

# LE FRANÇAIS DES RESEAUX SOCIAUX : UN PARLER FAVORI DES INTERNAUTES

---

Yasmine Mohaman SAOUDATOU

[precieuse.yasmine@yahoo.fr](mailto:precieuse.yasmine@yahoo.fr)

Université de Maroua, Cameroun

**Abstract:** *The adaptation of French to sociocultural and linguistic contexts is no secret. This tendency to want to vernacularize French is found everywhere in French-speaking countries in Africa, as is the case in Cameroon, which stands out for its diverse use (for Tabi-Manga (1994) its use has several forms). The emergence of Cameroonian French can be seen in the media through the advertising discourse of mobile telephony in this country. These discourses have identified marks that show that it is a new expression driven by a certain communication freedom. Therefore, advertising gives both to communicators and to consumers, a certain linguistic freedom which brings out an extraordinary way of speaking. Thus, we want to focus our reflection on the linguistic practices that take place on the Facebook social network with the aim of questioning the French used during interactions between advertisers and consumers. The question that arises is that of knowing how this speaking manifests itself. We want by this article to describe the mechanisms of functioning of French on the internet, we have identified for this purpose the speeches stated on the Facebook page of the MTN and Nexttel brands which benefit from a treatment in speech analysis. Also, we are going to submit our corpus to a semiological analysis grid introduced by Joly (2015). In the end, the analysis of this practice of French on Facebook allows us to see that these mechanisms are deployed on the lexical and semantic levels that we are going to apprehend.*

**Keywords:** French, Cameroun, Advertisers, consumers, Facebook, MTN.

## Introduction

De nombreuses études en Afrique francophone pose le problème de statut du français en Afrique. Ce problème est d'autant plus notoire que les linguistes lui donnèrent l'étiquette de « français d'Afrique ». Cette expression semble se fonder sur le postulat que « le français est une langue étrangère en Afrique et une langue seconde pour les Africains » (Zang Zang, 2018 :7). C'est le cas du Cameroun où le français prend une autre facette ; c'est pour cette raison que la situation linguistique de ce pays est qualifiée de complexe (Tabi-Manga, 2000). Dans ce pays, le français, en plus d'être une langue officielle, est également une langue véhiculaire servant de *lingua franca* aux locuteurs d'ethnies différentes. S'agissant des variétés du français parlé au Cameroun, Tabi-Manga reconnaît en cela le

« français dialectal », le « français commun », le français des élites (qui est le propre des enseignants), les argots et le francanglais. La présente étude pose un regard sur les pratiques discursives des consommateurs des produits des marques MTN et Nexttel sur Facebook. Ce sont des réactions des consommateurs face aux publicités faites par ces marques. Pour un corpus constitué de quarante-cinq (45) énoncés répertoriés sur cette plateforme, nous cherchons à savoir quels sont les procédés mis en jeu par ces internautes pour la création des mots nouveaux et la création des nouveaux sens. Plus encore, quels sont les traits particuliers de la pratique du français sur le réseau social Facebook ? Quelle est la spécificité du français pratiqué par les Facebooker en rapport avec le français standard ? Il faut avouer que le corpus est perçu essentiellement sous l'angle sémiologique. Le premier objectif que l'on se fixe dans cette analyse est de comprendre le sens que suggèrent les différents énoncés de ce corpus. Saussure (1962) conçoit le signe en deux entités, notamment le « signifiant » et le « signifié ». On part des signifiants pour aboutir à des signifiés, mais à partir des signifiants ou signifiés pour aboutir à d'autres signifiés de nature psychologique, sociologique, politique ou historique. D'ailleurs, Joly (2015 : 46) signale à cet effet que « la lecture de l'analyste du contenu des communications n'est pas, ou n'est pas seulement une lecture au « pied de la lettre », mais la mise à jour d'un sens au second degré ». Il s'agit pour nous d'aller au-delà du sens suggéré pour faire ressortir le sens global. L'on comprend à ce niveau que l'interprétation soit sous-jacente à l'analyse. Une lexie peut suggérer un sens plutôt qu'un autre. De ce fait, nous inscrivons dans cette analyse, les notions de dénotation et de connotation qui sont incontournables dans cette étude. Avant d'analyser les faits linguistiques du français des Facebooker, nous allons premièrement présenter le corpus d'étude, le cadre théorique et méthodologique, ainsi que la situation sociolinguistique du français au Cameroun. Deuxièmement, nous parlerons des marques de la téléphonie mobile au Cameroun, du langage publicitaire et du réseau social Facebook et de son impact sur les internautes. Le corpus après analyse permet de savoir que ces mécanismes de fonctionnement du discours sur Facebook s'opèrent sur les plans lexical et sémantique. Ces différents procédés de construction lexicale sont l'abréviation, l'allongement vocalique, la métaphore, l'extension, la restriction et le glissement de sens.

## **1. Considérations théoriques**

Un travail scientifique s'inscrit dans une ligne directive qu'il est nécessaire de mentionner avant d'entrer dans le vif du sujet. Dans cette rubrique, nous parlerons du corpus, du cadre théorique et méthodologique et du statut de la langue française au Cameroun.

### **1.1. Le corpus**

S'agissant du corpus, quarante-cinq (45) énoncés ont été retenus, tous issus de la page Facebook des opérateurs Nexttel et MTN. Ces énoncés sont numérotés de (1) à (45) selon leur ordre d'apparition dans l'analyse. Ce corpus a été recueilli dans le cadre de la rédaction de notre thèse qui porte sur la « construction de l'image de marque et audience auprès des internautes sur Facebook. Analyse pragmatique-argumentative des stratégies de positionnement des marques Orange, MTN et Nexttel au Cameroun ». Il était question dans cette recherche de mesurer le degré d'efficacité du réseau social Facebook dans les champs promotionnel et publicitaire des opérateurs téléphoniques au Cameroun. C'est une partie de ce corpus qui est utilisé dans la rédaction de cet article.

En fonction de l'objectif que l'on s'est fixé qui est celui d'étudier les pratiques linguistiques des internautes sur le réseau social Facebook, nous avons recensé deux produits chez la marque MTN et un autre chez Nexttel. Ces produits ont la particularité d'avoir pour cible, la communauté jeune. Il s'agit du produit MTN YaMo et MTN Extra présentés par la marque MTN et le produit « OhHa » de la marque Nexttel. Cette opération nous a fourni trente-cinq (35) énoncés enregistrés sur la page MTN répartis comme suit : dix (10) occurrences sont enregistrées sur le produit MTN Extra et les vingt-cinq (25) autres sont récupérées sur le produit MTN YaMo. Ces séquences retenues chez MTN sont produites en 2017. Chez Nexttel, nous avons retenu dix (10) occurrences publiées en 2018 et 2019. Ce sont souvent des commentaires injurieux et parfois qui magnifient les marques en faisant des comparaisons entre elles. Les occurrences retenues sont celles qui présentent des particularités lexicales, sémantique ou syntaxiques. Il nous permet d'étudier les traits de démarcation du français internet par rapport au français standard. Ce corpus a le mérite de porter sur des données concrètes. Il est à même de permettre d'étudier la variation du français parce qu'il est issu d'une pratique réelle et spontanée.

