

Les néologismes comme marqueurs de transformations sociales

Samah Hassan Abdou NASR

Université Ain Shams

Faculté des Jeunes filles

Résumé

La création de nouveaux termes est liée à l'apparition des innovations techniques et des nouvelles réalités physiques ou idéologiques. Au cours des deux dernières décennies, nous avons assisté à une large diffusion des technologies de l'information et de la communication (TIC). Il en résulte un changement dans l'usage de la langue française ce qui mérite une analyse des faits de langue comme indices des changements sociaux. En effet, la langue doit s'adapter aux réalités du monde contemporain et répondre à des usages sociaux de plus en plus diversifiés dans le cadre de cette culture numérique qui ne cesse de se développer. Explorer le monde virtuel c'est explorer la relation entre les termes et les nouvelles valeurs véhiculées dans les divers domaines : rapports sociaux, identité, notions du temps et de l'espace, innovation commerciale et artistique, etc.

Introduction

Les études néologiques portent essentiellement sur la collecte de nouveaux mots, leur fréquence par rapport à un corpus d'exclusion, le recensement des mécanismes de créativité néologique et l'examen des aspects sociolinguistiques de la néologie. Elles peuvent s'appliquer à la langue générale et aux langues de spécialité. Étant donné que la néologie est envisagée comme signe de vitalité du système linguistique, cet article se propose de traiter de la néologie selon une approche sociologique.

L'évolution des technologies et la culture numérique ont entraîné un changement dans l'usage de la langue française, ce qui mérite une analyse des faits de langue en tant qu'indices des usages sociaux afin de découvrir dans quelle mesure la néologie lexicale est synonyme de transformation. Cette étude s'intéresse en particulier aux nouveaux termes des nouvelles technologies et des réseaux sociaux: comment ils sont créés et leur emploi en discours pour désigner l'innovation ou les changements des pratiques sociales qui se sont largement diffusés parmi les locuteurs francophones.

Comme pour chaque révolution de l'Histoire, une nouvelle réalité s'impose, ainsi qu'un nouveau vocabulaire. La Révolution numérique est omniprésente à travers les réseaux sociaux. Beaucoup s'y mettent parce qu'un ami ou un proche y est. La méfiance ou la critique envers cette nouvelle technologie est endormie par la mode et l'engouement des innovations.

Les néologismes comme marqueurs de transformations sociales

La diffusion des abonnements internet et la généralisation des téléphones mobiles ne font qu'accroître l'usage quotidien des réseaux sociaux. On ne peut plus se passer d'une ou deux consultations de son compte facebook. Les adolescents et les jeunes sont d'une part notifiés continuellement par des alertes sur leurs portables de tout ce que les autres font sur les réseaux sociaux. D'autre part, ils abusent de l'emploi d'internet dans leur vie quotidienne sur les deux plans personnel et professionnel. Télécharger une chanson, rechercher une offre d'emploi ou élaborer un rapport, tels sont les usages actuels du Web. On parle souvent d'une cyberdépendance.

Au niveau historique, les médias sociaux sont évoqués comme acteurs de la démocratie: partout sur internet on trouve des articles sur comment les médias sociaux ont changé notre façon de penser et ont fait naître l'espoir d'une démocratisation de l'information dans un monde ouvert. Cette étude s'inscrit dans la lignée des travaux portant sur les rapports entre créativité lexicale et pratiques sociales comme PAVEL (1989), OLLINGER et VALETTE (2009) et BARAKE (2012).

Notre démarche consiste à établir dans un premier temps une recherche terminologique pour collecter les néologismes dans trois sites internet qui parlent des innovations techniques à l'ère informatique.

Le premier site ⁱ, Les clés de demain est un site hébergé comme supplémentaire du journal Le Monde et qualifié par ses fondateurs de *revue du web international*. Ce site est créé en partenariat avec la grande entreprise informatique IBM. Il se décrit en deux sous-titres: *chroniques et partage sur l'innovation, regards croisés sur l'ère cognitive*. Un nouveau dossier est traité chaque semaine pour aborder un thème concernant « la transformation numérique », ainsi appelée par l'équipe rédactionnelle.

Le deuxième site ⁱⁱ, Regards sur le numérique (RSLN), se décrit comme étant un «laboratoire d'idées, de réflexions et d'expérimentations en ligne». Il est édité par la société Microsoft France dans l'objectif de développer des réflexions autour des sujets d'actualité dans le monde numérique.

Le troisième site ⁱⁱⁱ, NetPublic.fr est édité par l'Agence du Numérique. Il s'adresse aux spécialistes concernés par la formation aux Technologies de l'Information et de la Communication, aux outils et services numériques et à l'Internet, et également à toute personne intéressée par un accès accompagné à Internet. Ses activités sont placées sous la tutelle du Ministre français de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique. Donc, c'est un site qui devrait répondre aux plans des autorités publiques françaises.

Le choix de ces trois ressources est le garant d'une représentativité des données lexicales: un site rattaché au journal quotidien français Le Monde, puis un deuxième qui encourage les innovations et discute les questions actuelles et ensuite un troisième dont l'objectif est de faciliter l'intégration des nouvelles technologies. D'autant plus, les contenus sont centrés sur le monde numérique et son évolution.

Une fois les néologismes relevés, nous en présentons dans un deuxième temps une typologie. Puis, nous examinerons le discours de presse sur les néologismes à partir d'une étude de cas: le terme *selfie* dans les sites de la presse quotidienne. Les articles figurant dans les journaux Le Monde et Le Figaro et ils datent du 1er janvier 2013 au 31 décembre 2016. Il est nécessaire d'abord d'indiquer les critères qui ont guidé le repérage des néologismes et qui sont explicités ci-dessous.

1. Marqueurs de néologisme

La reconnaissance des néologismes ne se réalise que si certains éléments apparaissent avec le nouveau terme dans les articles de presse ou sur les sites. Pour collecter les néologismes, il fallait repérer les marques suivantes que cite MORTUREUX (1993) : « la ponctuation et la typographie (guillemets, parenthèses, caractères gras ou italiques) peuvent fonctionner comme marque, discrète et non univoque, d'activité métalinguistique, et notamment de reformulation.»

