

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет романської філології і перекладу

Кафедра романських мов

Курсова робота з філології

**на тему: « Структурні та функціональні характеристики неологізмів у
сучасній французькій мові »**

Допущено до захисту
« ___ » _____ 20__ року

Студента групи МЛф 07-20
факультету романської філології
і перекладу
денної форми навчання,
освітньо-професійної програми
Французька мова і література, друга
іноземна мова, переклад _____
за спеціальністю 035 Філологія
Гребенюк Анжеліки Андріївни

Завідувач кафедри
романських мов

Науковий керівник:
к.філол.наук Рубан В.О.
(науковий ступінь, вчене звання, ПІБ)

Рубан В.О.
(підпис) (ПІБ)

Чотирибальна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA SCIENCE DE L'UKRAINE
UNIVERSITÉ NATIONALE LINGUISTIQUE DE KYIV

Faculté de philologie romane et de traduction
Département de langues romanes

Mémoire de recherche

sur le sujet: « Les caractéristiques structurelles et fonctionnelles des néologismes en français moderne »

Admis à soutenir

« _____ » _____ 20__

Par l'étudiant(e) du groupe MLF 07-20

de la faculté de philologie romane

et de traduction du programme de formation professionnelle

Langue et littérature française, langue seconde, traduction

spécialité 035 Philologie

Hrebenyk Angélique

Chef du département de langues romanes

_____ Ruban V.O.
(signature) (nom, prénom)

Directeur de recherche:

Candidate ès sciences philologiques, maître de conférences Ruban V.O.

(grade, titre universitaire, nom, prénom)

Note _____

Quantité de points _____

Note ECTS _____

АНОТАЦІЯ

Курсова робота на тему: «Структурні та функціональні характеристики неологізмів у сучасній французькій мові» присвячена дослідженню динамічного розвитку французької мови та її збагаченню новими лексичними одиницями – неологізмами. У роботі розглянуто типи неологізмів, їх походження, способи утворення та сфери вживання, структурні характеристики неологізмів: морфологічні, фонетичні та словотвірні особливості, функції неологізмів у текстах, вплив неологізмів на мову та суспільство.

Основна увага в роботі приділена аналізу різних типів неологізмів, включаючи технологічні, соціальні та культурні новоутворення, які відображають сучасні тенденції у французькому суспільстві. Окрім цього, розглянуто такі аспекти, як вплив глобалізації та інтернету на появу нових слів, а також роль медіа та масової культури в поширенні неологізмів. Детально проаналізовано процеси запозичення з інших мов, зокрема англіцизмів, які набули значного поширення у французькій мові. Вивчено феномени калькування та адаптації запозичених слів до фонетичних і морфологічних норм французької мови. Також досліджено інновації в галузі словотворення, зокрема створення нових слів шляхом комбінування вже існуючих морфем. Особливу увагу приділено функціональним характеристикам неологізмів у різних типах текстів: наукових, публіцистичних, художніх та повсякденному спілкуванні. Розглянуто, як нові слова відображають та формують світогляд сучасної людини, а також яким чином вони впливають на мову, змінюючи її структуру та збагачуючи її виразні можливості.

У результаті досліджень систематизовано теоретичні знання про неологізми, вивчено механізми словотворення та семантичні процеси, що відбуваються в мові при виникненні неологізмів, зроблено висновки про вплив неологізмів на мову та суспільство.

Ключові слова: динаміка розвитку мови, французька мова, лексика, неологізми, семантика, словотворення, функції, вплив на мову, суспільство, культура.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	6
CHAPITRE 1. Les fondements théoriques de l'étude des neologisms dans la linguistiques moderns.....	9
1.1 La notion du néologismes dans la linguistique moderne.....	9
1.2 L'étude des néologismes dans les travaux des linguistes français.....	15
1.3 L'exemples de néologismes récents et leur analyse structurelle.....	18
Conclusion du Chapitre 1.....	23
CHAPITRE 2. Les caractéristiques fonctionnelles des néologismes.....	25
2.1 Les fonctions des néologismes dans la langue (expressivité, créativité, etc.)....	25
2.2 L'impact des néologismes sur l'évolution de la langue française.....	30
2.3 La perception et acceptation des néologismes par les locuteurs.....	38
Conclusion du Chapitre 2.....	45
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	47
BIBLIOGRAPHIE.....	50

INTRODUCTION

La langue française, tout comme toute langue vivante, évolue constamment en s'enrichissant de nouveaux mots. Les néologismes, c'est-à-dire les nouveaux mots, reflètent les changements dynamiques dans la société, la science, la technologie, la culture, etc. L'étude des néologismes permet d'explorer les tendances actuelles du développement de la langue française et de la société. L'ère de l'information a accéléré l'émergence de nouveaux mots. Internet, les réseaux sociaux, les avancées scientifiques et techniques deviennent des sources de nouvelles unités lexicales. L'étude des néologismes aide à comprendre l'impact des nouvelles technologies sur la langue et la société. La mondialisation, la migration, les échanges culturels favorisent l'apparition de nouveaux mots qui reflètent de nouveaux phénomènes sociaux et culturels. L'étude des néologismes permet d'analyser ces changements et leur impact sur la langue.

La connaissance des néologismes devient de plus en plus importante pour comprendre la langue française contemporaine, notamment dans le contexte des nouvelles technologies, de la science et de la culture. L'étude des néologismes aide à créer des matériaux pédagogiques, des dictionnaires et d'autres ressources pour l'apprentissage de la langue française. L'étude des caractéristiques structurelles et fonctionnelles des néologismes dans la langue française moderne est une tâche pertinente et importante du point de vue linguistique, scientifique, pratique et social. Elle permet de mieux comprendre le développement dynamique de la langue française, les tendances contemporaines de la société, ainsi que de contribuer à la création de nouveaux supports pédagogiques et ressources pour l'apprentissage de la langue.

L'*objet* de l'étude est la langue française contemporaine dans la dynamique de son développement, en mettant l'accent sur l'apparition et le fonctionnement de nouveaux mots – les néologismes.

Le *sujet* de l'étude est les caractéristiques structurelles et fonctionnelles des néologismes dans la langue française moderne.

L'*objectif* de cette recherche est :

- d'étudier systématiquement les caractéristiques structurelles et fonctionnelles des néologismes dans la langue française contemporaine ;
- d'identifier et de décrire les types de néologismes, leur origine, leurs modes de formation et leurs domaines d'utilisation ;
- d'analyser la structure morphologique, phonétique et dérivationnelle des néologismes ;
- d'étudier la sémantique des néologismes, leur signification lexicale, leur charge émotionnelle, leur appartenance stylistique ;
- d'examiner les fonctions des néologismes dans les textes, notamment leurs fonctions nominatives, expressives, stylistiques, identificatoires, etc. ;
- d'analyser l'impact des néologismes sur la langue et la société, leur rôle dans l'enrichissement du vocabulaire, la représentation des changements sociaux et culturels, leur influence sur les normes linguistiques.

Pour atteindre cet objectif, des *méthodes* d'analyse lexicosémantique, fonctionnelle et contextuelle ont été utilisées.

L'étude des caractéristiques structurelles et fonctionnelles des néologismes en français moderne implique également plusieurs *tâches* :

- systématiser les connaissances théoriques sur les néologismes, leurs types, leur origine, leurs modes de formation, leur sémantique, leurs fonctions ;
- étudier les mécanismes de formation des mots et les processus sémantiques qui se produisent dans la langue lors de l'apparition de néologismes ;

- examiner l'impact des néologismes sur la langue et la société, leur rôle dans l'enrichissement du vocabulaire, la représentation des changements sociaux et culturels, leur influence sur les normes linguistiques.

Leur *signification théorique* de cette étude réside dans la possibilité d'acquérir de nouvelles connaissances sur le développement dynamique de la langue française et les tendances contemporaines qui la caractérisent, d'étudier les mécanismes de formation des mots et les processus sémantiques qui se produisent dans la langue, de tirer des conclusions sur l'impact des néologismes sur la langue et la société, et de poser de nouvelles bases théoriques pour des recherches ultérieures sur les néologismes.

Sur le plan *pratique*, cette étude peut être utilisée dans l'enseignement du français langue étrangère, dans la création de nouveaux dictionnaires et de matériaux pédagogiques, dans le domaine de la traduction et de la rédaction de textes, dans les recherches linguistiques portant sur l'étude du français et d'autres langues, ainsi que dans le développement de systèmes informatiques linguistiques.

La structure de la recherche comprend une introduction, deux sections, des conclusions et une liste des sources utilisées.

CHAPITRE 1.

LES FONDEMENTS THÉORIQUES DE L'ÉTUDE DES NEOLOGISMES DANS LA LINGUISTIQUE MODERNE

1.1 La notion du néologismes dans la linguistique moderne

L'étude des néologismes constitue un domaine fascinant de la linguistique moderne, reflétant les dynamiques incessantes de la langue en réponse aux évolutions culturelles, technologiques et sociales. Les néologismes, ces mots ou expressions nouvellement créés ou récemment adoptés dans une langue, jouent un rôle crucial dans l'enrichissement du vocabulaire et l'adaptation de la communication aux besoins contemporains. Analyser les néologismes permet de mieux comprendre comment les locuteurs d'une langue réagissent aux changements et innovations de leur environnement, tout en mettant en lumière les mécanismes internes de la formation lexicale.

