



---

## **Les influenceurs camerounais et la redynamisation du français : une analyse syntactico-pragmatique des textes de Peupah Zouzoua, Slaybabe et Buzz TV237**

Pierre Crépin MBIDA BIKANA  
Docteur  
Université d'Ebolowa, Ebolowa, Cameroun

---

La frontière entre l'oral et l'écrit crée des tournures langagières qui donnent une forme d'écriture particulière appréciée par les influenceurs des réseaux sociaux. S'exprimer comme en français camerounais ne fait pas forcément la distinction entre ce qui se dit à l'oral et ce qui devrait normalement s'écrire. Dans l'urgence, la communication en français dans les réseaux sociaux est une occasion d'exprimer la pensée dans toute sa subtilité possible. Elle sert à véhiculer les messages et à donner des informations divertissantes et éducatives. Les réseaux sociaux sont le lieu par excellence pour s'exprimer librement, loin de toutes contraintes sociales et langagières. Ils ne tamisent pas les locuteurs. Dans cet article, nous avons choisi de nous focaliser sur des pages Facebookées des grands producteurs des contenus. La morphologie des mots et les énoncés phrastiques produisent une subtilité langagière. On assiste à une sorte de redynamisation du français qui plus ou moins appauvrit ou enrichit la langue et ses locuteurs. Cette analyse a pour fondement épistémologique la Grammaire du sens pour analyser les intentions du sujet écrivant (énonciation) sont les enjeux communicatif (argumentation). Cette étude consiste à faire une analyse syntactico-pragmatique sur les énoncés émis dans les publications des influenceurs. Nous prenons appui sur la syntaxe des phrases pour les subtilités linguistiques que dégagent les énoncés. Nous aboutissons à la camerounisation du français dans les réseaux sociaux. L'influenceur s'exprime ouvertement de telle sorte

---

qu'il ne fait plus la distinction entre l'oral et la forme d'écriture correcte. Cependant, ce type de communication reste un moyen d'atteindre sa cible, de la fidéliser et de se faire comprendre facilement. En parlant de camerounisation du français, nous convoquons la notion de norme endogène. Cette endogénéisation du français est ce qui rend cette forme d'écriture plus compréhensible par les internautes de la communauté des influenceurs. L'essentiel est la teneur de l'information et la véracité du message malgré la forte influence de l'oralité. De même, il s'agit d'une forme d'écriture teintée d'hypocultures diversifiées. Cette diversification hypoculturelle apparaît dans les messages pour que les lecteurs des horizons divers se sentent impliqués.

**Mots clés :** Influenceur, appropriation du Français, oralité, hypoculture, forme d'écriture et subtilité langagière.

**Digital Object Identifier (DOI):** <https://doi.org/10.5281/zenodo.20814432>

---

Cameroonian influencers and the revitalization of French: a syntactic-pragmatic analysis of the texts of Peupah Zouzoua, Slaybabe and Buzz TV237

**Abstract :**

The boundary between oral and written creates language turns that give a particular form of writing appreciated by social media influencers. To express oneself as in Cameroonian French does not necessarily distinguish between what is said orally and what should normally be written. In urgent need, communication in French in social networks is an opportunity to express thought in all its subtlety. It is used to convey messages and to provide entertaining and educational information. Social networks are the place par excellence for expressing oneself freely, far from all social and language constraints. They do not screen speakers. In this article, we chose to focus on Facebookées pages of the major content producers. The morphology of words and phrases produce language subtlety. We are witnessing a kind of revitalization of French which more or less impoverishes or enriches the language and its speakers. This analysis is based on the epistemological basis of the Grammar of the Meaning to analyze the intentions of the writing subject (enunciation) are the communicative issues (argumentation). This study involves a syntactic-pragmatic analysis of statements made in publications by influencers. We rely on the phrase syntax for the linguistic subtleties of statements. We

---

lead to the camerounization of French in social networks. The influencer expresses himself openly in such a way that he no longer distinguishes between oral and correct writing. However, this type of communication remains a means to reach your target, to retain it and to be understood easily. Speaking of the Cameroonian French, we convoke the notion of endogenous norm. This endogenization of French is what makes this form of writing more understandable by Internet users of the influencer community. The main thing is the content of the information and the veracity of the message despite the strong influence of the orality. Similarly, it is a form of writing tinted with diverse hypocultures. This hypocultural diversification appears in messages so that readers from various backgrounds feel involved.