En fait, les articles de notre corpus montrent que les auteurs tiennent à utiliser les guillemets car « ils sont conscients que ce nouveau sens n'est pas encore totalement accepté par leur communauté», CONDAMINES (2014). Pour illustrer ces marqueurs, nous avons choisi les exemples de termes qui reflètent plusieurs notions du monde numérique.

- **la typographie**

Les journalistes et les sociologues ont l'habitude de présenter les néologismes dans leurs discours accompagnés de certaines marques typographiques, ce qui se traduit par l'emploi des guillemets ou l'utilisation des caractères italiques.

« Le manager peut suivre sur le réseau social de l'entreprise (RSE) le fil d'actualité de ses collègues en temps réel, il peut échanger avec eux par tchat ou au sein d'un groupe, apporter commentaires et arbitrages sur le « mur » du groupe.» (Les clés de demain, 04/04/2013)

Les néologismes comme marqueurs de transformations sociales

- **l'ajout d'une glose :**

Ces gloses peuvent indiquer l'origine du terme, un synonyme ou une définition.

"Car le buzz – autre mot d'époque – a été intense après ce fameux «selfie». Sur Twitter d'abord, où fut diffusée la photo litigieuse. «Si à 50 ans t'as pas fait un selfie dans le Bureau Ovale t'as raté ta carrière de journaliste...» " (Le Monde, le 14/02/2014)

La glose mise entre deux tirets est un jugement de son auteur qui est conscient de la néologisme d'un terme qui est en vogue de nos jours.

Un autre exemple se présente où la glose est une indication de la formule complète d'un acronyme mis entre guillemets.

« Les EPN peuvent donc développer des activités liées aux technologies de fabrication numérique de proximité via des « Fablabs » ou laboratoires de fabrication numérique.»^{iv}

La glose peut également être définitionnelle comme l'illustre ce troisième exemple :

« Aux Etats-Unis, les réseaux sociaux viennent de se découvrir une nouvelle lubie : le "dronie". Un portrait de groupe pris à partir d'un petit drone de loisirs.» (Le Monde, le 24/05/2014)

Enfin, la glose peut se placer en tête de phrase en tant qu'apposition.

«Phénomène planétaire, le *selfie* s'impose désormais comme un média à part entière qui, en quelques mois, a généré son propre business.» (Le Monde, le 24/05/2014)

Il faut noter que l'adjectif *planétaire* indique la large diffusion du terme et de l'utilisation des portables pour prendre des photos partout dans le monde. Ajoutons que d'autres adjectifs tels que *émergent*, *novateur* sont très fréquents dans la description des néologismes.

- **l'existence de plusieurs équivalents synonymiques**

Quand une innovation est importée d'une langue étrangère, elle fait d'abord son apparition sous la forme d'un emprunt puis après un certain temps soit on garde l'emprunt soit il est remplacé par une ou deux créations lexicales comme équivalents dans la langue cible. Par exemple, *Selfi-stick* est traduite en français par deux termes *la manche à selfie* ou *la baguette à selfie*.

Après le repérage des néologismes, il s'agit de les examiner du point de vue de leur formation afin de décrire les procédés de création lexicale utilisés.

2. Etude des néologismes

L'étude des néologismes collectés vise à identifier les moyens lexicaux utilisés pour créer la terminologie des réseaux sociaux. Face à de nouvelles réalités, la langue recherche dans ses sources pour assurer sa créativité. Comme le font remarquer CARTIER et SABLAYROLLES (2009 : 175), « toute langue vivante est en constante évolution et une des marques les plus saillantes de cette instabilité est le renouvellement de son lexique, avec la disparition de mots obsolètes (peu étudiée) et l'apparition de nouvelles unités : les néologismes ».

La typologie des néologismes regroupe deux catégories principales selon DUBOIS (2001 : 322) : « néologie de forme et néologie de sens. La première englobe les nouvelles formes morphologiques et la seconde consiste à donner une nouvelle signification à un signifiant déjà présent dans la langue. »

En plus de cette division binaire, SABLAYROLLES (2002 :103) reprend le terme de néologie syntaxique, anciennement reconnu par le Nouveau Larousse Illustré (1898-1907) et il décrit ce genre de création lexicale comme « un procédé néologique en pleine expansion en français contemporain surtout dans les milieux jeunes et branchés ». Il met l'accent également sur un autre genre appelé néologismes de combinatoire lexicale qui désigne une innovation sur le plan des combinaisons lexicales. Les lexies s'agencent sur l'axe syntagmatique selon des règles communes qui répondent au caractère de fréquence. En d'autres termes, il existe des associations habituelles ou phraséologies reconnues par les usagers de la langue et toute substitution d'un des éléments d'un syntagme habituel est une innovation sur le plan lexical. Dans cette même lignée, il se trouve des néologismes de *détournement* que SABLAYROLLES (2002 :104) définit en tant qu'« innovation au sein d'un ensemble mémorisé comme une unité c'est-à-dire une lexie : expression, proverbe, citation connue, titre d'œuvre connu, etc. ». Ce dernier type est difficile à reconnaître parce qu'il nécessite une certaine compétence linguistique qui répond à ce que GALISSON (1987) appelle *mots à charge culturelle partagée*. La présente étude a permis de classer les néologismes recensés en trois catégories que nous présenterons en les illustrant d'exemples tirés du corpus.

2.1. Néologie formelle

La langue française possède plusieurs moyens pour la création de néologismes. Les procédés utilisés sont la composition, la dérivation (suffixation, préfixation), l'abréviation et l'emprunt. Ces créations émanent d'un besoin de dénomination et d'un rapport entre deux langues en situation de contact. Dans le cadre

Les néologismes comme marqueurs de transformations sociales

de notre étude, la terminologie en cause est celle des Nouvelles Technologies, un domaine essentiellement créé et développé aux Etats-Unis, notamment dans la Silicon Valley en Californie où est centralisée l'industrie des technologies de pointe. Cette terminologie est diffusée en France et partout dans le monde grâce à la globalisation et internet. Les produits technologiques sont importés avec leurs propres terminologies en anglais américain. Les Français les accueillent et sont en face de deux options : l'emprunt ou le recours aux mécanismes de création néologique.

