

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA FILOZOFICKÁ

Barbora Žáková

Le français dans les réseaux sociaux
Francouzština na sociálních sítích

Bakalářská práce

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Hana Rozložníková, Ph.D.

Katedra: Katedra románských jazyků

Studijní obor: Cizí jazyky pro komerční praxi- francouzština

Datum vypracování práce: 20.04.2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Le français dans les réseaux sociaux“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň, duben 2022

podpis autora

Poděkování

Na úvod, bych ráda poděkovala vedoucí své bakalářské práce paní Mgr. Haně Rozlozsnikové za odborné vedení práce, podnětné připomínky, čas a užitečné rady, které mi věnovala. Dále bych chtěla poděkovat všem svým učitelům a profesorům, kteří mě prováděli a vzdělávali celé tři roky na univerzitě. A v neposlední řadě děkuji své rodině za podporu a trpělivost.

Table des matières

1. INTRODUCTION.....	1
2. TERMINOLOGIE.....	3
3. PARTIE THÉORIQUE.....	6
3.1 Réseaux sociaux et leurs types.....	6
3.2 Marketing des réseaux sociaux.....	10
3.3 Utilisateurs des réseaux sociaux.....	12
3.4 Avantages et inconvénients de l'utilisation des réseaux sociaux.....	13
3.5 Français des réseaux sociaux.....	16
3.6 Abréviations sur les réseaux sociaux.....	18
3.7 Abréviations anglaises.....	20
3.8 Abréviations françaises.....	26
3.9 Langue française utilisée sur les réseaux sociaux.....	32
4. PARTIE PRATIQUE.....	36
4.1 Principaux objectifs.....	36
4.2 Méthodologie de la collecte des données.....	36
4.3 Résultat de l'enquête.....	37
4.4 Résumé de la partie pratique.....	42
5. CONCLUSION.....	43
6. BIBLIOGRAPHIE.....	45
6.1 Ressources imprimées.....	45
6.2 Ressources électroniques.....	45
6.2.1 Articles publiés sur Internet.....	45
6.2.2 D'autres sources d'Internet.....	51
7. RÉSUMÉ.....	52
7.1 Résumé en français.....	52
7.2 Résumé en anglais.....	53
8. ANNEXE.....	54

1. INTRODUCTION

Les réseaux sociaux nous entourent chaque jour et pour diverses raisons. Leur utilisation est différente. Les réseaux sociaux sont un service disponible sur Internet qui permet aux gens de créer un profil personnel, un profil d'entreprise ou un profil public qui sert à une variété de choses. Les jeunes générations sont dominées par l'utilisation des réseaux sociaux pour se divertir, communiquer avec des amis, discuter, publier des images et des photos. Pour résumer, pour s'amuser pendant le temps libre. Pour les entreprises, les réseaux sociaux servent de canal de communication avec les clients. On peut dire que les réseaux sociaux permettent aux clients d'exprimer leurs opinions et aux entreprises de se présenter sous leur meilleur jour, et donc de plus en plus d'entreprises essaient de surveiller ce qui se passe sur les réseaux sociaux qui affectent leur marque.

Le thème de mon mémoire de licence « Le français dans les réseaux sociaux » que j'ai choisi est d'une grande actualité aujourd'hui. Le sujet m'a passionnée puisque ma génération et les générations futures grandissent sur les réseaux sociaux et la langue française évolue constamment de différentes manières. Dans mon mémoire de licence, j'ai décidé de me concentrer sur tout ce qui touche aux réseaux sociaux et de les décrire en détail. À quoi servent les réseaux sociaux, leurs avantages et leurs inconvénients, leurs dangers et leurs types.

Comme mon travail devait spécifiquement inclure la langue française, j'ai recherché dans la littérature professionnelle sous forme imprimée et pdf, les articles et sites d'Internet étrangers tout ce qui concernait la langue française et la langue en général sur les réseaux sociaux. Je me suis concentrée principalement sur les abréviations et les expressions utilisées sur Facebook, Instagram ou d'autres réseaux sociaux. La langue française, en tant qu'une

des langues romanes, est très éloignée du locuteur tchèque, principalement en raison de la situation géographique des deux pays. C'est pourquoi j'ai essayé de trouver la communication française unique, les abréviations et les phrases que les Français utilisent couramment sur Internet. Qu'ils soient jeunes ou adultes.

Grâce au vaste sujet du mémoire de licence, elle est divisée en deux parties, une partie théorique et une partie pratique. Dans la partie théorique, je voudrais familiariser le lecteur avec tous les réseaux sociaux populaires et utilisés, en particulier un par un. J'ai aussi essayé de préciser comment la langue française est représentée sur les différents réseaux sociaux, comment la langue est utilisée et dans quelles situations. De plus, je voulais mentionner une petite comparaison avec la langue tchèque.

Dans la partie pratique, je vais essayer de découvrir comment les élèves des lycées et des universités différentes qui étudient le français perçoivent la langue française sur les réseaux sociaux. Je voulais explorer leur capacité à comprendre les abréviations, les phrases et les connexions établies qui y apparaissent. Pour ma recherche, j'ai choisi la forme d'un questionnaire et j'ai utilisé des graphiques pour l'illustrer dans mon mémoire de licence.

2. TERMINOLOGIE

Avant la rédaction de mon mémoire de licence, je trouve approprié et utile de définir quelques termes liés au sujet.

Spam

Le spam décrit généralement des informations non sollicitées qui sont généralement reçues par e-mail (Oliver Dan, 2008, p.124). « *Le spam électronique, également appelé courrier indésirable ou pourriel, désigne une communication électronique non sollicitée à des fins publicitaires, commerciales ou malveillantes. Dans bien des cas, il s'agit de messages de prospection commerciale ne respectant pas les obligations légales en matière de consentement des destinataires, mais il peut également revêtir un caractère malveillant : astuces pour gagner de l'argent, sollicitation pour transférer des fonds ou encore tentatives d'hameçonnage (phishing en anglais) pour récupérer des données personnelles et/ou confidentielles* » (Cyber malveillance, 2022).

Hameçonnage (Phishing)

« *L'hameçonnage ou phishing en anglais est une technique frauduleuse destinée à leurrer l'internaute pour l'inciter à communiquer des données personnelles (comptes d'accès, mots de passe...) et/ou bancaires en se faisant passer pour un tiers de confiance. Il peut s'agir d'un faux message, SMS ou appel téléphonique de banque, de réseau social, d'opérateur de téléphonie, de fournisseur d'énergie, de site de commerce en ligne, d'administrations, etc* » (Cyber malveillance, 2022). Il s'agit d'une activité qui consiste principalement en une tentative illégale d'obtenir des informations personnelles sous la forme d'un e-mail ou d'un message, qui devrait sembler avoir été envoyé par une société légale (Oliver Dan, 2008. p.124).

Réseau social

« Dans le domaine des technologies, un réseau social consiste en un service permettant de regrouper diverses personnes afin de créer un échange sur un sujet particulier ou non. En quelque sorte, le réseau social trouve ses origines dans les forums, groupes de discussion et salons de chat introduits dès les premières heures d'Internet » (Belfiore, pas de date).

Selfie

Selfie est un nom moderne pour une photo prise par soi-même. Le principe de base est que l'on prend une photo avec un téléphone portable pour publier le résultat sur les réseaux sociaux. Selfie est très appréciée dans le domaine du marketing des médias sociaux (Dabi-Schwebel, pas de date).

SMS

C'est un texto qui exactement signifie « Short Message System ». Plus précisément, un système permettant d'envoyer un message d'un téléphone à un autre (internaute, 2021).

OQLF

OQLF signifie « Office québécois de la langue française ». C'est un établissement public québécois créé le 24 mars 1961, créé en même temps que le ministère de la Culture du Québec. Cette institution est à l'origine du Grand Dictionnaire terminologique et de la Banque de dépannage linguistique. La Charte de la langue française, adoptée par l'Assemblée nationale du Québec, ajoute l'application de la politique linguistique. Ainsi, deux nouvelles organisations sont créées, le Conseil de la langue française et la Commission de toponymie du Québec (Wikipédia, *Article Office québécois de la langue française*).

Hashtag

Un hashtag est un mot, une expression ou une phrase marquée d'un "#". Il est principalement utilisé pour souligner de mots-clés et pour rechercher ultérieure articles, textes et documents. Son utilisation est courante en marketing. Hashtag était à l'origine utilisé pour indiquer un commentaire ou une spécification de programmation. De nos jours, le hashtag sert principalement sur les réseaux sociaux et, grâce à son développement mondial, s'est fait connaître du grand public et relie un grand nombre de personnes, de choses, d'intérêts et de lieux. Le hashtag fait également partie intégrante de la communication marketing dans le monde en ligne. Il utilise des mots-clés et soutient les entreprises sur Facebook, Instagram, Twitter et de nombreux autres réseaux sociaux. L'utilisation d'un hashtag a aussi ses règles, il ne supporte pas les espaces et les tirets, il n'est pas sensible à la casse, mais au contraire il est possible d'utiliser des chiffres (FEO Agentura, 2022).

Internaute

Un internaute est un individu qui a accès à Internet pour se connecter. Il s'agit d'une personne physique âgée de 15 ans et plus qui déclare avoir utilisé Internet au cours des trois derniers mois (insee, 2016).

Influenceur

« Un influenceur est une personne qui utilise un blog personnel et/ou tout autre support (forums, réseaux sociaux et communautés) pour diffuser ses opinions auprès des internautes et qui est capable d'influencer ces derniers en modifiant leurs modes de consommation » (emarketing.fr, 2022, Réseaux Sociaux: Influenceurs).

3. PARTIE THÉORIQUE

J'ai décidé de diviser ma partie théorique en plusieurs sous-chapitres. Dans la première moitié de la partie théorique, je me suis concentrée principalement sur les réseaux sociaux, leurs avantages et inconvénients et leurs types. De plus, comment ils sont bénéfiques pour les entreprises et comment le marketing peut être utilisé. La deuxième partie était consacrée principalement au français, plus précisément aux abréviations, aux locutions et à l'expression générale sur les réseaux sociaux.