**Key words:** Influencer, appropriation of French, orality, hypoculture, form of writing and language subtlety.

---

## 1 Introduction générale

La manipulation de la langue française dans les réseaux sociaux est l'expression des capacités linguistiques des locuteurs. C'est un espace d'échange ou de communication à souhait selon les aptitudes de chacun. Les réseaux sociaux permettent aussi de déterminer l'ingéniosité langagière des locuteurs. Les aspects de la langue sont abordés avec toute la volonté et les visées linguistiques ou des intentions de communication souhaitées. La liberté d'expression facilite donc la compréhension des messages véhiculés sans aucune contrainte. Le réseau Facebook regroupe une panoplie de locuteurs, une diversité de locuteurs et aussi une diversité d'aptitudes linguistiques. La langue française est l'une des langues la plus utilisée dans l'espace francophone. Facebook est une plateforme numérique qui permet d'observer de nouvelles formes d'expression. Elles révèlent le dynamisme du français et la capacité des locuteurs. Dans cette perspective, la langue française subit soit un regressement ou sont une expansion positive dans toutes ses composantes. Le français Facebooké montre sur le plan syntaxique que cette plateforme numérique est au cœur des variations linguistiques. Ces variations participent aux diverses modifications syntaxiques et pragmatiques. Cependant, les réalités linguistiques des internautes ne dépendent pas toujours des compétences langagières mais des visées communicationnelles.

## 2. Approche méthodologique et épistémologique du français facebooké

Le français facebooké à la camerounaise est un moyen de communication le plus audible et compréhensible par tous les locuteurs de la communauté du réseau. Pour une analyse approfondie des déictiques contenus dans les énoncés, il est important qu'on apporte certaines précisions méthodologiques et épistémologiques.

### 2.1. Clarifications méthodologiques

Les contenus numériques des influenceurs camerounais paraissent riches en idées et sont porteurs de sens. Les énoncés sont dotés d'une certaine polysémie. Les productions des influenceurs constituent le corpus de cet article. L'étude se fonde sur les publications de trois auteurs (influenceurs ou producteurs de contenus) Peupah Zouzoua, slaybabe et Buzz TV237. Les influenceurs ont été choisis grâce à leur abondance de productions. Nous recherchons simplement les textes qu'il produisent. Nous avons étudié les productions depuis 2025 à Mai 2026. Nous avons recueilli 110 messages publiés. Dans ce nombre, il n'y a que 30 contenus qui nous ont intéressés par rapport à ce que nous recherchons comme déictiques. Nous adoptons dans cette étude, l'approche qualitative. Il était question d'apprécier la qualité syntaxique des énoncés publiés afin de comprendre leurs apports pragmatiques. Le français de ces influenceurs est courant et accessible à toutes les couches sociales. Il est un français camerounisé. Il dénonce les faits divers et les communique régulièrement ou quotidiennement. Les énoncés publiés reflètent l'image du fonctionnement de la société. La syntaxe de ces énoncés correspond plus ou moins à ce qui est normé.

### 2.2. Approche théorique

La grammaire du sens voit que les structures grammaticales sont des facteurs de construction du sens dans les énoncés. Toute phrase est dotée d'un sens car la communication facebookée est ciblée ou intentionnelle. Ainsi, plusieurs théoriciens scientifiques se sont penchés sur le développement de cette grammaire principalement Patrick Charaudeau (2002). Dans son ouvrage, la *Grammaire du sens et de l'expression* publié en 1992, il présente les rudiments de cette grammaire. Charaudeau (1992 :12) pense que *la Grammaire du sens et de l'expression vise à décrire les catégories linguistiques en montrant comment elles participent à la construction du sens dans les actes de communication* ». Les éléments grammaticaux s'analysent en fonction de leurs significations. Dans cette logique,

Ducrot (1984 :173) stipule que : « *le sens d'un énoncé n'est pas seulement ce qu'il dit mais aussi ce qu'il permet de faire dire* ». Tout énoncé a une orientation de sens et une interprétation ciblée. La communication facebookée a des objectifs bien précis et chaque communauté a une attitude linguistique et communicationnelle particulière.

