Les trilingues face aux anglicismes: étude contrastive portant sur leur comportement verbal et leur créativité lexicale

par
Mihaela Lupu

In this paper, we aim to analyze the verbal behaviour and the lexical creativity triggered by Anglicisms within two target groups of trilingual students. They had to answer a few questions about 50 Anglicisms (frequence of use, meaning, use in formal or informal conversations, creation of a hybrid term starting from an Anglicism, vitality of these creations among their close friends / relatives / mates, existence of an equivalent in their mother tongue). Our analysis shows that both target groups know very well almost all of these Anglicisms and use them in their daily life, some of them extremely frequently. The verbal behaviour of these students reveals their perceptions of foreign terms in comparison with native-tongue words. Some of these foreign terms have particular meanings in the students' native tongues (Romanian / French) which are unknown in English. Most of these terms have served as a basis of derivation for Anglo-Romanian or Anglo-French hybrids (not necessarily the students' creations), which is a convincing proof for their lexical integration within the two borrowing languages.

1. Préambule. Présentation du projet de recherche COMPVERB

Cette étude s'inscrit dans un cadre scientifique plus large, à savoir un projet de coopération[1] bilatérale entre l'Université « Alexandru Ioan Cuza » de Iaşi et l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse intitulé ***Emprunt linguistique, créativité lexicale et comportement verbal chez les trilingues – COMPVERB –*** Programme d'Actions Intégrées (PAI) Brâncuşi[2] / Partenariat Hubert Curien, Roumanie-France, 2011-2012 (contrat n° 509/2011). Dans cette étude, qui représente le produit final du projet, nous avons dépouillé et analysé les questionnaires administrés à deux groupes cibles d'étudiants trilingues[3]. Les

[1] Ce projet a été réalisé dans le cadre du programme Capacităţi – PN II, déroulé avec l'aide de ANCS (Autoritatea Naţională pentru Cercetare Ştiinţifică) et UEFISCDI (Unitatea Executivă pentru Finanţarea Invăţământului Superior, a Cercetării, Dezvoltării şi Inovării), pour la partie roumaine et le Ministère français des Affaires Etrangères, avec le soutien du Ministère de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, pour la partie française.

[2] L'équipe roumaine: lect. dr. Mihaela Lupu (directrice du projet pour la partie roumaine), conf.dr. Felicia Dumas (membre), dr. Edelina Cîmpianu (assistante de recherche). L'équipe française : Patrice Brasseur, Professeur des Universités (directeur du projet pour la partie française) et Anika Falkert, maître de conférences (membre).

[3] Nous nous rallions à la vision de Robert qui définit le plurilinguisme comme étant « la connaissance individuelle de trois langues ou plus » (2008 :10) et appelons *plurilingue* toute

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

objectifs généraux du projet sont les suivants: a) analyser le comportement verbal des trilingues roumains et français ainsi que leur créativité lexicale générée par l'anglais ; b) identifier les raisons (cognitives, psychologiques, pragmatiques, linguistiques, etc.) qui justifient l'emploi des anglicismes à la place des termes autochtones; c) étudier la manière dont l'anglicisme devient source de créativité lexicale (termes dérivés, composés, hybrides, jeux de mots, etc.) chez les trilingues. Pour ce faire, nous avons constitué deux groupes cibles auxquels nous avons demandé de remplir un questionnaire que nous avons conçu compte tenu des similarités qui peuvent exister entre des locuteurs provenant d'espaces géolinguistiques différents. Le premier groupe comprend des locuteurs de langue maternelle roumaine parlant le français et l'anglais, alors que le second est formé de locuteurs de langue maternelle française connaissant, pour la plupart, le roumain ou une autre langue romane et l'anglais. Les deux groupes cibles sont égaux, chacun étant constitué de 26 personnes. Le groupe roumain comprend 19 étudiants en licence et 7 en master (26 au total, toutes des personnes de sexe féminin), tandis que le groupe français est composé de 12 étudiants en licence et de 14 étudiants en master (au total, 26 personnes dont 15 de sexe féminin et 11 de sexe masculin). Les étudiants de langue maternelle roumaine en licence sont âgés de 20 à 26 ans ; ils sont en IIe année et étudient le français comme L1 ou L2 à l'Université de Iaşi. Ceux en master (*Didactique du FLE et éducation interculturelle,* Université de Iaşi) ont de 22 à 35 ans. Les étudiants français en licence sont âgés de 19 à 27 ans ; certains étudient le roumain comme L3 en Ière ou en IIe année à l'Université d'Avignon tandis que d'autres apprennent le roumain en tant que langue étrangère à l'Université de Iaşi[4]. Les étudiants français en master (*Didactique du FLE / FLS et éducation interculturelle*, Université d'Avignon) sont âgés de 21 à 47 ans.

Pour ce qui est du **profil langagier des répondants roumains**, la plupart se déclarent trilingues (roumain – français – anglais). Les 19 étudiants roumains en licence se sont auto-évalués à propos de leur niveau d'anglais : avancé 10 personnes, intermédiaire 8 personnes, non indiqué 1 personne. Nous considérons qu'une description des niveaux déclarés est nécessaire, car les chiffres et les opinions des étudiants divergent largement. Ainsi, ceux qui ont indiqué le niveau avancé étudient l'anglais depuis 8 à 15 ans, intermédiaire: depuis 2 à 9 ans, niveau non indiqué: depuis 9 ans. Six répondants roumains en master se déclarent avancés, mentionnant un nombre d'années très différent : de 1 à 14. Celui qui a étudié l'anglais pendant seulement une année a probablement eu la possibilité de

personne capable de manier au moins trois langues, les niveaux de maîtrise des langues en question pouvant être différents. Par conséquent, les trilingues sont inclus dans la classe plus large des plurilingues.

[4] Nous remercions Mme Iolanda Sterpu, enseignante de roumain langue étrangère au *Département de roumain pour étudiants étrangers* de l'Université « Alexandru Ioan Cuza » de Iaşi, d'avoir eu la gentillesse de parler de notre projet à ses étudiants étrangers qui ont accepté de répondre au questionnaire.

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

perfectionner ses connaissances d'anglais dans un milieu autre qu'institutionnel. Une seule personne qui se dit intermédiaire étudie l'anglais depuis 11 ans. Quant au **profil langagier des répondants français**, il faut dire que la plupart (10 étudiants) se déclarent débutants en roumain tandis que deux d'entre eux n'indiquent aucun niveau. Les 14 étudiants français en master annoncent les niveaux suivants : avancé (1 pour l'italien, 4 pour l'espagnol) ; intermédiaire (3 pour l'italien, 1 pour l'espagnol) ; débutant (3 pour l'espagnol, 1 pour le roumain). Ils étudient l'anglais depuis 7 à 13 ans.

Méthode de travail et conception du questionnaire. Nous avons conçu et par la suite administré un questionnaire aux étudiants[5] en question. Nous devrions faire maintenant quelques précisions importantes à propos des anglicismes retenus. Comme le nombre d'anglicismes en usage dans les deux langues maternelles concernées (le roumain et le français) est considérable, nous avons dû restreindre notre choix en prenant comme critères la fréquence et la représentativité des anglicismes dans les deux langues maternelles. Pour ce qui est de leur ancienneté, certains sont très bien assimilés, d'autres, beaucoup plus récents, sont évidemment encore ressentis comme étrangers. Outre les questions de spécialité, ce questionnaire contient un tableau avec 50 anglicismes (noms, adjectifs, interjections)[6] très répandus en roumain et en français. Pour ce qui est de la définition de l'anglicisme, nous retenons celle qui a été proposée par Rey-Debove[7], avec cette précision que nous ne nous limiterons pas au mot simple, mais nous inclurons également des anglicismes comme *e-mail, number one*: « Qu'est-ce donc qu'un anglicisme? C'est un mot qui appartient à la langue anglaise (d'Angleterre ou d'Amérique) et qui est passé en français[8], où il est employé au même titre que les autres mots, d'abord timidement, avec des guillemets, de l'italique ou des commentaires, par quelques personnes, puis sans précautions et plus ou moins massivement » (1982 : VII).

Voici, plus bas, les anglicismes que nous avons inclus dans le questionnaire:

beep	fair play	know-how	OK	Soft
best	fast food	leasing	online	Staff
brand	flash	live	party	Star

[5] Les étudiants de langue maternelle roumaine ont répondu au questionnaire en s'exprimant certains en roumain, d'autres en français.

