

L'anglicisation sur les réseaux sociaux en Algérie: Enjeux sociolinguistiques et reconsidérations glottopolitiques

Anglicization on Social Media in Algeria: Sociolinguistic Issues and Glottopolitical Reconsiderations

SENSRI Meriem¹*, BENDIB Hanan²

¹ Université de Mila (Algérie), m.sensri@centre-univ-mila.dz

² Université de Mila (Algérie), hanane.bendib@centre-univ-mila.dz

Received: 30/08/2025

Accepted: 28/12/2025

Published: 31/12/2025

Résumé:

L'anglicisation croissante des plateformes numériques a influencé profondément la situation sociolinguistique en Algérie. Cette prédominance observée particulièrement chez les jeunes générations notamment les créateurs de contenu a fait des réseaux sociaux en Algérie un terrain propice pour l'étude de la propagation et l'ascension de l'anglais. L'adoption de cette langue comme une norme qui traverse les frontières culturelles soulève des questions fondamentales sur la préservation du patrimoine linguistique et l'évolution des politiques linguistiques dans l'espace numérique. A travers cette étude, il serait question de souligner les enjeux de cette mutation sociolinguistique à travers l'instauration de nouvelles politiques linguistiques. A partir d'une méthodologie qualitative ayant le contenu numérique des différentes productions discursives d'influenceurs algériens populaires sur les réseaux sociaux, l'analyse se charge à identifier les différents mécanismes d'anglicisation, puisés dans des dynamiques de globalisation à la fois culturelles et linguistiques transmises par ces acteurs numériques.

Mots-clés : *Anglicisation; Réseaux sociaux; Influenceurs algériens; Politiques linguistiques; Identité culturelle*

Abstract:

The growing anglicization of digital platforms has significantly influenced Algeria's sociolinguistic landscape. This phenomenon, particularly visible among younger generations and content creators, has turned social media into a fertile ground for studying the spread of English. The adoption of English perceived as a universal and global language raises essential questions regarding the preservation of national languages and the evolution of language policies in digital contexts. Through a qualitative analysis of online discourse produced by popular Algerian influencers, this

* Corresponding author.

study seeks to highlight the mechanisms of anglicization shaped by global cultural and linguistic dynamics.

Keywords: *Anglicization; Social Media; Algerian Influencers; Language Policies; Cultural Identity.*

1. Introduction:

L'Algérie, pays au carrefour de plusieurs histoires linguistiques, est aujourd'hui à la scène d'une transformation langagière sans précédent. À côté de l'arabe et le tamazight qui représentent les langues nationales et officielles du pays, et le français qui continue d'y occuper une place dans l'histoire coloniale, l'invasion de l'anglais sur les plateformes numériques redéfinit nettement les pratiques discursives, en particulier auprès des jeunes générations.

Les réseaux sociaux ne se limitent plus à être de simple outil d'expression. Ces espaces sont devenus des lieux de négociation identitaire, des théâtres de performance linguistique où sont confrontés affirmation d'appartenance, de distinction linguistique et de modernité.

L'anglais y est non seulement considéré comme une langue de communication internationale, mais aussi comme un signe de distinction sociale et culturelle, souvent perçue comme plus « universel » ou « contemporain » que les autres langues.

Face à ce phénomène émergent, qui nous a conduits à observer de près ce qui se joue sur la scène numérique en Algérie et à en

interroger les enjeux, une question s'impose:

en quoi l'anglicisation des discours sur les réseaux sociaux algériens modifie-t-elle l'imaginaire linguistique, les mouvements identitaires et les orientations glottopolitiques au sein du pays ?

Cette recherche envisage une approche qualitative des discours de créateurs de contenu algériens sur les plateformes sociales, dans le but d'explorer les mécanismes de l'anglicisation numérique et son impact sur la formation des identités linguistiques et les décisions politiques linguistiques futures.