La morphosyntaxe régit la dynamique des éléments phrastiques. Ces composantes phrastiques fonctionnent selon les lois grammaticales qui permettent la cohésion et la cohérence tant sur la linéarité et que sur le plan sémantique. En grammaire du sens, la qualification des faits linguistiques est d'actualité et semble attirer plus d'attention chez les locuteurs. Les faits linguistiques produits dans les publications de ces influenceurs donnent lieu à plusieurs interprétations, c'est le cas de la morphologie des morphèmes parsemés de l'hypoculture dans les énoncés facebookés. Pour Fuchs (1994:23), « *la syntaxe ne peut être décrite indépendamment des opérations interprétatives qui lui donnent sens* ». La syntaxe a une implication sémantique que tout influenceur ne saurait négliger. Pour mieux communiquer dans les réseaux sociaux, les influenceurs étudient leurs communautés d'internautes pour construire des énoncés qui vont toucher les univers de croyances de chacun des locuteurs. Par contre, Pottier (1992: 8) déclare prioritairement que « *la grammaire est l'organisation des formes significatives permettant la transmission du sens* ». La combinaison des catégories grammaticales facilite la production du sens. En grammaire, une phrase est phrase lorsqu'elle est construite sémantiquement correcte. Dans cet ordre d'idée, Gustave Guillaume (1973: 15) pense d'abord à la définition de la langue. Cet auteur considère que : « *la langue est un système de représentation qui permet à la pensée de se construire avant de s'exprimer.* » Les formes grammaticales incarnent le sens et proviennent des opérations mentales des influenceurs.

### **3. La morphologie des morphemes**

La morphologie se concentre ici sur l'étude des structures de mots employés par les influenceurs. Il est un champ privilégié d'observation des innovations linguistiques dans le discours des internautes. De ce fait, la manipulation des morphèmes français se réalise d'une façon créative, transgressive par rapport aux visées communicationnelles, interactionnelles et au contexte. Nous avons donc:

#### **3.1. La déclinaison abusive**

Il s'agit des formes non règlementées des marques morphologiques du français employé dans les discours de l'influenceur. On observe une pluralisation systématique des invariables ou empruntés. C'est le cas des occurrences:

- 1.a. Ce *Cameroun-ci*, faut respecter PZ 08
- 1.b. *Facebook-là*, c'est un autre monde. PZ15
- 1.c. Ce *pays-ci*, il faut le dire sans détour PZ.70

Ces emplois sont une preuve de la rupture de la norme académique. Cependant, ils ont un rôle pragmatique car ils renforcent l'expressivité et s'alignent sur les visées d'expression orale: une sorte d'insistance en ajoutant les particules [ci, là et ci]. Cette déclinaison abusive participe à une trivialisation formelle, à une démystification structurelle ou à une déconstruction morphologique de la norme au profit du français populaire. Ce fait linguistique se voit aussi à travers l'alternance codique.

### **3.2. L'alternance codique : mélange français anglais**

L'alternance codique apparaît en permanence dans les discours des influenceurs camerounais. Elle consiste à changer dans ce contexte à l'usage des mots en français et en anglais.

- 2.a. Chacun sait vraiment ce qui l'a amené là-bas, d'autres sont venus pour faire leur *one man show*, d'autres pour grotter la visibilité. BT 45
- 2.b. Aujourd'hui tu *like*, demain tu insultes, après-demain tu pardonnes. PZ63
- 2.c. On *live* la souffrance des autres comme spectacle. PZ55

Ce procédé linguistique est une preuve d'une plasticité morphologique des mots français et anglais facebookés. Il permet aussi un ajustement rapide aux réalités sociotechniques du contexte de production de ces discours en situation plurilingue. Dans ce sens, le plurilinguisme camerounais est à l'œuvre.