Les néologismes sont comme des mots fraîchement nés, qui, tel de jeunes oisillons, sortent du nid de la langue pour enrichir son vocabulaire. Ils reflètent le développement dynamique de la société, de la science, de la technologie, de la culture, en fixant de nouveaux concepts, phénomènes et objets.

Les sources des néologismes sont diverses, telles un kaléidoscope :

- les ressources internes de la langue. La naissance de nouveaux mots se produit souvent par la réinterprétation de ceux déjà existants, en leur donnant de nouvelles significations ;
- les emprunts externes. Des emprunts viennent d'autres langues, s'adaptant aux lois phonétiques et grammaticales de la nouvelle langue ;
- la dérivation. La langue, tel un sculpteur habile, crée de nouveaux mots en utilisant divers préfixes, suffixes, combinaisons de mots [7, p. 18].

Cependant, tous les néologismes ne sont pas également heureux. Certains, tel des météores, passent et disparaissent sans laisser de trace. D'autres, comme des étoiles brillantes, s'installent solidement dans la langue, devenant d'usage courant.

Les néologismes, tels de timides jeunes gens, ont souvent des caractéristiques spécifiques :

- leur âge. Ils sont encore très jeunes, n'ayant pas encore eu le temps de devenir partie intégrante du lexique courant ;
- leur coloration stylistique. Ils sont souvent utilisés dans la presse, la littérature scientifique, l'argot, soulignant ainsi la nouveauté d'un sujet ou d'un phénomène ;
- leur charge émotionnelle. Chargés d'émotions, ils peuvent susciter la surprise, l'enthousiasme, le rejet, reflétant ainsi la réaction des gens face à quelque chose de nouveau [1, p. 58].

Les néologismes, tel un vent frais, revitalisent la langue, la rendant dynamique et flexible. Tels des témoins de leur époque, ils enregistrent les changements dans la vie des gens, l'émergence de nouvelles technologies et idées. L'étude des néologismes est un voyage captivant qui ouvre de nouvelles perspectives sur la langue, permettant de se sentir comme un explorateur qui dévoile les mystères des mots.

Les néologismes sont une partie intégrante du développement dynamique de la langue. Leur apparition témoigne du fait que la langue n'est pas statique, mais évolue constamment, s'enrichissant de nouveaux mots et expressions pour refléter adéquatement les changements qui se produisent dans la société.

Les fonctions des néologismes dans la langue :

- nominative. Les néologismes apparaissent pour désigner de nouveaux concepts, phénomènes, objets qui n'existaient pas auparavant ;

- communicative. Les néologismes rendent la langue plus précise, plus expressive, permettant une formulation plus claire des pensées et une description des nouvelles réalités ;
- expressive. Les néologismes permettent de colorer émotionnellement la langue, de la rendre plus imagée, plus expressive ;
- stylistique. Les néologismes peuvent être utilisés pour créer un certain style de discours, par exemple, scientifique, journalistique, argotique [27, p. 21-22].

L'émergence de nouveaux mots et expressions témoigne des changements qualitatifs qui se produisent dans la société. Des néologismes apparaissent pour désigner de nouvelles inventions, technologies, domaines scientifiques, nouveaux régimes politiques, mouvements sociaux, événements, décrivant de nouvelles tendances dans la mode, la musique, l'art. L'étude des néologismes permet de comprendre la dynamique du développement de la langue, de suivre les changements sociaux, de prédire les tendances futures de la langue et d'enrichir son vocabulaire.

Les néologismes ne sont pas simplement de nouveaux mots, mais aussi des témoins vivants de l'évolution de la langue et de la société. Leur étude permet de mieux comprendre le monde dans lequel nous vivons.

Origine des néologismes :

- auto-création. Les néologismes les plus authentiques naissent des profondeurs de la langue, en utilisant ses ressources internes ;
- composition. La combinaison de mots existants donne vie à de nouveaux concepts (par exemple, *webcam*, *euro-intégration*) ;
- affixation. L'ajout de préfixes, suffixes qui donnent aux mots de nouvelles nuances de sens (par exemple, *décommunisation*, *postmodernisme*) ;

- réinterprétation. Des mots familiers acquièrent un nouveau sens (par exemple, *souris* – informatique, *clip* - vidéo) ;
- emprunts. Des emprunts d'autres langues, s'adaptant aux lois phonétiques et grammaticales de la nouvelle langue (par exemple, *ordinateur*, *smartphone*, *PR*) [8, p. 114].

Par méthode de formation :

- composition. L'union de deux mots ou plus pour créer de nouvelles unités lexicales (par exemple, *cascade*, *gratte-ciel*, *boutique en ligne*) ;
- abréviation. La réduction de mots qui deviennent des symboles dynamiques de la modernité (par exemple, *SMS*, *UNESCO*) ;
- analogie. La formation de nouveaux mots sur le modèle de ceux qui existent déjà (par exemple, *googler*, *facebooker*, *liker*) ;
- conversion. Le passage d'une partie du discours à une autre, élargissant les limites lexicales (par exemple, *blanc* – nom, *blancher* – verbe, *blancheur* – nom) ;
- emprunts sémantiques. L'attribution d'un nouveau sens à un mot existant (par exemple, *souris* – informatique, *clip* - vidéo) [21, p. 38-39].

Il est important de noter que les néologismes ne sont pas toujours facilement classifiables, car la langue est un système dynamique où des transformations constantes ont lieu.

Les néologismes, tels un vent frais qui souffle dans la langue, apportent non seulement une nouvelle signification, mais remplissent également plusieurs fonctions importantes, les rendant des outils linguistiques dynamiques :

1. reflet de nouveaux concepts, phénomènes, objets dans la société. Le changement du monde dicte de nouvelles règles à la langue. Les néologismes apparaissent pour

désigner de manière adéquate ce qui n'existait pas auparavant : *ordinateur, Internet, smartphone, bitcoin* ;

2. expression de l'attitude émotionnelle du locuteur envers l'objet du discours. Les néologismes, comme le pinceau d'un artiste, colorent émotionnellement la langue, la rendant plus expressive :

- évaluation positive : *génial, ultra-populaire, top, super* ;
- évaluation négative : *horrible, cauchemar, n'importe quoi, absurde* ;
- ironie, sarcasme : *trahison, arnaque, fake, trolling* ;

3. enrichissement et développement de la langue. Les néologismes, tels un nouveau courant, se versent dans la langue, la rendant plus flexible, dynamique, capable de décrire clairement et précisément la nouvelle réalité [8, p. 101].

Il est important de noter que tous les néologismes ne s'implantent pas dans la langue. Certains, tels des météores, passent et disparaissent sans laisser de trace. D'autres, en s'installant solidement dans le vocabulaire, deviennent partie intégrante de la langue courante.

L'étude des néologismes dans la linguistique moderne est confrontée à plusieurs problèmes qui nécessitent une attention et une analyse minutieuses. L'un de ces problèmes est la définition des critères selon lesquels les mots sont inclus dans la catégorie des néologismes. C'est important, car les frontières entre les innovations et le lexique existant peuvent être floues. Pour définir les néologismes, il est nécessaire de prendre en compte leur nouveauté dans la langue, l'absence d'utilisation standard claire et leur pertinence dans la communication moderne.

Une autre problématique réside dans la distinction entre les néologismes et d'autres unités linguistiques, notamment les archaïsmes et les locutions figées. Les archaïsmes sont des mots ou des formes linguistiques désuets qui ont perdu leur pertinence dans la langue

moderne. Les locutions figées sont des expressions figées ayant une forme et un sens fixes. La différence entre ces concepts réside dans le fait que les néologismes sont de nouveaux mots largement utilisés dans le langage moderne, reflétant de nouvelles idées et tendances [6, p. 19]. Il est donc important de faire la distinction entre ces catégories pour une utilisation et une analyse correctes des unités linguistiques.

Ainsi, l'étude des néologismes exige une attention aux détails et la prise en compte du contexte de leur utilisation pour une compréhension et une classification correctes de ces innovations lexicales.

Voici quelques exemples de néologismes apparus dans la langue française contemporaine :

- *dégenrer* : changer d'identité de genre ;
- *uberiser* : appliquer le modèle économique d'Uber à d'autres secteurs ;
- *zapper* : changer rapidement de chaîne de télévision ;
- *binge-watching* : regarder plusieurs épisodes d'une série télévisée à la suite ;
- *foodporn* : photos de plats publiées sur les réseaux sociaux ;
- *éco-anxiété* : anxiété liée aux problèmes environnementaux ;
- *nomophobie* : peur d'être sans son téléphone portable ;
- *movember* : action annuelle pendant laquelle les hommes laissent pousser leur moustache en novembre pour sensibiliser aux problèmes de santé masculine ;
- *vendredi noir* : jour des soldes après Thanksgiving ;
- *cyberharcèlement* : harcèlement en ligne [28].