L'examen des créations formelles a pour but d'explicitier le degré de renouvellement du lexique français. Ces créations, motivées par des besoins de nommer de nouvelles réalités puisent dans les ressources de la langue française ou bien elles sont empruntées à la langue anglaise. Le taux d'emprunts est un indice de la suprématie de la langue emprunteuse, phénomène auquel les Français tentent de faire face en proposant des équivalents. Il reste à recenser les néologismes pour les classer et observer l'état actuel de la néologie lexicale.

Le dépouillement de notre corpus a permis de collecter un nombre de néologismes formels classés dans le tableau suivant:

Néologismes de forme	Structure syntaxique	Exemples
abréviation	troncation	tech, techno, cyb
	acronyme	fablabs
	siglaison	TIC
composition	nom + nom	points cyb/ bateaux-drones
	nom + adjectif	tatouage digital /revue électronique/ presse électronique/santé connectée/ sport connecté/ gant connecté/voiture connectée/ livre numérique/ réalité mixte/ objets connectés/ technologies portables/senseurs acoustiques/requêtes vocales/ opération robotisée/signature numérique/identité numérique/ héritage numérique/ démocratie numérique/ démocratie participative/ économie collaborative
	nom + de + nom	liste de diffusion internet des objets
	nom + adjectif+ adjectif	autoconsommation solaire intelligente
	cyber []+ nom	cybersécurité/ cybermenace
	e[]+ nom	e-book/ e-texte/ e-alerte/ e-santé/ e-boutique/e-conciergerie
	hyper []+ nom	Hyperlien/ hyperconnectivité
	info []+ nom	infolettre
	web []+ nom	webdocumentaire

	nom + iel	textiel
	préposition + nom	surinformation
	préposition+ déterminant+ nom	en un clic
emprunt	anglicisme	Facebook/ Cloud/ French Tech Big Data /Tweeter/pur player/ geek/ hashtag/ selfie/ blockchain/ digital-natives/digital factories / facework/hackerspace/ makerspace/smartphone/ infolabs Quantified Self/datacenter (s)/ Green tech/ Civic tech/ roboat/ wearable/ sparse data (données clairsemées)
	emprunt adapté	digitaliser (v.) (digitalize) / ubériser / ubérisation /selfie (selfy) /tablette (tablet)/ géolocalisation/ newsletter (newsletter)/ smart cité (smart city)/ génération Y/ grands networks
	abréviation	LOL (Laugh Out Loud)
	nom + emprunt	compte Facebook / compte tweeter twittosphère
	dérivation à partir d'un emprunt	tweeteur/ blogueur/ liker (v.) /poster (v.)/ googler / blogguer/ posté
	calque d'un emprunt	gazouiller (v.) (to tweet)/lettre d'information/ appli sociales/ aime (v.)

Un examen de la liste précédente indique que les termes sont constitués de formes abrégées et de formes composées. L'ensemble des composés représente le taux le plus élevé et les termes composés sur le patron nom + adjectif sont les plus fréquents dans le corpus. Ce sont surtout des adjectifs qui dénotent la transformation ou le passage au système informatique désigné par les adjectifs *digital*, *numérique* ou *électronique*. Ces adjectifs s'ajoutent à des mots du langage courant afin de différencier entre un terme habituel qui dénote une activité traditionnelle et la nouvelle forme résultant de l'informatisation. Notons comme exemples les termes *signature électronique* et *presse électronique* qui s'opposent respectivement à *signature* et à *presse*. Quant à l'adjectif *connecté*, il s'ajoute aux noms d'objets traditionnels pour désigner de nouvelles notions mettant en œuvre l'usage des outils informatiques et des technologies de l'information comme *santé connectée* et *pèse-personne connecté*.

Les composés à partir de *cyber* et de *e* (abréviation d'électronique) sont productifs dans ce domaine et servent à calquer beaucoup de termes anglais comme *e-texte* et *e-santé*. Le mot web est l'abréviation de World Wide Web et désignait, d'après OTMAN (1998 : 441), «ensemble de serveurs créés par des entreprises ou des particuliers et accessibles par Internet.» Ensuite, cette abréviation est devenue un préfixe qui donne naissance à des termes comme *webdocumentaire*. Les Canadiens ont créé le terme *toile d'araignée mondiale* qui est souvent abrégée en *toile*, mais le Grand Dictionnaire terminologique^v du Québec signale que le terme *toile* figure parmi les termes officiels en France dès 1999. Cela signifie que certains termes étrangers

Les néologismes comme marqueurs de transformations sociales

sont plus utilisés que les termes francisés. *Web* est plus répandu que son équivalent français et il est clair qu'il en découle d'autres termes qui signifient l'usage d'Internet.

La liste des emprunts formée de 48 termes est la preuve que le français continue à subir l'invasion des anglicismes. Certains emprunts sont des noms propres de réseaux sociaux (Facebook, tweeter, etc), ou des notions informatiques (le Cloud, le Big Data). Si le terme n'est pas emprunté, il est adapté à la langue française sous la forme d'un calque. DI SPALDRO (2010 : 2) définit le calque technoscientifique comme « un calque morphologique de type calque littéral adapté sur le modèle de la composition syntagmatique nominale. » Tel est le cas des termes lettre d'information (newsletter), compte Facebook (account Facebook), etc.

Il est à noter que DEPECKER (2001 : 408 - 412) intègre ce type de termes sous la marque emprunt par traduction, cette catégorie regroupe des verbes comme gazouiller (to tweet) et aimer (to like). Certains verbes sont adaptés morphologiquement à la langue française comme *digitaliser* et *poster*. Parmi les emprunts, il existe des abréviations comme *LOL* qui a comme signification une forme d'expression de la joie en riant à haute voix. Mêmes les expressions des émotions ont trouvé des formules qui les désignent lors d'une communication sur Internet.