### **3.3. Les accords incorrects**

La variation morphologique se manifeste par la coexistence de plusieurs formes pour un même objectif de communication. C'est un emploi varié des verbes en français et en d'autres langues comme l'anglais et les langues nationales camerounaises.

- 3.a Le *Gar* explique depuis que Odza .....que s'habiller de façon *débraillé* BT 23
- 3.b. Elle *gueri* petit à petit BT. 21
- 3.c. Genre chaque fois que la cliente *t'écris*, elle doit encore t'expliquer à zéro Sb.35

Ces occurrences révèlent une instabilité normative assumée, où le choix morphologique dépend du public cible, du registre discursif et même de l'effet pragmatique recherché. Cela convoque la problématique de norme standard et norme endogène.

#### 4. La structure syntaxique des énoncés

La syntaxe des discours produits par les influenceurs camerounais se manifeste par une simplification des énoncés et une forte orientation pragmatique. Cela se caractérise par l'ordre des monèmes, la structure verbale et les enjeux de complémentation. Les structures syntaxiques contenues dans ces discours reflètent la réalité linguistique et l'image de l'univers linguistique facebooké.

##### 4.1. L'ordre des monèmes : l'emphase

Les structures phrastiques sont connues dans toutes les grammaires françaises. Mais la syntaxe des énoncés produits par les influenceurs camerounais est constamment bousculée et évolutive pour une structure emphatique.

- 3.a. *Ce Cameroun-ci*, faut respecter PZ 28
- 3.b. *Facebook-là*, c'est un autre monde. PZ43
- 3.c. *Ce pays-ci*, il faut le dire sans détour PZ51
- 3.e. *le problème*, c'est le manque de volonté. Quand la tête est malade, le corps souffre PZ47

La position du thème au début de l'énoncé permet de focaliser l'attention du destinataire et de créer un effet de connivence culturelle. La place des monèmes dépend de l'intention de communication de l'influenceur. Ces monèmes sont porteurs de sens et orientent ainsi la communication qui suivra. Les particules ajoutées à ces monèmes servent à positionner l'intention de communication.

##### 4.2. La structure verbale

Dans le cadre de la communication de ces influenceurs, les structures verbales ne sont pas les mêmes. Elles sont minimales, elliptiques et nominalisées.

- 4.a. *Moi*, fatigué PZ11
- 4.b. *Trop parler*, zéro action PZ41
- 4.c. *Le problème du père là* c'est qu'il nous supporte trop PZ18
- 4.d. *Et c'est parce qu'on ne veut pas reconnaître notre implication là dedans qu'on remet toujours ça sur le monsieur là.* PZ16

On observe que les constructions réalisées traduisent une oralité et une recherche d'impact immédiat communicationnel. Le verbe est l'élément central de l'énoncé en français

standard qui cède parfois la place à des structures nominales à forte charge pragmatique. Volontairement, les influenceurs usent ces formes verbales pour faciliter la compréhension des énoncés aux membres de la communauté.

### 4.3. L'enjeux de complémentation

La complémentation verbale connaît une grande liberté à savoir la suppression des compléments attendus et/ou des ajouts de compléments circonstanciels culturels.

5.a. *Ici, au quartier chez nous* PZ 25

5.b. Mariam de son côté rit quand elle voit partout que *son gar biologique* et elle ne sont plus ensemble BT.66

5.c. *Wokoo les sokciers* du village voulaient me finir enfant ici BT 72

5.d. *Quelq'un vient demander* si pendant que les gens marchaient, lui il courait BT 37

Les réalités socioculturelles camerounaises influencent la construction de ces énoncés. Lesdits influenceurs sont dotés du substrat culturel qui impacte explicitement ou implicitement la production du discours. À cela, s'ajoute l'aire linguistique dans laquelle l'énonciateur qui peut être à l'origine des dérives grammaticales et sémantiques observées. La prononciation du mot sorcier en « sokcier » renvoie à une culture plus précisément à une aire linguistique.