[6] Certains de ces termes fonctionnent aussi comme verbes en anglais (forme identique pour *(to) break, (to) cool, (to) e-mail, (to) hit, (to) look, (to) show*, etc.) ou comme adverbes (*hard*). Mais, puisqu'ils avaient été empruntés en roumain et en français comme noms ou comme adjectifs, nous étions persuadée que les répondants identifieraient principalement leur statut nominal / adjectival, ce qui d'ailleurs s'est confirmé pour la plupart des termes. Nous avons décidé de signaler le statut nominal de l'anglicisme *scanner* pour que les étudiants ne le confondent pas avec le verbe *scanner,* dérivé en français.

[7] Définition donnée par Rey-Debove dans la préface au *Dictionnaire des anglicismes* (1982) qu'elle a réalisé avec G. Gagnon.

[8] Nous appliquerons la même définition aux anglicismes qui existent en roumain.

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

break	fresh	living	play-back	target
business	hacker	living-room	second-hand	thriller
challenge	hard	look	shopping	top
click	hit	loser	scanner (*nom*)	trend
cool	hobby	manager	score	VIP
design	horror	marketing	scotch	workshop
e-mail	job	number one	show	Wow !

Les informateurs ont dû répondre à neuf questions dont les réponses étaient ouvertes ou, au contraire, fermées[9]. Les questions sont les suivantes:

A. Utilisez-vous ce terme? Si oui, avec quelle fréquence ? Jamais, rarement, souvent, très souvent.
B. Avec quel sens ?
C. Dans quel genre de conversations vous en servez-vous? Formelles ou informelles?
D. Avez-vous créé un terme mixte anglo-français (pour les Français) / anglo-roumain (pour les Roumains) à partir de cet anglicisme ? Si oui, citez ces créations !
E. Votre création lexicale a-t-elle été reprise par vos amis, proches, etc. ? Si oui, quelle est sa fréquence ? Pas du tout, assez fréquente, fréquente, très fréquente.
F. Connaissez-vous un équivalent de ce terme étranger dans votre langue maternelle? Si oui, citez-le!
G. Percevez-vous une différence de sens ou autre entre l'anglicisme et son équivalent français ? Si oui, laquelle ?
H. Préférez-vous l'anglicisme à son équivalent français ? Oui / non.
I. Lesquels des anglicismes de la première colonne du questionnaire ont pour vous une fonction valorisante / dévalorisante par rapport à leurs (éventuels) équivalents de votre langue maternelle ? Valorisante / dévalorisante.

2. Analyse des données

Il faut préciser d'emblée que dans la présente étude nous nous pencherons seulement sur les six premières questions, les trois dernières étant analysées dans notre article *Les motivations objectives et les perceptions subjectives sous-tendant l'emploi d'anglicismes chez deux groupes cibles d'étudiants trilingues*[10]. Nous ferons une analyse contrastive des données, en nous servant aussi, au besoin, d'outils statistiques.

2.1. Fréquence d'emploi des anglicismes

Dans un premier temps, nous présenterons les résultats de l'analyse des réponses données par les répondants roumains et français à la question A:

[9] Cela n'a pas empêché un répondant roumain d'ajouter une cinquième réponse possible à la première question portant sur la fréquence d'emploi des anglicismes, à savoir *très très souvent* (pour l'interjection *wow!*).

[10] Publié dans ce même volume.

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

Utilisez-vous ce terme? Si oui, avec quelle fréquence? (Jamais, rarement, souvent, très souvent). En dépouillant les questionnaires, nous avons pu constater que la plupart des anglicismes étaient très fréquents dans le milieu étudiant. Par exemple, la figure n° 1 présente, par ordre décroissant, les anglicismes les plus fréquents chez les répondants **roumains**. Il s'agit des termes à propos desquels ils ont déclaré qu'ils les employaient **très souvent et souvent**. Nous indiquons seulement les pourcentages qui dépassent la moitié des répondants sur un total de 26 personnes. Voici leurs préférences: *e-mail, OK, online* (26 répondants soit 100%), *beep, click, hobby* (25 répondants soit 96%), *job* (24 répondants soit 92%), *fast food* (23 répondants soit 88%), *design, manager, wow*! (22 répondants soit 84%), *live, shopping, show* (21 répondants soit 80%), *second-hand* (20 répondants soit 76%), *business, look* (19 répondants soit 73%), *hit, horror, party, star, top, VIP* (18 répondants soit 69%), *marketing* (17 répondants soit 65%), *fresh, play-back, scanner, thriller, trend* (16 répondants soit 61%), *cool* (15 répondants soit 57%).

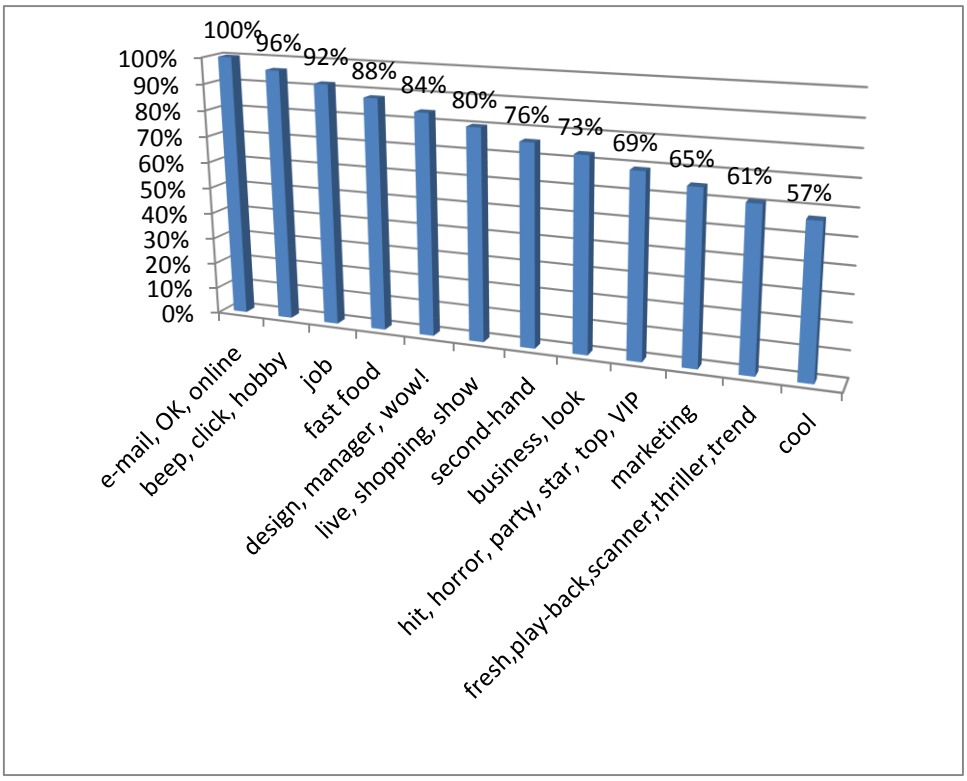

Figure n° 1 – Les anglicismes les plus fréquents chez les étudiants roumains

Commentaires. Ces chiffres trahissent de véritables mutations sociales, visibles dans la manière dont les jeunes de nos jours passent leur temps, travaillent, se documentent, communiquent, etc. Comme on s'y attendait, certains

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

des termes qui occupent la première (100% !) et la seconde position (96%) sont des anglicismes ayant trait aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (Internet, portable) comme *e-mail, online, beep, click*, ainsi que d'autres comme *OK* et *hobby*. Viennent ensuite avec des pourcentages impressionnants des anglicismes comme *job, fast food, design, manager, wow!, live, shopping, show, second-hand, business, look, hit, horror, party, star, top, VIP*.

La figure n° 2 présente, par ordre décroissant, les anglicismes les moins fréquents chez les répondants **roumains**, c'est-à-dire ceux qu'ils n'utilisent **jamais** ou qu'ils emploient **rarement**. Nous indiquons seulement les pourcentages qui sont en deçà de 50%, donc de la moitié des répondants sur un total de 26 personnes: *challenge* (25 répondants soit 96%), *break, score* (21 répondants soit 80%), *flash, know-how* (20 répondants soit 76%), *leasing, staff, workshop* (19 répondants soit 73%), *brand* (18 répondants soit 69%), *hacker, number one* (17 répondants soit 65%), *best, target* (16 répondants soit 61%), *scotch* (15 répondants soit 57%).