Il est clair que des formes francisées coïncident avec des emprunts comme le verbe *liker* et *aimer* pour décrire la position de l'utilisateur de Facebook vis-à-vis des photos ou des opinions postées par les autres. Notons aussi que certains termes sont dérivés à partir de noms propres comme *googler* (v.), *tweeteur* (n.). Le terme *technologie* est remplacé par sa forme réduite *tech* et nous avons relevé des composés comme *entreprises tech*, *tendance tech*, etc. Une remarque s'impose sur l'emploi des abréviations, la langue de l'informatique sur les réseaux sociaux et dans le domaine des télécommunications tend à être très brève. Prenons l'exemple de *infolabs*, ce mot-valise est composé de l'abréviation de *information* ajoutée à la réduction de *laboratoires*.

Un autre modèle de formation de termes est constitué de l'homonymie entre *robot* *robot* qui se prononcent de la même façon en anglais mais qui désignent deux objets différents : le premier est « un dispositif mécanique destiné à se substituer à un humain. » (OTMAN : 337) ; alors que le second terme désigne selon le site RSLN un bateau intelligent destiné à transporter des personnes et des marchandises à travers les canaux. *Robots* est utilisé comme synonyme de *bateaux-drones*. Ce sont des bateaux autonomes sans intervention humaine qui « bourrés de capteurs [...] peuvent détecter l'évolution des courants, la température de l'eau ou encore la présence d'animaux marins. »^{vi} Leur rôle est de collecter des données même dans les tempêtes. Cette innovation et tant d'autres sont en cours d'expérimentation et le corpus étudié en précise les avantages prévus.

Ces remarques sur les innovations montrent qu'elles sont souvent introduites dans la langue française en tant que néologismes formels ; toutefois, un deuxième moyen consiste à accorder une nouvelle signification à un terme qui existe déjà. C'est à ce dernier type que s'intéresse la partie suivante.

2.2. Néologie sémantique

Dans le cadre de ce travail, la néologie sémantique est influencée par l'anglais ; les termes qui en résultent sont appelés emprunts sémantiques. Ce terme désigne « un mot déjà existant dans la langue qui emprunte mais qui se voit doté d'un sens nouveau, qu'on peut attribuer à l'influence d'un mot étranger » selon HUMBLEY (1987 : 322).

Parmi les néologismes sémantiques, nous avons récupéré les termes suivants : *mur, profil, ami, suivre* (sur les réseaux sociaux), *aimer, commenter, ajouter et bloquer*. Cette liste est traduite de l'anglais, les termes ont des sens qui ne sont pas dans les dictionnaires. Ces changements sémantiques sont dûs à des transformations sociales résultant du partage des informations sur les réseaux sociaux. Le mur est initialement défini dans le dictionnaire Larousse comme « un ouvrage de maçonnerie en terre en pan de bois ou de fer, il sert à enclore des espaces, à soutenir des terres. » Actuellement, « sur le mur facebook sont affichés les notifications et les événements publiés par le titulaire du compte ou profil facebook ainsi que les commentaires et messages des fans et amis»^{vii}

Les amis sont les personnes que le titulaire du compte facebook ajoute à la liste d'amis. Les fans sont les personnes qui choisissent d'*aimer* une page sur Facebook. Ce verbe veut dire que l'utilisateur aime suivre les publications sur cette page que ce soit des photos, des paroles ou des blagues. *Suivre* ne signifie plus *rejoindre quelqu'un quelque part* mais c'est plutôt être informé de toutes ses nouvelles, ses photos ou ses publications sur les réseaux sociaux. Ainsi sur le site d'aide de Facebook^{viii}, nous trouvons la phrase suivante : « si vous décidez de ne plus suivre une personne, ses publications n'apparaîtront plus sur votre fil d'actualité.»

2.3. Néologie syntaxique et combinatoire

La néologie syntaxique est la collecte des aspects d'innovation lexicale au niveau des associations entre les unités lexicales sur l'axe syntagmatique. Il s'agit d'après SABLAYROLLES (2011) d'« associations inattendues par rapport à l'usage habituel des unités lexicales ». Il les appelle des changements de construction ; par exemple un syntagme peut attester d'un changement d'argument ou d'actualisateur comme *la prise de la Bastille* (un endroit géographique) et *la prise de train* (un inanimé concret).

Les néologismes comme marqueurs de transformations sociales

Dans notre corpus, les verbes *ajouter* et *bloquer* changent d'arguments. Ajouter veut dire « joindre quelque chose à ce qui existait déjà » ; c'est un verbe transitif direct qui exige un objet inanimé. Mais, *ajouter un ami sur Facebook* signifie l'accord de sa présence sur la page et la permission de commenter ou de partager les publications. Au contraire, bloquer un ami c'est l'empêcher de consulter les publications et de commenter. Certains verbes se dotent d'un emploi pronominal comme le verbe *se prendre en photo*. Egalement, le prédicat verbal *être connecté* peut avoir comme sujet un être animé et dans ce cas il s'agit de se lier à une connexion internet. De plus, le verbe *partager* désigne l'acte selon lequel un *ami* publie la même photo de son ami. Dans les exemples suivants, nous avons souligné les verbes ou noms qui présentent une néologie syntaxique.

- Se prendre en photo, faire un selfie
- Vous devez être être connecté (c'est le portable ou l'ordinateur)
- Partager des articles sur les réseaux sociaux
- En continuant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies.
- Pour communiquer avec Netpublic, inscrivez-vous sur Facebook dès maintenant.
- Se désinscrire d'une liste courriel
- S'abonner à une liste de diffusion /à la Newsletter

Ces exemples signalent que le changement de la combinatoire des termes est la marque d'un changement sémantique d'un terme. Si nous considérons l'emploi du verbe s'abonner, il garde une partie du sens initial et se dote d'une spécificité liée à internet, accepter de recevoir une infolettre du site à des périodes régulières en communiquant son adresse électronique.

3. Discours de presse et approche sociologique des néologismes

Les journalistes parlent des nouveautés dès leur naissance dans les divers domaines : social, économique, culturel, etc. Leurs discours portent sur la découverte de nouvelles notions ou techniques, puis contribuent à la vulgarisation des néologismes et s'intéressent à leur usage social. En effet, les gloses des journalistes insèrent des explications ou des détails qui mettent en relief le sens visé par l'emploi de tel ou tel terme. Les articles de presse renferment souvent des précisions qui ont comme objectif de créer des effets de sens. L'analyse des gloses informe sur l'accueil des termes et leur circulation.