2. Contexte sociolinguistique et cadre théorique :

2.1. Le plurilinguisme de l'Algérie sous tension :

L'Algérie représente un véritable carrefour linguistique et culturel. L'arabe, langue officielle, et le tamazight, langue nationale et officielle depuis 2016 qui coexistent avec le français, première langue étrangères, hérité de l'époque coloniale. Cette cohabitation linguistique compte également des variétés régionales de l'arabe et du tamazight qui construisent un

paysage sociolinguistique particulier en Algérie.

Néanmoins, depuis quelques années, la situation a changé où l'anglais a fait son entrée et commence à s'imposer dans le paysage sociolinguistique du pays, en particulier dans le milieu académique. Ce phénomène est le résultat d'une série de décisions politiques édictées depuis 2022 par le président de la république Abdelmajid Tebboun.

Ces mesures politiques incluent l'introduction de l'anglais, d'abord au cycle primaire dès la troisième année, puis son remplacement du français dans les filières scientifiques et techniques à l'université en 2023. D'ailleurs, le président a expliqué ce choix en affirmant, lors de sa déclaration aux médias, que « la langue française est un butin de guerre mais l'anglais est une langue internationale », ce propos repris en titre par Ennahar Online (30 juillet 2022) illustre une volonté d'orienter l'Algérie vers le monde, au-delà de son héritage colonial. Ce choix s'inscrit dans une vision d'ouverture et de développement à l'échelle internationale, où l'anglais est perçu comme un vecteur de communication permettant de participer activement à un monde interconnecté.

Ces décisions reflètent en partie la volonté inconsciente des jeunes Algériens désireux

de s'ouvrir sur le monde en optant pour l'anglais, langue internationale. Cette volonté s'est nettement manifestée avec l'essor des réseaux sociaux et la numérisation des échanges où l'anglais commence à prendre place dans les pratiques langagières des jeunes créant une dynamique sociolinguistique complexe qui remet en question les équilibres linguistiques préexistants.

2.2. Les réseaux sociaux comme accélérateur de l'anglicisation:

Les plateformes numériques et les réseaux sociaux, comme Instagram, TikTok, Facebook et YouTube, jouent un rôle essentiel dans cette transformation. Ce sont des espaces où les jeunes peuvent s'exprimer librement et laisser libre cours à leur créativité, tout en ayant la possibilité de se connecter avec des personnes du monde entier, sans aucune barrière géographique. En effet, Le recours à l'anglais par les jeunes algériens représente un marqueur d'identification de modernité et d'ouverture dans un monde globalisé.

En fait, dans cette nouvelle dynamique, l'anglais en Algérie ne se contente plus d'être la langue d'un secteur académique. C'est devenu la langue de la musique, des vidéos virales et des tendances mondiales. Abderrazak Dourari a exprimé

des préoccupations concernant cette anglicisation croissante :

« Même si c'est une décision souveraine, remplacer une langue par une autre reconfigure la structure et l'activité des élites nationales. [...] On ne peut pas simplement passer du français à l'anglais à tous niveaux du discours. [...] Pour les professeurs et chercheurs, forger un nouvel habitus linguistique prendra des années, provoquant des pertes de performance et... le risque de compromettre la continuité du savoir et de la contribution sociale. » (Dourari, cité dans Bessadi, 2025, trad. pers.)

Le linguiste met en garde contre une anglicisation non planifiée, sa déclaration illustre les risques d'une politique linguistique déséquilibrée qui, sous prétexte d'innovation, pourrait aggraver la fragilité des langues nationales, voire compromettre la transmissions des savoirs par les élites académiques. Ainsi, loin de constituer une simple question de modernisation, le choix linguistique engage un débat crucial sur l'identité culturelle, la justice linguistique et la cohésion nationale.

Toutefois, cette vision ne reflète pas celle des jeunes Algériens qui y voit un peu comme une langue de passage, qui leur permet de s'affirmer à l'échelle mondiale,

tout en restant ancrés dans leur propre réalité locale. Et cela crée un phénomène de Globish — une forme simplifiée d'anglais, parfois mélangée avec des termes locaux ou des expressions en arabe ou en tamazight — qui devient une sorte de langage universel, compris et utilisé par des millions de jeunes à travers le monde.

