

Les anglicismes et le français du XXI^e siècle : La fin du franglais ?

Maria Teresa Zanola
Université Catholique du Sacre-Cœur
Milan, Italie



Synergies Italie n° 4 - 2008 pp. 87-96

Il tentativo di eliminare ed evitare le parole poco trasparenti, gli ibridi e gli adattamenti grafemici di origine angloamericana ha contribuito a distinguere il francese da una lingua concorrente considerata pericolosa, il franglais. Tracciando la storia di questa nuova lingua - che forse non è mai esistita in quanto tale -, il contributo si propone di descrivere la storia delle azioni di politica linguistica della seconda metà del XX secolo e i risultati della creazione neologica francese.

Mots-clés : *franglais - anglicismes - néologie - politique linguistique*

Key words : *franglais - anglicisms - new words - language policy*

Introduction

L'enrichissement lexical du français du XX^e siècle a été sans doute motivé par la nécessité de trouver des remplaçants aux emprunts anglo-américains: l'effort de limiter et d'éliminer les mots peu transparents, les hybrides et les adaptations graphiques de source angloaméricaine a contribué à distinguer le français d'une langue concurrente, le *franglais*. Aujourd'hui, au début du XXI^e siècle, on peut se demander si le franglais existe encore, ou s'il a jamais vraiment existé.

Nous croyons qu'il est temps de dépasser le cadre des réactions scandalisées ainsi que des visions pessimistes sur l'état de la langue française, alors qu'il serait plus pertinent de passer à une analyse approfondie des actions institutionnelles qui se sont poursuivies au cours de cette période, et de faire référence aux études linguistiques et sociolinguistiques sur la question.

Ce phénomène d'emprunts de l'anglais au français a conduit à une réflexion profonde sur la langue française, à tel point qu'on peut le considérer comme la page la plus significative de l'histoire de la langue française de la deuxième

moitié du siècle dernier. Il faudra donc évaluer, d'une part, les réactions de défense par rapport à ce qui a été vu comme une « attaque » à la langue française - le franglais devenant la nouvelle langue ennemie - et, d'autre part, les descriptions de la nature des faits linguistiques qui ont contribué à la création lexicale contemporaine.

1. Qu'est-ce que le franglais ?

La question du franglais renvoie au moment des réactions puristes déclenchées par René Etiemble en 1964, après la publication de son pamphlet *Parlez-vous franglais ?*, où il décrit le franglais comme s'il s'agissait d'une langue autonome, avec sa propre structure morphosyntaxique.

Le mot a été créé en 1955 par le journaliste André Rigaud, dans les pages du *Quotidien* de Buenos Aires, « pour désigner ceux qui émaillent la langue française de mots anglais »¹. Ce mot-valise a acquis une certaine notoriété et sa signification s'est développée dans deux directions : l'ensemble des emprunts anglais et américains utilisés dans quelques domaines lexicaux, et la marque de la présence de l'anglais dans la phonétique, l'orthographe, la morphologie, la syntaxe. Né pour désigner un phénomène de contact entre deux langues, terme de nature référentielle, le franglais est devenu l'indicateur d'un phénomène sociolinguistique plus vaste et interprété de différentes manières de la part des locuteurs francophones.

Le mouvement contre le franglais a été animé par le courant puriste et a provoqué plusieurs attitudes interventionnistes, de différentes orientations, qui sont « à la base de toutes les initiatives qui ont été prises depuis 1950 pour aménager le lexique et développer une politique linguistique » (Chansou, 2003: 30): de la création de néologismes remplaçant des anglicismes, aux actions d'aménagement linguistique, destinées à développer et à promouvoir le français en tant que langue internationale².

On peut tracer les phases de l'histoire du franglais qui se sont succédées, ouvrant des pistes de recherche intéressantes dans le domaine linguistique, sociolinguistique et des solutions de politique linguistique qui constituent un point de référence en la matière.

1.1 Décrire le franglais

Parler français ou franglais est souvent la marque d'un choix culturel de la part du locuteur : on parle franglais par besoin d'être à la mode, de faire branché, ou bien en raison du milieu culturel multilingue dans lequel le français est pour certains une seconde langue.

Lisons cet extrait d'un texte présenté en franglais, soumis aux candidats de la coupe francophone des affaires « Le Mot d'Or », auxquels on demande de le rétablir en français³ :

Clément était un *self-made-man*. Il n'avait jamais fréquenté de *business-school* mais il avait gravi les échelons dans le *front-office* de l'entreprise et sa compétence de *marketer* capable de *booster* les ventes était reconnue.