## **1.2. Postures théoriques et méthodologiques**

Cette recherche que nous menons, nous la positionnons dans le cadre général de l'analyse du discours avec un penchant sur la sémiotique. On peut définir l'analyse du discours à la suite de Dominique Maingueneau et Patrick Charaudeau (2002 : 7) comme « l'étude des productions transphrastiques, orales ou écrites, dont on cherche à comprendre la signification sociale ». Quant à la sémiotique, elle s'occupe de la signification des signes linguistiques. Saussure (1962 : 98) écrit à cet effet que la sémiologie est une « science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale » et on doit la considérer comme la mère de la linguistique. Joly (2015 : 26) la définit comme la « science des signes qui consisterait à étudier les différents types de signes que nous interprétons, à en dresser une typologie, à trouver les lois de fonctionnement des différentes catégories de signes ». À ce niveau, nous pouvons comprendre que le signe (linguistique ou non) est tout ce que nous percevons et à quoi est renvoyée une signification particulière.

S'agissant de la méthodologie, nous avons procédé par enregistrement des commentaires issus du réseau social Facebook pour bâtir notre réflexion. Nous avons donc utilisé notre téléphone comme appareil de collecte. Sur chaque affiche qui présente un français particulier, nous appuyons sur le bouton « commentaire » pour faire apparaître tous les commentaires des internautes sur l'affiche en question. Une fois cette étape passée, nous faisons défiler l'écran de notre téléphone en faisant une capture d'écran à chaque fois qu'une nouvelle réaction apparaissait. C'est ce que Paveau (2015 : 36) appelle « le commentaire en ligne » et qu'elle appréhende comme « un texte produit par les internautes sur le web dans les espaces d'écritures dédiés, des blogs, des sites d'informations et des réseaux sociaux, à partir d'un texte premier ». Aussi, nous considérons les sujets étudiés dans leur globalité comme des « énonciateurs fictifs » dont l'anonymat est préservé. Nous préférons les nommer consommateur 1 (C1), consommateur 2 (C2) en fonction du moment de leurs interventions, c'est-à-dire selon leur disposition sur la toile.

Dans le cadre de notre grille méthodologique, nous avons eu recours à l'analyse sémiologique que propose Joly (2015). Cette auteure émet une grille d'analyse qui consiste à décomposer les éléments, à les nommer en fonction des catégories et à leur affecter des significés. C'est cette grille d'analyse qui nous a permis d'étudier le français camerounais.

### 1.3. Du français au Cameroun au français camerounais

La politique linguistique camerounaise reconnaît le français et l'anglais en tant que langues officielles d'égale valeur. Néanmoins, dans la réalité, ces langues n'ont pas le même statut « déjà on note une inégalité statutaire entre le français et l'anglais. Le premier couvre près de 80% du territoire, alors que le deuxième est réduit à une portion congrue de 20% » (Tsofack, 2002 : 25). Le français est la langue première des camerounais, langue dominante au détriment des langues nationales reléguées au second plan. Il occupe le statut de langue maternelle dans les mariages endogamiques, langue seconde parce qu'il est appris après la langue maternelle. Entant que langue véhiculaire, « le français présentera alors des cacologies (écarts linguistiques ou grammaticaux tolérables) car « les locuteurs francophones ont tendance à mettre plutôt l'accent sur la transmission du message et non sur la qualité linguistique de leurs énoncés » (Wamba et Noumssi, 2003 : 4). Il est également reconnu comme langue étrangère. Le français en tant que langue de la scolarisation, son envergure n'est pas à démonter parce qu'il fait partie des langues véhiculaires dans cette partie du continent. C'est d'ailleurs pour cette raison qu'on parle de la camerounisation du français (processus à la fois linguistique et culturel, qui dénote l'appropriation du français et son adaptation à son nouveau contexte d'usage) (Nkepseu, 2018).

Parlant de l'usage de la langue française au Cameroun, Nzessé (2010 : 43) affirme que « c'est une langue affaiblie avec un vocabulaire très limité, ainsi qu'un usage approximatif des marques grammaticales. Plus grâve encore, c'est une langue totalement dénaturée par le Camfrançais ». Nous assistons à des mots qui sont privés de leur sens premier. Ils apparaissent souvent avec un affaiblissement de leur sens. Nzessé (2010 : 46) le remarque en affirmant que « le français, tel qu'il se développe dans la rue au Cameroun dispose d'un vocabulaire et d'une syntaxe certes spécifiques, mais flous et ambigus [...]. Ces mots *relookés* sont très souvent presque vides d'informations et de ce fait, exigent, pour avoir un sens, une relation d'étroite proximité et d'extrême connivence entre ceux qui les utilisent ».

Notre but étant d'analyser des phénomènes linguistiques apparaissant dans le français écrit par les Facebooker, il nous incombe sans doute de parler de publicité de la téléphonie mobile et d'internet au Cameroun.

## 2. La publicité au Cameroun

Nous ne pouvons faire une étude sur la publicité de la téléphonie mobile camerounaise sans toutefois présenter ses opérateurs, parler du langage de la publicité et du réseau social Facebook et de son impact sur le marché de la téléphonie.

### 2.1. Les opérateurs MTN et Nexttel et leur implantation dans le marché

La marque Nexttel est l'opérateur Vietnamien qui voit le jour en 2014 aux côtés des entreprises MTN, Orange et CAMTEL. Seulement, il développe une stratégie qui lui permettra de doubler et puis de tripler son nombre d'abonnés plutôt que prévu. Si les statistiques de 2017 montrent que cet opérateur possédait trois millions d'abonnés, en 2018 celui-ci parle de 6,58 millions. En un an, il aurait cumulé trois millions d'abonnés de plus. C'est une entreprise qui investit beaucoup dans la communication rurale. Elle privilégie les zones reculées au Cameroun où le réseau est moins flottant et parfois inexistant. C'est une stratégie qui a permis à cette entreprise de se développer et de

couvrir des zones jusque-là négligées par les autres opérateurs. Après cinq ans d'exercice, il peut désormais se mesurer aux plus anciennes entreprises.