2.3. Cadre théorique mobilisé :

Pour comprendre cette dynamique complexe et afin de cerner cette anglicisation numérique, nous nous appuyons sur les théories de la communication numérique (Tremblay, 1976) et celles des actes de langage initié par J.L Austin et J.R Searle pour analyser les effets pragmatiques des discours des influenceurs. Cet aspect permet de mettre en lumière la manière avec laquelle les réseaux sociaux constituent des espaces de réalisation des actes de langage où l'usage de l'anglais devient un marqueur d'aspiration, de modernité, et parfois d'élitisme. D'autres notions théoriques ont également été convoquées comme celle de l'hybridation culturelle (Bhabha, 1994), qui permet de qualifier la manière avec laquelle les jeunes construisent des identités linguistiques mixtes, entre local et global. La notion de capital linguistique et symbolique de Pierre Bourdieu, (1991) est

également nécessaire pour cerner les enjeux sociaux et identitaires liés au choix de l'anglais dans l'espace numérique. Enfin, il nous a semblé utile de faire appel aux travaux de Jannis Androutsopoulos (2011)¹ sur le code-switching numérique.

3. Cadre méthodologique et présentation du corpus :

La présente étude s'inscrit dans une approche qualitative exploratoire et a pour but de comprendre les mécanismes discursifs et identitaires liés à l'expansion de l'anglais dans les pratiques langagières des influenceurs algériens. Après une bonne observation d'un discours numérique contextualisé nous nous basons sur une approche qualitative afin de comprendre le rôle de ces créateurs de contenu dans la diffusion de l'anglais sur les réseaux sociaux en Algérie. Cette étude s'articule autour de deux principales perspectives ; d'une part, identifier la manifestation de l'anglais dans le discours numérique, ce qui implique l'analyse du contexte d'apparition et des différentes formes linguistique adoptées ; D'autre part, souligner l'impact de cette dynamique de transformation sur les identités linguistiques locales. En effet l'analyse

propose de redessiner les liens entre langue et identité afin d'examiner les implications sociolinguistique et glottopolitique de cette mutation linguistique.

Le corpus d'étude comprend une sélection de publications diffusés sur différentes plateformes telles que : Instagram, YouTube et TikTok, où les créateurs de contenus partagent leurs modes de vie, leurs opinions et leurs créations culturelles. Il comprend, plus précisément, des vidéos, des stories et des commentaires diffusés par influenceurs très suivis en Algérie. Parmi eux : Khoubab Kouas, Mourad Oudia, Amira RIAA. Le choix de ces personnalités a été motivé par plusieurs critères : la visibilité numérique (abonnés et nombre de vues), l'utilisation fréquente de l'anglais et la variété thématique abordée (humour, voyage, esthétique et beauté).

En s'appuyant sur les théories de la communication numérique (Tremblay, 1976) et celles des actes de langage initié par J.L Austin et J.R Searle. L'étude met en lumière la manière avec laquelle les réseaux sociaux constituent un espace propice à la réalisation des actes de langage où l'usage de l'anglais devient un marqueur d'aspiration, de modernité, et parfois d'élitisme. L'analyse thématique est également présente afin de catégoriser et d'interpréter les tournures et les structures

en anglais les plus récurrentes. Cette démarche s'appuie sur les principes de l'analyse de contenu (Henry & Moscovici, 1968 : 36), enrichie par une approche sémantico-pragmatique qui permet de décrypter les significations associées à l'usage de l'anglais dans des contextes algériens spécifiques.