Son *job* était de s'occuper du *direct marketing*. Il avait mis en place dans la société les

techniques du *mailing*, du *phoning* et même du *spamming* pour atteindre le maximum de *prospects*. C'était la base du *marketing-mix* de la maison.

Avant de quitter son bureau, il mit en marche son *PC* et composa son *login* et son *password*. Le *hard-disk* contenait une *data-base* confidentielle qu'il fallait protéger. Il lut ses *mails* et les *dispatcha* dans les *directories* de son *soft* de messagerie.

Sa voiture refusa de démarrer. Il emprunta celle de son fils, *tunée et customisée* par ce dernier. Les *baffles* émirent une musique bruyante. À son âge, il craignit de paraître un peu *goofy* et remplaça la techno par un *crooner*.

Lisons la version en français :

Clément était un autodidacte. Il n'avait jamais fréquenté d'école de commerce mais il avait gravi les échelons dans le service de clientèle de l'entreprise et sa compétence de mercaticien capable de stimuler les ventes était reconnue.

Son travail était de s'occuper de la vente directe. Il avait mis en place dans la société les techniques du publipostage, du démarchage téléphonique et même de l'arrosage publicitaire pour atteindre le maximum de prospects. C'était la base du plan mercatique de la maison.

Avant de quitter son bureau, il mit en marche son micro-ordinateur et composa son nom d'utilisateur et son mot de passe. Le disque dur contenait une base de données confidentielle qu'il fallait protéger. Il lut ses messages et les répartit dans les dossiers de son logiciel de messagerie.

Sa voiture refusa de démarrer. Il emprunta celle de son fils, améliorée et personnalisée par ce dernier. Les haut-parleurs émirent une musique bruyante. À son âge, il craignit de paraître un peu loufoque et remplaça la techno par un chanteur de charme.

Comment peut-on considérer le franglais du premier extrait ? Une langue oralisée, un jargon propre à quelques métiers, une langue de bois ? Il faudrait se demander si ces anglicismes sont utilisables dans n'importe quel type de texte. Nous y retrouvons pour la plupart des anglicismes du domaine de l'informatique et des affaires, répandus dans l'usage du langage commercial, qui n'éliminent pourtant pas la vitalité de leurs correspondants français. Le lexique du texte français est compréhensible, utiliser ces équivalents français est un choix stylistique, en fonction du type de communication, technique spécifique ou vulgarisée.

La tendance de l'anglais à être plus synthétique influence les modèles de création lexicale du français : « Notre langue, parvenue au bout de son chemin 'analytique', reprendrait la route en sens inverse et s'essaierait à des formes syntaxiques plus brutes, plus primaires, plus immédiates, avec moins d'articles, moins de suffixes, moins de prépositions », affirme Noailly (1990 : 13).

Dans une étude sur la productivité néologique du français des années 80, Picone (1996) défend cette perspective, et appuie sa description sur un vaste recensement des emplois dans les usages de la langue écrite, orale, et même dans les textes publicitaires. C'est là surtout que l'on retrouve la plus grande variété de constructions lexicales par juxtaposition et subordination : les emprunts intégraux sont les plus visibles, et parmi eux les adjectifs *baby*, *big*, *cold*, *cool*, *fast*, *free*, *happy*, *high*, *hot*, *modern*, *new*, *quick*, *top* ; les faux-anglicismes et les hybrides abondent aussi (citons *baby-foot*, *new look*,

big shop, fast-frites, top-niveau), et les affixes nominaux plus productifs sont *burger, -ball, home-, -room, -story, -shop, -store, test-*, ce qui laisserait imaginer que l'emprunt anglais est décomposable suivant les nécessités de la langue emprunteuse. Le lexique technique et scientifique facilite la diffusion de la composition par apposition, que l'anglais utilise beaucoup, et le langage de la publicité répand cette attitude : *étoile cuisine, soleil bar, éclair service, agence flash* font partie de ce langage à la frontière des deux langues.