La consécration dans l'usage d'un terme ou sa lexicalisation dépend des facteurs socio-culturels. Le débat social sur le terme concerne deux faces : le concept et la dénomination. Nous donnons dans cette partie de l'étude un aperçu des représentations sociales faites par les articles de notre corpus. L'analyse de ces

derniers repose sur une approche sociolinguistique. En effet, selon MORTUREUX (1984 : 106), « la presse d'actualité offre couramment des exemples, plus accessibles à l'expérience commune, d'un fonctionnement où la dénomination, notamment dans ses réalisations successives, accompagne et marque les étapes de l'émergence d'un concept et d'un référent ».

CATARIG (2009 : 74) affirme que « la presse devient ainsi le support de diffusion de termes nouveaux. Ces constructions ont la propriété de circuler rapidement d'un média à l'autre et d'un espace culturel à l'autre et entrent dans le vocabulaire des gens.» C'est un facteur qui a le premier effet de réutilisation des termes dans la société.

Le cycle de vie des néologismes est relié à des dates précises : sa première attestation, sa consignation dans les dictionnaires de langue générale et puis sa désuétude ou son vieillissement. Ainsi, les dates d'insertion des nouveaux mots dans Le Petit Robert ou Le Petit Larousse sont importantes et sont nécessairement retenues par la presse ; RONDEAU (1984 : 126) considère l'entrée des mots dans les dictionnaires comme un indice de fixation dans l'usage. Cette entrée se fait après de longs débats sur la diffusion sociale ou scientifique des néologismes. Par exemple, Le Monde reprend l'information sur l'entrée des termes des réseaux sociaux dans le dictionnaire. « *Le Petit Robert* de la langue française accueille dans son édition 2015 quelque 150 mots nouveaux dont plusieurs appartiennent au jargon des nouvelles technologiques, comme « hashtag » et « selfie », révèle *Le Parisien*, jeudi 22 mai.»^{ix} (Le Monde, 22/05/2014)

Pendant la période de diffusion sociale des termes, il est important du point de vue linguistique d'étudier le terme en contexte grâce à « la multiplication des discours et des phrases où figure le néologisme, car elle crée un ensemble d'environnements linguistiques plus ou moins variés.» MORTUREUX (2011 : 21)

Les divers emplois du mot méritent une analyse puisque les néologismes sont traités dans la presse dans différentes rubriques. Ce sont des sujets d'actualité qui contribuent à la vente des journaux. L'avènement de la presse électronique et de la mise en ligne des journaux papier a mené à la diffusion instantanée des nouveautés et surtout du vocabulaire de l'internet et des réseaux sociaux dans le cadre d'une volonté de suivre le progrès et de partager cette culture numérique. Par conséquent, les articles citent les accidents ou les événements quotidiens d'actualité en rapport avec les néologismes. Si nous prenons le cas du mot *selfie*, nous avons collecté les articles qui le mentionnent dans le but d'en découvrir l'usage ou les effets visés par les journalistes. Les articles sont tirés de deux quotidiens français en ligne, Le Monde et Le Figaro.

Les néologismes comme marqueurs de transformations sociales

Nous avons remarqué que sous la rubrique des faits divers, différents incidents sont indiqués et relèvent de sphères variées : divorce, procès juridique, la presse people, etc. Il s'agit, par exemple, d'un jeune touriste qui a voulu prendre un selfie hors du commun en grim pant sur une statue à l'Académie des Beaux-Arts de Milan. Une autre femme de 18 ans s'est noyée en Inde en voulant se pendre en photo, ce qui a obligé la police de Bombay de mettre en place 19 « zones de non selfies ».

Considérons les titres d'articles suivants :

Selfie : un étudiant ampute une statue en se prenant en photo (Le Figaro, le 19/03/2014)

La sieste de Jean-Marie Le Pen et le selfie moqueur (Le Monde, le 22/01/2016)

Le selfie qui ne plaît pas à Myke Tayson (Le Figaro, le 05/05/2015)

Les divorces 2.0 se clament par selfie (Le Monde, le 18/09/2015)

Bombay instaure des « zones de non selfies » (Le Monde, le 13/01/2016)

Obama et la premier ministre du Danemark : le selfie de la discorde ? (Le Figaro, le 11/12/2013)

On remarque que ce sont des incidents qui pointent des attitudes au niveau personnel et social. C'est un état psychique où le besoin de se prendre en photo s'impose soit à un moment défavorable soit dans une situation bizarre. Le rapport situation/ photo est pris en compte et souvent critiqué.

Quant aux contenus des articles, ils se caractérisent par plusieurs points : il est question parfois d'un jugement négatif en disant par exemple que « le selfie est une mode dangereuse », ou bien qu'il s'agit d'une viralité comportementale. « Comme le mariage, la rupture a droit à son faire-part... mais sur les réseaux sociaux. Les visages souriants sur les selfies de divorce qui envahissent Instagram revendiquent une séparation réussie. Ou veulent le laisser croire. » (Le Monde, le 18/09/2015)

Dans un article paru dans Le Monde, un chroniqueur, Pascal GALINIER a choisi « selfie » comme mot de la semaine, et justifie ce choix en précisant que " c'est aussi le « buzz » du moment, après qu'un journaliste du Monde se soit pris en photo dans le bureau ovale du président Obama. " Il commente cet acte en affichant que le " journal a franchi un pas supplémentaire. Un de ses journalistes s'est « selfisé ». "

Les articles reflètent deux prises de positions; la presse permet à certains de véhiculer des valeurs positives et elle constitue pour les adversaires ou sceptiques une arme pour une critique ascerbe des pratiques novatrices. Or, « diaboliser la nouveauté technique n'a jamais rien apporté ; en revanche, l'invention technique ne devient

véritablement innovation qu'à partir du moment où l'objet de cette invention est intégré dans la société où il est apparu et où il est entré dans les usages.» VIERA (2010 :10)