S'agissant de MTN Cameroon, c'est une entreprise de télécommunication sud-africaine qui voit le jour le 15 février 2000. Cette marque reprend les initiales de « Mobile Telephone Networks » qu'on peut littérairement désigner comme « réseaux de téléphonie mobile ». En 2018, cet opérateur déclare avoir atteint un chiffre d'affaires de 58, 5 milliards de FCFA, mais affirme avoir chuté au niveau de son nombre d'abonnés<sup>1</sup>. En 2018, il parle de 6,6 millions d'abonnés.

## **2.2. Le langage publicitaire**

Le discours publicitaire camerounais s'adresse à une population disparate. Compte tenu de la diversité langagière se trouvant sur ce vaste territoire, les opérateurs ne peuvent pas seulement communiquer en langue officielle. Les deux langues que sont l'anglais et le français sont celles de la publicité de la téléphonie mobile dans ce pays. Étant donné que la langue est intimement liée à la culture et comme le précise bien Benveniste avec qui nous convenons que la langue est inséparable de la culture. Ce sont « deux facettes d'une même médaille ». On ne peut parler une langue sans faire allusion à la culture et vice versa. Il est donc clair que la téléphonie mobile use, non seulement de la langue, mais également des éléments culturels pour construire son discours afin d'émouvoir son public cible. Dans le cadre de notre analyse, nous appréhendons le discours publicitaire comme un discours ayant ses propres lois de fonctionnement et qu'on ne peut séparer de son contexte pour l'étudier. Singulièrement, « un énoncé produit dans un contexte numérique ne peut pas être envisagé pour et par lui-même. Il est en lien avec son contexte de production et son contexte d'énonciation, il est la matérialisation d'une réalité à un moment donné qui doit être envisagée en fonction de la convergence médiatique à laquelle il appartient » (Bibié-Emerit, 2015 : 47).

Les analystes du français camerounais à l'instar de Mendo Ze (2009 : 351) stipule que « sous l'influence des langues locales, le français parlé et écrit se trouve affecté dans sa syntaxe. Son lexique connaît une saturation. Toutes ces déformations auxquelles s'ajoute l'influence de l'anglais, donnent lieu à un parler hybride, déviant, peu ou pas soucieux de la norme du français : le Camfranglais ». La cohabitation du français avec les langues camerounaises serait la cause de sa dégradation. Le Camfranglais est un mélange du français, de l'anglais et d'autres langues en présence au Cameroun. En dehors du français qui est la première langue de la publicité dans le domaine de la téléphonie mobile, le Camfranglais figure en seconde position comme le parler le plus exploité. Il peut également être considéré comme un argot puisqu'il est réservé à un type de population précis. Étant à la portée des jeunes, le Camfranglais reste un parler évolutif qui ne possède pas une forme fixe. En employant ces mots avec toutes les stratégies nécessaires, l'opérateur veut atteindre les jeunes. Par conséquent, Facebook serait le lieu par excellence du déploiement du français camerounais.

## **2.3. Le réseau social Facebook et son impact sur la publicité de la téléphonie mobile**

C'est en 2004, que le réseau social nommé « Facebook » voit le jour sous la houlette de Mark Zuckerberg. En ce moment, ce réseau était au service des étudiants de l'Université de

---

<sup>1</sup> Source : <https://WWW.investiraucameroun.com>.

Harvard ; mais plus tard, il est devenu accessible à tout le monde. Son taux de fréquentation, c'est-à-dire d'usage est estimé à 991 (millions) dans le monde dont 52 (millions) en Afrique, soit le pourcentage de 5,09%. Le Cameroun à lui seul compte 561660 d'utilisateurs de Facebook avec une estimation de 2,91% (estimation de 2013 notée par le rapport du MINPOSTEL sur le taux de pénétration d'internet dans les foyers camerounais). En 2010, l'Institut National de la statistique (INS) annonçait trois millions quatre cent cinquante-deux mille neuf cent utilisateurs de ce réseau social. C'est ce qui amène Scibetta et al. (2012 : 123) à affirmer que « Facebook est aujourd'hui le réseau le plus populaire [...]. Il permet d'informer, mais aussi de faire interagir les internautes par des opérations promotionnelles ». Il est surtout utilisé dans le but de cibler les jeunes consommateurs. Facebook apparaît ainsi comme un support de communication au même titre que la plaque, la télévision et constitue avec le temps un environnement discursif le plus envié.

L'arrivée des réseaux sociaux a profondément bouleversé le discours publicitaire des entreprises de téléphonie mobile au Cameroun. Ils donnent l'occasion aux consommateurs d'échanger avec les différents annonceurs. Ceci est perceptible sur le réseau social Facebook à travers lequel tous les opérateurs de téléphonie mobile camerounaise font passer leurs communications. Chaque opérateur possédant une page « Facebook » et une autre « twitter ». Grâce à ces pages, ils cherchent à fidéliser les consommateurs. C'est une stratégie reconnue en publicité par son efficacité à construire des communautés de consommateurs. La communauté de consommation est une stratégie marketing qu'on appelle la stratégie de marque ou la stratégie de fidélisation qui consiste à fidéliser les consommateurs pour qu'ils deviennent des clients effectifs. C'est dans l'analyse du corpus proprement dite que l'on peut voir de près le déploiement du langage camerounais ou encore du Camfranglais.

### **3. De quelques procédés morphologiques**

L'examen du corpus permet de mettre en relief un certain nombre de mécanismes de fonctionnement du français sur internet. De ce fait, plusieurs phénomènes linguistiques apparaissent. Ces éléments langagiers relevés sur le plan morphologique nous permettent de distinguer le néologisme, l'abréviation, l'allongement vocalique, l'alternance de code et les emprunts.

#### **3.1. La création verbale ou le néologisme**

Selon Dubois (1994 : 332), la néologie est « le processus de formation de nouvelles unités lexicales ». Par contre, il appelle néologisme « tout mot de création récente ou emprunté depuis peu à une autre langue, toute acception nouvelle d'un mot déjà ancien ». À en croire à ces définitions, la néologie est le processus par lequel on passe pour former des néologismes, c'est-à-dire, des mots nouveaux. À cet effet, le Petit Robert distingue deux types de néologies : la néologie de forme qui consiste à créer un mot nouveau en passant par la dérivation, la composition ou l'analogie. Et la néologie de sens consistant à utiliser un mot qui existe dans la langue dans un autre sens (nous reviendrons sur ce cas dans les lignes qui suivent). Dans cette rubrique, nous analyserons uniquement la néologie de forme.