Mais peut-on considérer comme une langue à part entière un mélange quelquefois occasionnel de traits morphosyntaxiques de l'anglais avec ceux du français ? Peut-on réellement imaginer la description d'une langue qui n'existe pas ? Pour les Français, le français est ressenti comme le danger d'une contamination linguistique appauvrissant leur langue, le risque de la perte d'une valeur commune, d'un lieu d'identité nationale, au-delà des visions idéologiques et des envergures politiques. La nécessité de sauvegarde du patrimoine linguistique - que l'on parle de protection, de défense, de contrôle, d'aménagement linguistique - implique la volonté de défendre ses domaines culturels, économiques et productifs : utiliser ou non les indications terminologiques officielles, régulièrement publiées dans le *Journal officiel* depuis plus de vingt ans, est ainsi devenu le signe d'un choix culturel et politique.

2. Français et institutions officielles

La fondation en 1954 du « Comité d'étude des termes techniques » (voulu par Georges Combet et Pierre Agron, qui regroupèrent des ingénieurs provenant de Gaz de France) témoigne d'un intérêt déjà éveillé pour les nécessités néologiques du français. Mais c'est entre 1960 et 1965 que « deux mouvements d'idées - les réactions de défense provoquées par 'l'américanisation' et par la dégradation de la langue, d'une part, la prise de conscience de l'existence d'une communauté linguistique francophone, d'autre part - font apparaître la nécessité d'une politique linguistique et contribuent à en déterminer les orientations » (Chansou, 1983: 59-60). Courant puriste et courant dirigiste sont entrés dans le vif du débat autour de la qualité de la langue française, jusqu'à arriver à des lois et à des arrêtés réglant l'usage du français comme langue des institutions officielles.

L'étude de Chansou (2003) permet de rétablir l'histoire de l'aménagement lexical de la deuxième moitié du XX^e siècle, qu'il décrit suivant ces étapes :

- les initiatives privées de 1950 à 1972,
- la mise en place d'une politique de la langue de 1966 à 1973,
- la prise en compte du rôle social de la langue (avec la loi Bas-Lauriol du 31 décembre 1975),
- l'action des pouvoirs publics de 1979 à 1988,
- les lignes directrices de l'aménagement linguistique à partir de 1989 et la loi Toubon de 1994.

« Par un décret en date du 7 janvier 1972, le Premier Ministre Jacques Chaban-Delmas crée le dispositif des Commissions ministérielles de terminologie ; dès

le mois de janvier suivant, six arrêtés de terminologie sont publiés au *Journal officiel* » rappelle Cerquiglini (2006 : 11). Actuellement, c'est la Commission générale de terminologie et de néologie, placée auprès du Premier ministre, qui coordonne les travaux de terminologie, en liaison avec différents partenaires, comme l'Académie française, l'Académie des sciences, l'Association française de normalisation (Afnor), l'Institut national de la langue française (CNRS6-INALF) et d'autres commissions de terminologie de pays francophones, comme l'Office de la langue française du Québec. Les listes de termes adoptés, publiées au *Journal officiel*, deviennent alors d'emploi obligatoire pour les services de l'État et les établissements publics.

La Commission générale comprend dix-sept membres, dont le délégué général à la langue française, le secrétaire perpétuel de l'Académie française, le président de l'Association française de normalisation et diverses personnalités représentant les universités, le Conseil supérieur de la langue française et les divers ministères concernés (culture, éducation nationale, recherche, francophonie etc.). Ses travaux sont relayés par des commissions spécialisées constituées dans chaque ministère pour travailler sur les vocabulaires spécialisés.

Ces commissions peuvent répartir leurs travaux en sous-commissions : celle du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie en regroupe sept concernant le lexique de l'économie et des finances, des télécommunications, de l'ingénierie nucléaire, de l'informatique et des composants électroniques, de la chimie et des matériaux, des sciences et de l'industrie pétrolières, de l'industrie automobile.

La Délégation générale à la langue française et aux langues de France offre la possibilité de consulter la base de données terminologique CRITER - « Corpus du Réseau Interministériel de Terminologie »⁴ - qui comprend l'ensemble des termes publiés au *Journal officiel* par la Commission générale depuis 1997, ainsi que le *Répertoire terminologique 2000*, fruit de la révision des arrêtés de terminologie publiés au *Journal officiel* de 1973 à 1996. Les nouvelles listes sont intégrées à la base au fur et à mesure de leur publication ; les personnels de l'administration sont obligés d'employer les termes qui entrent en vigueur lors de leur parution.