3.1. Nouveaux termes, nouvelles pratiques

L'intérêt des études des néologismes consiste non seulement à mesurer le renouvellement du lexique mais également à décrire les évolutions sociales qui y sont reliées. « Du côté de la langue, la néologie lexicale fournit à la société les moyens de satisfaire ses besoins en noms nouveaux, s'interroger sur la dénomination en acte conduit à examiner de préférence le fonctionnement de la néologie lexicale dans son aspect linguistique et socio-culturel.» MORTUREUX, M.-F. (1984 : 95)

La terminologie s'intéressait dès sa création à dresser des listes de termes dans les domaines variés et aussi a-t-on examiné la lexicalisation de certains termes et leur accueil en langue générale (la banalisation lexicale). Avec la naissance de la socioterminologie, la diffusion sociale des termes a été mis en relief par GAUDIN (2005 : 90/91) qui prônait pour « adopter une vision dynamique des termes, lesquels ne doivent plus être conçus comme des étiquettes de concepts, mais resti-// tués dans le cadre des échanges langagiers au sein desquels ils apparaissent et se maintiennent. » Les termes, tout en étant des signes linguistiques, s'inscrivent dans des échanges réels et devraient faire l'objet d'études puisqu'ils sont considérés comme des «entités culturelles». En effet, l'histoire des terminologies est celle de la civilisation sous toutes ses facettes.

L'analyse des néologismes permet de confirmer que nous assistons à un ensemble de transformations sur les plans social, économique et historique. Le rythme de vie change et est fortement imprégné de la rapidité des télécommunications. Une approche sociologique des termes mène à la description des aspects de ces changements détaillés ci-dessous.

Le discours peut représenter un point de vue positif ou un autre négatif selon son auteur, il va de soi que chaque nouveauté a ses adeptes et ses adversaires. Si nous considérons les trois titres suivants :

« Deux choix possibles pour les grands médias: se convertir au numérique ou gérer leur déclin» (RSLN, le 22/07/2014)

«Qu'est-ce qu'un espace public numérique ?» (Net public15/01/2016 2016)

«Amis RH^x, prêts pour la révolution sociale ? » (Les clés de demain le 04/11/2012)

Les néologismes comme marqueurs de transformations sociales

Il s'agit dans ces cas d'une interrogation sur un terme ou son origine en insistant sur son aspect novateur. Parfois, il est question d'une position objective qui consiste à définir un nouveau référent, comme par exemple le titre suivant :

«*Vie quotidienne et monde numérique : France Info célèbre la Fête de l'Internet*» (Net public 19/03/2012)

Ces nouvelles pratiques ont tellement d'influence sur les sociétés modernes qu'elles touchent certains aspects de la vie politique. Le site RSLN introduit le terme *CiviTech* et le définit comme «l'ensemble des initiatives individuelles ou collectives, publiques, privées ou associatives cherchant à renforcer l'engagement citoyen, la participation démocratique et la transparence des élus et des institutions via les outils numériques.»^{xi} Les outils disponibles en ligne sont exploités dans des campagnes électorales, ainsi les partis politiques s'assurent une meilleure audience et une plus large diffusion. Ils vont jusqu'à offrir au public des communiqués spontanés sur les derniers événements pour se forger une crédibilité croissante.

3.2. L'instantanéité et le souci d'être informé

VIEIRA (2010 :12) évoque la mutation profonde des échanges de connaissances car selon lui, « l'information ne circule plus de façon descendante et unidirectionnelle comme au premiers temps des « mass media », nous sommes aujourd'hui parvenus à une autre ère : celle de la multiplicité des sources et de l'interaction entre émetteurs et récepteurs. » En effet, l'introduction de l'internet mobile bouleverse énormément les usages et favorise l'accès rapide à l'information. La consultation se fait au bout de quelques secondes et même les enfants peuvent récupérer des données sur leurs portables.

Partout sur Internet, il est fréquent de retrouver les expressions *en un clic*, *en quelques clics*. C'est l'idée d'une communication très rapide qui prime sur les échanges électroniques. «En un clic, le moteur de recherche révèle toutes les opportunités de tourisme en Europe, qui vous garantiront de ne pas voyager au-dessus de vos moyens.»^{xii}

3.3. Changement des rapports sociaux

L'examen de l'ensemble des néologismes collectés indique que le succès des termes comme *identité numérique*, *follower*, *selfie*, *snapshot*, qui occupent la pensée contemporaine relèvent d'un phénomène social en forte croissance, celui des réseaux sociaux. Il s'est tellement répandu dans notre vie quotidienne et partout

dans le monde en raison de la démocratisation de l'utilisation des portables intelligents ou *smartphones*.

«Facebook, Twitter, YouTube... Vous connaissez ces réseaux et vous savez que c'est aussi là aujourd'hui que circule l'information. Elle circule même très vite.»
(Net public 07/2016)

Certains termes décrivent le rapport des humains vis-à-vis des nouvelles technologies de l'information. Parmi ces termes citons *digital natives*, *dataddict*, *exclus du web*, *geek*, *geekette*, *e-inclusion* et *fracture numérique*.

Les gens ont actuellement tendance à communiquer au moyen des émoticônes, et nous assistons à une utilisation de photos accompagnées de paroles ou dictons pour féliciter, réprimander ou ridiculiser. La page BuzzFil sur Facebook critique ce changement comportemental lié à l'emploi de Facebook selon lequel on affiche toute la vie privée sur internet: ce qu'on a cuisiné, ce qu'on mange, comment on se sent, etc. Les limites entre privé et public ne sont plus les mêmes. Les deux titres suivants montrent à quel point les modes de vie et de travail ont changé. Les événements personnels banals et importants sont désormais horodatés et géolocalisés.