Les exemples de néologismes dans différents domaines de la vie :

- technologies : *uberiser*, *zapper*, *binge-watching*, *foodporn*, *nomophobie* ;

- société : *dégenrer, éco-anxiété, Movember* ;
- économie : *vendredi noir* ;
- problèmes sociaux : *cyberharcèlement* [28].

1.2 L'étude des néologismes dans les travaux des linguistes français

Une revue des principales œuvres des linguistes français consacrées à l'étude des néologismes permet d'obtenir un regard unique sur les processus de formation des mots et l'évolution de la langue dans le contexte français. Leurs travaux sont connus pour leur compréhension approfondie des phénomènes linguistiques et des subtilités de l'analyse linguistique, ce qui en fait une source importante pour la compréhension et la classification des néologismes.

Dans leurs recherches, les linguistes français attirent souvent l'attention sur le rôle du contexte et des besoins de la société dans la formation de nouveaux mots. Ils étudient les facteurs qui incitent la langue à créer de nouveaux termes, ainsi que l'impact de ces nouveaux mots sur le système linguistique dans son ensemble. Les principales œuvres des linguistes français incluent souvent des analyses détaillées de néologismes spécifiques et de leurs variantes, ce qui permet de mieux comprendre les mécanismes de leur création et de leur diffusion dans la langue [4, 89]. De plus, ces recherches aident à identifier les tendances dans la formation de nouveaux lexiques et à prédire les possibles évolutions. L'examen des travaux des linguistes français est une étape importante dans l'étude des néologismes, car il permet de se faire une idée complète de l'évolution linguistique et de comprendre comment la langue s'adapte aux changements dans la société et la technologie.

L'étude des néologismes en français nécessite l'application de diverses méthodes qui permettent de comprendre les processus de leur création, de leur utilisation et de leur diffusion. Les principales méthodes de recherche comprennent :

- l'analyse lexicographique. Elle consiste à collecter et à analyser de nouveaux mots dans le but de créer des dictionnaires de néologismes. Cette méthode permet de retracer l'origine et la diffusion des nouveaux mots dans la langue ;
- l'étude de corpus. L'utilisation de corpus textuels pour identifier l'utilisation des néologismes dans la langue écrite et orale. Cette méthode permet d'établir le contexte et la fréquence d'utilisation des nouveaux mots ;
- l'analyse sémantique. L'étude des significations et des nuances sémantiques des nouveaux mots par rapport à ceux déjà existants dans la langue. Cette méthode permet de déterminer la spécificité et les domaines potentiels d'utilisation des néologismes ;
- l'analyse syntaxique. L'étude des caractéristiques syntaxiques et des façons d'intégrer les néologismes dans les phrases. Cette méthode aide à comprendre les propriétés grammaticales des nouveaux mots et leur rôle dans la pratique linguistique ;
- l'analyse étymologique. L'étude de l'origine et de l'histoire de la formation des néologismes, y compris leur relation avec d'autres langues et influences culturelles [27, p. 55].

Ces méthodes permettent aux chercheurs d'obtenir une meilleure compréhension des processus de création et d'utilisation des néologismes en français, ainsi que de clarifier leur rôle dans la réflexion des changements sociaux et des tendances culturelles.

Pour analyser et classer les néologismes en français, différentes approches et théories sont utilisées, ce qui aide à mieux comprendre leur nature et leur fonctionnement. Les principaux incluent :

- l'approche fonctionnelle. Elle se concentre sur le rôle et la fonction des néologismes dans la langue. On étudie comment les nouveaux mots reflètent les changements sociaux et culturels, leur importance dans l'expression de nouvelles concepts et idées ;

- l'approche sémantique. Elle analyse les significations et les nuances sémantiques des néologismes, leur rôle dans l'introduction de nouveaux concepts et notions dans la langue ;
- l'approche structurelle. Elle étudie la structure et la forme des néologismes, y compris leur formation de mots et leurs caractéristiques morphologiques ;
- l'approche syntaxique. Elle examine la disposition et l'utilisation des néologismes dans les phrases, leur fonction syntaxique et leur interaction avec d'autres mots ;
- l'approche étymologique. Elle établit l'origine et l'histoire de la formation des néologismes, ainsi que leurs liens avec d'autres langues et influences culturelles ;
- l'approche cognitive. Elle considère la formation et la compréhension des néologismes comme un processus cognitif lié à la perception et au traitement de l'information [27, p. 74-78].

Toutes ces approches et théories aident les chercheurs à mieux comprendre la nature et le fonctionnement des néologismes en français, ainsi qu'à mettre en lumière leur importance dans l'étude du développement linguistique et des tendances culturelles.

1.3 L'exemples de néologismes récents et leur analyse structurelle

Étudier les néologismes contemporains en français est important pour comprendre le développement linguistique moderne. Les néologismes, ou nouveaux mots, reflètent non seulement les changements dans la société, la culture et la technologie, mais montrent également comment la langue s'adapte à ces changements. D'une part, les néologismes témoignent de la dynamique de la langue. Ils reflètent de nouveaux concepts, technologies, tendances et idées qui émergent dans la société [17, p. 145]. Par exemple, les mots liés à l'internet, aux réseaux sociaux et à d'autres aspects de l'ère numérique font partie du nouveau vocabulaire. D'autre part, les néologismes montrent les processus de formation des mots et

d'adaptation linguistique. Ils peuvent inclure de nouveaux préfixes, suffixes, abréviations et autres moyens morphologiques ou syntaxiques, indiquant les tendances dans la création de nouveaux mots.

L'étude des néologismes permet aux linguistes et aux spécialistes en linguistique d'avoir un regard unique sur l'évolution de la langue. Ils peuvent analyser les thèmes et les phénomènes qui deviennent l'objet de nouveaux mots, comment la langue reflète les réalités socioculturelles contemporaines et quels processus de formation des mots sont caractéristiques du français moderne [17, p. 198].

La langue française contemporaine est constamment enrichie de nouveaux mots qui reflètent les tendances et les réalités contemporaines. Voici quelques exemples de néologismes en français :

- *podcaster* – de *podcast*, devenu un verbe pour décrire la création ou l'écoute de podcasts ;
- *déconfinement* – le processus progressif de levée des restrictions de quarantaine après la pandémie ;
- *télétravail* – travail à distance, devenu particulièrement pertinent en raison de l'augmentation de l'utilisation des technologies ;
- *covoiturage* – covoiturage, une forme populaire de transport dans les grandes villes ;
- *véganisme* – mouvement qui refuse de consommer des produits d'origine animale ;
- *zéro déchet* – philosophie ou mode de vie visant à minimiser les déchets ;
- *pass sanitaire* – passeport vaccinal ou COVID permettant l'entrée aux événements ou lieux nécessitant une vaccination ;
- *vaccinodrome* – grand centre de vaccination contre la COVID-19 où l'on peut se faire vacciner ;

- *click and collect* – service permettant de commander des produits en ligne et de les récupérer en magasin ;
- *métavers* – monde virtuel de plus en plus populaire grâce au développement de la réalité virtuelle et des jeux en ligne ;
- *livraison à domicile* – livraison à domicile, devenue particulièrement pertinente pendant la quarantaine [28].

Ces exemples montrent comment la langue reflète les tendances et les nouvelles conceptions dans la société française contemporaine.

Analysons la structure de ces néologismes, y compris leur origine, leur formation (préfixes, suffixes, racines) et leurs particularités morphologiques.

1. *Covoiturage* – origine : combinaison des mots *co* (ensemble) et *voiturage* (voyage en voiture) ; formation des mots : préfixe *co-* pour indiquer la communauté, racine *voiturage* signifiant le voyage en voiture, suffixe *-age* pour former un nom.

2. *Téléconsultation* – origine : combinaison des mots *télé* (lointain, à distance) et *consultation* ; formation des mots : préfixe *télé-* pour indiquer la distance, racine *consultation* avec le sens de consultation, qui reste inchangée, sans suffixes supplémentaires.

3. *E-learning* – origine : abréviation de *electronic learning* (apprentissage électronique) ; formation des mots : abréviation où la première lettre *e* est utilisée comme préfixe, le reste du mot reste inchangé.

4. *Appli mobile* – origine : abréviation de *application mobile* ; formation des mots : abréviation où la première lettre *a* est utilisée comme préfixe, le reste du mot reste inchangé.

5. *Podcast* – origine : combinaison des mots *pod* (de *iPod*, lecteur de musique portable d'Apple) et *broadcast* (diffusion) ; formation des mots : préfixe *pod-* pour l'association avec la portabilité, racine *cast* avec le sens de diffusion, suffixe *-cast* pour former un nom.

6. *Fake news* – origine : combinaison des mots *fake* (faux) et *news* (nouvelles) ; formation des mots : combinaison directe de deux mots sans modifier les racines ou ajouter de suffixes supplémentaires.