Nous allons porter notre attention sur les actions linguistiques d'une association des professionnels des affaires, l'APFA, qui opère dans un des secteurs où l'emploi du français serait le plus répandu et le moins contrôlé, si l'on considère les types de textes écrits et oraux qui le véhiculent le plus fréquemment (textes publicitaires, de vulgarisation, modes d'emploi, textes distribués par les médias).

2.1 Le cas de l'APFA

L'association « Actions pour promouvoir le français des affaires » (APFA) s'occupe depuis 1984 de soumettre une autre terminologie de mots nouveaux ou déjà existants remplaçant les anglicismes. L'association, qui a été créée sous le patronage de la *Délégation générale à la langue française et aux langues de France*, est témoin de cette bataille contre le français dans son milieu

d'activités. Elle offre l'accès gratuit à un lexique des affaires, de l'informatique et de l'Internet :

Avec ce lexique, les usagers des mots des affaires (journalistes, professionnels, élèves et étudiants, grand public) disposent d'un outil qui met en évidence les termes qui ont fait l'objet d'une délibération institutionnelle, et notamment ceux résultant des travaux des commissions ministérielles françaises de terminologie (et plus particulièrement de la Commission de terminologie économique et de la Commission générale de terminologie).

Mais ce lexique veut répondre plus généralement au besoin d'efficacité des professionnels de l'action et de la communication qui ont besoin d'une langue précise et comprise par tous. Cette démarche conduit l'APFA à faire également connaître, sous sa propre responsabilité, le meilleur équivalent actuel pour les autres expressions d'origine étrangère, en général de langue anglaise mais aussi relevant d'autres cultures d'entreprise, par exemple du management japonais⁵.

Ce lexique, avec plus de 5 000 néologismes répertoriés par ordre alphabétique, réunit les équivalents français qui relèvent du répertoire terminologique officiel actuel, et ceux qui sont donnés sous la seule responsabilité de l'association elle-même.

Depuis 1988, l'APFA a lancé aussi l'initiative d'un concours d'épreuves écrites, la coupe du « Mot d'Or », qui s'est imposée comme une compétition internationale, « qui compte déjà à son palmarès près de 60 000 prix et décorations décernés aux lauréats, sur 500 000 candidats originaires de 42 pays »⁶. Les catégories de participants comptent des professionnels, des élèves et étudiants et le grand public. Il s'agit d'une action visant à permettre à chacun d'exprimer, par écrit, son goût et sa connaissance des mots français appropriés dans le domaine de la vie économique quotidienne. Les épreuves peuvent consister en un petit conte terminologique en français à rétablir en français correct, en une dictée de ce même conte écrit en français correct. D'autres consignes peuvent être la recherche des définitions de mots extraits du conte, la proposition d'un terme pour désigner un concept nouveau, le choix d'une étymologie.

L'épreuve individuelle comprend cinq parties indépendantes. Voici le sujet donné aux candidats en 2007 :

1^{ère} partie du sujet : chercher des mots nouveaux pour des concepts nouveaux.

Le candidat doit proposer, dans chacun des cas suivants et en justifiant sa proposition, un mot, un sigle ou une expression pour désigner en français :

a) *Une alliance entre deux marques qui se traduit par la présence des deux marques partenaires sur un produit.* Cette opération introduit une coopération fonctionnelle (produits complémentaires) et symbolique (marques de prestige) entre la marque du fabricant du produit (un rasoir par exemple) et celle qui lui est associée (marque de crème à raser ou de lotion après-rasage par exemple).

b) *Le réaménagement d'un intérieur d'appartement en fonction de la personnalité et du mode de vie des occupants.* Un architecte d'intérieur étudie leur personnalité et leur mode de vie pour déterminer l'ambiance qui leur conviendrait le mieux et transforme l'aménagement des lieux en réutilisant le mobilier, le matériel et les bibelots existants.

2^{ème} partie du sujet : trouver les mots et expressions.

Le candidat doit trouver les mots et les expressions de la langue des affaires dont les définitions lui sont fournies.

3^{ème} partie du sujet : il faut le dire en français.

Le candidat doit remplacer dans un texte les mots étrangers ou relevant du français par des équivalents français.

4^{ème} partie du sujet : retrouver l'origine étymologique de 2 mots de la langue des affaires : plusieurs réponses sont proposées pour chacun de ces mots. Le candidat doit cocher les réponses qui lui semblent bonnes.