3.1 Réseaux sociaux et leurs types

Les réseaux sociaux ne font partie de nos vies depuis trop longtemps. C'est un terme que de nombreuses générations plus âgées, comme nos grands-mères et nos grands-pères, ne connaissent pas. En tant que premier réseau social, la plupart d'entre nous se souviennent de Facebook, « un livre de visages » inventé par Mark Zuckerberg il y a des années au début du siècle. Avoir un profil sur les réseaux devient une évidence et parfois même une obligation sociale. La jeune génération, en particulier les élèves du primaire et du secondaire, ne peut pas du tout imaginer ce que serait leur vie sans publier chaque instant, chaque occasion, toute leur journée et toute leur vie sur les réseaux sociaux. « *On estime qu'il existe environ 200 réseaux sociaux, qui sont utilisés par jusqu'à 46 % de la population mondiale* » (CZ.NIC, 2022).

Tout le monde peut imaginer à peu près ce qu'est un réseau social, même pour mieux comprendre « *c'est un endroit sur Internet où nous pouvons partager des informations, des photos, des vidéos ou des sentiments avec d'autres personnes.* » (CZ.NIC, 2022). Il existe de nombreux réseaux qui

nous donnent le privilège d'apprendre et de rechercher des informations dans le monde virtuel d'une manière incroyablement rapide, de rencontrer des personnes ou des amis potentiels ou des partenaires de vie, ou même de s'entraider financièrement et mentalement. En bref, l'espace virtuel a sans aucun doute des possibilités illimitées.

Quand quelqu'un dit « le premier réseau social », Facebook et le nom de Mark Zuckerberg viennent à l'esprit en premier, la vérité est que « *le premier réseau social est apparu en 1997. C'était un projet Sixdegrees.com, qui offrait à l'époque la possibilité de créer un profil et connectez-vous avec des amis. Bien que le service ait cessé ses activités en 2001, ce sont les fonctions de ce projet qui ont défini la base que les réseaux sociaux ont encore en commun* » (CZ.NIC, 2022).

Quant à la division des réseaux sociaux, ils peuvent facilement être divisés en deux groupes, personnels et professionnels. Le réseau social personnel est basé sur l'individualité et offre des possibilités de communication entre les personnes, où l'utilisateur agit comme son propre chef. Cela dépend uniquement du créateur du profil, comment il le gère et à quoi il l'utilise à sa propre discrétion. D'autre part, le réseau social professionnel a ses règles et est principalement créé pour la communication des entreprises, notamment pour trouver des employés potentiels, communiquer avec les clients, partager des sujets de travail et partager des CV. « *Les réseaux sociaux personnels incluent, par exemple Facebook, Twitter, MySpace ou Google+. Les réseaux sociaux professionnels incluent par exemple LinkedIn* » (CZ.NIC, 2022).

Quand on se concentre sur les réseaux sociaux individuellement, sur chacun séparément, le plus utilisé est sans aucun doute Facebook. Il est si populaire principalement en raison de son utilisation simple et sans

problème, et du fait qu'il gère plusieurs fonctions en même temps. Ce réseau est conçu pour toutes les générations, frères et sœurs, parents et même grands-parents sont présents sur Facebook. D'autre part « *Facebook est le réseau social préféré des Millennials et de la génération X, on peut donc trouver toutes sortes de publications sur leurs murs. Si l'on regarde la tendance de la génération Z, le pourcentage d'utilisateurs qui consomment Facebook chute en faveur d'autres réseaux comme Instagram* » (LEDROITAUTRAVAIL.FR, 2022).

Pour le chat régulier, le partage de photos et de vidéos et les appels gratuits, il existe un réseau social très populaire appelé Whatsapp. Il est principalement utilisé par les Milléniaux et la plupart des utilisateurs se connectent via des appareils mobiles (LEDROITAUTRAVAIL.FR, 2022). Bien que sa description et ses fonctions puissent différer et ressembler de très loin à d'autres réseaux, il s'agit toujours d'un réseau social comme tous les autres.

Instagram, en tant que roi des réseaux sociaux, est à la fois un avantage et une dévastation pour la jeunesse d'aujourd'hui. Il est utilisé pour obtenir et partager rapidement et efficacement des informations, mais c'est surtout une énorme perte de temps. Pour une meilleure compréhension « *Instagram est une application gratuite de partage de photos en ligne et une plate-forme de réseau social acquise par Facebook en 2012* » (TechTarget, 2017, Brian Holak, *Instagram*). Il s'agit d'une application mobile qui vous permet de télécharger des photos, de courtes vidéos et vous permet également d'utiliser des hashtags dans la légende, ce qui facilite la recherche d'autres publications.

Cependant les réseaux sociaux ne se limitent pas à communiquer avec des amis et à partager des images. Comme la plupart d'entre nous le savent,

YouTube est une plateforme utilisée principalement pour jouer des chansons et des vidéos de YouTubeurs ou d'influenceurs, mais Spotify gagne de plus en plus en popularité et contrairement à YouTube, ne consomme pas autant de données mobiles et les chansons y sont enregistrées pour la plupart plus tôt. Mais comme d'habitude, rien n'est parfait et c'est pourquoi ce réseau social est l'un des rares payants.

Les temps turbulents d'aujourd'hui de la pandémie de covid et d'éventuelle guerre mondiale naissantes obligent les gens à partager leurs sentiments avec les autres. C'est pourquoi un autre réseau social appelé Twitter, est de retour sur les rails. La communication sur Twitter consiste à partager des messages courts et significatifs appelés Tweets. Afin de remplir son objectif de communiquer ses brèves pensées et d'éviter de longues pannes, un Tweet ne peut contenir que 280 caractères ou moins (Gil, 2021). Obtenir des nouvelles instantanées sur ce qui se passe dans le monde, que ce soit la politique, l'éducation, l'environnement, même la vie secrète des célébrités, n'a jamais été aussi facile et c'est pourquoi c'est si attrayant.

Jusqu'à présent, on s'est concentré uniquement sur les réseaux sociaux de loisirs, qui divertiront le grand public. Mais il existe aussi des réseaux professionnels comme LinkedIn qui peuvent vous aider à trouver le travail de vos rêves, ce qui est très compliqué de nos jours.

LinkedIn est le plus grand réseau professionnel au monde sur Internet. Probablement, presque chacun d'entre nous sait de sa propre expérience que chaque individu et chaque entreprise a besoin de multiplier ses contacts existants, de renforcer ses relations et d'augmenter sa qualité de vie. Et c'est exactement à cela que doivent servir les réseaux sociaux professionnels qui, grâce à la technologie d'aujourd'hui, sont accessibles via les ordinateurs et les appareils mobiles. Malheureusement, tout n'est pas rose, les réseaux

sociaux présentent également des risques sous forme de virus et de spams divers circulant sur Internet.

Sur ce réseau moderne il est possible d'écrire des articles, de rejoindre des groupes et de publier des photos et des vidéos utiles. Le profil professionnel complet d'un individu sur LinkedIn peut aider à saisir des opportunités en présentant son histoire professionnelle unique, principalement à travers ses compétences, son expérience et sa formation (LinkedIn, 2020).

3.2 Marketing des réseaux sociaux

Chacun aspire à réussir, tant dans sa vie privée que dans sa vie professionnelle. En raison de l'énorme concurrence qui nous entoure, il n'est pas facile de réussir dans ce monde parfois cruel. La rivalité n'a pas de limite et chacun fait ce qu'il peut pour être un peu meilleur que l'autre, c'est un cercle vicieux sans fin. Dans ce sous-chapitre, je voudrais me concentrer principalement sur le marketing sur Facebook et Instagram, car ces deux réseaux sociaux sont les plus proches de la plupart des gens.

Facebook et Instagram, grâce au large éventail de paramètres de partage de contenu, permettent d'élargir stratégiquement la clientèle. Ces réseaux ont la possibilité d'atteindre un groupe cible défini à un coût minimal. Le contenu du marketing peut être partagé en fonction de divers critères tels que l'âge, le sexe ou l'emplacement géographique. Un ciblage simple et bien défini est l'un des principaux avantages de la communication du marketing. Les administrateurs de profil d'entreprise Facebook et Instagram ont accès aux rapports de performance pour chaque publication et publicité partagée. Par conséquent, il est très facile de savoir combien d'utilisateurs ont vu la publication, combien d'utilisateurs ont cliqué dessus, combien d'utilisateurs

ont visité le site Web de l'entreprise et combien d'utilisateurs ont finalement acheté le produit promu (Semerádová, Weinlich, 2019, p.7).

Malheureusement, de nos jours, il ne suffit pas de créer un profil d'entreprise et de communiquer occasionnellement avec les clients et les fans du site en ligne. Il y a de plus en plus d'entreprises et la concurrence s'intensifie. Les publications sur les réseaux peuvent être non rémunérées ou payantes.

Pour être plus précis, selon les statistiques, les publications non rémunérées n'atteindront que 2,6% des fans sans autre promotion. Dans le monde du marketing d'aujourd'hui, il est essentiel que toutes les entreprises soient constamment actives, originales et créatives. Les profils Facebook et Instagram doivent être régulièrement enrichis de contenus de qualité, tels que des réductions, des actualités, des concours et des sites Internet (Semerádová, Weinlich, 2019, p.7). Il est bien connu que Facebook et Instagram sont des outils de marketing d'Internet efficaces en termes de notoriété d'une entreprise.

Une communication régulière avec les fans et les clients en ligne est très importante et ne doit pas être sous-estimée. Les sites qui communiquent sporadiquement épuisent rapidement les fans. Les profils d'entreprise offrent de nombreux avantages, non seulement la publication illimitée des publications, mais aussi la possibilité d'utiliser la publicité payante pour de meilleurs résultats. Le prix des annonces varie et dépend de nombreux facteurs. Les publications sur les réseaux sociaux doivent respecter certains paramètres et intéresser les utilisateurs (Semerádová, Weinlich, 2019).

Bref, les réseaux sociaux sont l'espace virtuel le plus influent et le plus important et servent idéalement de promotion numérique de votre entreprise

ou des produits et services offerts. Il est important de ne pas négliger vos profils sur les réseaux, car la popularité et l'audience peuvent rapidement gagner mais aussi perdre.

3.3 Utilisateurs des réseaux sociaux

Sans aucun doute, dans le monde virtuel en ligne d'aujourd'hui, le nombre d'internautes ne cesse d'augmenter, et avec lui le nombre croissant d'utilisateurs de réseaux sociaux.

Les chiffres vérifiés par les statistiques ne mentent pas. « *52,9 millions de Français connectés à Internet en 2021, soit 78% de la population. Un an plus tôt en 2020, c'était 3,8 millions de moins* » (Asselin, 2022).

La pandémie mondiale insidieuse a provoqué une forte augmentation du nombre d'utilisateurs, ce qui a entraîné ce nombre énorme. Ces numéros sont détenus majoritairement par des internautes jeunes.