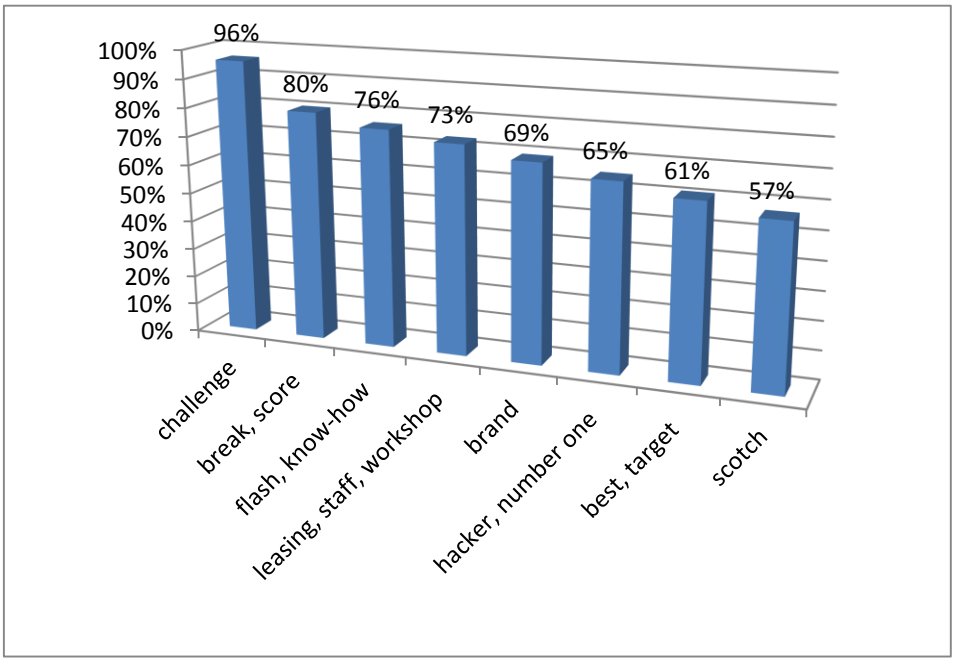

Figure n° 2 – Les anglicismes les moins fréquents chez les étudiants roumains

Commentaires. Comme on peut le voir, ce sont des termes un peu plus spécialisés (par exemple *know-how, leasing, workshop, brand, target*) qui ne concernent pas directement la vie quotidienne du commun des (jeunes) usagers. Des anglicismes comme *hacker, number one* et *best* occupent des positions plus en bas de l'échelle (étant plus courants), ce qui s'explique dans certains cas (*best*

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

et *number one*) par l'absence de spécialisation terminologique, dans d'autres (*hacker*) par leur incidence accrue parmi les jeunes, qui, en général, sont de bons connaisseurs des outils informatiques.

La figure n° 3 présente les anglicismes employés **très souvent et souvent** par les répondants **français**: *e-mail, OK* (26 réponses soit 100%), *star* (25 réponses soit 96%), *cool* (24 réponses soit 92%), *scotch* (23 réponses soit 88%), *fast food* (22 réponses soit 84%), *click, flash, job, shopping* (21 réponses soit 80%), *score, thriller* (20 réponses soit 76%), *business* (19 réponses soit 73%), *fair play, look, scanner, top* (17 réponses soit 65%), *design, hobby, live, marketing, show, VIP* (16 réponses soit 61%), *hard, online, play-back* (15 réponses soit 57%).

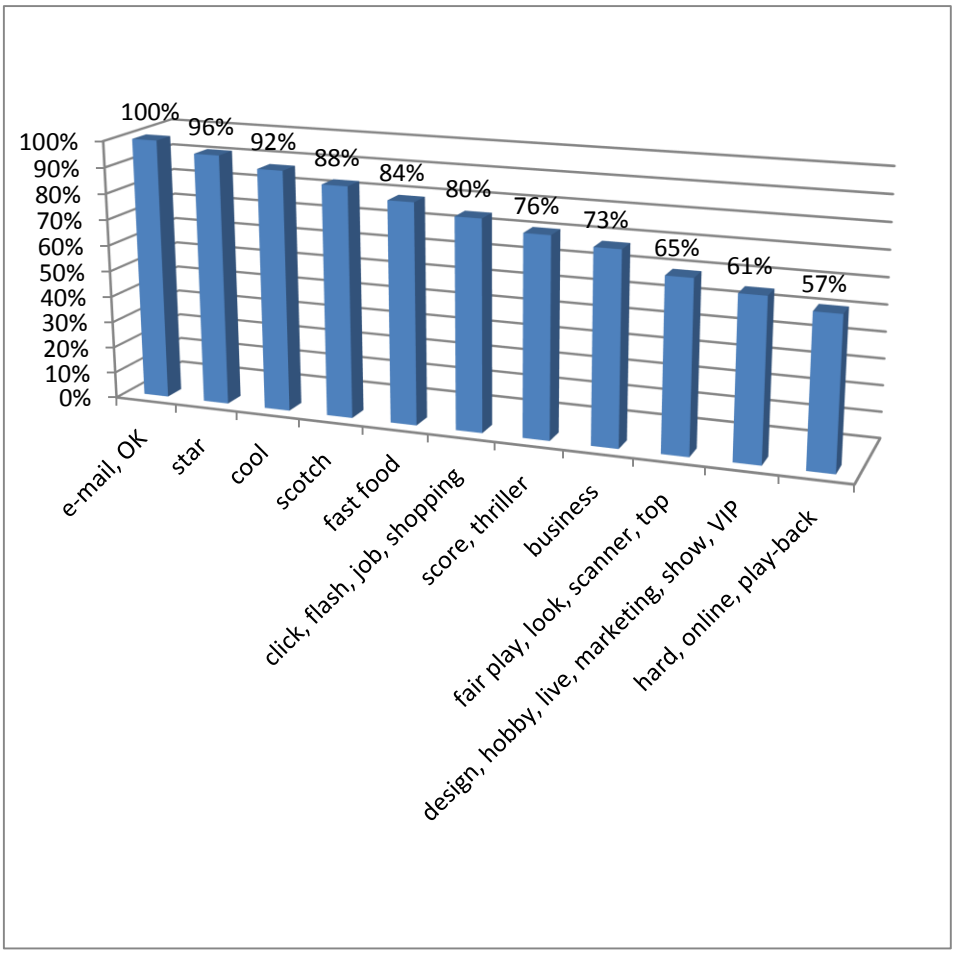

Figure n° 3 – Les anglicismes les plus fréquents chez les étudiants français

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

Commentaires. Comme leurs homologues roumains, les étudiants français privilégient du point de vue de l'usage des anglicismes comme *e-mail* et *OK* (première position, 100% des réponses). Ils sont suivis de termes qui occupent des places très différentes dans les préférences des étudiants roumains: par exemple, *cool* (92% chez les Français et 57% chez les Roumains) ou *star* (96% chez les Français et 69% chez les Roumains), pour ne citer que deux exemples éloquents. D'autres termes se situent exactement au même niveau (*shopping*: 80%) ou bien seulement à quelques pourcentages de distance dans les deux hiérarchies, prouvant donc des habitudes langagières similaires: *fast food, look, marketing, top, VIP*. D'autres cas intéressants qui méritent des commentaires plus détaillés sont représentés par les anglicismes *online, flash, second-hand. Online* se retrouve en tête chez les Roumains avec 100% de réponses, alors que chez les Français il n'a recueilli que 57% des voix; cela s'explique, selon nous, par le fait que la langue française dispose du calque *en ligne* qui traduit et remplace parfaitement son homologue français (il n'y a pas de calque similaire en roumain). Les répondants ont indiqué d'autres possibles équivalents de l'anglicisme *online* dans leurs langues maternelles, à savoir *conectat* respectivement *connecté,* qui sont très parlants. Le second, *flash*, qui est employé (très) souvent par les Français (80%), ne figure pas parmi les préférences des Roumains; la position privilégiée qu'il occupe dans la hiérarchie des Français est étayée par l'impressionnante richesse sémantique qui lui est associée (voir *infra* 2.2.2. les expressions mentionnées et les sens acquis en français, langue emprunteuse). Inversement, l'anglicisme *second-hand*, qui a recueilli 76% des voix roumaines, apparaît en tête dans la figure illustrant les termes que les Français n'emploient jamais ou qu'ils emploient rarement (100%). Cet écart considérable s'explique par des raisons extralinguistiques: en Roumanie, la prolifération, après la chute du communisme, des magasins revendant surtout des vêtements[11] et des accessoires de seconde main importés a contribué à la généralisation du terme.

