



HAL
open science

Réseaux sociaux et pratiques linguistiques : comment intégrer l'usage du français dans un environnement aussi concurrentiel que celui de l'anglais ?

Bruno Marchal

► To cite this version:

Bruno Marchal. Réseaux sociaux et pratiques linguistiques : comment intégrer l'usage du français dans un environnement aussi concurrentiel que celui de l'anglais?. 3ème Conférence internationale de Phuket - Le français face au plurilinguisme-pluriculturalisme : Etats de lieux et perspectives de la didactique de l'anglais et du français en contexte plurilingue – English and French : Observations and Teaching Perspectives in Multilingual and Multicultural Context, Université Prince de Songkla, Phuket, Thaïlande, Nov 2014, Bangkok, Thaïlande. halshs-02074179

HAL Id: halshs-02074179

<https://shs.hal.science/halshs-02074179>

Submitted on 20 Mar 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Réseaux sociaux et pratiques linguistiques : comment intégrer l'usage du français dans un environnement aussi concurrentiel que celui de l'anglais ?

Bruno MARCHAL

Faculté des Arts libéraux

Université Thammasat

Bangkok, Thaïlande

RÉSUMÉ : Les réseaux sociaux ou *Social Media* pour reprendre la dénomination anglo-saxonne, sont omniprésents dans la sphère sociétale, tant dans la vie personnelle que la vie professionnelle ou scolaire. Depuis moins d'une dizaine d'années, leur existence a bousculé nos modes de vie et nos rapports avec les autres, que nous jugions ces réseaux néfastes ou bénéfiques et que nous les adoptions ou non. Le paradoxe du développement technique de la communication humaine planétaire semble réduire considérablement les échanges réticulaires, mais augmente considérablement les échanges écrits puisque par réseau social, une autre personne est en contact avec celle qui se trouve à l'autre bout de la planète, avec un langage commun qui emprunte beaucoup à l'anglais. Or, ce langage commun s'insère de manière insidieuse dans notre langue de communication quotidienne et nous constatons en effet qu'à côté de la capacité d'innovation de l'anglais qui invente un acronyme ou un néologisme pour chaque notion qui apparaît dans le monde des technologies de l'information et de la communication, notre langue maternelle, quelle qu'elle soit, subit des transformations, voire des disparitions, parfois par simple délit de paresse... La quantité d'effort qu'il faut fournir pour que le français par exemple prenne toute sa place dans ce langage commun n'est pas insurmontable et nous nous proposons ainsi de montrer qu'avec un peu d'attention, il existe des moyens simples et efficaces d'intégrer dans ce monde en perpétuelle évolution technologique, des explications étymologiques, des allers-retours historiques ou culturels avec l'anglais pour faire de la langue française un contrepois attractif, moderne et "tendance" à la langue d'usage des réseaux.

Mots clés : plurilinguisme, usages, réseaux sociaux, technologies d'enseignement et d'apprentissage, didactiques des langues et des cultures, étymologie, culture

Réseaux sociaux et pratiques linguistiques : comment intégrer l'usage du français dans un environnement aussi concurrentiel que celui de l'anglais ?

Les institutions et les professionnels de l'enseignement, les chercheurs en langues, les usagers de ces langues, tous reconnaissent aujourd'hui le bien-fondé de l'apprentissage d'une ou plusieurs langues étrangères afin de se construire des horizons vers un marché de l'emploi multinational et d'aller vers une diversité multilingue et multiculturelle pour mieux appréhender les espaces dans lesquels nous vivons. Or, si quelques 6 000 à 7 000 langues sont encore parlées dans le monde de nos jours, que 97 % de la population mondiale parlent environ 4 % de ces langues mais qu'à l'inverse environ 96 % de ces mêmes langues ne sont parlées que par 3 % de la population mondiale, on constate que, depuis une cinquantaine d'années, le processus de mondialisation ne fait qu'accélérer l'uniformisation de la culture et des langues, du fait de la prédominance de l'anglais. Beaucoup de langues peu répandues ont du mal à rivaliser et à survivre à cette évolution, et on peut affirmer aujourd'hui que par rapport à une langue comme le français qui, il y a deux siècles encore, était considérée comme la langue de distinction qu'il fallait connaître pour évoluer dans le monde, force est de constater que l'anglais a de loin supplanté les différents apports qui donnaient à la langue française toute sa richesse, parce qu'elle fleurissait de ses nombreux emprunts à l'allemand, l'arabe, le portugais, l'italien, l'espagnol, le russe etc. Aujourd'hui, les grandes économies mondiales anglo-saxonnes ont ouvert leurs frontières au libre-échange, et ces échanges d'abord économiques ont très vite concerné les biens culturels. Ainsi des arts tels que le cinéma, parfois liés à des impératifs politiques et militaires (Valantin, 2003) ou la musique se sont mondialisés et étroitement associés à la langue anglaise, ont véhiculé des modes de vie par les canaux de communication liés à l'image. Dans ce contexte, l'anglais a su devenir une langue désirable. Or comment rendre la langue française populaire ? L'une des voies que nous nous sommes proposé d'explorer est celle de l'intégration de manière quotidienne sur les voies royales de communication du XXI^e siècle : les médias sociaux.