4. Résultats et analyse des discours numériques :

4.1. L'anglais comme norme implicite : Vers une anglicisation numérique :

Sur les réseaux sociaux l'anglais s'impose comme une langue de communication internationale, permettant aux internautes de différentes origines linguistiques et culturelles de se connecter. Cette langue est omniprésente dans la majorité de leur discours afin d'en assurer une large diffusion. Pour l'expert linguiste britannique Robert Phillipson (2019), « l'anglais est une sorte de coucou linguistique [...] il force les locuteurs non natifs de l'anglais à adopter ses coutumes et sa langue ». Dans le contexte algérien, les influenceurs jouent un rôle majeur dans l'émergence et l'hégémonie de l'anglais sur les réseaux sociaux. Afin de toucher un large public, les influenceurs algériens utilisent l'anglais dans leur discours afin de briser les barrières linguistiques, une sorte

d'hybridation linguistique et culturelle, comme le souligne Bhabha, ce qui accentue le recours à cette langue internationale. Une première lecture du corpus montre le rôle déterminant des influenceurs algériens dans la diffusion de l'anglais, devenu l'une des principales langues étrangères de leur discours. En effet, l'usage répété de l'anglais par ces figures publiques crée une norme linguistique qui influence leurs abonnés, notamment les jeunes. Parmi eux : Khoubab Kouas, l'un des créateurs de contenus les plus populaires, utilise des expressions telles que *"Good morning"* pour « bonjour », *"That's so bad"* pour « c'est tellement mauvais », ou encore *"I'm so tired"* à la place de « rani aayan » en arabe ou « je suis tellement fatigué » en français dans ses vidéos. Ces expressions, issues de la culture anglo-saxonne, sont régulièrement intégrées par ses abonnés dans leurs propres interactions sur les réseaux sociaux. Mourad Oudia, connu pour ses vidéos humoristiques sur YouTube, emploie des termes anglais comme *"Trending"* pour « tendance », *"Stay tuned"* pour « restez connecté », *"Meet up"* pour « se voir », qui sont courants dans la culture numérique mondiale. Cette utilisation renforce l'idée que l'anglais est la langue de référence pour les jeunes,

notamment dans les secteurs du divertissement et des nouvelles technologies. Dans le monde de la mode et de la beauté, Amira RIAA, une influenceuse qui intègre fréquemment des termes comme "*Vlog*" un anglicisme pour « blog vidéo », "*Loving my outfit*" pour « j'adore ma tenue », "*Style*" pour « style », ou encore "*Something new*" pour « une nouveauté », renforçant ainsi l'image de l'anglais comme synonyme de sophistication et de mondialisation dans les domaines de la mode et du lifestyle. Ainsi, les jeunes qui suivent ces influenceurs intègrent ces expressions et termes dans leur propre vocabulaire, créant une hybridation linguistique où l'anglais devient la langue par défaut pour exprimer des concepts de modernité, de statut social et d'ouverture internationale. L'anglais est désormais une langue de navigation, de communication et de création de contenu, voire une norme linguistique.

À travers ces cas, l'anglais devient un marqueur de statut, un outil d'identité numérique, et un vecteur de distinction sociale. Il ne s'agit plus d'un simple choix linguistique, mais d'une stratégie discursive pleinement assumée.

4.2. Hybridation linguistique et identités plurielles :

L'hybridation linguistique que manifeste le discours des influenceurs met en évidence la dynamique et l'évolution des pratiques langagières sur les réseaux sociaux algériens. Dans ce contexte, les jeunes jonglent entre différentes langues où l'anglais se mêle à l'arabe dialectal et au français, créant de nouveaux registres linguistiques. Ce phénomène nommé code switching constitue un processus visible dans le discours des influenceurs ou ces derniers superposent plusieurs langues dans leurs discours, ce qui donne des expressions telles que :

« *It juste اشاعات قولونا* » ; « *in the coming section* » ; « *just smile and say: الحمد لله* »

Où l'anglais se superpose à l'arabe algérien avec aisance et fluidité tout en affirmant une identité à la fois locale et globale. En effet, ce métissage linguistique chez les créateurs de contenu n'est plus un simple mélange de langue mais un brassage de registre culturel entre des racines locales et une culture mondiale associée à des valeurs d'innovation, de modernité et d'ouverture. Le mélange de langue démontre également comment les influenceurs s'imposent comme des acteurs qui refusent tout type de rigidité linguistique ou culturelle en se positionnant au croisement de multiples

identités culturelles de plus en plus globalisées. Cependant, cette hybridation soulève aussi des tensions identitaires. Si l'anglais est conçu comme un moyen d'affirmer la modernité et l'ouverture des jeunes sur un monde de plus en plus globalisé, son usage pourrait être, entre autres, ressenti comme une régression des langues maternelles voire d'une culture locale. Cette tension est particulièrement manifeste chez les jeunes qui perçoivent la langue arabe comme un symbole de leur identité culturelle, mais qui sont aussi attirés par les influences mondiales véhiculées par l'anglais.