Ces jeunes sont âgés de 15 ans et plus. Le taux d'utilisation mensuel place Facebook en tête, c'est 61% des internautes qui l'utilisent tous les mois. Facebook a également dépassé YouTube, Instagram et Snapchat. Ainsi, le réseau social le plus visité par des millions d'internautes chaque jour en France est Facebook. Étonnamment, TikTok a l'augmentation la plus choquante du nombre d'utilisateurs, une augmentation de 267 % par rapport à l'année précédente (Asselin, 2022).

En ce qui concerne des sociétés, actuellement les réseaux sociaux sont l'affaire de chacun d'entre nous. Ces dernières années, la plupart des entreprises ont décidé d'utiliser les réseaux sociaux à leur avantage et leur visibilité.

Les sociétés paient même souvent un professionnel qui s'occupe des réseaux sociaux. Les réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter attirent de nouveaux clients vers les entreprises et augmentent leur réputation. Parfois, ils sont également utilisés pour communiquer à la recherche de nouveaux partenaires. Pour la direction de l'entreprise, il est nécessaire d'inciter tous les salariés à être actifs sur ces réseaux. Tous les commerciaux de l'entreprise doivent avoir une activité sur les réseaux sociaux afin de démultiplier la communication. À l'avenir, les réseaux sociaux seront plus décentralisés, les employés auront une plus grande influence sur la gestion de l'entreprise elle-même (Bielka, 2020, p.11).

En conséquence, un nombre énorme de personnes rejoignent les réseaux sociaux à différents moments. Il s'agit principalement de jeunes générations, mais le nombre d'utilisateurs plus âgés augmente également chaque année. Même le nombre d'employés dans les entreprises utilisant les réseaux sociaux à leur avantage et pour le bénéfice de l'entreprise est en augmentation. Selon les informations obtenues, il est extrêmement clair qu'il y aura de plus en plus d'utilisateurs à l'avenir.

3.4 Avantages et inconvénients de l'utilisation des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux, comme tout le reste, ont leurs forces et leurs faiblesses. Il faut donc être conscient de leurs avantages et inconvénients.

En termes d'avantages, pour les entreprises, les réseaux sociaux sont une excellente opportunité de développement. 59% des internautes français ont un profil sur les réseaux sociaux. En raison d'un nombre aussi élevé, c'est une brillante occasion pour les entreprises de commencer à utiliser le marketing des réseaux sociaux pour atteindre de nouveaux clients potentiels (Metadosi, pas de date).

L'une des principales choses positives est d'atteindre une large audience. Des millions de personnes utilisent les réseaux sociaux comme Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Tik tok et plein d'autres. En matière de statistiques et de chiffres, YouTube compte 45,1 millions de visites uniques par mois, Facebook 44,9 millions de visites uniques par mois, Instagram 25 millions de visites uniques par mois, Whatsapp 17,8 millions de visites uniques par mois, Twitter 15,7 millions de visites uniques par mois et Snapchat 15,2 millions de visites uniques par mois. C'est une parfaite occasion pour les sociétés de toucher un grand nombre de clients potentiels qui peuvent utiliser les services, acheter des produits et faire mieux connaître l'entreprise (Metadosi, pas de date).

Un autre avantage majeur est la connexion directe avec le public. Les réseaux sociaux sont l'une des rares stratégies du marketing qui permettent aux employés de l'entreprise de se connecter directement avec les clients et le public. Toute personne intéressée par l'entreprise et ce qu'elle propose peut suivre son compte de réseau social, tels que Facebook, et a le droit de découvrir tout ce dont elle a besoin. Un autre avantage qui n'a commencé à apparaître que récemment est l'utilisation de hashtags, c'est bon pour faire connaître une entreprise en particulier le plus rapidement possible (Metadosi, pas de date).

Cependant, les avantages des réseaux sociaux s'appliquent également aux personnes qui les utilisent à des fins de divertissement, d'éducation ou de loisirs. La possibilité de se connecter avec d'autres personnes à travers le monde, offrant un contact avec des amis ou de la famille qui vivent à l'autre bout du monde. Communication rapide, actualité, plaisir et joie en général. Tout cela est offert par les réseaux (Moreauová, 2022).

Selon les élèves du collège Paul Duez « *les réseaux sociaux comportent beaucoup des avantages. Ils permettent de communiquer avec sa famille, ses amis, des personnes qui habitent à distance, de se divertir, jouer, s'informer. Avec les réseaux sociaux, on peut aussi s'ouvrir sur le monde, sur d'autres cultures et diffuser rapidement des informations* » (Fossier, Handa, Lefebvre, Mery, 2021).

Quelle que soit la stratégie marketing des sociétés sur les réseaux sociaux, il y a toujours des inconvénients. Les inconvénients sont avant tout des obstacles désagréables mais évitables que l'entreprise doit surmonter. La société peut recevoir des commentaires négatifs ennuyeux sur n'importe quel réseau social, à la fois sur des publications individuelles et sur l'ensemble du compte. « *Les gens utilisent les médias sociaux pour publier du contenu qu'ils aiment, mais ils l'utilisent également pour partager des expériences qu'ils n'aiment pas. Si quelqu'un a une mauvaise expérience avec votre entreprise, cela ouvre la porte à la possibilité de partager ses mauvaises expériences avec d'autres* » (Metadosi, pas de date). Sur Facebook, quelqu'un peut laisser une critique négative sur la page, sur Twitter, les internautes peuvent partager leur expérience négative et ils peuvent retweeter cette mauvaise expérience et la diffuser sur le réseau (Metadosi, pas de date).

Quant aux inconvénients des réseaux sociaux pour les utilisateurs ordinaires qui les utilisent pendant leur temps libre et pas seulement au travail, il existe également un danger. Les informations publiées ne sont pas très fiables. Étant donné que de nombreuses personnes font partie de ce monde virtuel, les publications, les tweets, les selfies et les vidéos partagées ne sont pas toujours crédibles. Pour de nombreuses personnes et lecteurs, les réseaux sociaux sont la principale source d'information. Ils n'obtiennent des informations que de cette manière, et en raison de la désinformation souvent

non vérifiée et peu répandue sur les réseaux, il existe un risque d'obtenir des soi-disant "fake news", ou fausses nouvelles.

Il y a aussi très souvent des problèmes de confidentialité, car presque tout le monde divulgue ses informations privées sur lui-même, comme la résidence, les membres de la famille ou le travail. Mais le plus gros problème est le cyberharcèlement. Le cyberharcèlement est souvent associé à la pression sociale. Précisément à cause de la pression sociale, les individus sont harcelés par le monde extérieur et les conséquences peuvent être épouvantables. Un individu peut passer de la tristesse à la dépression en passant par le suicide (Elise Moreauová, 2022). Les étudiants réclament « *Mais les réseaux comportent également des inconvénients : on peut se faire harceler, humilier, ou intimider. On peut être tenté d'acheter des choses, et certaines personnes partagent leur humeur négative. On peut aussi y lire de fausses informations. Il y a beaucoup de réseaux différents, par exemple Snapchat, Instagram, Twitter, Facebook, YouTube.* » ont dit les collégiens de Paul Duez (Fossier, Handa, Lefebvre, Mery, 2021).

3.5 Français des réseaux sociaux

Même si la vie sur Internet peut parfois être dangereuse ou désagréable, il vaudra mieux se concentrer désormais sur le français qui est utilisé. Cependant, le langage utilisé est sans aucun doute lié aux réseaux sociaux, et je voudrais le souligner dans les paragraphes et sous-chapitres suivants.

Dans la jeunesse et la vieillesse, maîtriser le français écrit est assurément difficile. L'utilisation de la langue française, qu'il s'agisse d'un locuteur natif ou d'un étudiant étranger de longue durée, demande certainement de nombreuses années d'efforts et d'expérience. Qu'on écrive des compos à l'école, des lettres à des proches, ou même un mémoire de fin d'études, vraisemblablement pour la plupart, le français est l'une des langues les plus

difficiles qui s'enseignent le plus à l'école. Au niveau de la prononciation, de la grammaire ou de l'écriture.

« La langue française, d'ailleurs, est une eau pure que les écrivains maniérés n'ont jamais pu et ne pourront jamais troubler. »

Guy de Maupassant

Le style d'écriture et la capacité grammaticale parlent beaucoup de nous, à la fois de notre intelligence et de la classe sociale dans laquelle nous sommes nés. Et c'est pourquoi il est important de ne pas négliger le français écrit et de l'améliorer également sur les réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux et les SMS font aujourd'hui partie intégrante de nos vies. Ils servent d'outils inéluctables pour partager des informations avec le monde extérieur. Au quotidien, l'utilisation des réseaux sociaux est devenue une évidence pour la plupart des gens, en particulier la jeune génération, mais aussi pour les adultes qui utilisent les réseaux sociaux non seulement pour se divertir, mais aussi pour leur travail quotidien ou leur visibilité. Il semble que de plus en plus de permissions soient accordées avec la langue française. Il existe aussi un dictionnaire bilingue qui incite et motive les internautes, notamment les jeunes, à remplacer les hashtags par le mot correct (Le Nouvelliste, 2022).

Je voudrais souligner une chose intéressante et spécifique. L'Office québécois de la langue française, en abrégé OQLF, a récemment publié divers outils ainsi qu'un aide-mémoire sur les bonnes pratiques de la rédaction sur les réseaux sociaux, en raison de l'utilisation fréquente ou polémique du français sur les réseaux. Tous les défenseurs du bon usage du français réclament inévitablement que les principes généraux de l'écriture sur le Web s'appliquent à la rédaction des « textos » afin de respecter les

règles du français et ils souhaitent que les utilisateurs d'appareils électroniques évitent l'écriture au son, qui a récemment devenu très populaire en raison d'un effort minimal et d'un gain de temps. Malheureusement, à cause de l'utilisation illimitée de l'écriture au son, la grammaire et la qualité globale de la langue déclinent rapidement, car les gens, en particulier les enfants et les adolescents, ne sont pas habitués à écrire (Le Nouvelliste, 2022).

D'autre part, pour faire vivre le français, l'OQLF organise des concours lexicaux, où les jeunes proposent des concepts pour lesquels il n'y a pas de terme en français, et les meilleurs sont ensuite intégrés au grand dictionnaire de la terminologie (Le Nouvelliste, 2022).