1. Quels sont ses moyens de développement d'une langue de communication ?

Les différents moyens que l'on peut recenser dans le développement d'une langue sont d'abord le fait d'une transmission intergénérationnelle, celle qui se définit par le passage de la langue de la mère et/ou du père, localement et au sein de la micro-société familiale. Par son statut juridique ensuite : la langue d'usage est-elle la langue officielle ou co-officielle ? À ceci s'ajoute son intégration et sa vivacité au sein des pouvoirs publics (langue administrative, langue de l'armée, langue de la justice...), de l'économie (langue du commerce ou des affaires) ou du vécu religieux, sportif et culturel. D'autres moyens ont un fort pouvoir de développement et l'on peut ajouter l'enseignement, les médias et enfin l'appartenance à un cercle ou plus large encore, un réseau

numérique... Quels chiffres constate-t-on¹ ? En 2014, on dénombre environ 3 milliards de personnes ayant accès à Internet dont 48,4 % se situent en Asie et on estime le nombre d'utilisateurs de médias sociaux à ¼ de la population mondiale. En 2017 leur nombre prévu est de 2,5 milliards. Pour exemple, 10 milliards de messages sont envoyés par jour sur Facebook avec 4,5 milliards de *like* ; 350 millions de photos sont publiées chaque jour et 1,8 millions de *like* chaque minute. Sur 1,15 milliard d'utilisateurs, 751 millions se connectent avec leurs mobiles ou tablettes sur plus de 7 000 types de terminaux différents et 3 % des utilisateurs soit environ 233 millions de personnes s'y connectent plus de 5 fois par jour. Les chiffres sont vertigineux et si les régions du monde utilisateurs d'Internet sont dans l'ordre décroissant, l'Asie, l'Europe, l'Amérique latine et Caraïbes, l'Amérique du Nord et l'Afrique, on constate que les langues sur la Toile évoluent : en 2010, elles étaient dans l'ordre, l'anglais suivi de l'espagnol et du français ; en 2012, l'anglais occupe toujours la première place mais le français passe au 4^e rang derrière le portugais, car les pays émergents comme le Brésil sont très consommateurs d'Internet et de réseaux. L'utilisateur brésilien compte presque 10 heures par mois sur un réseau social. Par comparaison, la Thaïlande est au 4^e rang mondial avec 8,7 heures par mois. On constate aussi une nette évolution du chinois dans les échanges par médias sociaux.

2. Qu'est-ce qu'un média social et un réseau social ?

Même si dans le cadre de cet article de communication, média et réseau social se superposent pour le sujet qui nous préoccupe, il convient de distinguer en français et en anglais un média social d'un réseau social car on a souvent tendance à les confondre et plusieurs auteurs en ont des définitions qui diffèrent. Pour nous, après une analyse de la littérature anglo-saxonne dans le cadre de notre thèse, nous envisageons un média social (ou *social media* en anglais) à ce qui correspond à une définition que l'on trouve chez plusieurs auteurs comme le Web social issu du Web 2.0. Le Web 2.0 est une conception de l'utilisation d'Internet où l'utilisateur (internaute) n'est plus simplement un lecteur ou spectateur passif de contenus mais un acteur qui s'attribue le rôle de producteur ou diffuseur d'informations sur Internet et qui partage ainsi divers types de médias iconiques, textuels ou audiovisuels. Pour Conole et Alevizou (2010) tirant leurs conclusions d'après une commission d'étude des outils du Web 2.0 dans les écoles par la BECTA (*British Educational Communications and Technology Agency*), les médias sociaux peuvent se regrouper en dix catégories d'un Web social global, ainsi : 1. le partage de médias qui permet de créer des médias et de les échanger avec des pairs ou avec un large public ; 2. la manipulation de médias et *mashups* c'est-à-dire des outils qui permettent d'agréger du contenu de sources multiples et de créer une nouvelle application ou