Le recours à l'anglais ne signifie pas l'abandon des langues locales. Il s'inscrit souvent dans une logique d'hybridation linguistique où se mêlent arabe dialectal, tamazight, français et anglais. Ce code-switching fluide est particulièrement visible chez les influenceurs qui alternent de manière naturelle entre plusieurs langues, parfois dans une même phrase.

Exemple révélateur : “راني عيان, I'm so tired les amis”, devenu emblématique du parler jeune algérien sur les plateformes. Cette phrase, qui mêle arabe, anglais et français, incarne à elle seule une identité linguistique composite, dynamique et revendiquée.

Cette hybridation dépasse la simple alternance de codes : elle traduit une construction identitaire plurielle, où la jeunesse revendique à la fois ses racines locales et son ouverture sur le monde. Elle témoigne aussi d'un brassage culturel, entre traditions langagières et mondialisation symbolique. Comme l'écrit Bhabha (1994), ces zones de rencontre produisent des “espaces tiers” où se négocient des formes inédites d'être-au-monde.

Loin de constituer une menace directe pour les langues nationales, cette hybridation peut être vue comme une affirmation de liberté linguistique, une réponse à la rigidité des politiques monolingues, et un acte de réappropriation culturelle dans un monde hyperconnecté. Ainsi, les discours hybrides ne relèvent pas uniquement d'un métissage spontané : ils traduisent aussi une volonté d'agir sur le monde social. D'où l'intérêt de s'arrêter à présent sur les actes de langage à l'œuvre dans ces pratiques.

4.3. Actes de langage et effets pragmatiques :

Au-delà de la présence visible de l'anglais dans les discours numériques et des formes d'hybridation linguistique révélatrices d'identités plurielles, il convient ici niveau d'interroger la dimension pragmatique des

usages de l'anglais du discours de notre corpus. En effet, les expressions anglophones utilisées par les influenceurs algériens ne soulèvent pas uniquement d'un choix stylistique ou esthétique ; elles accomplissent des actes de langage qui véhiculent des valeurs symboliques et sociales.

Dans cette perspective, nous convoquons les théories de J.L. Austin et J.R. Searle, selon lesquelles tout énoncé n'est pas seulement informatif mais aussi performatif, dans le sens où il produit un effet, établit une relation et marque une position. Ces usages s'inscrivent également dans une logique de capital linguistique (Bourdieu, 1991), où le recours à l'anglais peut devenir un outil de distinction sociale et de valorisation symbolique dans un espace numérique mondialisé.

L'analyse pragmatique des discours de Khoubaid Kouas, Mourad Oudia et Amira RIAA révèle que les expressions anglaises utilisées ne sont pas neutres : elles s'inscrivent dans des actes de langage performatifs à forte charge symbolique.

Actes de connivence : cette composante est destinée à renforcer la relation avec l'audience. Ainsi, les expressions comme *"Good morning"*, *"Stay tuned"*, *"Let's go"* créent un lien direct avec l'audience, en

générant une proximité émotionnelle et un ton familier. Ce sont des formules d'ancrage, presque rituelles, qui participent à une construction de communauté.

Actes de distinction : ici, les actes visent à renforcer un rapport d'autorité de forces esthétiques ou culturelles. Les formules comme *"Loving my out fit"*, *"Hi Guys"* ou *"Vlog"* renvoient à un univers esthétique mondialisé. Elles permettent à l'influenceur-se de se positionner en tant que figure d'autorité culturelle, à l'image de leurs homologues anglo-saxons.