La figure n° 4 présente les anglicismes que les répondants **français** déclarent employer **rarement** voire **jamais**: *horror, know-how, second-hand* (26 réponses soit 100%), *brand, trend, workshop* (25 réponses soit 96%), *fresh, leasing* (24 réponses soit 92%), *living, living-room* (23 réponses soit 88%), *target* (22 réponses soit 84%), *party* (21 réponses soit 80%), *hacker, hit* (20 réponses soit 76%), *beep, number one* (19 réponses soit 73%), *staff* (18 réponses soit 69%), *soft* (17 réponses soit 65%).

[11] Le terme peut s'appliquer aussi à d'autres produits usés, par exemple des pneus, des voitures, etc.

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

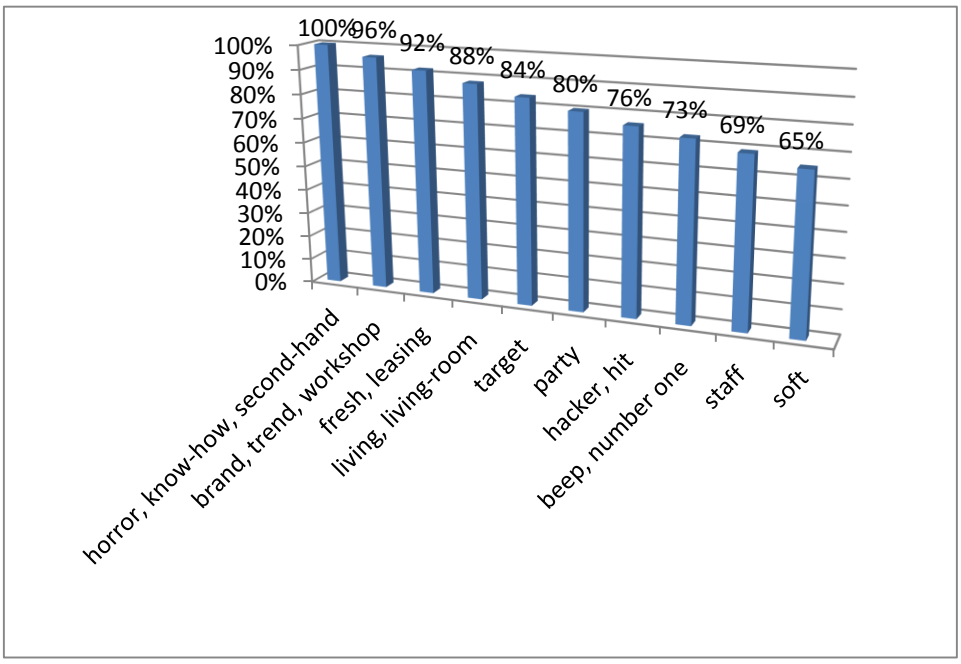

Figure n° 4 – Les anglicismes les moins fréquents chez les étudiants français

Commentaires. Les anglicismes que les répondants français n'emploient jamais ou bien dont ils s'en servent rarement sont des termes à la prononociation très difficile comme *know-how*, ou encore très similaires à leurs homologues français donc pratiquement inutiles (*horror* et *horreur, party* et *partie, fresh* et *frais / fraîche*), etc. D'autres sont concurrencés, voire évincés, par leurs équivalents français beaucoup plus parlants et en général synthétiques (*brand / marque, trend / mode* ou *tendance, workshop / atelier, leasing / crédit-bail, living(-room) / salon, target / cible*, etc.).

2.2. Analyse sémantique des anglicismes

Dans ce qui suit, nous analyserons conjointement les réponses données aux questions B (*Avec quel sens?*) et F (*Connaissez-vous un équivalent de ce terme étranger dans votre langue maternelle? Si oui, citez-le!*), car elles sont complémentaires. Cela nous permettra de jeter un regard d'ensemble sur les sens que les usagers attribuent à ces anglicismes ainsi que sur les équivalents autochtones que ces derniers ont dans la langue preneuse de chacun des groupes cibles. Pour ce qui est de la connaissance du sens des anglicismes, nous ferons plus bas quelques observations en miroir. En général, nous avons constaté une très bonne connaissance des anglicismes dans les deux groupes cibles[12]. Dans la plupart

[12] Il y a pourtant eu quelques méprises des deux côtés. Par exemple, chez les Roumains, les termes *hacker, challenge, know-how* et *staff* ont été mal traduits par certains répondants, alors que

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

des cas, les répondants roumains et français ont indiqué les mêmes sens pour les anglicismes du questionnaire. Pourtant, il y a aussi des développements sémantiques différents dans les deux camps, ce qui est d'ailleurs normal, car une fois entrés dans une langue receveuse, les emprunts se fraient un chemin à part. Nous mentionnerons *infra* les points communs ainsi que les divergences, en insistant sur les principaux changements sémantiques subis par les anglicismes dans les deux langues emprunteuses prises en considération (le roumain et le français).

2.2.1. Points communs

- La variété des réponses données par les étudiants roumains et français à propos du sens des anglicismes qu'ils emploient prouve qu'en fait certains de ces mots étrangers, qui ont comme équivalents dans la langue maternelle des usagers de nombreux termes, sont des emprunts qui ne répondent pas à un besoin objectif, dénominatif. Par exemple, *cool*, extrêmement courant chez les Roumains et chez les Français, est traduit par les termes suivants illustrant divers registres de langue: sens 1: *super, mi°to, tare, grozav, fain, bestial, frumos, la modă, şmecher* ; sens 2: *cumpănit* (pour le roumain) respectivement sens 1: *chouette, sympa(thique), génial, (à la) bien, amusant, agréable, super, énorme, nickel*; sens 2: *détendu, décontracté, calme, tranquille, négligent, distrait*; (adv.) *doucement* (pour le français). De même, l'adjectif *soft* a été rendu en roumain par *delicat, moale, uşor, lent, liniştit, blând* et en français par *doux, non violent, édulcoré, atténué, léger, facile, pas assez approfondi, tranquille*. Le terme *OK*, très ancien et très bien intégré dans les deux langues receveuses, et qui en plus occupe la première position (à côté d'autres termes) dans les préférences des étudiants roumains et français, avec 100% des voix, n'est pas du tout un emprunt nécessaire, ayant des équivalents excellents dans les langues maternelles des répondants: *bine, de acord, în regulă, da* (en roumain) respectivement *d'accord, oui, c'est bon, TB (très bien), ouais* (en français). Un autre exemple intéressant, l'interjection *wow!*, tellement répandue, a été traduite par les Roumains par *Mamă!, Pe bune?, Oh!, O, da!, Oho!,* alors que les Français ont proposé eux aussi des équivalents intéressants: *génial, énorme, impressionnant.* Le terme *shopping* est rendu en français par *courses, achats, emplettes*, ainsi que par les expressions *faire les magasins / les boutiques*.
- Les deux groupes cibles ont indiqué au moins deux acceptions pour certains anglicismes. Par exemple, *fast food* est connu et employé en roumain et en français avec les sens « restaurant » et « nourriture ». Pour ce qui est de *job*, la plupart des répondants roumains et français ont

chez les Français ce sont les termes *know-how*, *leasing*, *living(-room)*, *trend* et *workshop* qui ont parfois posé problème du point de vue du sens.

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

signalé le sens générique (« emploi ») et seulement quelques-uns le sens restreint (« emploi temporaire, saisonnier, petit boulot »). L'anglicisme *score* a été signalé avec son sens concret dans le domaine du sport mais aussi avec son sens générique « résultat » qu'il a acquis dans les deux langues emprunteuses. Le terme *scotch* est connu dans les deux langues surtout comme « ruban adhésif » et beaucoup moins comme « boisson ». En ce qui concerne *top,* le sens « classement » est mentionné par certains des répondants des deux groupes, mais beaucoup plus souvent par les Roumains (ce sens étant une évolution d'après l'anglais « the highest position (as in rank or achievement) »[13]).

- D'aucuns laissent voir des connaissances livresques, leurs réponses ne reflétant sans doute pas l'usage réel qu'ils font de certains mots: *break* (« casser »), *hit* (« frapper »), *live* (« vivre, habiter »), *show* (« montrer »), *look* (« jeter un oeil, regarder »). Par exemple, un étudiant français indique le sens de *look* (anglicisme qu'il déclare utiliser) comme étant « tenue », par contre, lorsqu'il s'agit de préciser un équivalent de cet anglicisme dans sa langue maternelle, il mentionne « regarder ». Dans ces cas, les répondants roumains et français ont tout simplement traduit les verbes, même si la question portait sur le sens avec lequel ils employaient l'anglicisme en question.