5^{ème} partie du sujet : savoir entreprendre en français : le candidat doit présenter, en une vingtaine de lignes, un projet réaliste de création d'entreprise (son propre projet ou un projet qui a été réalisé et auquel il aurait aimé participer)⁷.

Revenons maintenant à une description plus détaillée de quelques résultats en matière de création terminologique.

2.2 L'usage des créations néologiques dans le domaine économique et financier

Nous avons pris en considération le domaine de l'économie et des finances: est-ce qu'on utilise davantage *chef de file* ou *leader*, *courtier* ou *broker*, *négociant* ou *dealer*, *opérateur de marché* ou *trader*, *option sur titres* ou *stock option* ? Nous avons vérifié les dates d'entrée des remplaçants français pour un nombre de mots fréquents du lexique économique et financier, pour mettre en évidence qu'il ne s'agit pas de néologismes récents, mais de mots qui vivent à l'intérieur de la langue française depuis plusieurs années :

redevance (1973)	<i>royalty</i>
banque de détail (1987)	<i>retail banking</i>
comptant (1987)	<i>cash</i>
contrat à terme d'instrument (1987)	<i>financial futures</i>
démembrement (1987)	<i>stripping</i>
extraterritorial (1987)	<i>offshore</i>
fixage (1987)	<i>fixing</i>
marché de contrat à terme (1987)	<i>futures market</i>
notation (1987)	<i>rating</i>
capital risque (1990)	<i>venture capital</i>
crédit permanent (1990)	<i>revolving credit</i>
échange financier (1990)	<i>swap</i>
valeur de premier ordre (1990)	<i>blue chip</i>
banque à domicile (1991)	<i>home banking</i>

Tous les composés anglais avec les adjectifs *hard* et *high* ou avec le substantif *home* antéposés - typiques du lexique de l'informatique, de l'Internet et de la mercatique - ont un remplaçant proposé et accepté dans l'usage, répertorié

dans le lexique de l'APFA, que nous estimerions disponible pour l'emploi des professionnels des affaires et de tous les usagers, et pas seulement réservé aux spécialistes :

<i>hard bounces</i> (publipostage)	adresses erronées ou obsolètes
<i>hard copy</i> (informatique)	tirage, copie papier
<i>hard core</i> (commerce international)	noyau, restrictions résiduelles
<i>hard discount</i> (mercatique)	maxidiscompte
<i>hard discounter</i> (mercatique)	maxidiscompteur, casseur de prix, casse-prix
<i>hard disk</i> (informatique)	disque dur, disque rigide
<i>hard disk memory</i> (informatique)	mémoire de disque dur
<i>hard error</i> (informatique)	erreur matérielle
<i>hard landing</i> (transport aérien et macroéconomie)	atterrissage brutal
<i>hard power</i> (relations internationales)	pouvoir de contraindre
<i>hard selling</i> (mercatique)	vente agressive
<i>high-tech</i> (mercatique et divers)	de pointe
<i>high touch</i> (mercatique et divers)	haute personnalisation
<i>high yield</i>	haut rendement
<i>highlighting</i> (informatique)	marquage, mise en évidence
<i>home automation</i> (économie domestique)	domotique
<i>home banking</i> (banque)	banque à domicile
<i>home-based business</i> (économie d'entreprise)	travail à domicile
<i>home business</i> (économie d'entreprise)	entreprise à domicile
<i>home centre, home center</i> (mercatique)	maisonnerie, centre pour la maison
<i>home cinema, home cinema system</i> (audiovisuel)	cinéma à domicile
<i>home consumption</i> (économie)	autoconsommation
<i>home economics</i> (économie)	économie domestique, économie familiale
<i>home entertainment</i> (audiovisuel)	technoloisir, divertissement à domicile
<i>home meal replacement</i> (mercatique)	substitut de repas
<i>home office</i> (économie d'entreprise)	siège social
<i>home office</i> (économie domestique)	bureau à domicile
<i>home page</i> (internet)	page d'accueil, page de démarrage
<i>home picking</i> (économie domestique)	grignotage chez soi, grignotage à la maison
<i>home relooking</i> (économie d'entreprise)	rénovation d'intérieur
<i>home scanning</i> (mercatique)	scannage à domicile
<i>home service</i> (mercatique)	distribution à domicile
<i>home shopping</i> (mercatique)	achat à domicile
<i>home theater, home theater system, home theatre, home theatre system</i> (audiovisuel)	cinéma à domicile, cinédom
<i>homejacking</i> (divers)	vol de voiture à domicile avec agression, cambriolage avec agression
<i>homeshoring, homesourcing</i> (économie d'entreprise)	délocalisation au domicile, externalisation au domicile, impartition au domicile, sous-traitance par travailleurs indépendants à domicile
<i>homework, home work</i> (marché du travail)	travail à domicile