7. *Télétravail* – origine : combinaison des mots *télé* (lointain, à distance) et *travail* ; formation des mots : préfixe *télé-* pour indiquer la distance, racine *travail* avec le sens de travail, sans suffixes supplémentaires. Ce mot est devenu populaire en raison de la pandémie de COVID-19 et du développement des technologies permettant de travailler à distance.

8. *Déconfinement* – origine : combinaison des mots *dé-* et *confinement* ; formation des mots : préfixe *dé-* pour indiquer le retrait, racine *confinement* signifiant le confinement, sans suffixes supplémentaires. Ce mot décrit le déconfinement progressif après la pandémie de COVID-19.

9. *Pass sanitaire* – origine : combinaison des mots *pass* (passe, passeport) et *sanitaire* ; formation des mots : combinaison de deux mots sans modifier les racines ou ajouter de suffixes supplémentaires. Ce mot décrit un passeport de vaccination ou COVID qui permet l'entrée à des événements ou des endroits où la vaccination est exigée.

10. *Vaccinodrome* – origine : combinaison des mots *vaccin* et *drome* (zone, lieu); formation des mots : racine *vaccin* signifiant vaccin, suffixe *-drome* pour former un nom indiquant le lieu. Ce mot décrit un grand centre de vaccination contre la COVID-19 où l'on peut se faire vacciner.

11. *Click and collect* – origine : combinaison des mots *click* et *collect* (collecter); formation des mots : combinaison de deux mots sans modifier les racines ou ajouter de suffixes supplémentaires. Ce mot décrit un service qui permet de commander des articles en ligne et de les récupérer en magasin.

12. *Métavers* – origine : combinaison des mots *méta* (au-delà, outre) et *vers* (direction); formation des mots : préfixe *méta-* pour indiquer au-delà, racine *vers* avec le

sens de direction, sans suffixes supplémentaires. Ce mot décrit un monde virtuel de plus en plus populaire grâce au développement de la réalité virtuelle et des jeux en ligne.

Conclusion du Chapitre 1

L'étude des néologismes en français ouvre aux chercheurs non seulement une opportunité unique de mieux comprendre les processus de formation des mots et l'évolution de la langue, mais offre également une vision plus large de la dynamique de la société et de la culture.

Les néologismes, telles des baromètres sensibles, enregistrent les changements qui se produisent dans différents domaines de la vie :

- transformations sociales et culturelles. Des néologismes apparaissent qui reflètent de nouveaux mouvements sociaux, idées, tendances en mode, musique, art (par exemple, *dégenerer, éco-anxiété, Movember*);
- progrès scientifique et technique. Les néologismes témoignent de la naissance de nouvelles inventions, technologies, domaines scientifiques (par exemple, *ubériser, zapper, binge-watching*);
- processus économiques et politiques. Les néologismes enregistrent les changements dans l'économie, la politique, de nouveaux termes apparaissent liés à la mondialisation, aux crises, aux relations internationales (par exemple, *vendredi noir, cyberharcèlement*).

L'étude des néologismes permet de suivre la dynamique du développement de la langue française, de comprendre les tendances contemporaines de la société française, de prévoir les voies de développement de la langue, d'enrichir son vocabulaire, de mieux comprendre la culture et le mentalité françaises.

Les travaux des linguistes français consacrés aux néologismes contribuent grandement au développement de la linguistique. Leurs recherches fournissent des

informations précieuses sur les mécanismes de formation des mots en français, les facteurs influençant l'apparition de nouveaux mots, la relation entre langue et société, l'évolution de la langue française dans le contexte des défis contemporains. L'étude des néologismes est un voyage captivant dans le monde de la langue, qui ouvre de nouvelles perspectives de la culture française et permet de se sentir comme un chercheur découvrant les secrets du développement dynamique de la langue.

CHAPITRE 2.

LES CARACTÉRISTIQUES FONCTIONNELLES DES NÉOLOGISMES

2.1 Les fonctions des néologismes dans la langue (expressivité, créativité, etc.)

Les néologismes, ces nouveaux mots ou expressions qui font leur entrée dans une langue, jouent un rôle crucial dans son évolution et sa vitalité. Leur étude révèle des aspects fascinants de la créativité et de la flexibilité du langage, reflétant les besoins changeants de la société ainsi que les progrès technologiques et culturels. Dans cette section, nous explorerons les différentes fonctions des néologismes dans la langue française, mettant en lumière leur expressivité, leur créativité et d'autres aspects qui en font des éléments dynamiques et essentiels de l'évolution linguistique.

L'expressivité des néologismes se manifeste dans leur capacité à exprimer de nouveaux concepts et idées pour lesquels il n'existait pas de termes correspondants auparavant. Les nouveaux mots aident à exprimer plus précisément et efficacement les nouvelles notions, ce qui est particulièrement important dans le monde moderne en rapide évolution [9, p. 45]. Voici quelques exemples de néologismes français qui illustrent cette propriété :

- *vapeurware* – utilisé pour décrire un logiciel qui est annoncé mais qui n'est jamais publié ou qui n'atteint pas un succès significatif. Ce terme permet d'exprimer le concept de programmes qui sont publiés avec un grand retard ou qui ne sont même pas réalisés ;
- *nomophobie* – la peur de l'absence de communication mobile. Ce néologisme permet de généraliser l'idée de la peur de perdre le contact en raison de l'absence de téléphone mobile ;
- *infobésité* – surcharge d'informations. Ce mot aide à exprimer le problème de la surcharge d'informations dans le monde numérique moderne ;

- *phubbing* – l'acte d'ignorer les gens en faveur de son téléphone mobile. Ce terme est créé pour décrire un phénomène courant dans la société moderne [28].

Ces exemples montrent comment les néologismes aident à exprimer de manière précise et efficace les nouveaux concepts et phénomènes qui émergent dans le monde moderne.

La créativité des néologismes se manifeste dans leur capacité à être une expression créative de l'imagination linguistique, ce qui permet de créer de nouveaux mots et expressions pour différents besoins. La langue française regorge d'exemples de cette créativité :

- *télétravail* – un terme qui signifie le travail à distance. Il s'agit d'un néologisme créatif, créé dans le contexte du développement technologique et de la nécessité de s'adapter à de nouvelles conditions de vie ;
- *déconfinement* – un terme utilisé pour décrire le déconfinement progressif après la pandémie de COVID-19. Ce mot est une expression créative d'une nouvelle réalité qui est apparue en raison de la pandémie ;
- *pass sanitaire* – un passeport vaccinal ou COVID qui permet l'entrée à des événements ou dans des lieux où la vaccination est requise. Ce nouveau mot a été créé pour décrire une nouvelle pratique en matière de sécurité dans le monde moderne [28].

Ces exemples montrent que les néologismes reflètent le potentiel créatif de la langue et sa capacité à s'adapter aux nouvelles réalités et aux besoins de la société moderne.

L'adaptabilité des néologismes se manifeste dans leur capacité à permettre à la langue de s'adapter aux changements dans la société et les technologies en introduisant de nouveaux mots et expressions. La langue française démontre cette adaptabilité par la création de nouveaux termes en réaction aux changements dans le monde moderne :

- *télé médecine* – la téléconsultation médicale, l'utilisation des technologies de communication pour fournir des services médicaux à distance ;
- *e-sport* – le sport électronique, la classification des jeux vidéo comme une activité sportive ;
- *cryptomonnaie* – la cryptomonnaie, un actif numérique crypté pour la sécurité et le contrôle de sa création et de son transfert ;
- *méthanisation* – la production de biogaz, le processus de décomposition des matières organiques pour produire du biogaz ;
- *dataviz* – la visualisation des données, la représentation graphique de l'information pour en faciliter la compréhension ;
- *télétravailleur* – un travailleur à distance, une personne qui travaille depuis un lieu distant ;
- *zéro déchet* – le zéro déchet, un mode de vie visant à minimiser les déchets ;
- *cyberharcèlement* – le cyberbullying, le harcèlement ou les brimades numériques en ligne ;
- *e-learning* – l'apprentissage en ligne, le processus d'enseignement utilisant un ordinateur et Internet pour accéder aux matériaux et interagir avec l'enseignant [28].

Ces néologismes reflètent les réalités technologiques, socioculturelles et scientifiques contemporaines en français.