¹ Les chiffres cités dans cet article proviennent de données publiées par Nielsen Online, the International Telecommunications Union, Internetworldstats.com et dataworldbank.com

un nouveau site ; 3. la messagerie instantanée sous la forme de clavardage associé à des espaces de conversation ; 4. les jeux en ligne et mondes virtuels qui invitent des joueurs à interagir en ligne autour de thématiques et selon des règles définies ; 5. le réseautage social ou la plateforme sociale qui est un site où la structure sociale permet des interactions entre les membres de groupes ou « d'amis » ; 6. les blogues qui sont des journaux sur Internet où l'utilisateur peut poster du texte et où les lecteurs peuvent le commenter ; 7. les marque-pages sociaux qui permettent aux usagers de placer leurs favoris sur un site central afin de les marquer pour les organiser et les faire retrouver par soi-même ou par d'autres ; 8. les systèmes de recommandation qui sont des sites d'agrégation de contenus destinés à faciliter une lecture et à regrouper des informations selon des thématiques semblables ou complémentaires ; 9. les wikis et outils d'édition collaboratifs qui permettent de créer, éditer et adresser des liens ; 10. la syndication où les usagers peuvent s'abonner à des flux qui avertissent les internautes qui se sont abonnés de changements ou de mises à jour. On peut noter que ces sites de syndication et les systèmes de recommandation sont des sites qui font évoluer le Web 2.0 vers un Web 3.0, dit « sémantique » c'est-à-dire où l'information n'est plus à chercher en navigant sur Internet mais arrive directement à l'internaute, suivant des centres d'intérêt qu'il aura préalablement définis, un système de marquage (*tag*) et son profil.

La définition que donne danah m. boyd & Nicole B. Ellison nous semble la plus juste en ce qui concerne les *SNS (Social Network Sites)* ; les sites de réseaux sociaux sont définis en effet par ces auteurs comme un service en ligne permettant aux individus de construire une identité numérique publique ou semi-publique, qui propose une liste d'amis eux-mêmes utilisateurs du système, avec lesquels il est possible de partager une connexion. La plupart de ces sites offrent la possibilité d'ajouter du contenu multimédia et Facebook en particulier, des appliquettes (petites applications). On rencontre également le terme de site de réseautage social (*Social Networking Site*) mais comme Zourou (2012), nous pensons que le terme s'applique plutôt à l'activité des usagers dans les médias sociaux d'une manière générale.

3. Qu'en est-il de la transmission par média ou réseau social ?

Que ce soit sur un média ou un réseau social, la transmission d'informations entraîne un phénomène d'acculturation dans les deux sens du terme, à la fois celui de la « psychologie sociale qui désigne le processus d'apprentissage par lequel l'enfant reçoit la culture de l'ethnie ou du milieu auquel il appartient et celui de l'anthropologie culturelle qui désigne les phénomènes de contacts et d'interpénétration entre civilisations différentes » (Encyclopedia Universalis). C'est pourtant ce sens-là qui prévaut aujourd'hui tel que l'ont défini en 1936 Herskovits, Linton et Redfield car c'est « l'ensemble des phénomènes qui résultent de ce que des groupes d'individus de cultures différentes entrent en contact, continu et direct, avec les changements qui surviennent dans les

patrons culturels originaux de l'un ou des deux groupes ». Or les contacts sur Internet quasi instantanés, fluides et simultanés, le défilement rapide des informations, la visibilité des messages et des commentaires de même que la dilution dans une masse d'informations entraînent une acculturation et un pragmatisme linguistique. On cherche à aller au plus vite, sans parfois se préoccuper de la compréhension que peut avoir le lecteur du message qui lui est destiné. Ce multilinguisme sur média ou réseau social se caractérise par plusieurs éléments, d'abord par une mobilité et une adaptation de la jeunesse à divers contextes linguistiques et socio-culturels ; puis par une grande capacité d'innovation linguistique grâce à des compétences sous différents langages et un échange culturel permanent qui créent un marqueur social et une identité communautaire (Atifi, 2007) ; enfin par des collaborations internationales, de nouveaux modes et canaux de communication et une employabilité accrue². Il peut aussi représenter un vocabulaire restreint, des difficultés d'expression, une grammaire et une orthographe fautive, des phénomènes d'hésitation dans la production, un langage abrégé et phonétique (Orban, 2005), un nivellement de la culture lié à un appauvrissement de la langue maternelle. Comme le laissent entendre Monique Lebrun et Nathalie Lacelle (Nebrun & Lacelle, 2012) : « On peut également se demander si le web social aide l'individu à assumer sa propre identité linguistique. Pour développer leurs réseaux sociaux sur le web social, les jeunes sont clairement prêts à faire des concessions linguistiques. »