2.2.2. Divergences: particularités sémantiques

Dans un premier temps, nous nous pencherons sur les **particularités roumaines**:

- Outre le sens dénotatif *frais*[14], l'adjectif *fresh* est mentionné par les répondants roumains avec un sens spécial « qui n'est pas fatigué; en forme »[15], apparu dans leur langue maternelle qui a bien intégré cet anglicisme.
- Les sens de *hard,* obtenu par troncation de *hardware* ou par ellipse de *hard disk*, sont signalés seulement par les Roumains: « composante de l'ordinateur », « disque dur » (la plupart ont mentionné seulement le sens de l'adjectif *hard*, à savoir « difficile, dur »).
- Certains Roumains ont également mentionné le sens du substantif *soft,* troncation de *software*, signifiant « logiciel ». Ce qui explique, à notre avis, cette particularité, ainsi que la précédente, c'est que les utilisateurs

[13] http://www.merriam-webster.com/dictionary/top, consulté le 22 août 2012.

[14] Ce qui nous a profondément étonnée, c'est l'absence – dans cette rubrique – du sens du substantif *fresh* (« jus de fruits récemment pressés »), qui est extrêmement répandu en roumain. Cette acception ne figure que dans une seule réponse à la question portant sur la créativité lexicale à partir des anglicismes cités: *freş de portocale*.

[15] Cet anglicisme (ainsi que d'autres) apparaît aussi dans le langage des politiques (déclarations informelles, interviews). Voir, à ce titre, notre article *Les ressources langagières au service des stratégies stylistiques et argumentatives dans le discours des politiques* (Lupu, 2012: 55-58).

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

roumains de l'informatique se servent dans la plupart des cas de l'anglais; ils utilisent des logiciels en anglais, ils sont donc très familiarisés avec cette terminologie. Au contraire, en France, les terminologies sont très souvent francisées, celle de l'informatique ne faisant pas exception. Pour comparer les choses dans les deux espaces, en roumain même le vocabulaire le plus usuel est d'habitude[16] anglais, parfois adapté à partir de l'anglais, alors qu'en français on a plutôt des termes autochtones: *mouse* /vs/ *souris*, *mouse pad* /vs/ *tapis souris*, *a restarta* /vs/ *redémarrer*, *ID* /vs/ *nom d'utilisateur, a lista, a printa* /vs/ *imprimer*, *e-mail* ou *mail* /vs/ *courriel*[17], etc.

- *Flash*: cet anglicisme est employé par certains étudiants roumains avec les sens « pressentiment », « idée brillante venue spontanément ».
- L'anglicisme *leasing* a subi en roumain deux phénomènes contraires: d'une part une généralisation du sens (« crédit, emprunt, location, mensualité »), d'autre part une restriction du sens (« mensualité payée pour l'achat d'une voiture à la fin d'un contrat de prêt ») étant donné que ce genre de contrat est très populaire en Roumanie parmi les acquéreurs d'automobiles.
- *Score*: cet anglicisme a acquis un sens particulier en roumain, à savoir « prix », qui est courant surtout dans la langue des jeunes.
- *Show*. Outre son sens propre « spectacle », signalé par les répondants des deux groupes cibles, les étudiants roumains ont indiqué deux sens spéciaux, qui se sont développés dans leur langue maternelle: « fête, soirée », respectivement « scandale, dispute »[18]. Les deux acceptions sont très courantes dans le milieu étudiant.

Nous présentons maintenant les **particularités françaises**:

- Pour le nom *break*, outre le sens de base « pause » mentionné en bloc par les Roumains aussi, les répondants français en indiquent deux autres (qui existent en anglais) relevant de domaines comme le sport (« un break au

[16] Bien évidemment, cela n'exclut pas l'existence de termes roumains ou de calques qui sont extrêmement courants: par exemple, *document ataşat* se substitue à *attachment*. La créativité lexicale en roumain à partir de l'anglais langue de l'informatique se traduit assez souvent par des structures hybrides, formées d'un verbe presque désémantisé comme *a da*, *a face*, suivi d'un anglicisme exprimant l'opération à accomplir; parfois, ces locutions verbales sont concurrencées par un verbe forgé sur un radical anglais auquel s'ajoute la désinence verbale du roumain: *a da delete*, *a da escape*, *a da save* (concurrencé par le calque sémantique *a salva*), *a forwarda*, *a da / a face (un) forward* (faiblement concurrencés par *a redirecţiona*), *a da reply* (souvent remplacé par *a răspunde*), *a downloada* (qui cède le pas à *a descărca*), etc.

[17] Il y a aussi des emprunts francisés, par exemple *mél*.

[18] Stoichiţoiu Ichim signale un sens « métaphorique à connotations péjoratives » acquis en roumain : « spectacle de mauvaise qualité, cirque, foire » (2006: 107), très proche de celui que nos étudiants ont indiqué « scandale, dispute ».

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

tennis ») et la danse (« un style de danse »), ainsi qu'un sens plus restreint développé en français (« pause dans une relation »).

- *Flash*: cet anglicisme est de loin le plus détaillé par les répondants français. Il a le champ sémantique le plus riche, les sèmes communs à tous ces sens particuliers étant « rapidité » ou « lumière » : « idée, nouvelle rapide » (*flash-info*) ; « souvenir »; « vision soudaine » (*avoir un flash*); « coup de coeur, coup de foudre ». Nous mentionnons aussi le verbe intransitif *flasher* (« halluciner ») ainsi que les expressions imagées qui suivent: *flasher sur qqn* (« remarquer qqn. »), *être flashé par un radar* (« prendre une contravention par les radars automatiques »).
- Pour un répondant français, l'anglicisme *fresh* fait penser à un état de satisfaction. N'étant mentionné que par un seul informateur, ce sens paraît plutôt marginal.
- *Shopping*: outre le sens général (« achats, courses ») qui est indiqué par la plupart des répondants français et roumains, un sens restreint est signalé seulement par les étudiants français: « courses fashion, achats vestimentaires ».
- *Scotch* : cet anglicisme a donné naissance à un verbe du premier groupe (*scotcher*) dont le participe apparaît dans l'expression *être scotché*[19] (son sens figuré, acquis en français, est « être surpris »).
- *Top*: un sens répertorié par les dictionnaires anglais est mentionné seulement par les Français: « vêtement (T-shirt), débardeur, haut de vêtement ».

2.3. Comportement verbal des usagers et perception des emprunts à l'anglais. Anglicismes /vs/ termes autochtones

Dans ce qui suit, nous ferons quelques remarques sur le comportement verbal des usagers roumains et français face aux anglicismes, lequel est influencé – entre autres – par la manière dont ils perçoivent ces termes étrangers. Dans bien des cas, ces perceptions transparaissent dans les définitions que les répondants ont données des anglicismes en question.

Certains Roumains associent explicitement le terme *fast food* à l'idée de nourriture malsaine (« repas rapide mais malsain », « nourriture malsaine (préparée rapidement) », « mâncare de gunoi »[20]). Les deux groupes cibles associent le terme *fast food* (générique) aux chaînes de restaurants qui proposent des plats cuisinés rapidement et à bon compte. L'effet de la mondialisation n'offre pas de surprises là-dessus: les Roumains ont cité *Mc' Donalds* (*sic*) et les Français *Macdo / Mc Do*. Les étudiants roumains y ont ajouté aussi un type générique de plat rapide (*sandwich*), ce qui correspondrait à une restriction du sens de l'anglicisme.

[19] Un autre emploi (sens) de cette expression ou seulement du participe *scotché* n'est pas mentionné par nos répondants, malgré sa fréquence en français: par exemple, *être scotché devant l'ordinateur* siginifie *ne pas (pouvoir) s'en détacher, y rester tout le temps*.

[20] C'est-à-dire « nourriture minable ».

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

Le fait qu'ils traduisent ou paraphrasent certains anglicismes en utilisant d'autres anglicismes (voire les mêmes!) prouve le degré de familiarisation considérable des étudiants roumains et français avec cette langue. Une deuxième explication passe par le fait que certains de ces anglicismes sont investis par les usagers étrangers d'un capital de prestige impressionnant. Par conséquent, ils ne mettent pas le signe de l'égalité entre ces termes et d'éventuels équivalents autochtones. A titre d'exemple, pour indiquer le sens de *VIP*, certains répondants français ont écrit « une personne JET SET ou une soirée mondaine », « star », « VIP »; quelques étudiants roumains ont cité les anglicismes « star » et « VIP ». De même, certains Français ont « traduit » *cool* en citant ... *cool* lui-même et un autre anglicisme, *fun*.