Ainsi, le corpus présente-t-il différents cas de stratégies de créativité lexicale. Les occurrences de cet emploi peuvent se manifester de manière suivante :

(1) : « (...) ça c'est le gatement du marché. » (C55, Nexttel OhHa,19/09/2018).

(2): « Nextelement bien. » (C2, Nexttel OhHa, 04/06/2019).

(3): « on ne peut pas whatsapper sans facebooker (...). » (C69, MTNYaMo, 5/08/17).

Partons de ces exemples pour constater la présence des néologismes qui relèvent du langage jeune comme « Nextelement », « gatement », « facebooker » et « whatsapper ». Ces différents cas de figure nous présentent une forme de néologie par dérivation. Il s'agit d'un processus de formation lexicale qui se base sur la suffixation ou la prefixation. Dans le premier énoncé, il est remarqué que le consommateur en question crée un mot à partir d'un autre. La lexie « gatement » est formé du verbe « gâter » qui devient substantif grâce au suffixe « -ment » et à l'ajout de l'article qui l'accompagne. C'est alors un dérivé suffixial à base verbal. Selon Biloa (2004 : 131), les dérivés suffixaux à base verbale sont « des verbes formés à partir des suffixes de verbes en les adjoignant selon les cas, à des noms ou à des éléments tenant lieu de radicaux nominaux. » Le trois derniers exemples sont plutôt des dérivés suffixaux à base nominal. Ils sont formés respectivement à partir de « nexttel », « facebook » et « whatsapp ». « nextelement » fonctionne à ce niveau comme un adverbe. Cet ajout du suffixe « -ment » signifie « à la façon de nexttel ». Quant aux deux dernières lexies, elles deviennent des verbes à l'infinitif par l'ajout du suffixe « -er » qui réfère à la désinence verbale du premier groupe.

Il existe encore de nombreux cas de création verbale qui se manifestent dans le corpus comme c'est le cas de l'abréviation qui est aussi récurrent.

### **3.2. Le phénomène de réduction syntagmatique comme stratégie de création lexicale**

Encore appelée « troncation », l'abréviation est une sorte de néologisme de forme consistant à faire une coupure de mot. Riegel et al. (1994 : 77) définissent cette notion comme un phénomène qui « contribue à l'extension du vocabulaire, limite l'emploi des mots trop longs et économise la dépense articulatoire et mémorielle ». C'est alors que l'abréviation sert à faire une économie de monèmes. Elle permet aux usagers de la langue de simplifier le vocabulaire en touchant le phonème du mot. En ceci, deux possibilités sont permises : la troncation qui s'effectue en début du mot, appelée aphérèse et celle qui touche la fin du mot, correspondant à une apocope. Le corpus conçu pour cette étude présente un cas d'abréviation par apocope. C'est le cas de l'énoncé (8), dans lequel on assiste à la suppression effectuée en fin de mot sur la lexie « publicité » en abrégée « pub ». L'abréviation par siglaison est aussi présente dans cet énoncé. C'est le cas de « MDR » qui signifie « mort de rire ». Ce procédé consiste à garder la première lettre de chaque mot.

Cette troncation peut également se faire d'une autre manière lorsqu'elle touche uniquement le plan phonétique du mot tronqué en respectant la prononciation syllabique. Dans le corpus, on rencontre des expressions comme

(6): « je vais slmt te do... quoi gratuit une semaine ? c la flamme » (C38, MTNYaMo, 5/08/17).

(7) : « je suis tjr avk vous nexttel » (C29, OhHa, 12/12/19).

(8) : « votre pub est mortel MDR » (C65, MTNYaMo, 10/11/17).

Ces énoncés présentent des cas d'abréviation comme « tjr » dont l'écriture orthographique est « toujours », « avk » pour « avec » et le vocable « slmt » est attesté

comme une abréviation du mot « seulement ». Il s'agit d'une abréviation syllabique qui consiste à garder la première lettre de chaque syllabe. Signalons que cette manière d'écrire n'est pas stable, elle peut varier d'un internaute à un autre.

Prenons les exemples suivants :

(4) : « hichch ! xa ne donne même pas, xa susse tout ton credit » (C115, MTNExtra, 10/11/17),

(5) : « mtn cameroon le tour si no, tu nous a bolè » (C16, MTNYaMo, 11/11/17),

(6) : « (...) c la flamme » (C38, MTNYaMo, 15/11/17).

Dans ces énoncés, on assiste à un phénomène linguistique non loin de la troncation par apocope et par aphérèse. Il s'agit de l'écriture phonétique des mots. Cette façon d'écrire appartient aussi au langage des sms. Sur les énoncés ci-dessus mentionnés, on enregistre certains adjectifs démonstratifs tels que « ça » écrit « xa » (deux occurrences dans le premier exemple), « ci » écrit « si » (dans le deuxième exemple), « c'est » écrit « c » (dans le troisième exemple). Ces formes d'écritures ne respectent pas les principes de la troncation. Ce n'est ni de l'apocope, ni de l'aphérèse, mais tout de même, ils relèvent de la façon d'écrire des internautes.

En dehors de cette stratégie de créativité lexicale qui tient compte du squelette consonantique, il existe un autre cas de formation lexicale qui se fait avec une insistance sur la lettre finale. C'est le cas de l'allongement vocalique.

### 3.3. L'allongement vocalique

L'allongement vocalique est manifeste dans le corpus et il traduit l'intensité ou la gravité de ce que veut affirmer le locuteur, souvent pour amuser le lecteur. Il s'agit justement de mettre l'accent sur le message.

Les énoncés :

(9) : « nous allons sauf que parler jusqu'àààààààà » (C107, MTNEXTRA, 18/11/17),

(10) : « ekiéééé ... » (C51, MTNYaMo, 27/11/17),

(11) : « Nexttel Cameroun veut déjà déranger massaaah (...) »,

sont les preuves les plus palpables de ce phénomène linguistique. Ces usages montrent que les locuteurs de ces énoncés insistent sur les contenus des messages. L'adverbe « jusqu'àààààààà » employé dans cet énoncé, sert de marqueur d'intensité. Quant aux lexies « ekiéééé » et « massaaah », ce sont des interjections empruntées aux langues locales camerounaises qui traduisent l'étonnement ou la surprise et qui sont employées avec une insistance sur les voyelles. Comme nous pouvons remarquer, ces différents mots sont modifiés afin de renforcer sémantiquement les contenus des messages. Ils jouent surtout le même rôle que les interjections.