L'identification est une fonction importante des néologismes dans la langue, car ils peuvent refléter les particularités et la spécificité des différentes communautés linguistiques ou groupes de personnes. De nouveaux mots apparaissent souvent pour désigner les aspects uniques de la culture, des technologies, du mode de vie ou des idées qui sont importants pour un groupe spécifique. Voici quelques exemples :

- *veganisme* – véganisme, comme un mode de vie spécifique qui refuse la consommation de produits d'origine animale. Ce néologisme reflète l'identité et les valeurs des végétariens dans l'environnement linguistique français ;
- *génération Z* – génération Z, la génération née après la génération Y (entre 1995 et 2010), qui se distingue par ses valeurs et ses approches de la vie particulières. Ce néologisme indique l'identité de ce groupe de personnes ;
- *fintech* – technologie financière, un secteur qui combine les finances et la technologie, reflétant l'identité et la spécificité des nouvelles technologies financières dans l'environnement linguistique français ;
- *parentalité positive* – parentalité positive, un concept d'éducation des enfants visant à augmenter l'impact positif de la parentalité sur les enfants. Ce néologisme reflète l'identité et les valeurs des parents modernes en France ;
- *slow fashion* – mode éthique, une approche de la mode qui soutient le développement durable et rejette la consommation rapide. Ce terme reflète l'identité des partisans de la mode durable et de la consommation consciente dans l'environnement linguistique français [28].

Ces néologismes aident non seulement à exprimer de nouveaux concepts, mais créent également la spécificité et l'identité de différents groupes de personnes dans l'environnement linguistique français.

La nécessité technique de créer de nouveaux mots dans la langue consiste à refléter le développement constant des technologies et des concepts techniques. Cela permet à la langue de rester actuelle et facilite la compréhension des nouveaux termes techniques. Voici quelques exemples :

- *cloud computing* – informatique en nuage, concept de traitement des données où elles sont stockées et traitées sur des serveurs distants, et non sur des ordinateurs

locaux. Ce terme reflète le progrès technique dans le domaine des technologies de l'information ;

- *blockchain* – chaîne de blocs, technologie qui permet de créer et de gérer une base de données distribuée pour stocker des informations sur les transactions et les actifs. Ce terme reflète une nouvelle approche de la sécurité et de la confidentialité des données ;
- *deep learning* – apprentissage profond, domaine de l'apprentissage automatique qui étudie les algorithmes capables de modéliser et de comprendre des représentations complexes de données. Ce terme reflète de nouvelles possibilités dans le domaine de l'intelligence artificielle et des réseaux neuronaux ;
- *Internet of Things (IoT)* – Internet des objets, concept de l'interconnexion entre les appareils physiques et l'électronique embarquée, capables d'échanger des données via Internet. Ce terme reflète de nouvelles possibilités de connecter différents appareils à un réseau ;
- *cybersecurity* – cybersécurité, domaine de la protection des systèmes informatiques et des données contre les cyberattaques et les accès non autorisés. Ce terme reflète l'importance de la protection des informations dans l'environnement numérique [28].

Ces termes sont des exemples de la nécessité de créer de nouveaux mots pour refléter les termes et concepts techniques en français.

2.2 L'impact des néologismes sur l'évolution de la langue française

Les néologismes influent sur le lexique de la langue française, l'enrichissant de nouveaux termes et expressions. Ces nouveaux mots naissent le plus souvent dans les catégories suivantes :

- terminologie technique. Le développement moderne des technologies exige souvent la création de nouveaux mots pour décrire de nouveaux concepts et produits. Par exemple, *cybersécurité* ou *nanotechnologie* ;
- langage des jeunes. Les jeunes ont tendance à utiliser de nouveaux mots et expressions qui peuvent ensuite entrer dans le langage courant. Par exemple, *swag* (style, classe) ou *trop swag* (très cool) ;
- termes socioculturels. Les changements dans la société et la culture se reflètent dans la langue par l'émergence de nouveaux mots. Par exemple, *écovillage* ou *slow fashion* (mode durable) ;
- termes de débats publics. Les débats politiques ou sociaux peuvent engendrer de nouveaux termes pour décrire de nouveaux concepts. Par exemple, *écocide* ou *cancel culture* (culture de l'annulation) [22, p. 41].

Ces catégories ne sont que quelques-unes parmi tant d'autres qui peuvent engendrer des néologismes en français. Ensemble, elles créent un lexique vivant et dynamique, constamment amélioré et adapté aux réalités contemporaines.

La comparaison entre le nombre de nouveaux mots qui apparaissent dans une langue et leur utilisation dans la langue quotidienne reflète la dynamique de l'évolution linguistique et l'adaptation aux changements sociaux et technologiques. De nouveaux mots peuvent apparaître de différentes sources et refléter de nouveaux phénomènes, concepts ou tendances. Cependant, seuls certains d'entre eux deviennent suffisamment populaires pour entrer dans le lexique actif et être utilisés dans la communication quotidienne. Par exemple, le terme *fake news* est devenu populaire en raison de la propagation de la désinformation dans les médias et les réseaux sociaux. Ce mot est rapidement entré dans l'usage courant car il reflète un phénomène actuel de l'environnement informationnel moderne. En revanche, le terme *cometization*, utilisé pour décrire le processus de formation de comètes à partir de

métaux dans des conditions spatiales, peut rester dans le domaine de la recherche scientifique et ne pas être utilisé dans la vie quotidienne.

Ainsi, l'étude du nombre et de l'utilisation des nouveaux mots aide à comprendre comment la langue s'adapte aux réalités contemporaines et quelles sont les thèmes et concepts qui deviennent importants pour la société.

Les néologismes peuvent influencer la structure grammaticale d'une langue en introduisant de nouvelles constructions grammaticales ou en modifiant les existantes. Voici quelques exemples de nouvelles structures grammaticales qui apparaissent avec des néologismes en français :

- utilisation de nouveaux verbes : de nouveaux mots peuvent nécessiter l'introduction de nouvelles formes verbales. Par exemple, le néologisme *télétravailler* nécessite la formation de formes verbales pour différentes personnes et temps (comme *je télétravaille – je travaille à distance, nous télétravaillerons – nous travaillerons à distance*) ;
- formation de nouveaux connecteurs : certains néologismes peuvent entraîner l'apparition de nouveaux connecteurs ou pronoms relatifs pour relier différentes parties du discours. Par exemple, pour décrire le concept de *digital nomad*, un nouveau connecteur *qui* ou *que* peut être nécessaire (*le digital nomad qui travaille en ligne – le nomade numérique qui travaille en ligne*) ;
- nouveaux modes de formation des noms : les néologismes peuvent influencer la formation de nouveaux noms et de leurs formes. Par exemple, le néologisme *vaccinodrome* peut créer une nouvelle catégorie de noms décrivant des lieux ou des objets liés à la vaccination (*un grand vaccinodrome - un grand centre de vaccination*) ;
- changement de structures syntaxiques : certains néologismes peuvent entraîner des changements dans les structures syntaxiques de la langue. Par exemple, l'utilisation

du néologisme *click and collect* peut entraîner l'apparition de nouvelles structures dans la phrase (*Je vais faire du click and collect - Je vais faire un achat en ligne et le récupérer en magasin*) [16, p. 76].

Ces exemples montrent comment les néologismes peuvent influencer la structure grammaticale d'une langue, en créant de nouvelles formes de verbes, de connecteurs, de noms et en modifiant les constructions syntaxiques.

L'analyse comparative des changements dans la grammaire sous l'influence des néologismes en français peut indiquer certaines différences par rapport aux périodes précédentes de l'évolution linguistique. Voici quelques exemples de ces changements :

- vitesse d'apparition de nouvelles formes : dans la langue moderne, grâce à l'essor de la technologie et à la mondialisation, de nouveaux mots et formes grammaticales peuvent apparaître plus rapidement qu'auparavant. Par exemple, le terme *télétravailler* est rapidement devenu populaire pendant la pandémie de COVID-19 ;
- large gamme d'influences : les néologismes contemporains reflètent souvent l'influence de différentes traditions linguistiques et culturelles, la langue devenant plus ouverte aux influences de différentes parties du monde. Par exemple, on peut remarquer l'influence de l'anglais dans la langue française à travers l'utilisation de termes techniques et d'autres mots ;
- changements dans les structures grammaticales : les néologismes contemporains peuvent entraîner des changements plus significatifs dans les structures grammaticales, tels que la formation de nouveaux verbes et noms. Par exemple, le néologisme *vaccinodrome* a créé une nouvelle catégorie de noms pour décrire les lieux de vaccination ;
- flexibilité du système linguistique : les systèmes linguistiques contemporains peuvent être plus flexibles dans l'intégration de nouveaux mots et formes grammaticales. Cela

peut être lié à l'augmentation de la vitesse de communication et aux besoins d'exprimer de nouveaux concepts [19, p. 66].

Ces exemples montrent comment les néologismes peuvent influencer la grammaire d'une langue, en introduisant de nouveaux mots et formes grammaticales qui reflètent les réalités et les besoins de la société moderne.