4. Une solution : la francisation, sans être une radicalisation.

Sans faire de l'anti-américanisme primaire et contrairement à ce qu'affirmait Frédéric Mitterrand en 2009 à l'Université d'été des jeunes UMP³ à Seignosse dans les Landes, « ce n'est pas parce qu'on mange des Big Mac ou que l'on porte des jeans qu'on ne peut pas lire Paul Valéry ». L'usage de termes en français a un effet double : d'une part il contribue à la diversité linguistique. Si on compare le nombre d'utilisateurs par langue avec les pages produites dans celle-ci les internautes francophones se placent en 3ème position parmi les plus productifs⁴, comme sur Wikipédia où le français représente la troisième langue en nombre d'articles. Ainsi Internet est un « gisement d'opportunités nouvelles pour la diffusion des contenus et des services en langue française », selon le rapport de la Délégation à la langue française, ou comme le constate Atifi : « l'anglais n'est jamais devenu dominant à 100 % dans les échanges multilingues et le média Internet permet à d'autres communautés linguistiques grandes ou petites, non seulement de survivre, mais d'accroître leur diffusion ainsi que le nombre de leurs utilisateurs » (Atifi, 2007). D'autre part,

² Selon le Ministère français chargé de l'emploi, l'employabilité est « la capacité d'évoluer de façon autonome à l'intérieur du marché du travail, de façon à réaliser, de manière durable, par l'emploi, le potentiel qu'on a en soi... L'employabilité dépend des connaissances, des qualifications et des comportements qu'on a, de la façon dont on s'en sert et dont on les présente à l'employeur »

³ Union pour un Mouvement Populaire : parti politique ayant amené N. Sarkozy au pouvoir présidentiel et regroupant les différentes sensibilités de droite ; gaullistes, libéraux et une partie des centristes.

⁴ Selon une étude réalisée par la Direction Terminologie et Industrie de la Langue de l'Union Latine

après des années d'approche communicative où l'on interdisait l'usage des dictionnaires et où le lexique avait la part pauvre, on revient aujourd'hui vers une approche plus rationnelle, grâce en partie au Cadre Européen commun de référence pour l'apprentissage et l'enseignement des langues qui propose un inventaire des classes de mots et d'expressions pour aborder la question de la sélection lexicale, et liste les moyens habituellement mis en œuvre pour développer la compétence lexicale. Ceci nous incite à pratiquer une approche liée à la forme et à l'étymologie des mots, car on peut ainsi aborder la dérivation, de même que la pluralité des langues qui enrichissent tous deux le lexique et la polysémie. Nous nous proposerons, au travers de notre communication, d'en donner plusieurs exemples.

Bibliographie

Atifi, H. (2007). Continuité et/ou rupture dans l'internet multilingue : quelles langues parler dans un forum diasporique ? *GLOTTOPOL*, n° 10, Juillet.

Bonnes pratiques linguistiques dans les entreprises, Office québécois de la langue française, Délégation générale à la langue française et aux langues de France, 2013, Bibliothèque et Archives nationales du Québec, ISBN – 978-2-550-67070-4

Boyd, M D. & Ellison, B N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, n° 13, International Communication Association, 210–230

Conole, G. and Alevizou, P. (2010). *A literature review of the use of Web 2.0 tools in Higher Education*. New York : Higher Education Academy

Lebrun, M. et Lacelle, N. (2012). Les usages linguistiques des adolescents québécois sur les médias sociaux, *Alsic*, Vol. 15, n°1

Mlaiki, A. (2012). Compréhension de la continuité d'utilisation des réseaux sociaux numériques : Les apports de la théorie du don, thèse en Sciences de gestion. Université Paris Dauphine - Paris IX

Madge, C., Meek, J., Wellens, J. & Hooley, T. (2009). Facebook, social integration and informal learning at university: 'It is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work', *Learning, Media and Technology*, 34:2, 141-155

Mangenot, F. (2005). Seize ans de recherches en apprentissage des langues assisté par ordinateur, Plurilinguisme et apprentissages, *Mélanges Daniel Coste*. Lyon : ENS Editions, 313-322

Orban, A.-C. (2005). Les jeunes et la blog'attitude. *Médialog*, n° 56, 36-39.

Robert, J.P. (2008). *Dictionnaire pratique de didactique du FLE*, Paris : Ophrys 2^e édition

Valantin, J.-M. (2003). *Hollywood, le Pentagone et Washington, Les trois acteurs d'une stratégie globale*, Paris : Autrement

Zourou, K. (2012). De l'attrait des médias sociaux pour l'apprentissage des langues – Regard sur l'état de l'art, *Alsic*, Vol. 15, n°1