#### 4.3.1. L'hypoculture dans les énoncés facebookés

La norme du français fait référence à l'usage conforme selon la convention ou l'académie française. Elle est au cœur de la conformité des faits linguistiques. Le contexte linguistique forge la langue dans un système de variation. La langue constitue un système qui porte la culture locale. Les locuteurs francophones de facebook font usage du français dans une communication dotée de subjectivité ce qui témoigne plus ou moins la densité et la capacité linguistique de chacun des locuteurs.

6.a. *Si tu comprends ce message, alors tu sais.* PZ 14

6.b. *Si tu ne comprends pas, demande au quartier.* PZ18

6.c. *Tout ne se dit pas, mais tout se comprend.* PZ22

6.d. *Le Cameroun est un livre ouvert pour ceux qui savent lire.* PZ87

Ces occurrences attestent la complexité de sens. « Alors tu sais », cette particule pragmatique ou déictique est porteuse d'un sens plus restreint qui demande une certaine dose de culture. De même, le concept « au quartier » connote la même chose différemment

car le quartier est parsemé des faits divers qui alimentent la vie des habitants et qui font l'ambiance des causeries ou discussions quotidiennes.

#### **4.3.2. La norme**

La notion de norme ne fait toujours pas l'unanimité en ce qui concerne la langue française en Afrique. Les locuteurs essaient de normaliser les usages les plus récurrents qu'ils jugent de norme. Par contre, la norme se veut une notion objective. Pour l'essence de la langue, la norme garantit un usage standard qui permet de réguler la norme quelles que soient les circonstances socio-historiques. Cette norme reste un gage pour la conventionalité des structures de la langue et pour une pérennisation rassurée de ses usages. Le français des facebookeurs est une contextualisation des faits divers. Pour les traduire, il faudrait les communiquer en français facile. Facile dans la mesure où les internautes puissent les comprendre et interagir aussi vite. Bien que ce soit un moyen d'expansion de la langue dans les réseaux mais il est aussi question de garantir le bon usage de la langue. Pour Helgorsky (1982 :1) « se retrouvent les refus ou les repentirs et les hésitations des linguistes dans la délicate entreprise de définition de la "langue" ». Ces hésitations expriment de l'esprit normatif que le locuteur possède et qui l'empêche de s'écarter de la norme linguistique ou du bon usage de la langue. Les locuteurs se doivent donc de réaliser les faits linguistiques selon la convention des structures linguistiques qui, en réalité garantissent la conformité sans obliquer les intentions de communication émises par ceux derniers dans un contexte de faits divers et bien d'autres sujets d'actualité à commenter.

#### **4.3.3. La norme endogène**

La norme endogène fait référence aux usages du français jugés populaires pris comme un mode de moyen de communication et d'intercompréhension. Ces usages contiennent des faits linguistiques qui cadrent avec un type de locuteurs. C'est la raison pour laquelle la langue a un rôle social permettant de porter les traditions des peuples et elle a une portée significative dans les vies de ces populations qui en font usage. Selon la définition canonique de la norme endogène, Gabriel Manessy (1992) stipule que: « [La norme endogène]: usage courant admis par l'ensemble des locuteurs comme ordinaire neutre. » Retraduisons : « usage courant admis comme courant » ; dans cette reformulation, le premier membre renvoie à la norme objective, et le second à l'évaluative ». Le Cameroun est un terrain

linguistique prospère dans ce sens que les camerounais parlent de plus en plus un français contextualisé qui rime avec la subjectivité langagière: la camerounisation française. Dans certaines situations de communication, les messages sont émis selon les strates sociales. L'objectif est de communiquer un message sans toutefois sélectionner l'auditoire. On observe des néologismes en termes de créativités lexicales qui enrichissent plus ou moins la langue française, langue africaine. S'il est dit que le français porte l'âme d'un peuple qui est la culture, il est donc normal que cette langue s'adapte aux réalités locales et culturelles des locuteurs.