Les néologismes, tels des diapasons sensibles, captent les vibrations de la société, reflétant ses tendances socioculturelles, ses idées et ses valeurs. Ces nouveaux mots, comme un kaléidoscope, nous permettent de voir comment la société française évolue, quelles sont ses préoccupations, quels sont les problèmes qu'elle cherche à résoudre. Voici quelques exemples de néologismes qui témoignent des tendances socioculturelles en France contemporaine :

- *dégenrer*. Ce néologisme, apparu dans les années 2010, reflète l'importance croissante de l'identité de genre dans la société française. Il est utilisé pour indiquer le processus de départ des conceptions traditionnelles du genre et des rôles de genre ;
- *éco-anxiété*. Ce terme, apparu en 2019, décrit l'anxiété qui se développe chez les individus en raison des problèmes environnementaux tels que le changement climatique, la pollution de l'environnement et la perte de biodiversité ;
- *nomophobie*. Ce néologisme, apparu en 2008, vient des mots *smartphone* et *phobie*. Il décrit la peur de se retrouver sans téléphone portable, qui est devenu une partie intégrante de la vie de nombreuses personnes ;
- *vendredi noir*. Ce terme, emprunté à l'anglais (*Black Friday*), est utilisé pour désigner le jour des soldes après Thanksgiving, qui a connu une grande popularité en France depuis 2009 ;
- *cyberharcèlement*. Ce terme, apparu en 2005, est utilisé pour désigner le cyberharcèlement, c'est-à-dire le harcèlement, les insultes, les menaces et les

intimidations qui se produisent sur Internet ou par le biais de téléphones mobiles [23, p. 85-92].

Les néologismes ne reflètent pas seulement les tendances socioculturelles, mais ils les influencent également. Ils peuvent être utilisés pour promouvoir de nouvelles idées et valeurs, stimuler les discussions et les débats, et changer notre perception du monde.

Les néologismes, tels des papillons sensibles, s'envolent du cocon de la société, portant sur leurs ailes les empreintes des médias, des technologies, des processus sociaux et politiques. Leur apparition n'est pas simplement un jeu de mots, mais témoigne de la manière dont la société française évolue de manière dynamique, des sujets qui la préoccupent, des questions qu'elle cherche à résoudre. Voici quelques exemples de néologismes qui sont apparus sous l'influence des médias, des technologies et d'autres aspects de la société dans la France contemporaine :

- *selfie*. Ce néologisme, emprunté à l'anglais, est utilisé pour désigner une photographie prise avec la caméra frontale d'un téléphone mobile, généralement pour être publiée sur les réseaux sociaux ;
- *movember*. Ce terme, apparu en 2009, vient des mots *moustache* et *november*. Il est utilisé pour désigner une campagne annuelle au cours de laquelle les hommes laissent pousser leur moustache pendant le mois de novembre pour attirer l'attention sur les problèmes de santé masculine ;
- *uberiser*. Ce néologisme, apparu en 2014, est utilisé pour désigner le processus d'adoption du modèle de travail d'Uber dans d'autres domaines, tels que le transport, la livraison de repas, les services médicaux ;
- *zapper*. Ce néologisme, emprunté à l'anglais, est utilisé pour désigner l'action de changer rapidement de chaîne de télévision ;

- *binge-watching*. Ce néologisme, emprunté à l'anglais, est utilisé pour désigner le fait de regarder plusieurs épisodes d'une série télévisée à la suite [23, p. 47-55].

Ces néologismes, tels des indicateurs sensibles, capturent les tendances socioculturelles et technologiques de la société française contemporaine.

Les néologismes influencent le développement linguistique en élargissant le répertoire lexical et en développant les capacités d'expression. Ils ajoutent de nouveaux mots et expressions qui reflètent les réalités et concepts contemporains, qui peuvent être importants pour la communication. Voici quelques exemples de néologismes en français qui influencent le développement linguistique :

- *eco-anxiété* – anxiété écologique, la peur de la crise écologique et de ses conséquences ;
- *flexitarien* – une personne qui suit partiellement un régime alimentaire à base de plantes ;
- *gafam* – acronyme pour Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft, utilisé pour désigner les plus grandes entreprises technologiques ;
- *infodémie* – la propagation excessive d'informations pouvant entraîner la panique et des décisions incorrectes [23, p. 35-39].

Ces néologismes reflètent des thèmes et des concepts actuels qui deviennent importants pour la société moderne, et ils reflètent le développement de la langue en ajoutant de nouveaux mots et expressions au répertoire linguistique.

Bien sûr, regardons la structure et l'origine de ces néologismes en français :

- *selfie* – vient de l'anglais *self* (soi-même) et est formé avec le suffixe *-ie*. Le mot est devenu populaire avec la diffusion des téléphones mobiles équipés de caméras, permettant aux gens de se prendre en photo ;

- *movember* – vient de la combinaison des mots *moustache* et *novembre*. C'est une initiative qui est devenue populaire en novembre, où les hommes décident de ne pas se raser la moustache pour attirer l'attention sur les problèmes de santé masculine ;
- *uberiser* – pourrait être formé à partir du nom de l'entreprise *Uber* et du suffixe *-iser*, indiquant la popularisation ou la typification de quelque chose. Il pourrait s'agir du processus d'utilisation du service Uber ;
- *zapper* – pourrait venir de l'anglais *zap* (effacer, détruire) et signifier quelque chose qui est rapidement effacé ou changé ;
- *binge-watching* – vient du mot *binge* (excès, frénésie) et de *watching* (regarder). Il se réfère à de longues périodes de visionnage de séries télévisées ou de films en continu ;
- *eco-anxiété* – vient de la combinaison des mots *eco* (écologique) et *anxiété*. C'est le sentiment d'anxiété ou de peur lié aux problèmes écologiques ;
- *flexitarien* – vient de la combinaison des mots *flexible* et *vegetarien*. C'est un végétarien qui consomme occasionnellement de la viande ;
- *gafam* – c'est un acronyme qui inclut les premières lettres des noms Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft. Il est utilisé pour faire référence aux grandes entreprises technologiques ;
- *infodémie* – vient de la combinaison des mots *information* et *démie* (épidémie). C'est la propagation excessive d'informations qui peut entraîner de la confusion ou du stress ;
- *dégenrer* – pourrait venir de la combinaison des mots *dé* et *genre* (sexe). C'est l'utilisation ou la considération de quelque chose en dehors des cadres de genre ;

- *nomophobie* – vient de la combinaison des mots *no mobile phone phobia* (phobie de l'absence de téléphone portable). C'est la peur ou l'anxiété de se séparer de son téléphone mobile ou de ne pas pouvoir l'utiliser ;
- *vendredi noir* – l'équivalent français de *Black Friday*, le jour des grandes ventes et des réductions ;
- *cyberharcèlement* – vient de la combinaison des mots *cyber* (virtuel) et *harcèlement*. C'est une forme de harcèlement ou de comportement intrusif en ligne.

Ces néologismes reflètent les tendances et les phénomènes contemporains dans la société et la culture, reflétant les changements de langage qui se produisent dans le contexte du développement de la technologie, des médias et des pratiques sociales.

2.3 La perception et acceptation des néologismes par les locuteurs

La perception des néologismes concerne la manière dont les gens perçoivent et comprennent les nouveaux mots ou expressions qui ne font pas partie du langage courant. Cela comprend la compréhension de leur sens, de leur sonorité et du contexte de leur utilisation. La perception peut varier de positive, lorsque les gens comprennent et acceptent rapidement un nouveau mot, à négative, lorsqu'ils ressentent une gêne ou un rejet à son égard [18, p. 45-54].

L'acceptation des néologismes est le processus par lequel de nouveaux mots ou expressions sont intégrés à l'usage oral ou écrit des gens en général ou de groupes socioculturels spécifiques. L'acceptation se produit lorsque les néologismes deviennent une partie standard du langage, utilisés sans conscience de leur nouveauté et que leur signification est reconnue et comprise dans le langage en général [18, p. 33-39].

L'étude de la perception et de l'acceptation des nouveaux mots est importante pour l'analyse linguistique pour plusieurs raisons :

- reflet des changements dans la société. Les mots et expressions reflètent de nouvelles conceptions, technologies, tendances culturelles et sociales. L'analyse de la perception des nouveaux mots permet de comprendre à quelle vitesse la société s'adapte aux changements et comment ces changements affectent la langue ;
- aspects psycholinguistiques. Étudier comment les gens perçoivent et acceptent de nouveaux mots aide à révéler les mécanismes psychologiques derrière la perception linguistique et le comportement ;
- enrichissement linguistique. De nouveaux mots peuvent apporter des changements au lexique et à la grammaire de la langue. Comprendre quels mots deviennent populaires et pourquoi peut aider au développement des ressources linguistiques ;
- contexte socioculturel. La perception et l'acceptation de nouveaux mots reflètent les aspects sociaux et culturels de la société. Étudier ce processus aide à mieux comprendre la société et ses valeurs [8, p. 98-102].

Tous ces aspects font de l'étude de la perception et de l'acceptation des nouveaux mots une tâche importante pour les linguistes et les chercheurs en langues.