En analysant la fréquence des emprunts à l'anglais dans les deux groupes, nous avons constaté qu'à la question portant sur les sens avec lesquels ils les emploient, les étudiants français ont répondu en citant plus d'anglicismes que les Roumains (44 par rapport à 31). Inversement, les étudiants roumains ont cité beaucoup plus fréquemment des anglicismes en réponse à la question qui leur demandait d'indiquer des équivalents dans leur langue maternelle pour ces termes étrangers (34 anglicismes mentionnés par les Roumains par rapport à seulement 15 par les Français). Cela s'explique par la paresse de chercher des équivalents, par la conviction que les anglicismes ne sauraient être remplacés par des équivalents autochtones car les termes étrangers seraient pour eux (et non seulement pour eux!) plus parlants, ou encore par la préférence accordée au terme plus synthétique, plus concis (les usagers préférant employer le terme anglais qui, dans la plupart des cas, est plus court que le terme autochtone, pour ne plus dire que parfois les équivalents sont de véritables paraphrases, évidemment plus coûteuses du point de vue linguistique). A titre d'exemple, *click*, compris comme verbe ou comme nom, a été paraphrasé par des Français comme suit: « appuyer sur une souris / un bouton », « pointer du curseur », « le bruit d'une alarme ou d'une machine mécanique », *design* « esthétique industrielle et artistique », alors que les Roumains proposent pour *hacker* (en s'exprimant en roumain ou en français) les paraphrases suivantes: « qui découvre / vole les mots de passe sur Internet », « qui fait de la piraterie », « spărgător reţele informatice / de programe / de parole[21] ».

Voici les termes cités pour indiquer le sens ou bien ... un équivalent dans la langue maternelle (nous laissons de côté les exceptions en ne mentionnant que les convergences dans les deux groupes cibles): *beep* (ou *bip), cool, design, e-mail, fair play, fast food, flash, fresh, hacker, hobby, job, leasing, living, manager, marketing, OK, play-back, scan(n)er* (ou encore *scanneur* chez les Français), *score* (ou *scor*, roumanisé), *scotch* (ou *scoci*, roumanisé), *shopping, soft, star, thriller, top, VIP, wow!*. Le dernier a été reproduit aussi sous une forme plus ou moins phonétique: *Oau!, Uau!* (par les Roumains) respectivement *waouh!,*

[21] C'est-à-dire « casseur de réseaux informatiques, de logiciels, de mots de passe ».

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

waouw!, ouah! (par les Français). Les termes susmentionnés constituent plus de la moitié des anglicismes inclus dans le questionnaire.

Comme il résulte de nos affirmations précédentes, les répondants français utilisent plus souvent des équivalents autochtones pour expliquer / traduire les anglicismes. Ils sont les représentants d'une culture où la défense de la langue nationale est parfois devenue affaire d'Etat; pensons à la Loi Toubon[22], pour ne mentionner que la plus récente des interventions du politique sur la langue. Les termes cités ont été créés à partir des ressources propres au français (par exemple *courriel, courrier électronique* /vs/ *e-mail, numériseur* /vs/ *scanner, papier collant* ou *papier / ruban adhésif* /vs/ *scotch*) ou bien il s'agit d'emprunts francisés (*mél* pour *e-mail, scanneur* /vs/ *scanner*). Le même phénomène existe aussi en roumain, mais sa fréquence est considérablement plus réduite *(poştă electronică*[23] /vs/ *e-mail).*

Une autre solution (outre l'emprunt, la paraphrase) à laquelle nos répondants font appel est le calque lexical, phénomène que nous avons remarqué dans les deux camps. Par exemple, *number one* a été traduit par *numărul unu / numéro un*, *fair play* par *joc cinstit*[24]*, joc drept*[25]*, luptă dreaptă*[26], *fast food* par *nourriture rapide, online* par *en ligne*, *second-hand* par *(la/de) mâna a doua* / *(de) seconde main, VIP* a été rendu par un calque partiel ou total *persoană (foarte) importantă / personne (très) importante*.

En analysant les réponses données par les étudiants roumains et français à la question C: *Dans quel genre de conversations vous en servez-vous? Formelles ou informelles?*, nous avons dégagé les conclusions suivantes. Les termes qui sont représentatifs pour le vocabulaire des jeunes et / ou qui se rapportent à leur vie quotidienne comme *beep, best, click, cool, fast food, fresh, hobby, look, loser, ok, online, party, shopping, show, top, wow!* (exemples donnés par les Roumains) ou *break, cool, look, loser, show* et *top* (termes signalés par les Français) sont employés prioritairement dans des conversations informelles. Inversement, des termes à fonction dénominative, généralement considérés comme des emprunts nécessaires, sont employés par les deux groupes plutôt dans des conversations formelles: *design, e-mail, leasing, manager, marketing* (cités par les Roumains) et *design, e-mail, scanner, scotch* (mentionnés par les Français).

2.4. Analyse de la créativité lexicale générée par les anglicismes

Dans ce qui suit, nous nous pencherons sur la créativité lexicale des trilingues roumains et français (et des usagers en général). Celle-ci concerne la création de termes hybrides, forgés sur un radical anglais à l'aide d'affixes

[22] Il s'agit de la Loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française.

[23] D'ailleurs, ce syntagme nominal (*poştă electronică*) ne saurait remplacer *e-mail* dans tous les contextes (il est impossible de l'employer avec le sens « message écrit envoyé via Internet »).

[24] Littéralement « jeu honnête ».

[25] Littéralement « jeu juste ».

[26] Littéralement « combat juste ».

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

autochtones (roumains, pour le groupe cible d'étudiants roumains, respectivement français, pour le groupe cible d'étudiants français). Notre question, qui était formulée avec précision, a reçu des réponses très diverses, les étudiants mentionnant non seulement des dérivés, mais aussi des expressions (locutions et autres) contenant un anglicisme et des termes autochtones. Il faut dire d'emblée que de nombreux exemples cités par les répondants ne sont pas du tout des créations personnelles, ces termes / structures faisant déjà partie de la langue commune. Nous avons pourtant décidé de les mentionner afin de prouver leur fréquence et leur vitalité dans le langage des jeunes. En analysant les réponses données à la question D: *Avez-vous créé un terme mixte anglo-roumain à partir de cet anglicisme?, Si oui, citez ces créations !* les étudiants roumains ont indiqué les créations suivantes :

►**Verbes**. Les formes mentionnées sont des infinitifs surtout du IVe groupe de conjugaison se terminant par *-(u)i,* lequel fait preuve d'une productivité impressionnante: *a beepui, a bipui* (orthographe plus courante), *a brendui*[27], *a clickui / a click-ui / a clicui* (hésitations orthographiques), *a flashui / a flaşui, a hackări* / *a hăcui* (créations sur *hacker,* la seconde trahissant une contamination délibérée avec *a hăcui* « couper grossièrement »), *a play-backui, a scotchui*. Il y a également des verbes du Ier groupe[28] se terminant par *-a*: *a clicka / a clica, a manageria / a manegeria* (hésitations orthographiques), *a scana.* On pourrait y ajouter des infinitifs longs (formes nominales) comme *rebrenduire*. Un autre mode verbal non personnel bien représenté est le participe passé (parfois mentionné sous des formes adjectives): *beepuit, (re)brenduit, fleşuit, hackerit, manageriat*[29]*, targhetat;* ces termes peuvent aussi fonctionner comme formes du mode non personnel appelé *supin.*

►**Noms** créés par suffixation:

- **Suffixe locatif:** *-ărie.* Quoique le répondant ayant cité la création *fast food-ărie* n'ait pas donné d'explication sur le caractère de ce dérivé suffixal, on peut imaginer qu'il emploie ce terme afin de distinguer *fast food* « nourriture rapide » de *fast food* « local où l'on peut manger ce genre de repas rapide ». Le suffixe *-ărie,* productif en roumain où il sert à créer des noms désignant le métier ainsi que le local où quelqu'un exerce le métier en question (*cf. blănărie, cizmărie, cofetărie*[30], etc.), s'est adjoint à un thème anglais, le résultat étant en quelque sorte ludique. A remarquer

[27] Signalé tel quel, avec cette orthographe.