De tous les plans d'évolution du français dans le corpus, le plan lexical semble plus dynamique que les autres. C'est alors qu'il apparaît d'autres processus de créativité lexicale qui sont l'alternance de code et l'emprunt.

### 3.4. L'alternance de codes et l'emprunt

L'alternance des langues est devenue un phénomène récurrent dans la publicité de la téléphonie. Elle se fait de deux manières, soit le mélange français/anglais, soit français/langue locale. À la différence de l'emprunt au cours duquel l'élément alterné est employé tel qu'il est pris, l'alternance quant à elle ne répond nullement à cette règle. Dans le cas d'alternance, les éléments sont étroitement liés et épousent la même structure grammaticale, c'est-à-dire l'émetteur peut choisir de mettre dans son énoncé des mots d'une autre langue, sans pour autant transgresser les règles de grammaire de la langue source. Or, dans le cas où les règles grammaticales ne sont pas respectées, on parle d'emprunt à telle ou telle autre langue. Ainsi, l'emprunt encore appelé « transfert linguistique » (Concepts de base de Marie Louise Moreau), est « l'intégration dans une langue d'un élément d'une langue étrangère » (Essono, 1998 : 60). Si pour certains auteurs l'alternance se présente comme un phénomène arbitraire, une sorte de « mélange linguistique aléatoire et arbitraire ». Les locuteurs auraient alterné sans connaître, c'est assez normal. Pour les internautes, c'est une chose préparée, son usage n'est pas aléatoire.

L'insertion des mots anglais et des mots issus des langues camerounaises dans la phrase française est manifeste dans le corpus à travers les énoncés :

(12) : « c'est cool mais cessez de choa le crédit des gens » (C10, MTNYaMo, 23/11/17).

(13) : « laissez tomber. Je préfère call en journée. La nuit c'est pour nan » (C2, MTNYaMo, 23/11/17).

(14) : « Ahahahahah MTN vas me kill un jour » (C18, MTNYaMo, 23/11/17).

Ces mots alternés sont :

« Choa » qui est un mot camfranglais (issu de l'anglais « to choose » (choisir)), a le sens de « voler » ou « dérober » dans cet énoncé.

« Call », emprunté à l'anglais et signifie « appeler ».

« Kill », emprunté à l'anglais pour signifier « tuer » mais employé dans cet énoncé à son sens connoté pour signifier « provoquer un fou rire ».

Ces trois mots alternés dans un code français nous montrent à quel point l'alternance de codes est effective. Ils obéissent à toutes les marques de la grammaire française. Insérés dans un texte dont le code diffère, ces mots s'y plaisent effectivement. Ici, on assiste au cas d'alternance intraphrastique qui consiste en l'obéissance des normes grammaticales de la langue source, c'est-à-dire du français. Ces mots ont été alternés dans le message en prenant les mêmes marques du présent en anglais, notamment celles de la 1<sup>ère</sup> personne.

Par contre, l'énoncé :

(15) : « que le ndem soit avec vous » (C21, MTNYaMo, 23/11/17)

présente un cas d'emprunt. Le mot « ndem » ne répond pas aux caractéristiques de l'alternance. C'est un mot issu du camfranglais qui, selon Biloa et al. (2008 :19) est « un mélange de langues autochtones camerounaises, de pidgin-english, de français et d'anglais... » Pour celui-ci, le camfranglais ne constitue pas une langue à système propre (sa structure obéit soit aux règles de la grammaire française, soit elle déforme celle-ci). Ce mot

emprunté au langage jeune signifie « échec » ou « gaffe » ou « maladresse ». On peut aussi relever sur l'énoncé :

(16) : « encore le famla çi ? » (C19, MTNYaMo, 23/11/17).

(17) : « je te dis, c'est même quel genre de commerçant qui ne donne pas le cadeau à son assoh? » (C31, MTNYaMo, 17/11/17).

des cas d'emprunt suivants : « famla » et « assoh » qui entrent dans la catégorie des noms qui sont interchangeable avec leurs équivalents en français (sorcellerie et associé). Le mot « famla » est un emprunt au Bamiléké qui signifie « sorcellerie » et « asso » est un mot camfranglais signifiant « ami » qui se dit souvent par un vendeur à un acheteur sur la place du marché.

Dans le corpus, on note également la présence des interjections qui font partie d'un usage particulier du français au Cameroun et qui permettent aux consommateurs d'exprimer leurs émotions comme :

« ach », « Akaa » (C72, MTNYaMo, 22/11/17),

« Heba Mtn » (C74, MTNYaMo, 21/11/17),

« ekiéééé ... » (C51, MTNYaMo, 23/11/17),

« Hichch » (C114, MTNExtra, 21/10/17),

« Ayiponphi » (C124, MTNExtra, 24/10/17),

« (...) minalmi (...) » (C4, MTNYaMo, 26/11/17).

Ces marqueurs d'énonciation, à l'instar des interjections, figurent dans le corpus généralement en début de phrase. Ce procédé discursif permet de mettre en relief l'élément qui suit. C'est une sorte de mise en emphase.

Dans les énoncés :

(18) : « Mince, le tour-ci, MTN tu as dérangé » (C71, MTNExtra, 28/10/17).

(19) : « ach le goût de ça » (C78, MTNExtra, 2/11/17).

on rencontre différents cas de figure de l'emploi de ces vocables. Par conséquent, il est constaté que le corpus regorge en nombre indéfini ces interjections qui font partie intégrante du français parlé au Cameroun par emprunt aux langues locales camerounaises, notamment les langues bantoues comme c'est le cas de « ékyé » qui est un marqueur d'étonnement et surtout d'interrogation (Bilola, 2007 : 115) et qui se trouve tout le temps dans les conversations quotidiennes au Cameroun. C'est également le cas de « Mince » ou de « massah » qui traduisent l'étonnement et qui fonctionnent comme des interjections.

En fin de compte, le corpus regorge quelques cas d'alternance intraphrastique et de nombreux emprunts. On peut retrouver les deux cas réunis dans un même énoncé ou un seul des deux cas. La langue de base est le français auquel on adjoint quelques autres mots issus du vocabulaire jeune qui sont empruntés soit aux langues locales camerounaises, soit à l'anglais. L'on constate également que les noms sont empruntés et employés tels quels, tandis que les verbes suivent les marques de nombre et de personnes des pronoms personnels qui les précèdent. Toutefois, on remarque que ces verbes peuvent souvent garder la même forme à toutes les personnes.

En plus des stratégies de type morphologique, d'autres s'énoncent également sur le plan sémantique.