Actes d'affirmation identitaire : Par l'usage de l'anglais dans un environnement majoritairement arabophone ou francophone, les créateurs affirment une posture d'ouverture, d'innovation, de modernité voire d'élitisme comme l'expression: « *ماشاء الله for my beautiful family الحمد لله* »

Loin d'être des emprunts décoratifs, ces expressions deviennent des marqueurs symboliques de statut, de compétence, et d'aspiration. Leur usage renforce un capital linguistique (Bourdieu, 1991) valorisé dans un marché linguistique des espaces numériques, et leur adoption par les abonnés s'inscrit dans un processus de légitimation sociale.

5. Discussion : Enjeux sociolinguistiques et glottopolitiques :

5.1. Fragilisation des langues nationales et aliénation culturelle :

La popularité grandissante de l'anglais dans le discours des internautes algériens et son usage accru peut soulever une forme d'inquiétude liée principalement à la marginalisation des langues maternelles d'une part et à une rupture avec les identités culturelles locales d'autre part. Les langues locales, nécessaires pour garantir une identité collective et une culture spécifique, ne seront alors plus à l'abri. Plusieurs recherches ont d'ailleurs démontré que le recours à des anglicismes ne modifie pas seulement la langue d'accueil mais affecte également, les pratiques identitaires, socio-culturelles et communicatives de la communauté en question. Chez les internautes algériens, ce phénomène s'étend au-delà des emprunts et de simples expressions, il touche en grande partie des expressions figées qui faisaient autrefois partie des pratiques locales des locuteurs algériens. L'observation des vidéos démontrent clairement que les internautes recourent dans plusieurs contextes à des expressions idiomatiques en anglais au détriment de l'arabe algérien ce qui pourrait menacer la diversité et la richesse des expressions dans

les langues maternelles. Comme le témoignent ces expressions, largement utilisé sans traduction dans les contenus liés à la motivation :

- « *welcome every where* » pour Bienvenue partout
- « *Stay strong, do it for you, don't wait for anyone* » pour Reste fort(e), fais-le pour toi, n'attends personne.
- « *Little is MUCH when GOD is in it* » pour Le peu devient beaucoup quand Dieu y est présent.
- « *We ride together, we rise together* » pour Nous avançons ensemble, nous nous élevons ensemble.
- « *Dreaming is believing* » pour Rêver, c'est croire.

Toutefois, il est à souligner que dans certaines vidéos, les créateurs de contenus n'optent que pour l'anglais dans leurs publications et leurs stories destiné à un public qui partage l'arabe algérien comme langue maternelle, comme le démontre l'extrait de l'influenceuse Amira RIAA : "*You are what you believe you are, You are a blessing You are a gift from god You are beautiful You are powerful You are strong You are intelligent You are perfect just trust yourself and believe on you*"

La forte présence de l'anglais dans le discours des influenceurs affecte les

pratiques langagières des jeunes et témoigne une forme d'attrait à cette langue perçue comme un outil d'ouverture globale, voire un passage vers la mondialisation à travers laquelle les jeunes créateurs de contenu pensent ne pas renier leurs racines, ils les mettent juste en scène différemment. Ainsi, il révèle le désir d'appartenir à une culture mondialisée. Cet intérêt croissant envers l'anglais a pour effet de marginaliser la langue maternelle qui peut se retrouver progressivement enchâssée et inappropriée dans plusieurs situations associées à la mode, le business et la réussite. En effet, à force d'être exposée à des modèles anglo-saxons omniprésents et valorisés, une partie, pour ne pas avancer la quasi-totalité, de la jeunesse pourrait éventuellement développer une forme de dévalorisation de ses propres ressources linguistiques et culturelles. Nous pouvons, également, citer le mécanisme de la créativité lexicale qui migre vers l'anglais, telles que les expressions: « *Génération golden* » qui substitué l'expression courante en arabe "الجيل الذهبي" (la génération d'or), ou encore l'expression « *Matchy matchy* » pour « tout est assortie »; aussi le terme « *player* » à la place du mot de l'arabe algérien "لعاب" qui signifie (coureur de jupons). Cette créativité témoigne d'un