[28] Un répondant roumain cite d'autres exemples de verbes du Ier groupe, forgés sur des radicaux qui ne sont pas présents dans le questionnaire: *a photoshopa* (modifier une photo seulement sous Photoshop), *a printa* et *a xeroxa*, les deux derniers étant devenus monnaie courante en roumain.

[29] Création citée au féminin: *manageriată.*

[30] Les équivalents français de ces termes sont (dans cet ordre) : *pelleterie, cordonnerie* et *confiserie.*

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

que ce terme existe aussi sur Internet[31] (5 occurrences, différentes graphies: avec ou sans tiret, avec ou sans majuscules, un seul mot).

- **Suffixes diminutifs**: *-aş* (*hackeraş*), *-uleţ* (*jobuleţ*). Le terme *starletă,* cité par certains, est en fait juste une adaptation soit du français *starlette,* soit de l'anglais *starlet*.

►**Sigle**: nous signalons *SH* (< *second-hand)*, sigle créé en roumain pour désigner des boutiques où l'on vend surtout des vêtements et des accessoires usés.

Les répondants ont mentionné également des expressions mixtes formées d'un verbe roumain et d'un anglicisme (nom, adjectif, etc.). Celles-ci ne sont pas toutes de leur « plume »; il s'agit d'expressions extrêmement courantes, certaines surtout parmi les jeunes. On observe que les verbes qui se prêtent le plus à ce genre de combinaisons sont: *a da « donner »* (*a da (un) beep / bip, a da click, a da flash-uri, a da un party*) et *a fi « être »* (*a fi the best, a fi cool, a fi un loser / looser (sic), a fi live, a fi number one, a fi OK, a fi online*). D'autres exemples: *a face show, a lua un break, a trimite un e-mail, a mânca fast food*. S'y ajoute le syntagme hybride *freş de portocale*.

En analysant les réponses données à la question D: *Avez-vous créé un terme mixte anglo-français à partir de cet anglicisme? Si oui, citez ces créations !*, les étudiants français ont mentionné les termes et les expressions que nous indiquerons plus bas. Comme dans l'autre camp, la plupart des créations citées ne sont pas de leur plume, mais des mots et des tours qui sont très fréquents dans le langage des jeunes.

►**Verbes**. Tous les verbes mentionnés sont du Ier groupe en *-(is)er*: *(se) beeper* (c'est la forme active qui l'emporte), *biper, breaker* (« casser », « danser un sorte de hip hop »), *challenger, cliquer, clicker* (moins courant), *flasher* (extrêmement fréquent), *hacker*, *looker, se looker* (« s'habiller ») et le parasynthétique *relooker*, *manager* (« gérer ») et sa variante *managerer, marketer, scanner, scanneriser, scorer, scotcher* (extrêmement fréquent), *shoppinguer, shopper* (« faire du shopping »), *softiser* (sens non précisé)*, stariser, targétiser* (dans le vocabulaire des jeux vidéo), *toper* (sens non précisé). Outre les infinitifs précités, certains répondants ont mentionné aussi des participes passés (employés comme verbes ou comme adjectifs): *hacké*, *looké*, *scanné, scotché*.

►**Noms** obtenus par dérivation suffixale:

- Suffixes servant à forger des **noms d'action**: *-(is)ation, -age*: *brandisation, manageration, flashage.*
- Suffixes servant à créer des **noms d'agent**: *-eur / -euse*. Nous signalons le terme *shoppeuse*; ce qui est intéressant, c'est que seul le féminin est cité, étant donné que l'habitude de faire les magasins est (plutôt) féminine. Dans le cas des termes *designeur, hackeur*, il s'agit d'une francisation des

[31] Recherche effectuée le 21 août 2012.

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

termes anglais correspondants (*designer, hacker*), les deux suffixes étant très similaires.

- Suffixes servant à forger des **noms abstraits** désignant des **qualités**: *-itude*: *coolitude*[32]*, fair playtude*[33].
- Suffixe *-eux, -euse*: *looseux, -euse* (signifiant « raté, perdant, nul »). Le terme s'est imposé avec cette orthographe fautive[34] (le verbe anglais étant *to lose*).

S'y ajoutent un exemple de **dérivé parasynthétique**: *relooking*, un nom obtenu par conversion d'un verbe (*la loose (sic) / la lose; c'est la loose (sic)* « situation désespérée ») ainsi qu'une création ludique: « vieille pie », qui est un jeu de mots à partir de la prononciation du sigle VIP .

Les répondants français ont cité aussi quelques expressions mixtes: *c'est hard, c'est looseux* / *c'est la lo(o)se*, *c'est soft* (« léger »), *c'est top, c'est wow* (« super, impressionnant »), *être « cool cool », être scotché* (« surpris »), *être fresh* (« satisfait »), *le « best du best », le best, faire un break, faire un show.*

2.5. Vitalité des créations

Nous nous pencherons maintenant sur les réponses données à la question E: *Votre création lexicale a-t-elle été reprise par vos amis, proches, etc. ? Si oui, quelle est sa fréquence ? Pas du tout, assez fréquente, fréquente, très fréquente.* Comme nous l'avons affirmé plus haut, il ne s'agit que dans très peu de cas de créations personnelles. Nous mentionnons les termes plus rares (la plupart ne figurant pas – encore ? – dans les dictionnaires) en indiquant leur fréquence:

- Le groupe cible de Roumains indique comme créations reprises très fréquemment: *targhetat*, *hackerit*, *a hackări*, *softeri*, fréquemment: *a flashui*, *fleşuit*, *hackeraş*, assez fréquemment: *a fleşui*, *a hăcui*, *a play-backui*, *a scotchui* et pas du tout: *jobuleţ*.
- Le groupe cible de Français mentionne comme créations reprises très fréquemment: *être scotché, relooking, coolitude, scanneriser, breaker* (« danser une sorte de hip hop »), *flasher* (« halluciner »), *flasher* (photo), *flasher sur quelqu'un* (« remarquer qqn. »), *se faire flasher* (« prendre une contravention par les radars automatiques »), *shopper*, *shoppeuse*, *shoppinguer*, *managerer*, *manageration*, *toper*, *scorer* (« marquer »), *mailer, emailer, faire un break, c'est hard, c'est top, c'est wow!,* fréquemment: *hacker*[35] (verbe: « pirater »), *hackeur, être fresh* (« satisfait »), *se mailer*, assez fréquemment: *c'est looseux (sic), c'est la loose* (*sic*),

[32] Ce terme est polysémique, mais nous le citons ici seulement avec le sens « attitude de celui qui est *cool* ». Il est très fréquent sur Internet : 81.100 occurrences pour toutes ses acceptions (recherche effectuée le 22 septembre 2012).

[33] Il y a seulement 7 occurrences sur Internet (recherche effectuée le 22 septembre 2012).

[34] Les occurrences orthographiées avec un seul *o* sont beaucoup moins nombreuses sur Internet (recherche effectuée le 22 septembre 2012).

[35] Quelqu'un d'autre l'indique comme *assez fréquent*.

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

vieille pie (*VIP*), *manager* (« diriger, gérer »), *c'est soft, le « best du best », être « cool cool »* et pas du tout: *brandisation, targétiser, flashage, fair-playtude, softiser*.

2.6. Remarques grammaticales et orthographiques sur les anglicismes employés en roumain et en français

On constate des divergences à propos du statut grammatical des anglicismes, en ce sens que certains termes étrangers se retrouvent investis de plusieurs statuts (ou bien de statuts différents) dans les deux langues emprunteuses prises ici en considération. Par exemple, *soft* est utilisé par certains répondants roumains comme nom (« logiciel »), adjectif (voir *supra* 2.2.) et adverbe (« lentement »), alors que les Français le signalent seulement en tant qu'adjectif. L'anglicisme *hard* est lui aussi employé en roumain soit comme adjectif (« difficile »), soit comme nom (« disque dur », « composante de l'ordinateur »). Du côté des Français, nous signalons le cas de *fresh* qui est utilisé par la plupart comme adjectif mais aussi comme nom (« boisson »), ou bien de *design* qui est employé surtout comme nom (« conception, style, décoration, courbe, ligne, esthétique industrielle »), mais aussi comme adjectif[36] (« artistique », « tendance et facile à utiliser »). L'anglicisme *cool*, polysémique, est non seulement adjectif mais aussi adverbe en français (« bien, doucement ») alors qu'il est signalé juste comme adjectif en roumain; *top* est mentionné surtout comme adjectif par les Français (« génial, super, excellent, sympathique, meilleur »), comme nom (« débardeur », « haut de vêtement »), ou comme adverbe (« (très) bien », « (le/au) mieux ») alors que les Roumains lui accordent surtout le statut de nom (« classement, sommet, apogée ») et rarement d'adjectif / locution adjective (« de qualité »); *VIP* fonctionne comme nom dans les deux langues mais il est indiqué aussi comme adjectif par les Français (« branché »). Une dernière remarque à faire: certains termes anglais sont signalés par les Français comme noms mais aussi comme verbes étant donné que *-er* peut être désinence verbale en français et suffixe d'agent en anglais : *hacker* (« pirater / pirate »), *manager* (« diriger, gérer, administrer » / « gérant, administrateur »).