« Lol » ou « Haha », comment rions-nous sur internet ? (Les clés de demain 07/08/2015)

Manager à l'heure des réseaux sociaux (Les clés de demain 04/04/2013)

Par ailleurs, les articles du corpus ont permis de résumer les objectifs des journalistes comme suit :

- S'interroger sur les conséquences de cette culture numérique

Quel avenir culturel nous réserve le numérique ? (RSLN, le 23 /12/ 2014)

Femmes et numérique : à la rencontre de la promotion « Ambition féminine » de la Web@cadémie (RSLN, le 22/11/ 2016)

Les néologismes comme marqueurs de transformations sociales

Sensibiliser contre les effets sociaux négatifs :

Faire face à la haine sur Internet : Module d'autoformation en ligne (Netpublic, 03/10/2016)

DigiworldWeek – 15 novembre à Nîmes : le numérique au service de l'utilité sociale, (Netpublic le 14/11/2016)

Brochure Cyber prévention pour les adolescents : Conseils et information sur les usages numériques (CRIJ Corse) (Netpublic, 06/02/2014)

- Expliquer les usages positifs :

Utiliser Snapchat pour un projet de communication avec des jeunes : Guide pratique,

Net public 03/10/2016

En effet, le discours sur les bienfaits des nouvelles technologies énumère les avantages et utilise un vocabulaire mélioratif. Observons l'exemple suivant, il traduit les points positifs de l'application de l'ubérisation au domaine de la santé.

« Simplification administrative, transparence de la connaissance, suivi en temps réel, réduction des coûts : quatre bonnes raisons pour la médecine de passer à l'ère de l'ubérisation, selon Jean-François Goglin, [...] membre du groupe Numérique et Santé de l'Académie de Médecine. »^{xiii}

Enfin, il reste à souligner deux aspects importants de l'évolution sociale actuelle: l'identité numérique et la culture du partage.

3.4. Naissance de l'identité numérique

Le terme *identité numérique* englobe toutes nos activités sur internet. Le site RSLN énumère plusieurs types d'activités qui peuvent constituer cette identité. « Un profil pro sur Viadeo, un blog sur votre passion pour les jeux vidéo, un profil Facebook pour votre famille, et un autre, sur Facebook encore, pour vos amis. Votre identité en ligne recouvre presque toutes les facettes de votre personnalité... L'identité à l'heure du numérique provoque des pratiques et des stratégies originales. »^{xiv}

On parle désormais des procédés nécessaires à préserver son *e-réputation* et plusieurs articles abordent le sujet des traces numériques de chacun des individus sur la toile. Le site Net public soulève le problème de la gestion des données personnelles sur les réseaux sociaux. Ces traces numériques sont considérées comme la *théâtralisation de notre identité*, une expression citée sur RSLN et qui

décrit un phénomène que le sociologue canadien Erwin Goffman désigne ainsi: « Notre 'facework' est investi dans les outils numériques. Nous mettons en place par exemple des avatars ou des écrits d'écrans, comme les retweets ou les likes, ces signes qui peu à peu construisent notre identité. »

Certains auteurs vont jusqu'à crier haut un «droit à l'oubli», c'est-à-dire disparaître d'internet et enlever son nom de tous les sites auxquels on s'est abonné. Il s'ensuit alors une nécessité de promulguer des lois qui protègent la vie privée des gens. L'objectif est de communiquer sans nuire à la confidentialité de ses données individuelles.

3.5. La culture du partage et de la gratuité

L'usage du numérique dans notre époque et surtout par les jeunes a fait naître une tendance à la gratuité et au partage des ressources électroniques; l'open source et les logiciels en étaient les premiers outils permettant l'appropriation de documents et programmes mutualisés. Les réseaux sociaux favorisent désormais le partage de photos via Instagram, le partage de vidéos sur youtube: sur tous les sites on trouve des énoncés de nature à inviter au partage instantané: *Vous aimez cette astuce? Partagez-la!*

Les utilisateurs sont incités à tout moment à cliquer sur un bouton et à diffuser le contenu des sites quelle que soit sa nature (video, photo ou info). Tout internaute est libre de télécharger, de partager et de soumettre n'importe quel fichier. Les échanges sont aussi rapides qu'un clin d'oeil. Cela suscite tant de craintes que de promesses ; le site Net Public avise ses visiteurs des risques liés à ces données que l'on partage sans réfléchir. Par contre, certains prônent pour l'adoption de ces nouvelles pratiques pour une meilleure coopération entre les humains comme nous démontrent les types de discours qui les évoquent et qui les interrogent.

Conclusion

Plutôt qu'une critique de nouvelles pratiques sociales et du changement de certaines valeurs dans nos sociétés dont les néologismes sont les marques linguistiques, cette étude avait pour objectif de présenter des éclairages permettant de mieux comprendre le besoin des termes nouveaux selon une approche sociolinguistique.

Les néologismes comme marqueurs de transformations sociales

Les effets créés par ces termes ont été mis en évidence à travers ce bref parcours des articles de presse : il est très utiles d'examiner les diverses réflexions et perspectives quant à la diffusion des termes et de leurs référents dans une société ouverte à toute innovation et où les nouveautés voyagent comme l'éclair.

Du point de vue sociologique, La réception des termes apparaît sous la forme d'indices textuels qui ne sont pas gratuits. En fait, les modalités et le choix des descriptions ou définitions reflètent les prises de position.

Cette dimension sociale des néologismes permet de renouveler l'approche culturelle des termes qui véhiculent les aspects d'une description de l'histoire des civilisations, ou en d'autres termes les indices de l'évolution langagière pour suivre les transformations des modes de vie et de communication.

Bibliographie

BARAKE, (2012), «Les néologismes dans le discours journalistique : reflets et images des bouleversements économiques», in Laurent Gautier (éd.), **Les discours de la bourse et de la finance**, Berlin, Frank & Timme GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur, p.125-142.

BIGOT R. & CROUTTE P. (2014), «La Diffusion des technologies de l'information dans la société française : conditions de vie et aspirations des Français», **CREDOC**, n° R317 – Novembre, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R317.pdf>, consulté le 5 décembre 2015.

CARTIER, E. et SABLAYROLLES, J. F. (2009), « Néologismes, dictionnaires et informatique », **Cahiers de lexicologie** n° 93, 2008-2, p. 175-192.

CATARIG, A., (2009), « Néologismes d'auteur » dans la presse écrite généraliste », **Professional communication and translation studies**, 4 (1-2) / 2011, http://www.cls.upt.ro/files/conferinte/proceedings/PCTS%204-2012/08_PCTS_4_2011_Catarig_pp73_84.pdf , consulté le 06 novembre 2016.

