nouvelles générations, l'anglais pourrait se trouver employé en raison de sa force d'attraction. La diffusion de l'anglais via le réseau social d'instagram semble gagner du terrain à travers son emploi très fréquent. Ces anglicismes incarnent du modernisme, du progrès et de la réussite sociale.

5. Conclusion:

Notre étude nous a conduit à comprendre que ces anglicismes témoignent de leurs ancrages dans le discours des instagrameuses algériennes via le réseau social « instagram ». L'emploi des anglicismes est très récurrent et cela a mis en lumière l'étendu actuel de l'anglais chez les jeunes. Nous avons pour cela choisi de travailler avec les trois types d'anglicismes (Haugen, 1953) qui nous ont paru être les plus communément utilisés dans cette recherche :

anglicisme inévitable, anglicisme facultatif et anglicisme facultatifs fonctionnant comme anglicisme inévitable. En comparant ces trois acceptions de l'anglicisme, nous avons pu constater que les anglicismes facultatifs sont les plus fréquents. Ces instagrameuses emploient des anglicismes facultatifs (remplaçables) et cela pourrait nous renseigner sur la diffusion de l'anglais en Algérie qui ne cesse de gagner du terrain et modifie le paysage sociolinguistique algérien. Bien évidemment, nous nous rendons compte que la recherche est limitée par le choix des corpus linguistiques. Néanmoins, elle permet d'avoir un point de vue, au moins partiel, sur les anglicismes employés et qui sont bien accueillis par les jeunes, de nos jours.

Il serait intéressant de conduire cette étude vers les abonnés et les utilisateurs de ces instagrameuses/ influenceuses pour voir les représentations que se font ces utilisateurs des deux langues en concurrence (français/ anglais) actuellement sur paysage sociolinguistique algérien.

6. **Bibliographique:**

- Bogaards Paul, (2008), Définir l'anglicisme. Dans, P. Bogaards, *On ne parle pas français: La langue française face à l'anglais* (pp. 57-58). Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur.
- Cécile Planchon, (2021), « Conceptualisation en lexicométrie des anglicismes. Le corollaire empirique d'un choix méthodologique », *Corpus* [En ligne], 22 | 2021, mis en ligne le 01 février 2021, consulté le 11 septembre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/corpus/6002> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/corpus.6002>
- Elodie Martin, (2019), « La variation lexicale en français : le cas des réseaux sociaux recourant essentiellement à un lexique anglais », *Archipélies* (en ligne), 8/ 2019, mis en ligne le 15 décembre 2019, consulté le 09 novembre 2021. URL : // [https:// www.archipelis.org/599](https://www.archipelis.org/599)
- Harris Jesse, (2010), *The frequency and distribution of written and spoken anglicisms in two varieties of French*. Université Concordia : Mémoire de maîtrise.
- Haugen, L (1953). « The Norwegian language in America : A Study in Bilingual Behaviour, Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- Julie Neveux, (2020), « Je parle comme je suis ». Edition Grasset.
- Ledegen, Gudrun & Léglise, Isabelle, (2013), « Variations et changements linguistiques », *Sociolinguistique du contact. Dictionnaire des termes et concepts*, (S. Wharton & J. Simonin), Lyon, ENS Editions, pp. 315-329.
- Mareschal Genevière, (1989), *Étude typologique et comparative de l'anglicisation et des anglicismes dans quatreaires de la francophonie*. Université Laval : Thèse de doctorat.
- Martin, Elodie, (2019). « La variation lexicale en français : le cas des réseaux sociaux recourant essentiellement à un lexique anglais », *Archipélies* (en ligne), 8/ 2019, mis en ligne le 15 décembre 2019, consulté le 13 novembre 2021. URL : // [https:// www.archipelis.org/599](https://www.archipelis.org/599)
- Misanchuk Mélanie, (1997), *Anglicismes dans la presse française : L'Express et le Nouvel observateur (1991 à 1995)*. Université de Calgary : Thèse de maîtrise.
- -Napieralski, Andrzej, (2014), « Les néologismes anglais sur les réseaux sociaux – analyse des verbes empruntés dans le langage polonais courant », *e-ScriptaRomanica* vol. 1, Łódź, Université de Lodz, pp. 17-29.
- Refka ben Abdellah,(2020), « L'argumentation et le pouvoir d'une communication médiatisée par les nouvelles Technologies », *Revue des Arts, Linguistique, Littérature & Civilisations* Université Peleforo Gon Coulibaly – Korhogo.

- **Samira Abid-Houcine**,(2007), « Enseignement et éducation en langues étrangères en Algérie : la compétition entre le français et l'anglais », *Droit et cultures*, 54 | 2007, 143-156.
 - Truchot D, (1994), Attribution et représentation dans la relation d'aide: une étude de l'aide sociale. Doctorat de l'École des hautes études en sciences sociales. Paris.
 - Villers Marie.-Éva, (2005), *Le Vif désir de durer-Illustration de la norme réelle du français québécois*. Montréal: Québec Amérique
 - Weinreich, Uriel, *Languages in contact, findings and problems*, New York, Linguistic Circle of New York, 1953.
 - Zanola Maria. Téresa, (1991), *L'emprunt lexical anglais dans le français contemporain : Analyse d'un corpus de presse (1982-1989)*, Quaderni del Centro di linguistica dell'Università catolica, 3, Brescia, Editrice La Scuola.
-