Nous faisons maintenant quelques observations sur les marques du genre et du nombre des anglicismes entrés en roumain et en français. La plupart des anglicismes désignant des inanimés sont répartis en roumain dans la classe des neutres[37] (*breakuri, brenduri*[38]*, fast fooduri, freshuri, flashuri, hituri, hobby-uri, horror-uri, joburi, leasinguri, live-uri / livuri, lookuri, party-uri, second-handuri, staruri, showuri, targeturi, topuri, trenduri, vipuri, VIP-uri).* Les quelques noms masculins que nous avons rencontrés dans notre corpus désignent des animés. Ce

[36] Ce statut est attesté dans Tournier (1998: 502).

[37] Nous reproduisons ces formes telles que nous les avons rencontrées (avec ou sans tiret) dans les questionnaires remplis par les étudiants.

[38] Signalé tel quel, avec cette orthographe.

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

qui justifie l'attribution du genre masculin, c'est le fait que le domaine informatique est représenté surtout par des hommes : *hackeri, softeri.* Certains anglicismes se prêtent aussi à la féminisation[39]; par exemple, un répondant a fait le commentaire suivant à propos d'un adjectif: « en roumain, j'ai entendu des gens dire: « coolă » pour le féminin ». En français – langue à deux genres – les anglicismes se rangent majoritairement dans la classe des masculins, genre non marqué (*un business, un break, un challenge, un live, un score, un show)*. Dans notre corpus, nous avons retrouvé seulement deux anglicismes féminins, à savoir la création *shoppeuse* analysée *supra* (2.4.) et *lo(o)se*, terme courant dans l'expression *c'est la lo(o)se)* (voir plus haut 2.4.) dont le genre féminin s'explique par le rapport établi avec le nom français correspondant (*situation*). Pour ce qui est de l'orthographe des anglicismes pourvus d'un article défini (postposé en roumain), on constate des hésitations, les étudiants ayant écrit ces mots avec ou sans tiret: *hobby-ul, job-ul, leasing-ul, marketingul, shopping(-)ul, show-ul, starul*. Certains anglicismes sont écrits sous une forme partiellement phonétique en roumain: *a manegeria, a brendui, bip, a bipui,* ou en français: *bip, looser* (forme fautive, tout comme les créations mentionnées plus haut: *looseux*, *la loose*).

2.7. Conclusion

On peut affirmer qu'il n'y a pas de différence radicale entre les deux groupes cibles à plusieurs égards. Premièrement, les répondants roumains et français connaissent très bien la plupart des anglicismes inclus dans le questionnaire, ils les utilisent en général avec les mêmes sens, sauf quelques exceptions: dans ces cas, il s'agit de développements sémantiques particuliers qui sont propres à l'évolution des anglicismes en question dans chacune des langues emprunteuses. Deuxièmement, les deux groupes cibles ont signalé beaucoup de créations hybrides faites à partir des anglicismes empruntés, la plupart d'entre elles ne leur appartenant pas mais étant des termes courants dans le langage des jeunes. Le procédé de création lexicale le plus productif dans les deux langues receveuses est de loin la dérivation suffixale, les parties du discours les plus courantes obtenues par ce procédé étant les noms et les verbes. La connaissance d'une langue étrangère autre que l'anglais (le français pour les Roumains, respectivement le roumain ou une autre langue romane pour les Français) n'a pas eu d'impact sur la créativité lexicale des usagers trilingues générée par les anglicismes. Pour ce qui est des divergences existant entre les deux camps, celles-ci se manifestent à plusieurs niveaux (nous en citons les plus importants): celui de la fréquence d'emploi de certains anglicismes, celui des significations ajoutées aux termes empruntés ainsi qu'au niveau de la

[39] Pour une liste beaucouop plus riche d'anglicismes (noms) disposant en roumain d'une forme de féminin, voir Stoichiţoiu Ichim (2006 : 45-46) et Vârlan (2008 : 243-245), pour ne citer que deux recherches récentes.

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

disponibilité des locuteurs à chercher des équivalents dans leur langue maternelle qui se substituent dans le discours aux termes étrangers. Ces différences sont d'ailleurs naturelles, car les termes empruntés subissent d'habitude des modifications dans les langues receveuses. Quant au comportement verbal des locuteurs roumains et français, on constate qu'en général ils emploient les anglicismes répondant à un besoin connotatif, subjectif dans des conversations informelles, alors qu'ils réservent les anglicismes servant à un but dénotatif, référentiel plutôt pour les conversations formelles.

Bibliographie

Avram, Mioara (1997) – *Anglicismele în limba română actuală*, Bucureşti, Editura Academiei Române.

Cashman, Holly R., Williams, Ashley M. (2008) – *Introduction: Accomplishing identity in bilingual interaction*, in *Multilingua*. *Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication*, vol. 27-1/2, pp. 1-12.

Deroy, Louis (1956) – *L'Emprunt linguistique*, Paris, Société d'Edition « Les Belles Lettres ».

Forlot, Gilles (2010) – *"Oh là là, ça c'est vraiment de l'anglais!". Discours métalinguistiques évaluatifs et processus identitaires en contexte migratoire*, in *Langage & Société*, n° 134 / décembre 2010, pp. 79-100.

Gadet, Françoise et Varro, Gabrielle (2006) – *Le "scandale" du bilinguisme*, in *Langage & Société*, n° 116 / juin 2006, pp. 9-28.

Guilbert, Louis (1975) – *La créativité lexicale*, Paris, Larousse.

Guiraud, Pierre (1965) – *Les mots étrangers*, Paris, P.U.F., « Que sais-je? ».

Heinz, Bettina (2011) – *"Fish in the river": Experiences of bicultural bilingual speakers*, in *Multilingua. Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication*, vol. 20-1, pp. 85-107.

Lupu, Mihaela (2012) – *Les ressources langagières au service des stratégies stylistiques et argumentatives dans le discours des politiques*, in *Argumentum*, Editura Fundaţiei Academice AXIS, Iaşi, vol. 10, issue 1 / 2012, pp. 51-70.

Pergnier, Maurice (1989) – *Les anglicismes. Danger ou enrichissement pour la langue française?*, Paris, P.U.F., coll. « Linguistique nouvelle ».

Robert, Jean-Michel (2008) – *L'anglais comme langue proche du français?*, in Ela (Revue de didactologie des langues-cultures et de lexiculturologie), n° 149 / janvier-mars 2008, pp. 9-20.

Stoichiţoiu-Ichim, Adriana (2006) – *Aspecte ale influenţei engleze în româna actuală*, Editura Universităţii din Bucureşti.

Vârlan, Mariana (2008) – *Anglicisms as Productive Bases in the Formation of New Romanian Derivatives*, in Bârlea, P. Gh. (coord.), *Diversité et Identité Culturelle en Europe / Diversitate şi identitate culturală în Europa*, tome V, Editura Muzeul Literaturii Române Bucureşti, pp. 239-249, http://www.mnlr.ro/documenteupload/editura/fisiere/dice_5.pdf.

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)

Dictionnaires :
Dex online: http://dexonline.ro/
Le Trésor de la Langue Française informatisé: http://atilf.atilf.fr/
Merriam Webster: http://www.merriam-webster.com/dictionary
Rey-Debove, Josette & Gagnon, Gilberte (1982) – *Dictionnaire des anglicismes. Les mots anglais et américains en français*, Paris, Robert, « Les Usuels du Robert », Ière éd. 1980.
Tournier, Jean (1998) – *Les mots anglais du français*, Paris, Belin.

(Université « Alexandru Ioan Cuza », Iaşi)

BDD-A1661 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-27 06:04:59 UTC)