Les facteurs culturels jouent un rôle important dans la perception et l'acceptation des néologismes. L'environnement culturel influence la perception de nouveaux mots à travers plusieurs aspects :

- contexte historique. Les événements culturels et les circonstances historiques peuvent influencer la perception de nouveaux mots. Par exemple, après des événements liés au terrorisme, de nombreux nouveaux mots liés à la sécurité et à l'antiterrorisme peuvent apparaître ;
- valeurs sociales. Les normes culturelles et les valeurs déterminent quelles idées et concepts sont considérés comme importants ou acceptables pour l'expression. Les

nouveaux mots qui reflètent les valeurs de la société peuvent être plus rapidement acceptés ;

- médias et influences culturelles. Les médias, le cinéma, la littérature et autres influences culturelles peuvent influencer la propagation de nouveaux mots. S'ils utilisent activement certains termes, cela peut conduire à leur rapide diffusion parmi le public ;
- progrès technologique. Le développement des technologies peut entraîner l'émergence de nouveaux concepts et termes qui reflètent de nouvelles réalités. Par exemple, l'avènement d'Internet et des réseaux sociaux a favorisé l'émergence de nombreux nouveaux mots liés à ces technologies ;
- diversité ethnique et culturelle. Dans les pays caractérisés par une grande diversité ethnique et culturelle, de nouveaux mots et expressions peuvent apparaître, reflétant l'influence de différentes traditions culturelles et langues [4, p. 80-85].

Tous ces facteurs montrent comment les caractéristiques culturelles influencent la perception de nouveaux mots et comment ils deviennent partie intégrante du langage.

Les facteurs sociaux jouent également un rôle important dans l'acceptation des néologismes :

- l'environnement social. Les caractéristiques de l'environnement social telles que l'éducation, le niveau de revenu, les liens professionnels et d'autres facteurs peuvent influencer la manière dont les gens perçoivent de nouveaux mots. Par exemple, les personnes hautement éduquées ou les jeunes peuvent plus rapidement accepter et utiliser de nouveaux termes ;
- appartenance à un groupe. L'appartenance à un groupe ou à une sous-culture particulière peut influencer la perception de nouveaux mots. Par exemple, les termes

spécifiques à une profession ou à un groupe peuvent être plus rapidement acceptés au sein de ce groupe qu'au sein de la société dans son ensemble ;

- statut de la personne perceptrice. Le statut social d'une personne peut influencer la manière dont elle perçoit de nouveaux mots. Par exemple, les personnes influentes ou les leaders d'opinion peuvent être des agents importants dans la diffusion et l'acceptation de nouveaux mots parmi le grand public ;
- médias et communications. L'utilisation de nouveaux mots dans les médias de masse, y compris la télévision, la radio, Internet et les réseaux sociaux, peut avoir une influence significative sur leur acceptation. Les mots et expressions largement utilisés dans les médias deviennent plus rapidement partie intégrante du langage ;
- tendances à la mode. Dans certains contextes socioculturels, la mode peut influencer l'acceptation de nouveaux mots. Certains mots deviennent populaires grâce aux tendances à la mode, puis peuvent disparaître lorsque la mode change [15, p. 60-63].

Les facteurs linguistiques tels que la structure et la phonétique d'un mot peuvent influencer sa perception :

- la dérivation. La manière dont un mot est formé (dérivé d'un autre mot, composition, abréviation, etc.) peut influencer sa perception. Par exemple, les mots formés par composition peuvent être plus naturels à percevoir car ils combinent des éléments familiers ;
- la phonétique. Le son d'un mot, sa prononciation, peut également influencer sa perception. Les mots avec des sons agréables à l'oreille ou faciles à prononcer peuvent être mieux perçus ;
- les associations. Les associations qui se forment lors de la lecture ou de la prononciation d'un mot peuvent influencer sa perception. Par exemple, si un mot est associé à des images positives ou négatives, cela peut influencer sa perception ;

- la morphologie. La structure et la morphologie d'un mot peuvent indiquer son sens ou son rôle dans la langue, ce qui facilite sa perception ;
- la sémantique. La signification et les connotations d'un mot sont également importantes pour sa perception. Les mots avec un sens clair ou intéressant peuvent être mieux perçus [14, p. 13-22]

Ces facteurs linguistiques interagissent dans la perception des mots et déterminent dans quelle mesure un nouveau mot peut s'intégrer dans la langue.

Voici quelques exemples de néologismes en français contemporain dans le domaine des médias sociaux et de la communication en ligne :

- *binge-watching* : le fait de regarder plusieurs épisodes d'une série télévisée à la suite ;
- *drôlerie* : contenu amusant sur Internet ;
- *JOMO* : Joy of Missing Out – la joie de manquer certains événements ;
- *liker* : personne qui aime des publications sur les réseaux sociaux ;
- *troll* : utilisateur d'Internet qui publie délibérément des messages provocateurs ou offensants [28].

Le domaine de l'écologie et du développement durable :

- *décroissance* : réduction de la consommation et abandon du matérialisme ;
- *sobriété heureuse* : vivre heureux avec moins de biens matériels ;
- *transition écologique* : passage à un mode de vie écologiquement durable ;
- *zéro déchet* : refus de produire des déchets ;
- *upcycling* : transformation d'objets anciens en nouveaux objets de plus grande valeur [28].

Autres domaines :

- *afro-féminisme* : féminisme axé sur les problèmes des femmes noires ;
- *cancel culture* : culture de l'annulation – pratique de boycotter et de condamner les personnes pour leurs paroles ou leurs actions ;
- *génération Z* : personnes nées du milieu des années 1990 au milieu des années 2010 ;
- *validisme* : discrimination contre les personnes handicapées ;
- *woke* : personne qui prend conscience et lutte contre les injustices sociales et raciales [28].

Pas tous les néologismes qui apparaissent dans une langue deviennent des mots couramment utilisés. Certains disparaissent sans avoir acquis une large utilisation, pour diverses raisons. Voici quelques exemples de tels néologismes en français :

- *dégénérer* : abandon des conceptions traditionnelles du genre et des rôles de genre. Ce terme est apparu dans les années 2010, mais n'a pas acquis une utilisation généralisée en raison des opinions controversées sur ce sujet ;
- *éco-anxiété* : anxiété liée aux problèmes environnementaux. Ce terme est apparu en 2019, mais son utilisation est limitée à un cercle restreint de personnes intéressées par l'écologie ;
- *nomophobie* : peur de rester sans téléphone portable. Ce terme est apparu en 2008, mais son utilisation a diminué avec le temps, car la dépendance aux téléphones portables est devenue la norme pour de nombreuses personnes ;
- *vendredi noir* : jour de soldes après Thanksgiving. Ce terme, emprunté à l'anglais (*Black Friday*), est apparu en France en 2009, mais son utilisation n'est pas devenue

massive, car beaucoup de gens ont une attitude négative envers la culture de consommation américaine ;

- *cyberharcèlement* : ce terme est apparu en 2005, mais son utilisation est limitée au domaine officiel, car dans le langage courant, les gens utilisent plus souvent d'autres mots, tels que *harcèlement en ligne* [3, p. 6-19]

Les raisons pour lesquelles ces néologismes n'ont pas trouvé une large utilisation peuvent être diverses :

- une attitude négative envers le sujet décrit par le néologisme ;
- une absence de compréhension claire du sens du néologisme ;
- la présence de mots plus répandus qui décrivent le même concept ;
- le son peu mélodieux du néologisme ;
- la difficulté de prononciation du néologisme.

Il est important de noter qu'il est impossible de prédire avec précision quels néologismes s'implanteront dans une langue et lesquels disparaîtront. Cela dépend de nombreux facteurs tels que les tendances linguistiques, les changements sociaux, les particularités culturelles. Étudier les néologismes, même ceux qui n'ont pas trouvé une large utilisation, peut être utile car cela permet de comprendre comment la langue évolue et change, de suivre les sujets et les problèmes actuels, d'enrichir son vocabulaire, de mieux comprendre la culture et la société françaises, et de ressentir la beauté et la subtilité de la langue française.

Conclusion du Chapitre 2

Dans le deuxième chapitre de ce mémoire, différents aspects du fonctionnement des néologismes dans la langue ont été examinés.

Les conclusions clés tirées dans ce chapitre sont les suivantes :

- les néologismes ne sont pas simplement de nouveaux mots, mais des éléments dynamiques de l'évolution linguistique. Ils témoignent des changements dans la société, la culture, la science et la technologie, reflétant la dynamique du développement de l'humanité et son désir de comprendre le monde ;
- les néologismes remplissent diverses fonctions dans la parole. Ils peuvent exprimer des émotions, transmettre de nouvelles idées, décrire des concepts techniques, créer des images et stimuler la pensée créative ;
- les néologismes influent sur l'évolution de la langue française. Ils peuvent servir de catalyseur pour les changements et le développement de la langue, favorisant l'émergence de nouvelles notions et reflétant les réalités contemporaines ;
- la perception et l'acceptation des néologismes par les locuteurs dépendent de divers facteurs. Le contexte culturel, le statut social, les particularités linguistiques du mot, ainsi que les préférences personnelles des locuteurs, influencent la décision de rendre un néologisme courant.

L'étude des néologismes permet de mieux comprendre comment la langue évolue, réagit aux changements qui nous entourent et nous aide à explorer le monde. Il s'agit d'un voyage passionnant dans le monde de la langue, révélant les processus profonds qui se déroulent en elle et dans la société dans son ensemble.