En résumé, la langue française devrait être en constante évolution, même sur les réseaux sociaux. La grammaire est la carte de visite de chaque personne et les règles doivent être respectées.

3.6 Abréviations sur les réseaux sociaux

Dans mon mémoire de licence, j'ai jusqu'à présent traité principalement des réseaux sociaux, mais je souhaiterais me concentrer dans la seconde moitié de la partie théorique sur la langue française elle-même et son usage sur les réseaux sociaux.

On dit dans tous les coins du monde que le français est l'une des langues les plus belles, les plus élégantes et les plus romantiques, souvent appelée la langue de l'amour. Le français le doit sans doute à son « r » rauque et mal prononçable, aux mots originaux, aux sonorités merveilleuses, et surtout à ses nobles racines historiques. Cette langue merveilleuse est célèbre et connue pour ses règles complexes mais fixes, qui, contrairement à d'autres

langues, ne changent guère. Malgré tout, la jeune génération a su bousculer ce langage insolite sur les réseaux sociaux. Pas tout à fait grammaticalement, mais même les locuteurs natifs veulent simplifier les mots longs complexes. Et c'est pourquoi des abréviations inhabituelles ont commencé à affluer sur les réseaux sociaux.

La plupart des internautes écrivent plus lentement lorsqu'ils communiquent sur un téléphone portable ou un ordinateur, ainsi que lorsqu'ils écrivent des messages, c'est pourquoi la communication en ligne peut être un peu retardée et plus lente que la conversation. Et c'est pourquoi de nombreux mots, expressions et phrases en communication ont commencé à être exprimés par des abréviations, grâce auxquelles nous pouvons gagner beaucoup de temps.

Avant de commencer, il est important de connaître la différence entre un acronyme, une abréviation et un sigle. On connaît tous les abréviations et très souvent on les utilise également. L'abréviation est la suppression de lettres dans un mot pour écrire plus vite ou prendre moins de place. Elles sont le plus souvent utilisées pour les expressions figées ou les mots fréquemment écrits. Cela signifie que « *les abréviations sont utilisées pour représenter un mot ou une expression sous une forme plus courte* » (Espace Français, pas de date). Il est également important de noter que, contrairement aux sigles et aux acronymes, les abréviations se prononcent comme elles s'écrivent. Par exemple, « absolt » signifie « absolument », « COUT. » signifie « couture », « Fig. » signifie « au figuré » ou « Par opp. » signifie « par opposition » (Espace Français, pas de date). Selon l'auteur d'un article intéressant Tatianah Tiavintsoa « *leur rôle principal est de nous simplifier la vie au quotidien. En effet, nous les employons dans différents domaines comme le marketing (comme la méthode d'analyse SWOT), l'informatique et autres* » (Tiavintsoa, 2019).

Malgré le fait qu'un sigle est une sorte d'abréviation, il est formé de lettres initiales et chaque lettre se prononce séparément, chaque sigle se prononce lettre par lettre. « *Un sigle est composé de l'initiale de chaque mot en capitale. Traditionnellement, toutes les lettres (y compris la dernière) sont suivies d'un point d'abréviation. Un sigle se prononce en épelant chaque lettre* » (Capital avec Management, 2019). Tel que « PIB » est « Produit Intérieur Brut » ou « QI » est « Quotient Intellectuel ». Quant aux acronymes, la différence entre sigle et acronyme est dans la prononciation. L'acronyme est en fait un sigle, mais contrairement à lui, il se lit comme un mot complet normal. Par exemple, on lit les acronymes FIFA, OTAN et UNICEF comme un mot entier, ils peuvent aussi s'écrire en minuscules avec la première majuscule, à savoir Fifa, Otan et Unicef (Tiavintsoa, 2019).

3.7 Abréviations anglaises

Dans le monde d'aujourd'hui, au XXI^e siècle plein de technologie splendide, d'Internet et de réseaux sociaux, l'utilisation d'abréviations est monnaie courante. « *L'utilisation d'abréviations sur les réseaux sociaux a explosé ces dernières années, en partie à cause des limites de caractères sur des plateformes comme Twitter, mais aussi grâce à leur simplicité et leur efficacité* » (Sholl, 2020).

L'anglais étant considéré comme la lingua franca, il s'agit d'un moyen de communication global entre les locuteurs natifs mais aussi les locuteurs non natifs, les personnes qui ont appris la langue anglaise de leur propre gré et sont capables de l'utiliser. Et c'est pourquoi les abréviations anglaises sont les plus utilisées sur les réseaux sociaux.

En lisant et en observant les expressions des utilisateurs sur les réseaux, on ne peut manquer de remarquer le jargon, l'argot, le langage informel et

les abréviations utilisées, parfois difficiles à déchiffrer et à comprendre. Il est utile, voire nécessaire, de connaître ce vocabulaire non seulement pour s'orienter à la lecture sur les réseaux sociaux ou pour le divertissement, mais également en entreprise pour la communication avec les clients et pour la création des contenus et des profils sur les réseaux sociaux. Il est important de connaître toutes les abréviations et argots pour mieux comprendre la communication et apprendre à les utiliser le plus rapidement et le plus efficacement possible. Il est indispensable de mentionner que ces abréviations sont à l'ordre du jour des internautes français. Ils ne sont donc pas seulement utilisés par des anglophones natifs, mais aussi par des Français, des Belges ou des Canadiens.

Les abréviations, principalement des acronymes, peuvent également être divisées en plusieurs groupes qui sont énumérés ci-dessous dans la liste des abréviations. Commençons d'abord par les acronymes communs liés spécifiquement à des réseaux sociaux.

IG	Instagram
FB	Facebook
YT	YouTube
LI	LinkedIn
TW	Twitter
DM	Direct message, Message direct
MT	Modified tweet, Tweet modifié
PM	Private message, Message privé
RT	Retweet. Lorsqu'une personne partage le Tweet de quelqu'un d'autre sur son propre flux, elle le retweete. Les entreprises, les influenceurs et les célébrités demandent souvent à leurs abonnés de "RT" un message s'ils sont

d'accord avec celui-ci. C'est un excellent moyen d'obtenir plus de partages et de visibilité pour vos Tweets (Zote, 2020).

Ensuite, il existe des acronymes fréquemment utilisés dans le cadre des affaires et des entreprises pour la communication sur les réseaux sociaux. Ci-dessous une liste.

B2B	Business to business, Entreprise à entreprise. Fait référence aux entreprises qui répondent aux besoins d'autres entreprises
B2C	Business to consumer, Entreprise à consommateur. Fait référence aux entreprises qui vendent des produits ou des services directement aux clients
CMGR	Community manager, Gestionnaire de communauté. Ils sont chargés de gérer et d'entretenir la relation d'une marque avec sa communauté - à ne pas confondre avec le gestionnaire de médias sociaux
CMS	Content management systém, Système de gestion de contenu. L'outil que vous utilisez pour éditer, planifier et publier toute forme de

	matériel écrit pour le Web
CTA	Call to action, Appel à l'action. Une déclaration qui encourage le public à entreprendre une certaine action
ROI	Return on investment, Retour sur investissement. C'est une mesure de combien vous avez gagné compte tenu de la somme d'argent que vous avez dépensée pour obtenir ces revenus
SMB	Small and midsize/medium businesses, Petites et moyennes entreprises
SMM	Social media marketing, Marketing des médias sociaux
SoLoMo	Social, local and mobile, Social, local et mobile. La fusion du marketing mobile avec les efforts de marketing des médias sociaux ciblés localement
TOS	Terms of service, Conditions d'utilisation
UGC	User-generated content, Contenu généré par l'utilisateur. Désigne toute forme de contenu dans tout format créé par les utilisateurs d'un réseau social (Zote, 2020).

Les abréviations techniques, pour la plupart des acronymes, n'apparaissent pas très souvent dans les conversations ordinaires sur Facebook, Twitter ou Instagram, mais il est bon que les commerçants et les

entrepreneurs les connaissent. La connaissance de ces termes techniques est un gros plus pour toucher les clients et le grand public.

BR	Bounce rate, Taux de rebond. Le pourcentage d'utilisateurs qui visitent le site Web et n'effectuent aucune action sur celui-ci (shoptet, pas de date)
CAN-SPAM	Controlling the Assault of Non-Solicited Pornography And Marketing, Contrôler l'assaut de la pornographie et du marketing non sollicités
CMO	Chief Marketing Officer, Directeur marketing
CR	Conversion Rate, Taux de conversion. « Le pourcentage de personnes qui ont effectué une action souhaitée sur une seule page Web, comme remplir un formulaire. En général, les pages avec des taux de conversion élevés fonctionnent bien, tandis que les pages avec des taux de conversion faibles fonctionnent mal » (Kolowich Cox, 2016).
CX	Customer experience, Expérience client
PPC	Pay per click, Payer par un clic
PR	Public Relations, Relations publiques
QR Code	Quick Response Barcode, « Code-barres à réponse rapide. Scannable barcodes used by marketers to bridge

offline and online marketing. When people see them, they can take out their smartphone and scan the QR code using a QR barcode scanner app » (Kolowich Cox, 2016).

URL

Uniform resource locator,
Localisateur de ressources uniforme

En revanche, sur les réseaux sociaux, on rencontre principalement des abréviations Internet conversationnelles et de l'argot. Ces abréviations augmentent ou changent chaque année et elles sont principalement utilisées par les jeunes utilisateurs.

2U	To You, À toi
4E	For You- Pour toi
4YEO	For Your Eyes Only, Rien que pour tes yeux
2L8	Too Late, Trop tard
AFAIK	As Far As I Know, Autant que je sache
AKA	Also Known As, Également connu sous le nom
ASAP	As Soon As Possible, Dès que possible
BB	Bye Bye, Au revoir
BRB	Be Right Back, Je reviens tout de suite
BTW	By The Way, D'ailleurs
CU	See You, À bientôt
DIY	Do It Yourself, Fais le toi-même
FE	For Example, Par exemple
FYI	For Your Information, Pour ton

	information
GL	Good Luck- Bonne chance
GN	Good Night, Bonne nuit
IC	I See, Je vois
IDK	I Don't Know, Je ne sais pas
KISS	Keep It Short and Simple, Gardez-le court et simple
LOL	Laughing Out Loud, Mourir de rire
L4	Looking For, Recherche
M2	Mee Too, Moi aussi
OMG	Oh My God, Oh mon Dieu
PLS	Please, S'il te plait
Q/A	Questions and Answers, Questions et réponses
SRY	Sorry, Désolé
TGBADQ	Try Google, Before Asking Dumb Questions, Essayes Google, avant de poser des questions stupides
TGIF	Thanks God, It's Friday, Dieu merci, c'est vendredi
THX	Thanks, Merci
U2	You Too, Toi aussi
W8	Wait, Attends

(Nývlt, 2008)

3.8 Abréviations françaises

De nos jours, les réseaux sociaux sont utilisés par des tonnes de personnes dans le monde dans le but de communiquer et de partager des informations ou des connaissances. Les gens, principalement au cours de la dernière

décennie, ont cessé d'utiliser des connecteurs logiques et des mots et phrases simplement longs parce qu'ils sont en quelque sorte paresseux. L'une des raisons de l'utilisation d'abréviations, de sigles et d'acronymes est l'impatience et la paresse qui poussent les internautes à utiliser des abréviations au lieu d'écrire des mots et phrases entiers. Dans le monde d'aujourd'hui plein de précipitation, de manque de temps et d'excès de travail, c'est tout à fait compréhensible, nous essayons de gagner le plus de temps possible.