DINCĂ, D. (2009), «La néologie et ses mécanismes de création lexicale», **Analele Universității din Craiova**. Seria Științe Filologice. Lingvistică 1-2 (2009): 79-90. http://cis01.ucv.ro/litere/activ_st/articole_anale_lingvistica_2009/dinca_daniela.pdf, consulté le 25 novembre 2015.

DUBOIS, J. et al. (2001), **Dictionnaire de linguistique**, Paris, Larousse.

FLICHY, P. (1999), «Internet : un nouveau mode de communication?», Paris : Hermès Science Publications. Séries: Réseaux : communication, technologie, société, v. 17, n° 97/1999

GALISSON, R. (1987), « Accéder à la culture partagée par l'entremise des mots à CCP. », **Études de linguistique appliquée**, n° 67, p. 119-140

GARDIN, B., LEFEVRE, G., TARDY, M., MORTUREUX, M.-F. (1974), « A propos du sentiment néologique », **Langages**, 8^e année, n°36, 1974. La néologie lexicale, sous la direction de Louis Guilbert. pp. 45-52.

GAUDIN, F. (2005), « La socioterminologie », **Langages** 2005/1 n°157, p. 81 - 93

HUMBLEY, J. (2001), « Quelques enjeux de la dénomination en terminologie », **Cahiers de praxématique**, n°36, p. 93-115.

HUMBLEY, J. (1987), « L'emprunt sémantique dans la terminologie de l'informatique ». **Meta**, n°32(3), p. 321-325.

ISSAC, F. (2011), « Cybernéologisme : Quelques outils informatiques pour l'identification et le traitement des néologismes sur le web », **Langages** 2011/3, n° 183, p. 89-104.
<http://www.cairn.info/revue-langages-2011-3-page-89.htm>, consulté le 10 novembre 2015.

LAJOIE, J., GUICHARD, E. et KIESLER, S. (dir.) (1997), **Odysée Internet: Enjeux Sociaux**, Québec (Sainte-Foy), Presses universitaires du Québec.

LEHMANN, A. (2000), **Introduction à la lexicologie**, Paris, Nathan Université.

MOESCHLER, J. (1974), « Aspects de la néologie sémantique. In: *Langages*, 8^e année, n°36, 1974 », **La néologie lexicale**, sous la direction de Louis Guilbert. p. 6-19.

MORTUREUX, M. F. (1984), « La dénomination: approche socio-linguistique », **Langages**, (76), 95-112.

MORTUREUX, M. F. (1993), « Paradigmes désignationnels », **Semen**, n° 8.
<http://semen.revues.org/document4132.html>, consulté le 02/12/2015

MORTUREUX, M. F. (2011), « La néologie lexicale : de l'impasse à l'ouverture », **Langages** 2011/3, n° 183, p. 11-24.

NIKLAS-SALMINEN, (2013), **La lexicologie**, Paris, Armand Colin.

OTMAN, G. (1998), **Les mots de la cyberculture**, Paris, Belin.

PAVEL, S. (1989), « Néologie lexicale : transfert, adaptation, innovation », **TTR: traduction, terminologie, rédaction**, vol. 2, n° 1, 1989, p. 125-137.

SABLAYROLLES, J. F. (1996), « *Néologisme et nouveauté(s)* », **Cahiers de lexicologie** n° 69, 1996-2, p. 5-42.

SABLAYROLLES, J. F. (2002), « Fondements théoriques des difficultés pratiques du traitement des néologismes », **Revue française de linguistique appliquée**, 7(1), p. 97-111.

SABLAYROLLES, J. F. (2010), « Néologisme homonymique, néologisme polysémique et évolution de sens. Pour une restriction de la néologie sémantique », <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00736394>, consulté le 22/01/2015

Les néologismes comme marqueurs de transformations sociales

DI SPALDRO, J., AUGER, P., & LADOUCEUR, J. (2010). « Le calque technoscientifique: un procédé néologique avantageux pour la terminologie française? », https://www.researchgate.net/profile/Josee_Di_Spaldro/publication/235327940_Le_calque_techoscientifique_un_procede_neologique_avantageux_pour_la_terminologie_francaise/links/09e41510d00860de29000000.pdf, consulté le 12/11/2016

VIEIRA, L. (2010), « Avant-propos. Les nouveaux supports du numérique. Mutation des espaces d'expression, de l'ergonomie et des usages », **Les Cahiers du numérique**, 2/2010 (Vol. 6), p. 9-12.

WOOLDRIDGE, T. R. (2004), « Le Web comme corpus d'usages linguistiques », **Cahiers de lexicologie** n° 85, p. 209-25.

http://homes.chass.utoronto.ca/~wulfri/articles2/web-corpus/web-corpus_fr.htm, consulté le 11 octobre 2015.

Sites du corpus

<http://lesclesdedemain.lemonde.fr/>

<http://www.netpublic.fr/>

<http://www.rslnmag.fr/>

<http://www.lemonde.fr/>

<http://www.lefigaro.fr/>

i <http://lesclesdedemain.lemonde.fr/>

ii <http://www.rslnmag.fr/>

iii <http://www.netpublic.fr/>

iv <http://www.netpublic.fr/net-public/espaces-publics-numeriques/presentation/>

v www.granddictionnaire.com

vi <https://rslnmag.fr/innovation/bateaux-drones-voiliers-big-data-analyser-oceans/>

vii <http://www.definitions-marketing.com/definition/mur-facebook>

viii <https://fr-fr.facebook.com/help>

ix <http://www.leparisien.fr/societe/selfie-et-hashtag-nouvelles-stars-du-dictionnaire-22-05-2014-3861205.php>

x Ressources Humaines

xi <https://rslnmag.fr/cite/civic-tech-la-democratie-a-lheure-du-numerique/>

xii <https://rslnmag.fr/cite/partage-confort-et-hyperpersonnalisation-trois-voies-du-tourisme-de-demain/>

xiii <https://rslnmag.fr/innovation/la-sante-est-elle-prete-a-se-faire-uberiser/>

xiv <https://rslnmag.fr/cite/lidentite-et-ses-enjeux-en-contexte-numerique/>