D'après Jean-Marie Klinkenberg (1989) : « On peut sans doute décrire l'endogenèse comme un cas particulier d'intériorisation, non plus individuelle, mais groupale. Cas particulier, et même apparemment paradoxal, puisque par définition la norme endogène n'a pas de source externe au groupe. Souligner ce paradoxe serait méconnaître la complexité d'une norme qui se veut propre à une collectivité tout en restant forcément étrangère à certains de ses membres, et le fait que, comme toute norme, celle-ci doit faire l'objet d'un travail d'imposition collectif. ». Dans ce cas, nous qualifions l'endogenèse linguistique de géolinguistique qui s'étend en aire linguistique générée par les attitudes linguistiques. Cette perception linguistique est à l'origine de la norme endogène car la langue s'adapte aux divers contextes de communication. Peibop (2016: 69) déclare que: « Ces variétés dénaturent les langues officielles et leur donnent une couleur que certains ont tôt fait de taxer de « désagréable ». Leur expansion est à tel point que les gens n'arrivent plus à s'entendre quant à leur légitimation ou non. ». Nous voyons plutôt une dynamique du français évolutif car la langue s'adapte aux réalités d'un peuple en pleine émergence de mentalité, sociohistorique.

## 5. L'hypoculture et l'énoncé

Les fondements de la théorie de l'hypo-culture proviennent de ce que Ongué Essono (2013 : 38) *l'examen des énoncés linguistiques produits par les médias en vue de transmettre plus efficacement une information* » La théorie de l'hypo-culture permet, comme le stipule Papa Samba Diop (2010 : 9),

*de détecter les faits de langue (lexicaux), de géographie (toponymiques), d'histoire (temporels et spatiaux), ou de métaphysique (religieux ou cosmogoniques), qui confèrent à l'écriture africaine francophone son armature secrète, son unité et sa cohérence profonde.*

En fait, observe Onguéné Essono (2013: 38), *ce rapprochement peut s'effectuer de deux manières: d'abord par la médiation linguistique avec l'effort de se départir de la norme, puis, par le fait de rester inconsciemment collés au lectorat.* Pour mieux clarifier les caractéristiques de l'hypoculture, Papa Samba Diop (2010: 10) énonce qu'elle

*apparaît en l'occurrence comme l'instance identitaire où une langue sert de clé de voûte à une aire spatio-temporelle définie. Ce faisant, elle laisse saisir tout son jeu d'ouverture et de fermeture vis-à-vis des autres langues, porteuses par rapport à elle de croyances ou de pratiques sociales compatibles ou incompatibles avec celles qu'elle véhicule.*

L'hypoculture est l'un des facteurs de la camerounisation du français. Elle est une démonstration d'appartenance à une communauté traditionnelle.

### 5.1. L'énoncé et la culture de l'influenceur

La venue des réseaux sociaux dans le monde a permis une transformation des modes de communication. On parle de valorisation des stratégies de communication à travers la diffusion et la réception des messages. Cela a abouti à la révision de l'instantanéité, de la visibilité et de l'interactivité dans l'espace communicationnel. Dans cet optique, l'influenceur est devenu une plaque incontournable et une épine dorsale pour la diffusion des faits de société. L'arrivée du numérique est un facteur essentiel de cette méthode de visibilité et de persuasion des messages des influenceurs de leur communauté. Leurs communications visent ou suscitent l'adhésion des membres de la communauté sociale.

Dans cette perspective, les réseaux sociaux deviennent une éruption de prise de parole performative transformant ainsi l'influenceur en un « Leader d'opinion », capable d'impacter les comportements alimentaires, historiques et socio-anthropologiques et même linguistiques. Dans ce sens, Goffman (1973: 23) pense que « *Toute interaction sociale implique une présentation stratégique de soi destinée à produire une impression favorable sur autrui* ». L'influenceur affirme implicitement son identité ou son appartenance à une communauté qui lui est propre et lui sert de référentiel pour la persuasion. Il construit une ardoisière linguistique soudée par la crédibilité et l'émotion avec sa communauté de son réseau social. Les marques culturelles influent ses visées discursives.