Ci-dessous une liste des abréviations françaises les plus utilisées sur les réseaux sociaux.

MDR	Mort de rire, l'équivalent anglais est LOL
EXPDR	Explosé de rire ou 'exploding with laughter'
C	C'est.
C Ca	C'est ça
CT	C'était
G	J'ai
GT	J'étais
QQ1	Quelqu'un
QQC	Quelque chose
tt	Tout
A+	À plus tard
A12C4	À un de ces quatre
12C4	Un de ces quatre
A TT	À tout à l'heure
Je re	Je reviens tout de suite
a2m1	À demain
Auj	Aujourd'hui

ALP	À la prochaine
BIZ	Bisous, bises
Cki ?	On se connaît ?
J'y go	Je dois partir
AMA	À mon avis
AMHA	À mon humble avis
AMS	À mon sens
C1Blag	C'est une blague
RSTP	Réponds, s'il te plaît
PEH	Pour être honnête
Cc	Coucou
slt	Salut
Bjr	Bonjour
Bsr	Bonsoir
MDA	Merci d'avance
Mci	Merci
Pk	Pourquoi
STP	S'il te plaît
Dsl	Desolé
DAC	D'accord
b1sur	Bien sûr
ENTK	en tout cas
Pr toi	Pour toi
DDD	Demande de discussion
ASV	Âge, sexe, ville
Bcp	Beaucoup
bi1to	Bientôt
CB1	C'est bien
CAD	C'est-à-dire
CPG	C'est pas grave
DQP	Dès que possible
FDS	Fin de semaine
JTM ou Je t'M	Je t'aime

JMS	Jamais
TJS	Toujours
JSG	Je suis génial
KDO	Cadeau
QDN	Quoi de neuf?
TLM	Tout le monde
RDV	Rendez-vous
V1	Viens
RAF	Rien à faire
OKLM	Au calme
1possibl	impossible
22	les flics
2van	devant

(Bibard, 2019)

Fait intéressant, un grand pourcentage d'enfants et d'adolescents utilisent des abréviations, des acronymes ou des sigles à la fois dans les messages texte et sur les réseaux sociaux afin d'empêcher les parents de déchiffrer les conversations avec leurs amis. Comprendre le chat adolescent d'aujourd'hui, où presque aucun mot n'est écrit dans son intégralité et comme il se doit d'être écrit, peut être un peu un problème pour les mères et les pères avec des enfants adolescents. Mais ce ne sont pas seulement les adolescents, les jeunes enfants du primaire utilisent leurs propres termes sur le Web, et les plus âgés ne les comprennent plus, et les parents ou les grands-parents non plus.

Selon Le Parisien « 72 % des parents reconnaissent comprendre moins de la moitié des mots utilisés couramment par leurs enfants sur le Web, via les réseaux sociaux ou par téléphones mobiles interposés. Plus inquiétant,

moins d'un mot négatif sur cinq est correctement perçu par les adultes, alors que leur progéniture est désormais accro aux outils numériques, 91 % des 6-8 ans et la quasi-totalité des 9-12 ans (99,6 %) ayant une activité sur Internet. Heureusement, 98 % des parents discutent avec leur enfant de ce qu'il fait sur Internet et 7 sur 10 contrôlent systématiquement leur activité en ligne » (Le Parisien, 2022).

Sans aucun doute, il est important de ne pas paniquer. Parce que l'expression sur le Web ne cesse de s'améliorer et de changer, il est difficile de suivre le rythme. Mais c'est l'une des nombreuses raisons pour lesquelles on doit constamment apprendre de nouvelles choses tout au long de sa vie.

En plus, il est aussi nécessaire de joindre quelques abréviations relatives aux affaires et aux sociétés en général. Même s'ils ne sont pas seulement utilisés sur les réseaux, mais aussi dans la langue parlée et ailleurs, il est utile de les connaître et de travailler avec eux.

AE	Auto-Entrepreneur
EARL	Entreprise agricole à responsabilité limitée
EI	Entreprise individuelle
EIRL	Entreprise individuelle à responsabilité limitée
ME	Micro-entrepreneur
SARL	Société à responsabilité limitée
ME	Micro-entrepreneur
SA	Société anonyme
SAS	Société par actions simplifiée
SC	Société civile
SCA	Société en commandite par actions
SCI	Société civile immobilière

SCP	Société civile professionnelle
SCS	Société en commandite simple
SEM	Société d'économie mixte
SEP	Société en participation
SICA	Société d'intérêt collectif agricole
SNC	Société en nom collectif

(E-status, pas de date)

De plus, plusieurs abréviations juridiques faciles à retenir.

a.	Article
adm.	Administratif
anc.	Ancien
Ass.	Assemblée
Ass. Plén.	Assemblée plénière de la Cour de cassation
Bibl.	Bibliographie
Bull.	Bulletin
Bull. civ.	Bulletin civil de la Cour de cassation
CA.	Cour d'appel
C. Cass.	Cour de cassation
C. civ.	Code civil
C. com.	Code de commerce
C.E.	Conseil d'Etat
C. fam.	Code de la famille
CGI	Code général des impôts
réf.	Ordonnance de référé
Rép.	Répertoire

(Braudo, 2022)

3.9 Langue française utilisée sur les réseaux sociaux

Il est généralement connu que les Français sont très fiers de leur patrie et de leur culture depuis des siècles, ainsi que de leur langue. Et malgré la grande pression de l'anglais et la globalisation générale, ils essaient encore de garder leurs habitudes et continuent d'utiliser majoritairement leur belle et noble langue française. Les Français adorent Internet, et comme tout le monde développé et progressiste, ils sont de plus en plus connectés grâce aux diverses technologies. Mais malgré toute la fierté, beaucoup de gens utilisent encore des termes anglais, que ce soit dans des conversations parlées ou sur les réseaux sociaux, car on les entend et on les voit partout chaque jour.

Fait intéressant, même l'Union européenne veut impliquer davantage le français. Toute communication, en particulier via les réseaux sociaux, joue un rôle important dans la diffusion des mesures prises par les institutions de l'Union européenne. Et parce que les comptes Facebook et Twitter officiels ne sont qu'en anglais, ils essaient de changer cela. Le français est la langue de travail des institutions de l'Union européenne et doit donc être proposé pour tous les outils de communication. Leur objectif principal est d'encourager les Français à soutenir cette idée d'une Europe où les réseaux sociaux et les médias se mettent en place avec des informations disponibles en français (European Parliament, 2017).

Étonnamment, une des choses nouvelles, pour quelqu'un de positif, pour quelqu'un de négatif, selon le point de vue, c'est la présence des réseaux sociaux dans nos vies bien occupées est l'enrichissement du langage avec des mots non conventionnels complètement nouveaux.

Après un tel temps d'utilisation des réseaux sociaux, il est bien évident que le langage va évoluer d'une certaine manière et dans un certain sens. Malheureusement, cette évolution peut offenser certains universitaires, car les normes de la langue française établies depuis le XVIIe siècle sont sacrées pour les patriotes. Cependant, il faut tenir compte du fait que la langue française a subi et subira certains changements depuis sa création. Jusqu'à récemment, les zones d'écriture étaient un langage très formel. Pourtant, les réseaux sociaux offrent des opportunités pour développer l'écriture, et les Français n'y sont pas très habitués. Il est de notoriété publique que les réseaux sociaux appauvrissent le langage des jeunes, et cette affirmation ne peut être ni confirmée ni infirmée, car elle dépend de nombreux facteurs. Il y a maintenant un affrontement entre les générations plus jeunes et plus âgées, et parfois il peut y avoir un problème dans différentes situations de communication. Parce que c'est surtout un style d'écriture informel qui est utilisé sur Instagram, Facebook ou Twitter (RTBF, 2018).

Il est évident que la langue anglaise prédomine encore inévitablement dans ce monde technologique en ligne. La langue française a de la difficulté à suivre tous les nouveaux termes anglais qui apparaissent sur les réseaux sociaux, mais « l'Office québécois de la langue française » ou « OQLF », déjà mentionné, tente de changer et d'améliorer ce problème en voulant « franciser » le jargon et la terminologie anglaise. Parfois, malgré de grands efforts, le sens anglais du mot est plus précis et concis que le mot francisé. L'un des nouveaux mots créés sur les réseaux sociaux est « Ego-portrait », qui signifie « une image de soi », et l'équivalent anglais est « Selfie ». Un autre mot complètement nouveau est devenu « amiradier », signifiant « retirer quelqu'un de sa liste d'amis ». L'équivalent anglais est « to unfriend ». Ces mots sont la routine quotidienne de presque tous les adolescents. Un autre néologisme récent est "mot-dièse", signifiant le "hashtag"

mondialement connu. Un mot très intéressant est le mot « gazouillis », ça veut dire « tweet » en anglais, mais il n'est utilisé qu'au Canada, pas en France (Bibard, 2014).

Ci-dessous une liste d'autres mots français nouvellement créés sur les réseaux sociaux.

clavardage	chatter, discuter avec quelqu'un sur les réseaux sociaux
épingler	« parmi les nombreuses fonctionnalités proposées par Facebook, une petite astuce vous permet « d'épingler » c'est à dire mettre en avant une publication sur le journal de la page de votre clinique pendant 7 jours » (Véto online, pas de date).
FAQ	foire aux questions
	foodographie- « foodporn » en anglais, « la production de contenus visuels food, publiés à la fois par les consommateurs finaux comme par des influenceurs food sur des réseaux sociaux que sont Instagram et Facebook pour les principaux » (DUPONT LEWIS, 2016).
Laisser un pouce bleu	laisser un pouce levé, aimer quelque chose sur les réseaux sociaux
la toile	le web
le piratage	téléchargement illégal
l'internaute	utilisateur d'Internet et des réseaux

un suiveur, une suiveuse

sociaux

« a follower » en anglais, c'est un utilisateur de réseau social qui ajoute un autre utilisateur à sa liste de favoris, n'est utilisé qu'au Canada (Bibard, 2014).