#### 4. De quelques procédés sémantiques

La sémantique est une branche de la linguistique qui s'occupe de la signification des mots de la langue. Dans le corpus, on relève différents procédés sémantiques qui vont de la diminution du sens à son élargissement, en passant par le changement de sens.

##### 4.1. La restriction de sens

La restriction de sens est un processus par lequel « les mots perdent leur sens initial pour s'entourer désormais de l'acception locale » (Onguene Essono, 1993 : 253). Il s'agit d'une diminution, un mot qui se voit réduit de son intensité. C'est le cas des lexies « mort » et « sorcelerie » dans les énoncés respectifs :

(20) : « ...Mtn c'est la mort de la vitesse (...) » (C23, MTNYaMo, 27/11/17).

(21) : « Nexttel vous êtes le meilleur. La sorcelerie du forfait seulement » (C90, Nexttel OhHa, 19/09/2018).

La lexie « mort » est à ce niveau une association réelle, une connotation de « mauvais » ou de « lent » alors qu'initialement le terme « mort » désigne « perdre la vie ». Aussi, dans le deuxième énoncé, le mot « sorcelerie », que l'on connaît au sens négatif, montre qu'il s'agit du meilleur forfait qui puisse exister, un forfait exceptionnel. Il y a par conséquent réduction de l'intensité que porte le mot « sorcelerie » renvoyant initialement au mysticisme. C'est aussi le cas des expressions

(6) : « (...) c la flamme » (C38, MTNYaMo, 21/11/17),

(22) : « (...) le message là c'est la magie (...) » (C1, MTNYaMo, 6/12/2017).

Dans le premier énoncé, le mot « flamme » au lieu de signifier « une substance » il signifie la « magnificence ». Ce mot qui a perdu son sens original a cédé la place à un autre. Il est associé à quelque chose d'époustouflant. C'est aussi le cas du mot « magie » employé dans le sens de « magnifique ». Tous ces mots relevés se voient affectés un sens nouveau qui, par rapport à leurs sens premiers, ont été atténués.

La restriction de sens n'est pas le seul phénomène qui relève de la néologie de sens, il existe d'autres phénomènes à l'instar de l'extension sémantique.

##### 4.2. L'extension ou l'élargissement de sens

L'extension sémantique consiste en l'élargissement de sens d'une lexie. Un mot auquel on affecte un signifié autre que celui qui lui est dû. Dubois et al (2002 : 193) la définissent comme « la modification du sens d'un mot qui, par suite de divers emplois, acquiert une plus grande polysémie ». Ce processus d'enrichissement du français passe par la création des nouveaux sens des lexies. Dans le corpus, on note quelques cas de figure de cet emploi. Il s'agit de :

(23) : « gar, j'espère vraiment que ça marche. Si non je quitte Mtn ohhh » (C46, MTNYaMo, 08/12/2017). Dans lequel, le verbe « quitter » signifiant principalement « abandonner » ou « lâcher » a le sens « d'aller voir ailleurs ».

(24) : « Je valide » (C12, Nexttel OhHa, 12/1/19) prend un autre sens que celui d'« accepter » pour signifier « confirmer ».

(25) : « ça dose vraiment » (C55, MTNYaMo, 28/11/17) dans lequel le verbe « doser » signifie « marcher » ou « fonctionner » au lieu de « proportionner » ou encore « équilibrer » dont le mot « vraiment » porte la même charge sémantique.

Il est donc remarqué que cette lexie ainsi que les lexies « grave » ou « fort » se trouvent généralement en fin de phrases et servent de marqueur d'intensité ou de renforcement sémantique.

Les mots de la langue peuvent non seulement être employés dans leur sens réduit ou élargit, mais peuvent aussi perdre leur sens de base pour en épouser d'autres par le processus de glissement sémantique.

#### 4.3. Le glissement de sens

Au même titre que la métaphore, l'extention et la restriction sémantique, le glissement sémantique consiste à réinjecter de nouveaux sens aux mots qui existent déjà dans la langue. Il s'agit de ce qu'on appelle « la re-sémantisation » des mots et expressions qui perdent leur sens de base pour en épouser d'autres. C'est le cas par exemple du mot « tuer » qui signifie « oter la vie ou mettre fin à la vie » qui devient principalement « impressionner » dans les énoncés (26) et (27) :

(26) : « le texte là, ça me tue... » (C39, MTNYaMo, 21/11/17).

(27) : « Nexttel tues-nous. » (C85, Nexttel OhHa, 19/09/2018).

Ainsi, Le verbe « tuer », a des dérivés tels que « bolè », « kill » qui ont le même sens dans le corpus. Ce sont des lexèmes à valeur hyperbolique. Quant à l'expression « votre pub est mortel MDR » (8) (C65, MTNYaMo, 20/12/17), le mot « mortel » est employé non dans le sens péjoratif signifiant « périssable » mais, sa signification est contraire dans cet énoncé. Il est employé ici dans le sens mélioratif pour signifier quelque chose de « magnifique ». C'est une façon pour le consommateur d'affirmer qu'il s'agit d'une stratégie captivante et satisfaisante.

Aussi, l'expression « je suis derrière toi » (28) signifie principalement « je suis avec toi » au lieu de « se trouver à l'arrière de quelqu'un ». (29) : « ...glissez sur le côté avec ça » (C3, MTNYaMo, 27/12/17) est employé ici dans le sens « d'aller voir ailleurs » alors que le verbe « glisser » signifie principalement « déplacer » ou même « enrouler ». C'est le cas également de l'expression « Tu as dérangé » (30) qui peut être employée, aussi bien, dans le sens positif que négatif. Elle s'emploie également dans le sens de « tu as fais fort », notamment dans le français courant au Cameroun pour signifier « tu as été formidable ». L'adjectif « fort » à ce niveau joue le rôle de supplément sémantique au verbe « faire ». Cet énoncé est orienté vers une personne qui fait de bonnes actions. Rappelons que cet adjectif peut également être employé dans le sens péjoratif. Tout dépend donc du contexte En dehors de ces cas de figure retrouvés dans le corpus, l'on rencontre certains mots et expressions qui sont employés métaphoriquement.