La dynamique du français est démontrée par la manipulation diversifiée du langage dans différents contextes de communication. Cet usage de la langue prend des tournures langagières plus ou moins normées qui font repenser les visées de communication dans cet espace médiatique. Les réseaux sociaux sont une instance. La culture de l'influenceur est mise en avant dans sa volonté de communiquer. La maîtrise de la syntaxe française est

convoquée malgré l'influence de la norme endogène qui trahit le niveau de connaissance de la langue. Pour Cardon (2019:57), « les réseaux sociaux produisent une « architecture de la visibilité » dans laquelle les individus sont constamment engagés dans des stratégies de reconnaissance sociales ». Le fait d'être influenceur et d'être sur les platines numériques pour communiquer en construisant des énoncés dotés de sens le qualifie de « Leader d'opinion » ou « d'agents de marketing » plus assuré, capable de faire des ventes ou de booster les ventes d'une entreprise. Cette dynamique langagière facilite la diffusion des informations. La véracité des messages est mise en doute à cause de la polarisation, la désinformation et la spectacularisation des énoncés postés quotidiennement. Dans ce cas Debord (1967:15) parle de spectacularisation des messages postés chaque jour dans l'optique d'informer, de séduire et de captiver l'attention des auditoires. Dans une perspective d'analyse du discours, les réseaux sociaux contribuent à la fabrication d'une culture ou la transposition et transportation d'une culture soit celle de l'influenceur ou soit celle des autres. Pour Angenot (1989:13), le discours social est l'ensemble des représentations dominantes qui organisent les croyances collectives d'une époque. Pour cet auteur, la visibilité, l'état d'âme et l'implication restent une orientation ou une volonté principale. Bordieu (1982:103) parle de « reconnaissance sociale » pour celui qui prend la parole. Ces leaders d'opinion deviennent en quelque sorte des médiateurs culturels influents possédant ainsi des aptitudes d'avoir la primeur de l'information.

## **5.2. L'enjeu communicationnel: une communication à grande vitesse**

Les réseaux sociaux sont des moyens de communication et d'interaction verbales. Il s'agit d'une instance de discours informatif. L'enjeu communicationnel se réside dans la manière de construire le discours, à véhiculer quotidiennement. Cet enjeu se trouve dans la transmission et l'interprétation des messages. Castells (1998:45) voit dans cette émergence des communications des réseaux sociaux, une interconnexion des acteurs et parle de « société en réseaux ». Ces influenceurs publient des messages, des communications, des photographies, des vidéos ou des réactions émotionnelles à travers des énoncés. Les influenceurs, blogueurs et des créateurs des contenus véhiculent des tendances culturelles et des faits de société. Goffman (1973:23) pense que « *les réseaux sociaux sont des espaces de valorisation symbolique et de quête de légitimité sociale.* ». Les communicateurs construisent

des énoncés syntaxiquement plus ou moins corrects. La syntaxe n'est pas toujours la bienvenue tel que nous avons vu les structures précédentes. La langue française a pour régime la syntaxe qui garde tous les mécanismes langagiers facilitant la bonne manipulation. C'est pour quoi Cardon (2019 :57) qualifie le travail des influenceurs d'une « architecture de la visibilité ».

7.a. *« Je parle ici pour ceux qui réfléchissent encore. PZ 9*

7.b. *Pas pour les applaudisseurs automatiques. PZ 07*

7.c. *Facebook n'est pas une église, PZ28*

7.d. *mais chacun vient avec sa foi. » PZ 24*

Certes, cela leur accorde une visibilité mais il n'en demeure pas plus ou moins qu'on observe des phénomènes de désinformation, de polarisation bref une manipulation de l'information que Debord(1967:15) qualifie à son tour de « spectacle médiatique » dans lequel l'émotion et la personnalisation des messages rayonnent. Finalement, d'après Paveau (2017:84) « les discours numériques sont une hybridation techno-langagières » Cela traduit ou porte une émergence d'une culture communicationnelle de la communauté. La décodification des messages dynamise aussi la langue.