Les néologismes ne sont pas simplement de nouveaux mots, mais le reflet de la vie dynamique et passionnante de la langue française. L'étude de leurs fonctions, de leur influence et de leur perception nous permet de mieux comprendre la langue, sa relation avec la société et son rôle dans nos vies.

Il est important de se rappeler que tous les néologismes ne s'installent pas dans la langue. Certains disparaissent avec le temps, n'ayant pas trouvé une large utilisation. D'autres deviennent des mots courants, enrichissant la langue de nouvelles nuances de sens.

Ce processus de sélection est naturel et nécessaire pour le développement de la langue, assurant sa stabilité et sa compréhensibilité.

CONCLUSION GÉNÉRALE

L'étude des néologismes dans la langue française contemporaine est un voyage passionnant dans le monde dynamique de la langue et de la société. En examinant les caractéristiques structurelles et fonctionnelles des néologismes, nous avons acquis de nouvelles connaissances sur la manière dont la langue évolue, réagit aux changements qui nous entourent et reflète les réalités contemporaines. Les néologismes reflètent non seulement les besoins de la société moderne, mais aussi son potentiel créatif et sa capacité à innover. Ils ouvrent de nouvelles voies pour exprimer des pensées et des idées, aidant la langue à s'adapter aux nouvelles réalités et technologies. L'étude des néologismes nous permet de mieux comprendre la dynamique du système linguistique et sa capacité à se développer de manière créative. De plus, l'analyse des néologismes aide à identifier les tendances dans le développement linguistique et à déterminer les directions clés des changements dans le discours. Elle permet de mettre en lumière l'influence de facteurs externes tels que le progrès technologique, les changements socioculturels et les évolutions de la société sur la formation de nouveaux mots et expressions.

Les principaux objectifs fixés dans ce mémoire ont été atteints :

- les connaissances théoriques sur les néologismes, leurs types, leur origine, leurs modes de formation, leur sémantique et leurs fonctions ont été soigneusement systématisées. L'étude de ces aspects a permis de mieux comprendre la nature des nouveaux mots et leur place dans le discours ;
- les mécanismes de formation des mots et les processus sémantiques qui se produisent dans la langue lors de l'émergence de néologismes ont été étudiés. Cela a permis d'avoir une idée de la façon dont de nouveaux mots se forment et changent de sens dans le développement linguistique ;
- l'impact des néologismes sur la langue et la société a été étudié, révélant leur rôle dans l'enrichissement du vocabulaire, la réflexion des changements sociaux et culturels,

ainsi que leur impact sur les normes linguistiques. Cela a permis de mieux comprendre comment la langue réagit aux changements dans la société et comment ils se reflètent dans le discours.

En réalisant les tâches assignées, j'ai acquis une compréhension profonde et globale des néologismes et de leur impact sur la langue et la société. Ce travail a permis de mettre en lumière la complexité et la diversité des processus linguistiques, ainsi que l'importance de l'étude de ces phénomènes pour comprendre la nature de la langue et son évolution.

Les objectifs suivants ont été atteints grâce à cette recherche :

- acquisition de nouvelles connaissances sur la façon dont la langue française se développe et s'adapte constamment aux réalités contemporaines. L'étude des néologismes a permis de mettre en évidence de nouvelles tendances dans le développement linguistique, telles que l'influence des changements technologiques et socioculturels sur la langue ;
- étude approfondie des mécanismes de formation des néologismes, ainsi que des processus sémantiques qui se produisent dans la langue lors de leur apparition. Cela a permis de comprendre comment la langue réagit aux besoins de la société moderne et comment elle se transforme en fonction de ces besoins ;
- conclusions sur l'impact significatif des néologismes sur la langue et la société. Il a été constaté qu'ils enrichissent non seulement le vocabulaire de la langue, mais reflètent également les changements socioculturels, influencent les normes linguistiques et créent de nouvelles façons d'exprimer des pensées et des idées ;
- élaboration de nouvelles bases théoriques pour de futures recherches sur les néologismes. Les connaissances et les conclusions obtenues peuvent être utilisées pour développer de nouvelles théories et concepts en linguistique et en linguistique appliquée.

La recherche sur les néologismes en français contemporain présente non seulement une valeur théorique, mais aussi une valeur pratique significative. Les résultats de ce travail peuvent être largement utilisés dans divers domaines, fournissant de nouvelles connaissances et des outils pour l'apprentissage et l'amélioration des compétences linguistiques.

Ainsi, les néologismes reflètent non seulement les besoins de la société contemporaine, mais aussi son potentiel créatif et sa capacité à innover. Ils ouvrent de nouvelles voies pour l'expression des idées et des pensées, aidant la langue à s'adapter aux nouvelles réalités et technologies. L'étude des néologismes nous permet de mieux comprendre la dynamique du système linguistique et sa capacité à se développer de manière créative. De plus, l'analyse des néologismes aide à identifier les tendances dans le développement linguistique et à déterminer les orientations clés des changements dans la parole. Elle permet de mettre en lumière l'impact de facteurs externes tels que le progrès technologique, les changements socioculturels et les évolutions de la société sur la formation de nouveaux mots et expressions.

BIBLIOGRAPHIE

1. Ablayrolles J.–F. La néologie en français contemporain : examen du concept et analyse de productions néologiques récentes. Paris : H. Champion, 2000. P. 77–78.
2. Adda R., Bastuji J., Bochmann K. Néologie et lexicologie : hommage à Louis Guilbert. Paris : Librairie Larousse, 1979. 37 p.
3. Bastuji J. Aspects de la néologie sémantique. Paris : Duculot, 1974. P. 6–19.
4. Brunet E. Histoire de la langue française 1914–1945. Paris : CNRS–Editions, 1995. P. 97–99.

5. Cartier, E., Sablayrolles J. Néologismes, dictionnaires et informatique. Cahiers de Lexicologie. Paris : Didier Erudition, 1993. P. 175–192.
6. Catach N. Le problème des variantes graphiques : variantes du passé, du présent et de l'avenir. Langue française №108, P.25–32.
7. Cerquiglini B. Tu parles!/? Le français dans tous ses états. Paris : Flammarion, 2000. 21 p.
8. Chansou M., L'aménagement lexical en France pendant la période contemporaine (1950–1994). Etude de sociolinguistique. Paris : Champion, 2014. P. 114–118.
9. Chappey E. Des émissions pas comme les autres. Le français dans le monde, № 321, 34 p.
10. Chaurand J. Nouvelle histoire de la langue française. Seuil, 1999. P. 4–6. 74
11. Corbeil J.–C. Aspects du problème néologique. Paris : H. Champion, 1971. P. 123–136.
12. Demari J.–C. Un atelier d'écriture radiophonique. Le français dans le monde № 321. P. 32–33.
13. Dixhoorn L. Un apprentissage en–chanté avec. Le français dans le monde № 321, 2002. P. 29–30.
14. Doppagne A. La néologie dans les communications de masse. Paris : Conseil Internat de la langue Française, 1971. P. 13–22.
15. Gardin B. La néologie. Aspects sociolinguistiques. Langages № 36, 1974, P. 67–73.
16. Goyer C. Radio France Internationale et France 2. Enquête à New York. Défense de la langue française, № 202, 2001, P. 8–10.
17. Goudin F. Groupe d'Etude en Histoire de la Langue Française (GEHLF), Etudes critiques sur Féraud lexicographe, Ecole Normale Supérieure de Jeunes Filles, 1987. 243 p.

18. Guilbert L. La néologie scientifique et technique. *La banque des mots* № 1, 1971, P. 45–54.
19. Guiraud P. *Néologismes littéraires*. Paris : H. Champion, 1971. P. 23–28.
20. Matore G. *Histoire des dictionnaires français*. Paris : Larousse, 1968. 362 p.
21. Mejri S. Figement et renouvellement du lexique : quand le processus détermine la dynamique du système. *Le français moderne*. T. LXVIII, № 1, 2015, P. 41–62.
22. Petroff A. L'informatique comme instrument de recherche dans le domaine de la néologie. *Langages* № 36, 1974. P. 103–118.
23. Picoche J. *Structures sémantique du lexique français*. Nathan, 1986. P. 22–23 .
24. Pruvost J. *Dictionnaires et nouvelles technologies*. Paris : PUF, 2015. 373 p.
25. Quemada H., Bernard D. *Problématiques de la néologie*. Leo S. Olschki Editore, 2006. 241 p.
26. Sablayrolles J.–F. Fondements Théoriques Des Difficultés Pratiques Du Traitement Des Néologismes. *Revue Française De Linguistique Appliquée*. Vol. 7–1, 2002. P. 54–55.
27. Sablayrolles J.–F. *La néologie en français contemporain : Examen du concept et analyse de productions néologiques récentes*. Paris : Collection Lexica Honoré Champion, 2014. P. 21–22.

DICTIONNAIRES :

28. *Le Petit Robert de la langue française 2015 : Dictionnaire en ligne*.