#### 4.4. La métaphore

Le corpus mis à la disposition pour cette étude met en évidence certaines tournures sémantiques qui nécessitent d'être analysées. Il s'agit principalement de la

métaphore qui consiste à employer un mot en lui attribuant soit un autre sens, soit le faire accompagner d'un autre par comparaison et affectation sémantique. Cette stratégie de créativité lexicale relève de la néologie de sens. Dubois et al. (1994 : 322) estiment que la néologie sémantique « consiste à employer un signifiant existant dans la langue considérée en lui conférant un contenu qu'il n'avait pas jusqu'à lors ». Dans la métaphore par exemple, il existe une ressemblance entre les deux éléments comparés. Il s'agit d'un mot qui se substitue avec un autre avec lequel ils entretiennent une relation d'analogie. Elle fait partie des compétences linguistiques des consommateurs. Elle leur permet d'exprimer leurs désirs et leurs insatisfactions. Les données relevées dans le corpus présentent plusieurs cas d'emploi de la métaphore. Lorsqu'on prend les énoncés tels que :

(31) : « on vous no aussi dans la frappe les gars (...). Mais je confirme quand'même que votre réseau est ndolait » (C9, MTNExtra, 21/12/17).

(32) : « Aïe MTN ! votre nouvelle stratégie de captivation c'est la sauce ... » (C1, MTNYaMo, 25/08/17).

(33) : « MTN YaMo c'est la patate ! 50f=5 min d'appel !trop génial. Je commence à kiff Mtn » C1, MTNYaMo, 23/12/17).

(34) : « c'est du chinois ça » (C7, MTNYaMo, 23/11/2017).

(35) : « (...) arrêtez de nous manger le cerveau ».

L'étude métaphorique permet de comprendre ces énoncés. On peut dès lors relever les mots respectifs « Ndolait, sauce, patate, chinois » qui sont employés métaphoriquement. Le « ndolè » par exemple est un plat africain, et plus précisément camerounais, qui est reconnu pour son amertume. Cette terminologie est un emprunt à la langue duala et elle est utilisée pour désigner les feuilles crues et cuites. Mais à ce niveau, cet emploi fait référence à un plat cuit dont la consommation est désagréable. C'est une façon pour ce consommateur de souligner la mauvaise qualité du réseau. La « sauce » qui est sensée être de bon goût et la « patate » qui de par son goût est sucrée, sont comparées aux produits des marques qui sont qualifiés de bons produits. Quant à l'expression « c'est du chinois », elle signifie « c'est faux » dans le sens de dénigrer car, tous les produits chinois, en contexte camerounais, sont considérés comme périssables . Quant à l'énoncé (20), la formule « manger le cerveau » signifie « mentir » ou encore « jouer des tours ».

S'agissant des énoncés : « [...] Après vous vous étonnez qu'on parte voir ailleurs [...] Je vous mets d'abord en pause (36) (C14, MTNYaMo, 23/11/17) et « pour de vrai Nexttel je vous avez mis au placard depuis longtemps... » (37) (C4, Nexttel OhHa, 20/07/18) , il faut dire que le français sur internet est également riche en synonymie. Les expressions telles que « mettre en pause » et « mettre au placard » traduisent la même réalité, ces mots sont substituables. Il s'agit là d'un processus d'affectation sémantique qui prend le sens de « garder » ou d' « oublier ». C'est une manière de montrer son désaveu à la marque.

Les locuteurs de la langue française au Cameroun utilisent plusieurs stratégies de formation de lexies donnant lieu à un usage particulier qu'on peut appeler « le français camerounais ». Tout de même, dans cet usage du français, on retrouve des expressions qui ressemblent aux formules populaires des langues nationales au Cameroun car, « il est courant de s'exprimer en français, mais en réfléchissant dans les langues du continent » (SE, 2007 : 171).

#### 4.5. Les calques

Les calques d'expressions sont beaucoup plus nombreux dans le corpus. Ce sont des emprunts traduits littéralement d'une langue à une autre. Le calque est « une forme d'emprunt qui consiste à utiliser les unités lexicales d'une langue dans un arrangement structural d'une autre langue (...) le calque est la transposition d'un mot ou d'une expression d'une langue prêteuse à une langue emprunteuse par le biais de la traduction » (Essonno, 1998 : 61). Certaines de ces expressions comme « je suis derrière toi » (28), [...] Moi aussi je vais arreter avec vous » (38) sont des calques. Le premier énoncé est un calque syntaxique qui est traduit mot à mot des langues camerounaises à la langue française. Aussi, la formule « hichch! xa ne donne même pas, xa susse tout ton credit » (4) (C115, MTNExtra, 21/07/17) en est un autre exemple de ce phénomène linguistique, mais qui touche la sémantique plutôt que la syntaxe. « sucer » signifie « tirer » ou même « têter », mais dans cet énoncé, il signifie « prendre ».

Nous avons analysé dans ces passages les commentaires des utilisateurs Facebook sur les marques MTN et Nexttel. Nous avons remarqué que certains néologismes syntaxico-sémantiques débouchent au changement de sens, donnant lieu à une signification particulière de certaines expressions que nous avons dénichées dans le tableau suivant :

**Tableau 1 : signification de quelques tournures figées dans le français camerounais selon leur contexte d'usage**

Expressions	Significations	Valeur du message
(39) : « ...qu'est-ce qui n'a pas marché ? » (C53, MTNExtra, 21/07/17)	Source musicale : qu'est-ce qui ne va pas ?	Sens négatif
(40) : « je suis sauf que dedans... » (C10, MTNExtra, 22/08/17)	Je vais acheter ce forfait	Sens positif
(41) : « Nexttel, tu connais » (C19, Nexttel OhHa, 17/11/18)	C'est ce dont j'ai besoin	Sens positif
(42) : « donc avec 50 Mo vous avez tué !!! »	Pensez-vous avoir bien fait ?	Sens négatif
(43) : « voici ça » C66, Nexttel OhHa, 19/09/18)	C'est ce que j'attendais	Sens positif
(44) : « c'est le ndolait crevette » (C33, Nexttel OhHa, 04/10/18)	C'est un bon forfait	Sens positif
(45) : « ne commencez pas à me taper sur le système ! svp »	Ne m'énervez pas	Sens négatif

Le tableau ci-dessus fait l'inventaire non exhaustif des énoncés ayant un écart avec le français standard. Il s'agit de l'usage d'un langage typiquement camerounais. Ces camerounismes constituent l'essentiel même des commentaires faits par les consommateurs sur les pages Facebook des opérateurs de téléphonie dans ce pays.