dynamisme linguistique que la langue maternelle n'en bénéficie pas puisque les internautes algériens puisent dans les ressources d'une langue étrangère. Le risque est réel : que l'anglais, de langue d'aspiration, devienne langue de domination intériorisée, effaçant progressivement la légitimité des langues locales. Ainsi, les langues locales, vecteur de cohésion social, risquent d'être reléguées à la sphère privée au profit d'un anglais promu en langue de légitimité sociale et de réussite.

En conséquence, le fossé générationnel se creuse davantage. Les parents, parfois peu à l'aise avec l'anglais, peuvent se sentir exclus de ces nouvelles formes d'expression. La fracture linguistique devient aussi une fracture symbolique, qui remet en question la transmission intergénérationnelle et le sentiment d'appartenance.

5.2 Vers une glottopolitique de l'équilibre: réforme linguistique et stratégie d'internationalisation :

Depuis 2022, l'état algérien a connu un tournant glottopolitique important en introduisant l'anglais dans l'enseignement primaire, puis en l'imposant comme langue prioritaire dans les filières scientifiques et techniques dans l'université. Cette réforme,

présentée comme une stratégie d'ouverture vers le monde, repose au fait sur une logique de réaligement géopolitique et économique, qui s'inscrit dans les mutations globales du XXI^e siècle.

Si cette orientation est justifiée comme légitime d'un point de vue stratégique, elle pourrait susciter des questions fondamentales en matière de justice linguistique. En effet, si on opte pour la promotion de l'anglais comme langue d'avenir, sans mettre une feuille de route claire pour la préservation des langues nationales, les politiques actuelles risquent de reproduire de l'exclusion dans le sens où seuls les individus déjà socialement ou scolairement favorisés peuvent accéder à cette nouvelle norme linguistique. L'anglais devient ainsi non seulement une langue de communication, mais aussi un marqueur d'inégalités sociolinguistiques comme le souligne Dourari A. (2019) : « l'introduction de l'anglais n'est pas un processus neutre » ; elle engage une reconfiguration des rapports de pouvoir linguistique dans la société. Par conséquent, l'absence d'un plan d'optimisation clair entre anglais, arabe, tamazight et français pourrait accentuer la compétition entre langues, au lieu de promouvoir un plurilinguisme complémentaire et équilibré.

Face à ces tensions, l'urgence n'est pas de freiner l'usage de l'anglais, mais de penser un modèle linguistique pluriel, où les langues ne s'excluent pas mais se complètent. L'Algérie a toutes les ressources pour porter une glottopolitique inclusive, fondée sur un multilinguisme dynamique, intelligent et équilibré. Ces dispositions supposent des mesures touchant plusieurs domaines : l'enseignement, les médias et l'économie. Il serait alors nécessaire de renforcer l'enseignement de l'anglais sans affaiblir l'arabe et le tamazight ; de valoriser ces dernières dans les espaces numériques, culturels et institutionnels ; d'encourager les pratiques hybrides comme formes légitimes d'expression dans tous les domaines ; de créer des ponts entre générations à travers des dispositifs pédagogiques, artistiques et médiatiques. Autrement dit, il ne s'agit pas de résister à la mondialisation linguistique, mais de négocier avec elle, en y injectant des valeurs locales, des imaginaires culturels propres, et une vision politique de la diversité.

5. Conclusion :

Cette contribution a tenté de mettre en lumière un phénomène sociolinguistique en pleine expansion en Algérie, celui de

l'anglicisation des discours sur les réseaux sociaux. Véhiculée principalement par une jeunesse connectée, cette dynamique linguistique ne se limite pas à un simple effet de mode ou à un emprunt lexical passager. Elle dissimule une transformation plus profonde des rapports à la langue, à l'identité et à la culture. En optant pour l'anglais comme outil de communication, de distinction et de représentation de soi, les jeunes créateurs de contenu algériens redéfinissent l'espace de l'expression linguistique dans le monde numérique en Algérie.