### **5.3. Les décodifications des messages**

Il s'agit du processus d'interprétation et de compréhension des contenus développés et diffusés sur les plateformes des réseaux sociaux. Au regard de la diversité de publics, des messages et surtout de la vitesse de communication dans différents contextes et aux objectifs précis la décodification des messages pour la bonne compréhension est nécessaire et primordiale pour une adhésion de tous. Dans cet élan, chacun se fait une idée du message selon son univers de croyance. Hall (1980:136) pense que les communautés des influenceurs peuvent adopter une lecture parfois dominante, une lecture négociée ou contradictoire au regard des messages médiatiques diffusés aux visées diversifiées. La syntaxe des énoncés laisse entrevoir que les accords ne sont toujours pas respectés mais le plus important est de passer le message vraisemblablement. L'orientation ou le sens du message dépend de l'interaction entre les interlocuteurs. Par contre, Barthes (1964: 41) voit plutôt que les messages publiés relèvent de la pluralité des signes et la construction du sens: des informations à donner à la communauté du réseau.

## 6. Conclusion générale

Les influenceurs camerounais sont des communicateurs potentiels. Ils ont des capacités plus communicationnelles. La perception syntaxico-pragmatique apporte une révision du français dans cette ère numérique. On observe des créativité morphologiques, syntaxiques et hypo-culturelles. Cette manipulation langagière est une preuve de la redynamisation du français africain. Il porte ainsi les réalités des locuteurs camerounais. Cette expansion du français dans les réseaux sociaux montre que le français est une langue vivante et en constance évolution. Il est donc une langue de communication de masse autrement une langue populaire.

### REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Angenot, Marc(1989). *1889: un état du discours social*. Montréal, Le Préambule,.
- Bourdieu, Pierre(1982). *Ce que parler veut dire*. Paris, Fayard.
- Cardon, Dominique (2019). *Culture numérique*. Paris, Presses de Sciences Po.
- Castells, Manuel (1998). *La société en réseaux*. Paris, Fayard.
- Charaudeau, P. (1992/2002). *La grammaire du sens et de l'expression*. Paris : Hachette.
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Seuil.
- Debord, Guy(1967). *La société du spectacle*. Paris, Buchet-Chastel.
- Ducrot, O. (1984). *Le Dire et le Dit*. Paris: Minuit.
- Echu, G. (2004). *Le français au Cameroun*. Peter Lang.
- Fuchs, C. (1994). *Paraphrase et énonciation*. Paris: Ophrys.
- Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne* (Vol. 1). Minuit.
- Goffman, Erving (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne*. Paris, Minuit.

- Guillaume, G. (1973). *Principes de linguistique théorique*. Québec: Presses de l'Université Laval.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Anchor Books.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2001). *Les actes de langage dans le discours*. Nathan Université.
- Manessy, G. (1994). *Pratiques linguistiques en Afrique francophone*. L'Harmattan.
- Paveau, M.-A. (2017). *L'analyse du discours numérique: Dictionnaire des formes et des pratiques*. Hermann.
- Paveau, M.-A., & Rosier, L. (2008). *La langue française: passions et polémiques*. Vuibert.
- Paveau, Marie-Anne (2017). *L'analyse du discours numérique*. Paris, Hermann.
- PIEBOP(2016) Multilinguisme et dynamique du français au Cameroun: variations, créativité lexico-sémantique et morpho-syntaxique in <http://ejournal.upi.edu/index.php/FRANCISOLA>-ISSN: 2527-5100 | p-ISSN: 2527-5097 doi: [dx.doi.org/10.17509/francisola.v1i1.2565](https://doi.org/10.17509/francisola.v1i1.2565)
- Pottier, B. (1992). *Sémantique générale*. Paris: PUF.
- Queffélec, A. (2010). *Le français en Afrique*. De Boeck.
- Searle, John. *Les actes de langage*. Paris, Hermann, 1972.

#### WEBOGRAPHIE

1. Buzz TV237, Pages facebook
2. Peupah Zouzoua, Pages facebook
3. Slaybabe, Pages facebook