4. PARTIE PRATIQUE

4.1 Principaux objectifs

Dans la partie pratique, je me concentre sur les résultats d'une enquête réalisée par questionnaire anonyme. L'objectif principal de la recherche était de savoir si les répondants ont une vue d'ensemble des réseaux sociaux, combien de temps ils y passent par jour, si les réseaux sont plus avantageux et s'ils connaissent les abréviations et néologismes existants.

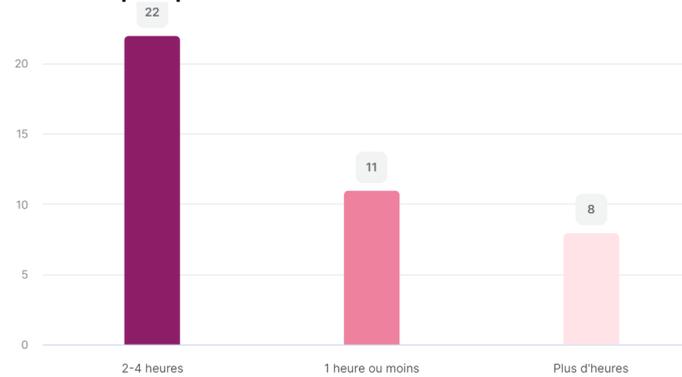
4.2 Méthodologie de la collecte des données

Le questionnaire est basé sur des questions destinées aux lycéens et étudiants universitaires tchèques qui étudient le français. Il a été envoyé aux personnes dont 30 ont répondu et il a été construit, en général, avec des questions « oui », « non », ou en choisissant des options. Les réponses ont été recueillies entre janvier 2022 et mars 2022. Ce sondage est basé sur les renseignements déjà présentés dans la partie théorique et se concentre sur les réseaux sociaux eux-mêmes et le français utilisé sur les réseaux sociaux. Le sondage a été créé en ligne sur le site [Survio.com](https://www.surveymonkey.com) et des graphiques ont également été créés sur cette page. On a choisi ces questions afin de nous rapprocher des informations contenues dans la partie théorique. Les questions du questionnaire sont jointes en annexe.

4.3 Résultat de l'enquête

Question 1:

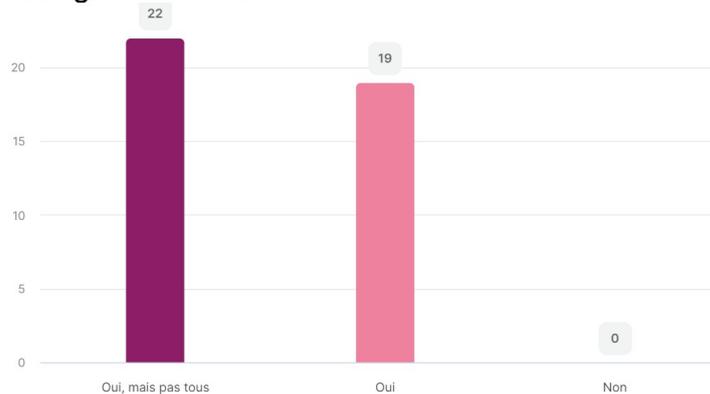
1. Combien de temps passez-vous sur les réseaux sociaux par jour ?



Les 22 étudiants participant à l'enquête passent 2 à 4 heures par jour sur les réseaux sociaux. 11 étudiants passent 1 heure ou moins et 8 étudiants plus de 4 heures.

Question 2:

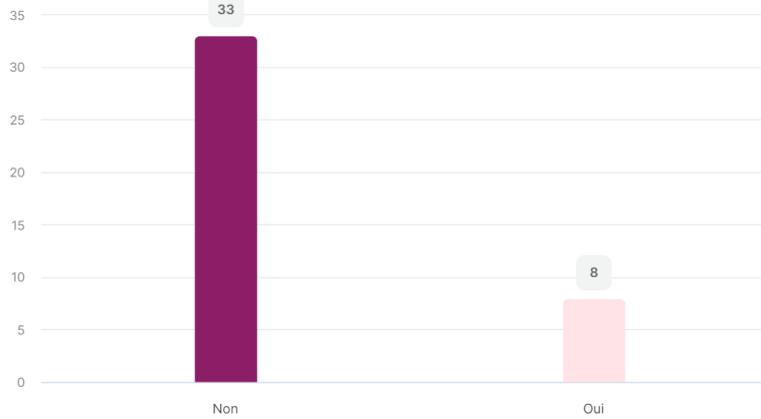
2. Utilisez-vous les réseaux sociaux Facebook, Instagram et Twitter ?



Les 41 étudiants interrogés ont déclaré utiliser les réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram et Twitter, mais 19 étudiants n'ont déclaré que certains d'entre eux.

Question 3:

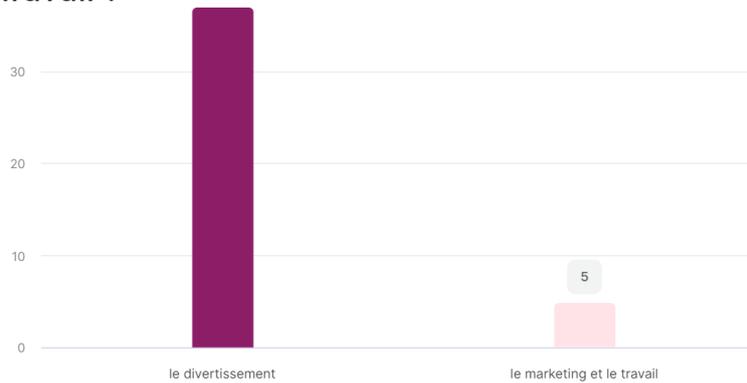
3. Utilisez-vous le réseau social LinkedIn ?



33 étudiants sur 41 ont déclaré ne pas utiliser le réseau social LinkedIn, les 8 autres oui.

Question 4:

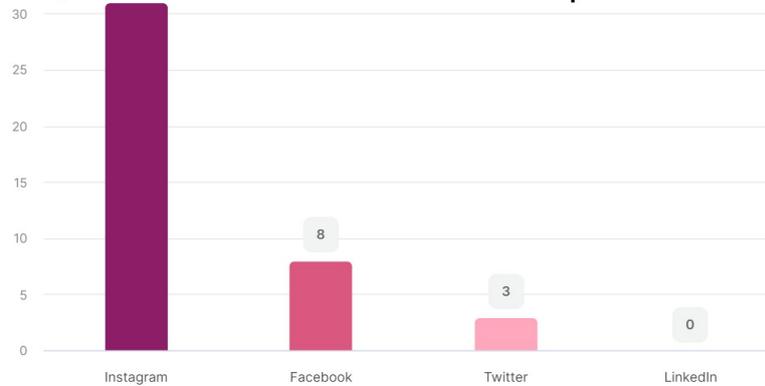
4. Utilisez-vous davantage les réseaux sociaux pour le divertissement ou le marketing et le travail ?



Les 36 étudiants interrogés utilisent les réseaux sociaux pour se divertir. Les 5 restants pour le marketing et le travail.

Question 5:

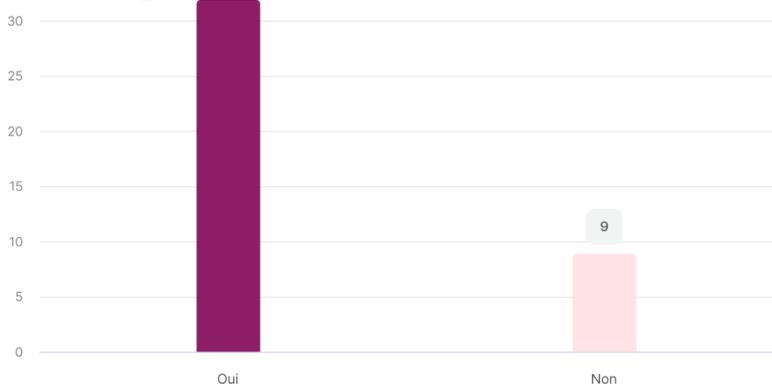
5. Quel réseau social utilisez-vous le plus souvent ?



La plupart des étudiants, pas moins de 30, utilisent le plus souvent le réseau social Instagram, puis 8 étudiants utilisent Facebook, seuls 3 étudiants interrogés utilisent le plus Twitter et personne ne préfère LinkedIn.

Question 6:

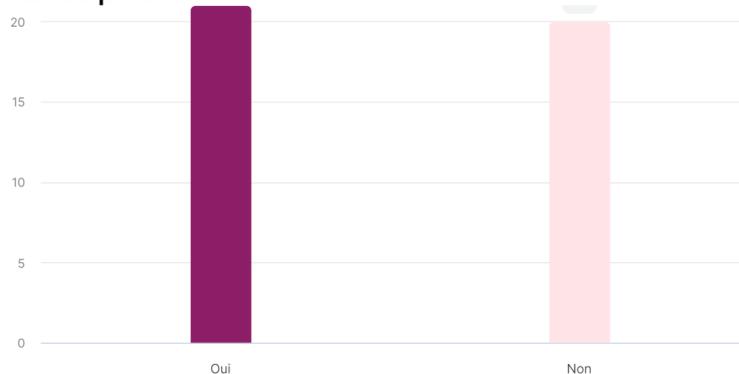
6. Pensez-vous que les réseaux sociaux ont plus d'avantages que d'inconvénients ?



Lorsqu'on leur a demandé si les personnes interrogées pensent que les réseaux sociaux ont plus d'avantages que d'inconvénients, 32 étudiants sur 41 ont répondu affirmativement.