À travers l'analyse de contenus de figures populaires du web algérien, nous avons souligné une hybridation linguistique active, où se mêlent de formes linguistiques locales et anglaises. Ce mélange, loin d'être anarchique, reflète une forme de compétence discursive, une capacité à jongler entre les langues pour affirmer des identités multiples, tant locales que globales. Toutefois ce brassage linguistique n'est pas sans conséquence : il pèse sur les équilibres existants, reconfigure les normes existantes et soulève des débats sur la légitimité des langues dans l'espace public et numérique.

Si l'anglais offre des opportunités d'ouverture et d'insertion dans un monde

globalisé, il peut aussi devenir un facteur de déséquilibre, en marginalisant les langues nationales ou en accentuant les fractures sociolinguistiques. Le défi devient aujourd'hui glottopolitique afin d'assurer des transformations équilibrées sans fragiliser le socle culturel et linguistique du pays ; reconnaître la place de l'anglais sans faire des langues locales un second plan. Il s'agirait de penser un plurilinguisme harmonieux, réfléchi et inclusif.

L'Algérie, riche de sa diversité linguistique et de son histoire, a l'occasion de construire un modèle équilibré, où chaque langue n'exclut pas une autre. C'est dans ce sens que des politiques linguistiques devraient être attentives, souples, mais aussi ambitieuses, capables de conjuguer innovation, diversité et cohésion sociale.

Dans la même perspective, d'autres recherches pourraient suivre en profondeur le cheminement des politiques linguistiques algériennes faces à ce phénomène d'anglicisation numérique ; ou encore enquêter sur l'imaginaire linguistique du public en question. Enfin, une approche comparative de ces nouvelles pratiques langagières avec d'autres pays maghrébins pourrait inscrire les travaux dans une optique régionale plus large.

5. Liste Bibliographique:

- Androutsopoulos, J. (2011), *Code-switching in computer-mediated communication*. In *Handbook of the Pragmatics of CMC*.
https://jannisandroutsopoulos.net/wp-content/uploads/2009/12/code-switching-in-computer-mediated-communication_v3_12-2011.pdf (consulté le 15/12/2024).
- Austin, J. L. (1970), trad. française par G. LANE, *Quant dire c'est faire*, Éditions du Seuil, Paris.
- Benrabah, M. (2014), *Language and politics in Algeria. Nationalism and Ethnic Politics*, Springer.
- Bessadi, N. (2025, 2 juin). *Algeria's shift to English is about more than just language*. Global Voices.
<https://globalvoices.org/2025/06/02/algerias-shift-to-english-is-about-more-than-just-language/> (consulté le 20/07/2025).
- Bhabha, H. K. (1994), *The location of culture*, Routledge.
- Bourdieu, P. (1991), *Langage et pouvoir symbolique*, Éditions du Seuil, Paris.
- Ennahar Online, (30 juillet 2022)
<https://www.ennaharonline.com/fr/le-president-tebboune-le-francais-est-un-butin-de-guerre-mais-anglais-est-la-langue-internationale/>, (consulté le 3 Juillet 2025)
- Blommaert, J. (2010), *The Sociolinguistics of Globalization*. Cambridge University Press.
- Henry, P., & Moscovici, S. (1968), *Problèmes de l'analyse de contenu*, Langages.
- Phillipson, R. (1992), *Linguistic imperialism*, Oxford University Press.
- Phillipson, R. (2019), *La domination de l'anglais : un défi pour l'Europe*, Libre et Solidaire, Paris.
- Searle, J. R. (1969), *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
- Soudi, H. (2021), *La sociolinguistique algérienne à l'ère numérique: enjeux et défis*, Éditions de l'Université de Tlemcen.
- Tremblay, G. (1976), Trois théories de communication. *Bulletin de psychologie*, 29 (321), 375-387.
<https://doi.org/10.3406/bupsy.1976.10707> (consulté le 22/05/2025).