Chansou (2003 : 169-178) a examiné les conditions de création néologique proposées par les organismes de terminologie et les facteurs qui ont favorisé

ces implantations : d'après la description de *gazole*, *ingénierie* et *logiciel*, la qualité linguistique de ces néologismes paraît la condition privilégiée pour le consensus auprès des locuteurs français⁸. Faut-il penser que ces mêmes conditions peuvent s'adapter aux néologismes de l'économie et des finances ? La langue doit répondre aux besoins de l'expression linguistique, et on ne peut pas sous-estimer le fait que des termes peu transparents auront tendance à ne pas résister dans l'usage du français, et même dans des secteurs spécialisés. L'action de vulgarisation d'associations telle que l'APFA aura donc du mérite et un rôle significatif dans la diffusion d'habitudes terminologiques que nous retrouvons de plus en plus présentes dans l'emploi linguistique commun.

Conclusion

La réaction au franglais a entraîné le développement d'initiatives institutionnelles et privées, qui ont à leur tour favorisé la création néologique du XX^e siècle. Ces néologismes se sont inscrits dans le fil de la langue, pour bien se faire comprendre et pour permettre de construire l'histoire de la langue par ces termes mêmes. L'attention à la *parole* a contribué à l'évolution de la *langue*, qui est toujours dynamique et ouverte aux nouveautés terminologiques insérées dans la tradition lexicale française. Le regard attentif de l'aménagement lexical assure la continuité de cette vitalité néologique, dans tous les domaines spécialisés et de la vie commune, qui contribuent à l'évolution d'une langue et de sa culture internationale.

Notes

¹ Cf. Giraud, 1971 : 134.

² Pour approfondir la notion d'aménagement linguistique, voir Chansou, 2003 : 17-22.

³ Cf. <http://www.presse-francophone.org/apfa/motdor/contes/contes.htm>

⁴ Aujourd'hui la base de données CRITER est devenue FRANCETERME, disponible à l'adresse <http://franceterme.culture.fr/FranceTerme/>

⁵ Source : <http://www.presse-francophone.org/apfa/lexique/lexique.htm>

⁶ Source : <http://www.presse-francophone.org/apfa/motdor/presse/presse06/06-mon1.htm>

⁷ Source : <http://www.presse-francophone.org/apfa/journees/07/07.htm>

⁸ Cf. aussi Depecker, 1997.

Bibliographie

Cerquiglini B., 2006, « La révolte des clercs. Estienne, Gourmont, Etiemble contre l'«invasion» lexicale », In : *Le Point sur la langue française*, Bruxelles : Timperman

Chansou M., 1983, « Politique de la langue et idéologie en français contemporain », *Mots*, n° 6, p. 59-77

Chansou M., 2003, *L'aménagement lexical en France pendant la période contemporaine (1950-1994). Etude de sociolinguistique*, Paris : Champion

Depecker L. éd., 1997, *La mesure des mots. Cinq études d'implantation terminologique*, Rouen : Publications de l'Université de Rouen

Etiemble R., 1964, *Parlez-vous franglais ?*, Paris : Gallimard

Giraud J. et al., 1971, *Les mots dans le vent*, Paris : Larousse

Noailly M., 1990, *Le substantif épithète*, Paris : PUF

Picone M.D., 1996, *Anglicisms, Neologisms and Dynamic French*, Amsterdam-Philadelphia: Benjamins

Zanola M.T., 1991, *L'emprunt lexical anglais dans le français contemporain. Etude d'un corpus de presse (1982-1989)*, Brescia : La Scuola

Zanola M.T., 1994, « Neologismi e anglicismi nel francese contemporaneo: il caso della lingua di specializzazione dell'economia e della finanza », In : *Atti del Seminario Internazionale di Studi sul Lessico*. Bologna : Clueb

Zanola M.T., 2002, « Politica linguistica e creazione neologica nel francese ». In : *L'inglese e le altre lingue europee. Studi sull'interferenza linguistica*, Bologna : Clueb