#### Conclusion

Nous pouvons conclure en disant que la description des pratiques discursives effectuées sur Facebook donne l'allure d'une langue inconstante marquée par de nombreuses variations. Rappelons que pour le corpus, nous avons eu recours au réseau social « Facebook » pour recenser les productions discursives des consommateurs. Ce sont des discours énoncés sur les différents produits proposés par les marques MTN et Nexttel. Il s'agit notamment des produits MTN YaMo, MTN Extra et OhHa. S'inspirant de la

théorie de Saussure qui stipule que « le fleuve de la langue coule sans interruption », nous pouvons affirmer que c'est une vérité incontestable, car la langue évolue et cette évolution laisse des traces. L'observation de ces usages permet de constater les traces langagières d'un langage camerounais qui présente des énoncés courants, accessibles à tout le monde et nourris en grande partie des calques car, « le camerounais qui s'exprime en français [ou en anglais] transpose dans cette langue le système de sa langue maternelle » (Essono, 1996 : 182). Ils sont également nourris par des emprunts faits soit en anglais, soit en langues locales et parfois des néologismes formés par créativité lexicale même si Nzessé (2010 : 46) pense que « nous ne sommes pas là devant un processus de novation, mais bien au contraire face à l'appauvrissement inquiétant de la langue française ». Ces mécanismes de construction lexicale relèvent d'une simple imagination des locuteurs de la langue française dans ce pays. Bien qu'enrichissant la langue française, cet usage moins normé a tendance à s'amplifier. Il est également constaté après analyse que deux types de langage sont utilisés en fonction des internautes : il s'agit d'un français moins normé qui prend en compte les structures des langues maternelles et une autre typologie qu'on appelle le camfranglais. On peut donc convenir avec Pöll (2005) que le français est une langue dite « pluricentrique », c'est-à-dire qui reconnaît l'existence de plusieurs normes.

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ASSIPOLO NKEPSEU, Laurain Luras, (2018), *Dynamique du français au Cameroun*, thèse de Doctorat, Université de Yaoundé I.
- BILOA, Edmond et al., (2008), *Le Camfranglais : quelle parlure ? Étude linguistique et sociolinguistique*, Peter Land GMBH, internationaler Verlag der Wissenschaften.
- BILOA, Edmond, (2007), « Appropriation, déconstruction du français et insécurité linguistique dans la littérature africaine d'expression française », dans *Synergies Afrique centrale et de l'Ouest*, 2, pp. 109-126.
- BILOA, Edmond, (2004), *La langue française au Cameroun*, Berne, Peter Lang.
- CHARAUDEAU, Patrick., et Maingueneau, Dominique, (2002), *Dictionnaire de l'analyse du discours*, Paris, Le Seuil.
- DUBOIS, Jean et al., (2002), *Dictionnaire de linguistique*, 1ère édition, Paris, Larousse Bordas.
- DUBOIS, Jean et al., (1994), *Dictionnaire de linguistique*, Paris, Larousse Bordas.
- ELOUNDOU ELOUNDOU, Venant, (2018), « Langues et médias en Afrique noire francophone », dans *Communication, technologies et développement* [en ligne], 5/2018, mis en ligne le 02 janvier 2018. disponible en ligne : <http://journals.openedition.org/ctd/423>.
- ESSONO, Jean-Marie, (1998), *Précis de linguistique générale*, Paris, L'Harmattan.
- JOLY, Martine, (2015), *Introduction à l'analyse de l'image*, 3<sup>ème</sup> édition, Paris, Armand Colin.
- LAETTITA Bibié-Emerit, (2015), *Description du discours numérique : étude des bouleversements linguistiques du web au travers de l'exemple des souhaits d'anniversaires sur Facebook*, thèse de Doctorat en linguistique, Paris, Université Michel de Montaigne.
- MENDO ZE, Gervais, (2009), *Insécurité linguistique et appropriation du français en contexte plurilingue*, Paris, L'Harmattan.
- MOREAU, Marie-Louise, (1997), *Sociolinguistique : concepts de base*, Liège, Mardaga.
- NZESSE, Ladislas, (2010), « Insécurité linguistique. Quelle langue française pour quel avenir de la jeunesse africaine francophone ? propositions théoriques pour un français de qualité et partant de l'insertion socioprofessionnelle de cette jeunesse : le cas du Cameroun », dans *Revue de lettres et sciences humaines*, pp. 33-50.

- ONGUENE ESSONO, Louis-Marie, (1999), « Normes endogènes et usages du français au Cameroun », dans Gervais MENDO ZE (dir.), *Le français langue africaine, enjeux et atouts pour la francophonie*, Paris, Publisud, pp. 321-330.
- ONGUENE ESSONO, Louis-Marie, (1993), « Norme endogène dans le français écrit des médias camerounais », dans *Inventaire des usages de la francophonie : nomenclatures et méthodologies*, Paris, John cibbeyEurotext.
- PAVEAU, Marie-Anne, et Sarfati, G., (Éd.), (2017), *L'Analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann.
- PETTI, Robert, (1994), *Dictionnaire de la langue française*, Paris, Le Robert.
- POLL, B., (2005), *Le français langue pluricentrique ? Etudes sur la variation diatopique d'une langue standard*, Frankfurt am Main, Peter Lang.
- RIEGEL, Martin et al., (1994), *Grammaire méthodique du français*, Paris, PUF.
- SAUSSURE, Ferdinand de, (1962), *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot.
- SE, Privat, (2007), *Narration et création littéraire dans la production romanesque d'Henri Lopes*, thèse de doctorat en Lettres Modernes, Université de Cocody, Abidjan.
- TABI-MANGA, Jean, (2000), *Les politiques linguistiques du Cameroun – Essai d'aménagement linguistique*, Paris, Khartala.
- TABI-MANGA, Jean, (1994), « Statut, usage et rôle du français au Cameroun », dans S. Abou et K. Haddad (dir.), *Une francophonie différentielle*, Paris, L'Harmattan, pp. 237-251.
- TELEP, Suzie, (2014), « Le camfrançais sur internet : pratiques et représentations », dans *Le français en Afrique*, n°28, pp. 27-48.
- TSOFAK, (2002), « Publicité, langue et plurivocalité au Cameroun », dans *SudLangues*, n°1, Dakar, UCAD, pp. 22-36, disponible in [www.refer.sn](http://www.refer.sn).
- WAMBA, Rodolphe Sylvie, et NOUMSSI, Gérard Marie, (2003), « Le français au Cameroun contemporain : statuts, pratiques et problèmes sociolinguistiques », dans *SudLangues*, 2, pp. 1-20.
- ZANG ZANG, Paul, (2018), « Du français en Afrique aux français d'Afrique : quel (s) parcours ? », dans Oreste FLOQUET (éd), *Aspects linguistiques et sociolinguistiques des français africains*, Niamey, Studi es in European Linguistics, pp. 1-19.
- ZANG ZANG, Paul, (1998), *Le français en Afrique : normes, tendances évolutives, dialectalisation*, Munich, Lincom Europa.