Question 7:

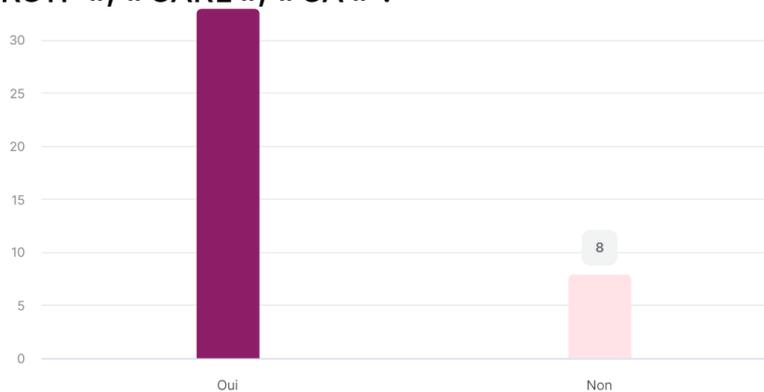
7. Avez-vous déjà utilisé des abréviations françaises pour communiquer avec un francophone ?



Un résultat très proche était la question de savoir si les répondants avaient déjà utilisé des abréviations françaises pour communiquer avec un francophone, 21 d'entre eux ont dit oui et 20 ont dit non.

Question 8:

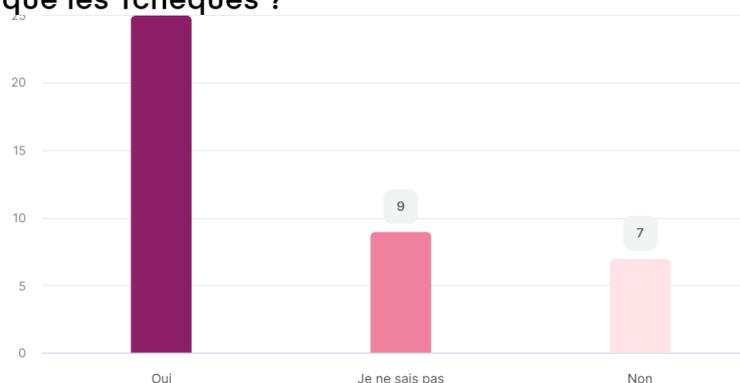
8. Connaissez-vous au moins certaines des abréviations françaises « QQ1 », « A+ », « bcp », « RSTP », « SARL », « SA » ?



33 personnes ont déclaré connaître au moins certaines des abréviations ci-dessus et seulement 8 répondants sur 41 n'en connaissaient aucune.

Question 9:

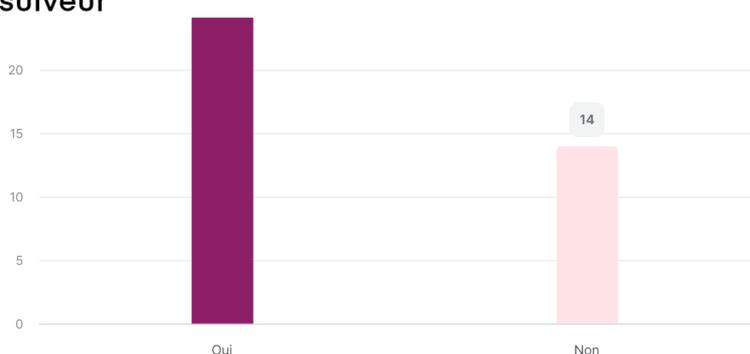
9. Pensez-vous que les Français utilisent davantage les abréviations sur les réseaux sociaux que les Tchèques ?



Seules 7 personnes sur un total de 41 personnes interrogées ont déclaré que les Français utilisent moins les abréviations sur les réseaux sociaux que les Tchèques, 25 ont déclaré que plus et 9 personnes ne savaient pas.

Question 10:

10. Connaissez-vous certains de ces néologismes utilisés et créés grâce aux réseaux sociaux ? "clavardage", "foodographie", "l'internaute", "un suiveur"



Lorsqu'on leur a demandé si les étudiants connaissaient au moins l'un des néologismes utilisés et créés grâce aux réseaux sociaux ci-dessus, 27 étudiants ont répondu affirmativement et 14 par la négative.

4.4 Résumé de la partie pratique

L'objectif principal de ce mémoire de licence était de présenter ce sujet complexe et se rapprocher du sujet des réseaux sociaux et du langage utilisé sur ceux-ci. Afin de répondre à la problématique proposée, nous avons demandé aux étudiants tchèques étudiant le français de répondre à un sondage en ligne pour mieux comprendre l'utilisation des réseaux sociaux.

Après l'enquête, il est important de constater que la plupart des étudiants, près de 54%, passent entre 2 et 4 heures sur les réseaux sociaux. Moins de 27 % y passent 1 heure ou moins et le reste y passent plus de 4 heures. Par conséquent, le temps consacré aux jeunes d'aujourd'hui est relativement élevé. Tous les répondants utilisent au moins certains réseaux sociaux au quotidien et le réseau social le plus populaire est définitivement Instagram. Derrière lui, Facebook apparaît, et encore moins d'utilisateurs utilisent Twitter. Seuls 19,5% des étudiants interrogés utilisent le réseau social LinkedIn, et aucun d'entre eux ne l'a comme favori. Quant aux raisons pour lesquelles les répondants utilisent les réseaux sociaux, presque tous, près de 88% des étudiants, sont là pour s'amuser et pour se divertir. Le reste les utilisent à des fins professionnelles et au marketing. Il est évident que plus d'élèves connaissent et sont familiarisés avec les abréviations françaises qui apparaissent lors de la communication sur les réseaux sociaux, plus de 80%, mais moins d'élèves connaissent déjà les mots et néologismes nouvellement créés, mais c'est tout de même près de 70% d'entre eux. De plus, les répondants estiment que les Français utilisent plus les abréviations sur les réseaux sociaux que les Tchèques. Même si certains d'entre eux ne sont pas d'accord et certains ne savent pas. En résumé, il est évident que les jeunes et les étudiants d'aujourd'hui qui parlent français sont familiers avec les réseaux sociaux et ont plus ou moins un aperçu de la langue globale qui y est utilisée.

5. CONCLUSION

Dans mon mémoire de licence, j'ai recueilli des informations obtenues principalement de sources électroniques et d'articles sur les réseaux sociaux et le français, qui est activement utilisé. Je me suis concentrée sur les avantages et les inconvénients des réseaux sociaux, leurs types, les utilisateurs, le marketing, et en ce qui concerne la langue française, j'ai surtout souligné les abréviations et néologismes créés sur les réseaux.

L'objectif principal de ce travail est de se rapprocher et d'introduire plus en détail les réseaux sociaux. Au final, l'accent est mis plus précisément sur les réseaux eux-mêmes, leurs types, utilisateurs, avantages et inconvénients, ainsi que sur le français et son usage sur les réseaux, qu'il s'agisse d'abréviations ou de néologismes. Pour une meilleure et plus large approche, il était important d'élargir et d'enrichir le mémoire de licence du marketing et de l'utilisation des réseaux sociaux au travail ou en pratique, bref, autrement que pour le divertissement.

Sur la base des informations obtenues à partir de l'enquête, il a été constaté que les répondants passent leur temps sur les réseaux sociaux quotidiennement et fréquemment. S'agissant d'étudiants tchèques du secondaire et de l'université apprenant le français, les réponses aux questions montrent que les réseaux sont surtout utilisés pour le divertissement et les loisirs, moins que pour le travail. Quant à la capacité à comprendre les abréviations, locutions et néologismes utilisés, la plupart des étudiants aujourd'hui en comprennent au moins quelques-uns et en ont une vue d'ensemble.

En conclusion, les réponses des répondants ont largement confirmé la plupart des informations théoriques. Les étudiants tchèques qui apprennent le français maîtrisent les réseaux sociaux sans aucun problème et n'ont pas

de problèmes majeurs avec le français. Aujourd'hui, les réseaux sociaux dominant le monde, et plus la génération est jeune, plus elle comprend les réseaux et l'ensemble du monde virtuel en ligne.

Il faut ajouter que toutes les informations spécifiques contenues essentiellement dans la partie théorique ont été tirées principalement des sources électroniques et des articles dominant. Il était très difficile de trouver des sources imprimées, ou des livres, car c'était un sujet relativement moderne.

6. BIBLIOGRAPHIE

6.1 Ressources imprimées

Bielka, S., 2020. *Le Grand Livre des Réseaux Sociaux*, 2e édition, France: GERESO Édition, ISBN 978-2-37890-343-5

Oliver, D., 2008. *500 Internet: pět set rad, tipů a technik*. Praha: Slovart s.r.o. ISBN 978-80-7391-148-5

Semerádová, T., Weinlich, P., 2019. *Marketing na Facebooku a Instagramu*. Brno: Computer Press, Albatros Media a.s., Première édition, ISBN 978-80-251-4959-1

6.2 Ressources électroniques

6.2.1 Articles publiés sur Internet

Asselin, C., 2022. *Les réseaux sociaux en France et dans le monde : les chiffres d'utilisation en 2021*. [en ligne] Blog.digimind.com.
Disponible sur: <https://blog.digimind.com/fr/tendances/r%C3%A9seaux-sociaux-france-monde-chiffres-utilisation-2021> (Consulté le 8 février 2022)

Belfiore, G., pas de date, *Réseau social: qu'est-ce que c'est ?*. [en ligne]
Disponible sur:
<https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/informatique-reseau-social-10255/> (Consulté le 1er février 2022)

Bibard, F., 2014. *146 Useful (and Sometimes Clever) French Words for Social Media Users*. [en ligne] Talkinfrench.com.

Disponible sur: <https://www.talkinfrench.com/social-media-terms-french/> (Consulté le 18 mars 2022)

Bibard, F., 2019. *61 French Text Slang and Chat Abbreviations*. [en ligne] Talkinfrench.com.

Disponible sur: <https://www.talkinfrench.com/french-text-slang/> (Consulté le 14 mars 2022)

Braudo, S., 2022. *Dictionnaire Juridique*. [online] Dictionnaire Juridique.

Disponible sur: <https://www.dictionnaire-juridique.com/abbreviations.php> (Consulté le 14 mars 2022)

Capital avec Management, 2019. *Orthographe : sigles et acronymes, mode d'emploi !*. [en ligne] Capital.fr.

Disponible sur: <https://www.capital.fr/votre-carriere/orthographe-sigles-et-acronymes-mode-d-emploi-1236542> (Consulté le 9 mars 2022)

Cyber malveillance, 2022. *Spam électronique, que faire ?*. [en ligne]

Assistance aux victimes de cybermalveillance.

Disponible sur:

<https://www.cybermalveillance.gouv.fr/tous-nos-contenus/fiches-reflexes/spam-electronique> (Consulté le 1er février 2022)

Cyber malveillance, 2022. *Que faire en cas de phishing ou hameçonnage ?*.

[en ligne] Assistance aux victimes de cybermalveillance.

Disponible sur:

<https://www.cybermalveillance.gouv.fr/tous-nos-contenus/fiches-reflexes/hameconnage-phishing> (Consulté le 1er février 2022)

CZ.NIC, 2022. *Nebojte se Internetu Sociální síť - Nebojte se Internetu*. [en ligne] Nebojteseinternetu.cz.

Disponible sur: <https://www.nebojteseinternetu.cz/page/3396/socialni-site/>
(Consulté le 1er mars 2022)

CZ.NIC, 2022. *Jak na Internet - Jak na Internet*. [en ligne] Jaknainternat.cz.

Disponible sur: <https://www.jaknainternat.cz/page/1751/socialni-site/>
(Consulté le 1er mars 2022)

Dabi-Schwebel, G., pas de date, *Selfie*. [en ligne]

Disponible sur: <https://www.1min30.com/dictionnaire-du-web/selfie>,
(Consulté le 2 février 2022)

DUPONT LEWIS, 2016. *C'est quoi le foodporn ?*. [en ligne]

dupontlewis.com.

Disponible sur: <https://www.dupontlewis.com/popcorne/cest-quoi-le-foodporn/>, (Consulté le 18 mars 2022)

E-status, pas de date, *Liste des abréviations (sigles ou acronymes) des associations, des entreprises, des organismes, etc.* [en ligne] e-status.com

Disponible sur: <https://www.e-statuts.com/informations-aides-creation-formulaires-societe-sci-sarl/sigles-et-acronymes-abreviations-glossaire>,
(Consulté le 14 mars 2022)

emarketing.fr, 2022. *Réseaux Sociaux: Influenceurs*. [en ligne]

Disponible sur:

<https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Influenceurs-304209.htm#>
(Consulté le 3 mars 2022)

Espace Français, pas de date, *Listes des abréviations les plus employées*. [en ligne] espacefrancais.com

Disponible sur: <https://www.espacefrancais.com/liste-des-abreviations-les-plus-employees/> (Consulté le 9 mars 2022)

European Parliament, 2017. *Parliamentary questions: The use of the French language on social media*. [en ligne]

FEO Agentura, 2022. *Co je hashtag a jak s ním pracovat na sociálních síťch*. [en ligne] Feo.cz.

Disponible sur: <https://www.feo.cz/leto-je-tu-hashtagy-s-nim> (Consulté le 7 février 2022)

Fossier, M., Handa, N., Lefebvre, T., Mery, C., 2021. *Quels sont les avantages et les inconvénients des réseaux sociaux?* [en ligne] lavoixdunord.fr

Disponible sur:

<https://www.lavoixdunord.fr/966795/article/2021-03-25/quels-sont-les-avantages-et-les-inconvenients-des-reseaux-sociaux-se-demandent>, (Consulté le 8 février 2022)

Gil, P., 2021. *What Is Twitter & How Does It Work?*. [en ligne] Lifewire.

Disponible sur: <https://www.lifewire.com/what-exactly-is-twitter-2483331> (Consulté le 3 mars 2022)

Holak, B., 2017. *What is Instagram?* - Definition from WhatIs.com. [en ligne] SearchCIO.

Disponible sur: <https://www.techtargt.com/searchcio/definition/Instagram> (Consulté le 1er mars 2022)

insee, 2016. *Définition - Internaute* | Insee. [en ligne] Insee.fr.
Disponible sur: <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1119>
(Consulté le 8 février 2022)

internaute, 2021, *Dictionnaire Français: SMS*. [en ligne]
Disponible sur: <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/sms/>
(Consulté le 7 février 2022)

Kolowich Cox, L., 2016, *75 Marketing & Business Acronyms & Abbreviations Every Industry Pro Should Know*. [en ligne] HubSpot
Disponible sur: <https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-acronym-glossary> (Consulté le 14 mars 2022)

LEDROITAUTRAVAIL.FR, 2022. *Les différents types de réseaux sociaux et leurs caractéristiques*. [en ligne] Ledroitautravail.fr.
Disponible sur: <https://www.ledroitautravail.fr/differents-reseaux-sociaux/>
(Consulté le 1er mars 2022)

Le Nouvelliste, 2022. *Le français des réseaux sociaux: pkoï s'inquiéter?*. [en ligne]
Disponible sur: <https://www.lenouvelliste.ca/2020/03/18/le-francais-des-reseaux-sociaux-pkoi-sinquieter-46e7b12356fa5268d9540b8f48a6c625>
(Consulté le 7 février 2022)

LinkedIn, 2020, *Co je LinkedIn a jak ho mohu používat?*. [en ligne] LinkedIn.com
Disponible sur: <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/111664/co-je-linkedin-a-jak-ho-mohu-pouzivat-?lang=cs> (Consulté le 3 mars 2022)

Le Parisien, 2022. *Internet: parlez-vous le Web des jeunes ?*. [online] leparisien.fr.

Disponible sur: <https://www.leparisien.fr/archives/parlez-vous-le-web-des-jeunes-11-02-2014-3578345.php> (Consulté le 15 mars 2022)

Metadosi, pas de date. *Avantages et inconvénients des réseaux sociaux : le top 13 - METADOSI*. [en ligne] Metadosi.fr.

Disponible sur: <https://www.metadosi.fr/marketing-internet/avantages-et-inconvenients-des-reseaux-sociaux-le-top-13/> (Consulté le 8 février 2022)

Moreauová, E., 2022. *Výhody a nevýhody sociálních sítí*. [en ligne]

Cs.eyewated.com.

Disponible sur: <https://cs.eyewated.com/vyhody-a-nevyhody-socialnich-siti/> (Consulté le 8 février 2022)

Nývlt, V., 2008, *Jazyk jen pro vyvolené: zkratky v internetových chatech a diskusích*. [en ligne] iDnes.cz

Disponible sur: https://www.idnes.cz/technet/internet/jazyk-jen-pro-vyvolene-zkratky-v-internetovych-chatech-a-diskusich.A080302_102951_sw_internet_NYV (Consulté le 14 mars 2022)

RTBF, 2018. *Les réseaux sociaux, une menace pour la langue française ?*. [en ligne] RTBF.

Disponible sur: <https://www.rtbf.be/article/les-reseaux-sociaux-une-menace-pour-la-langue-francaise-9958366> (Consulté le 18 mars 2022)

Sholl, L., 2020. *Yuqo - Guide complet des acronymes sur les réseaux sociaux*. [en ligne] Yuqo

Disponible sur: <https://www.yuqo.fr/guide-complet-des-acronymes-sur-les-reseaux-sociaux/> (Consulté le 11 mars 2022)

7. RÉSUMÉ

7.1 Résumé en français

Le mémoire de licence englobe le sujet des réseaux sociaux et la langue française qui y est utilisée. L'introduction de la partie théorique explique la terminologie utilisée dans mon mémoire de licence.

La première moitié traite des informations sur les réseaux sociaux. Il est mentionné comment les réseaux et le monde en ligne d'aujourd'hui affectent nos vies, quels types existent, quels sont les avantages et les inconvénients et quels sont les utilisateurs typiques. Elle analyse en détail comment utiliser efficacement le marketing et les différents réseaux sociaux au travail et dans les entreprises pour un résultat ou une visibilité meilleurs et plus efficaces. La seconde moitié examine principalement la langue française, qui est utilisée quotidiennement par de nombreux utilisateurs. Il existe une liste d'abréviations et de mots créés principalement via les réseaux sociaux.

Les informations données ci-dessus, qui constituaient la partie théorique, sont liées à la partie pratique du mémoire de licence. La partie pratique est basée principalement sur une enquête, qui s'est appuyée sur un questionnaire envoyé à des lycéens et universitaires tchèques étudiant le français. La plupart des réponses subjectives des étudiants correspondent aux informations de la partie théorique.

L'objectif du mémoire de licence est de présenter comment les réseaux sociaux affectent le monde d'aujourd'hui, comment ils fonctionnent et comment, grâce à eux, le français et les autres langues changent et se développent inévitablement.

7.2 Résumé en anglais

My bachelor thesis deals with social networks and the French language that is used on them. The introduction to the theoretical part explains the terminology used in my bachelor thesis.

The first half of it deals with information about social networks. It is mentioned how networks and today's online world affect our lives, what types exist, what are the advantages and disadvantages and what are the typical users. It analyzes in detail how to effectively use marketing and various social networks at work and in companies for a better and more effective result or visibility. The second half examines mainly the French language, which is used daily by many users. There is a list of abbreviations and words created mainly through social networks.

The information given above, which constituted the theoretical part, is linked to the practical part of the thesis. The practical part is mainly based on a survey, which was based on a questionnaire sent to Czech high school and university students studying French. Most of the students' subjective answers correspond with the information from the theoretical part.

The aim of my bachelor thesis is to present how social networks affect today's world, how they work and how, thanks to them, French and other languages inevitably change and develop.

8. ANNEXE

Mon sondage s'adresse aux étudiants tchèques qui étudient le français.

Matériaux pour le sondage:

Le sondage « Utilisation de la langue française sur les réseaux sociaux »

1. Combien de temps passez-vous sur les réseaux sociaux par jour ?

- 1 heure ou moins
- 2-4 heures
- Plus d'heures

2. Utilisez-vous les réseaux sociaux Facebook, Instagram et Twitter ?

- Oui
- Non
- Oui, mais pas tous

3. Utilisez-vous le réseau social LinkedIn ?

- Oui
- Non

4. Utilisez-vous davantage les réseaux sociaux pour le divertissement ou le marketing et le travail ?

- le divertissement

- le marketing et le travail

5. Quel réseau social utilisez-vous le plus souvent ?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn

6. Pensez-vous que les réseaux sociaux ont plus d'avantages que d'inconvénients ?

- Oui
- Non

7. Avez-vous déjà utilisé des abréviations françaises pour communiquer avec un francophone ?

- Oui
- Non

8. Connaissez-vous au moins certaines des abréviations françaises « QQ1 », « A+ », « bcp », « RSTP », « SARL », « SA » ?

- Oui
- Non

9. Pensez-vous que les Français utilisent davantage les abréviations sur les réseaux sociaux que les Tchèques ?

- Oui

- Non

10. Connaissez-vous certains de ces néologismes utilisés et créés grâce aux réseaux sociaux ? "clavardage", "foodographie", "l'internaute", "un suiveur"

- Oui

- Non